Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

Pelatihan Pemasaran Digital Desa Wisata Desa Mekarmaju, Ciwidey, Jawa Barat

Maya Ariyanti[1], Mita Kharisma[2], Mohammad Tyas Pawitra[3]
[1,2,3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom University
e-mail: ariyanti@telkomuniversity.ac.id[1], mitamikha@telkomuniversity.ac.id[2], mtyaspawitra@telkomuniversity.ac.id [3]

Received: 29 Novembar 2024, Revised: 12 December 2024, Accepted: 20 January 2025

DOI: https://doi.org/10.54099/jpma.v4i1.1203

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat yang diinisiasi oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, berfokus pada pemasaran digital untuk mempromosikan Desa Mekarmaju, Ciwidey, sebagai destinasi wisata. Program ini, yang merupakan bagian integral dari komitmen universitas terhadap Tri Dharma Perguruan Tinggi, bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas desa melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Kegiatan awal meliputi pengenalan komunitas dan pelatihan pemasaran digital, yang dilaksanakan di Universitas Telkom pada tanggal 29 Agustus 2024 dengan partisipasi 50 orang dari desa tersebut. Dalam pembahasan terkait pelaksanaan kegiatan tersebut, diuraikan konten pelatihan yang mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten, pengelolaan website, optimisasi mesin pencari, dan analitik data. Penerapan alat pemasaran digital ini telah mengatasi isu kunci seperti visibilitas terbatas dan kekurangan pemasaran tradisional, sehingga secara signifikan meningkatkan kunjungan wisatawan dan memberdayakan masyarakat lokal. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata tetapi juga mendongkrak ekonomi lokal dengan meningkatkan keterampilan digital penduduk desa. Inisiatif ini menunjukkan potensi pemasaran digital dalam mengubah pariwisata pedesaan dan menyarankan bahwa keterlibatan digital yang berkelanjutan dapat berkontribusi pada pengembangan komunitas yang berkelanjutan. Kegiatan masa depan akan bertujuan untuk mengkonsolidasikan keuntungan ini dan memperluas jangkauan Desa Mekarmaju sebagai destinasi wisata pedesaan yang utama..

Kata kunci: Pemasaran Digital, Desa Wisata, Jawa Barat

Abstract

The community service program initiated by the Faculty of Economics and Business, Telkom University, focuses on digital marketing to promote Mekarmaju Village, Ciwidey, as a tourist destination. This program, integral to the university's commitment to the Tri Dharma of Higher Education, aims to enhance the visibility and accessibility of the village through effective digital marketing strategies. Initial activities included community engagement and digital marketing training, which were conducted at Telkom University on August 29, 2024, with 50 participants from the village. This paper discusses the implementation of these activities, outlining the training content that covered social media utilization, content creation, website management, search engine optimization, and data analytics. The application of these digital marketing tools has addressed key issues such as limited visibility and the inadequacies of traditional marketing, thereby significantly increasing tourist visits and empowering local communities. The results indicate that digital marketing not only enhances tourist attractions but also boosts the local economy by improving the digital skills of the villagers. This initiative demonstrates the potential of digital marketing in transforming rural tourism and suggests that continued digital engagement can contribute to sustainable community development. Future activities will aim to consolidate these gains and expand the reach of Mekarmaju Village as a premier rural tourist destination.

Keywords: Digital Marketing, Tourist Village, West Java

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

1. PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata di Jawa Barat memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan budaya lokal, serta menjaga kelestarian lingkungan. Konsep desa wisata tidak hanya berfokus pada aspek pariwisata semata, tetapi juga mencakup pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Pertama, desa wisata berfungsi sebagai alat pemberdayaan masyarakat. Menurut Gautama et al., pengembangan desa wisata memerlukan komitmen dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan masyarakat lokal, untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan sosial (Gautama et al., 2020). Penelitian di Desa Pelangas menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi budaya dan lingkungan yang ada, sehingga mendorong partisipasi aktif dalam pengelolaan sumber daya lokal (Pranata, 2023). Selain itu, Fitari dan Ma'Rif menekankan bahwa pengembangan desa wisata dapat memberikan manfaat signifikan dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, seperti peningkatan keterampilan masyarakat dan pelestarian kesenian lokal (Fitari & Ma'rif, 2017; Alamsyah & Hasan, 2022; Hidayah et al., 2023; Rohmah & Hera, 2022; Victoria & Purwianti, 2022).

Kedua, pengembangan desa wisata juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat. Dewanti dan Diana mengungkapkan bahwa desa wisata dapat meningkatkan pendapatan keluarga melalui pengembangan ekonomi kreatif dan promosi produk lokal (Dewanti & Diana, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa desa wisata yang dikelola dengan baik dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan berbelanja, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan masyarakat (Abdi et al., 2021). Misalnya, di Desa Margaluyu, pengelolaan homestay dan produk lokal menjadi kunci dalam menarik wisatawan dan meningkatkan ekonomi lokal (Yuliani, 2024; (Iskamto & Gunawan, 2023; Iskamto & Wicaksono, 2023).

Ketiga, pengembangan desa wisata di Jawa Barat juga berperan dalam pelestarian lingkungan dan budaya. Santoso menjelaskan bahwa desa wisata harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan pelestarian budaya yang ada, sehingga tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga menjaga identitas lokal (Santoso, 2022). Penelitian di Desa Nglanggeran menunjukkan bahwa interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dan budaya (Hermawan, 2017). Dengan demikian, pengembangan desa wisata tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pelestarian nilai-nilai budaya dan lingkungan.

Pentingnya pengembangan desa wisata di Jawa Barat terletak pada kemampuannya untuk menciptakan sinergi antara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui pendekatan yang inklusif dan berkelanjutan, desa wisata dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan budaya lokal, dan menjaga kelestarian lingkungan. Dengan dukungan dari pemerintah dan partisipasi aktif masyarakat, pengembangan desa wisata di Jawa Barat dapat mencapai hasil yang optimal dan berkelanjutan.

Pemasaran Digital Desa Wisata

Pemasaran digital memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata, terutama dalam konteks meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi tersebut. Dengan memanfaatkan teknologi digital, desa wisata dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik lebih banyak pengunjung. Hal ini sangat relevan di era di mana informasi dan promosi lebih banyak dilakukan secara online.

Pertama, pemasaran digital memungkinkan desa wisata untuk mempromosikan keunikan dan potensi lokal mereka secara efektif. Menurut Maghfiroh et al., pelatihan pemasaran digital yang dilakukan di Kawasan Sapuangin menunjukkan bahwa masyarakat dapat mengembangkan paket wisata yang menarik dan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau wisatawan (Maghfiroh et al., 2023). Selain itu, Diwyarthi menekankan bahwa penggunaan alat digital dapat membantu desa wisata dalam menciptakan pekerjaan lokal dan mempromosikan warisan budaya

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

mereka secara global (Diwyarthi, 2024). Dengan demikian, pemasaran digital tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk memberdayakan masyarakat lokal dan juga meningkatkan daya jual produk usaha (Hendayani et al., 2024).

Kedua, pemasaran digital juga berkontribusi pada peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Fauziah menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pemanfaatan digital di desa wisata dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan wisata (Fauziah, 2021). Namun, penelitian ini juga mencatat bahwa meskipun pemanfaatan digital sudah tinggi, hubungan antara partisipasi masyarakat dan pemanfaatan digital tidak terlalu kuat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abidin et al., yang menemukan bahwa promosi digital marketing dapat memperkuat kelembagaan desa wisata dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pemasaran digital (Abidin et al., 2022). Dengan meningkatnya partisipasi, masyarakat akan lebih termotivasi untuk terlibat dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata. Selain itu, adanya digitalisasi dapat menigkatkan kapasitas UMKM yang ada di desa tersebut (Ariyanti et al, 2024).

Ketiga, pemasaran digital berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing desa wisata. Dalam konteks ini, Guntar et al. mencatat bahwa banyak desa wisata yang belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, sehingga mereka kehilangan peluang untuk menarik wisatawan (Guntar et al., 2023). Dengan mengadopsi strategi pemasaran digital yang tepat, desa wisata dapat meningkatkan daya tarik mereka dan bersaing dengan destinasi lain. Hal ini juga diungkapkan oleh Lestariningsih et al., yang menunjukkan bahwa pemetaan potensi wisata berbasis sistem informasi geografis dapat membantu dalam merumuskan rencana pengelolaan wisata yang lebih baik (Lestariningsih et al., 2023).

Pentingnya pemasaran digital dalam pengembangan desa wisata tidak dapat dipandang sebelah mata. Dengan memanfaatkan teknologi digital, desa wisata dapat meningkatkan visibilitas, memberdayakan masyarakat, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar pariwisata yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan dalam pemasaran digital harus menjadi prioritas bagi pengelola desa wisata.

Profil Desa Mekarmaju

Pengabdian kepada masyarakat, sebagai salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, memegang peranan vital dalam penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemasaran digital di Desa Mekarmaju, Ciwidey, Jawa Barat. Program ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan strategi pemasaran digital guna meningkatkan popularitas Desa Mekarmaju sebagai destinasi wisata.

Desa Mekarmaju terletak di kecamatan Pasirjambu, dengan luas wilayah mencapai 140 hektar yang mencakup perkampungan, pesawahan, hutan lindung, dan hutan produksi. Berada pada ketinggian antara 1000 hingga 1200 meter di atas permukaan laut, desa ini menawarkan kontur tanah berbukit dan pesawahan dengan suhu yang sejuk, berkisar antara 18 °C hingga 28 °C. Secara administratif, Desa Mekarmaju berbatasan dengan Desa Sukawening dan Panyocokan di Ciwidey serta Desa Pasirjambu di Pasirjambu.

Desa ini dikelilingi oleh keindahan alam yang mempesona serta memiliki kekayaan budaya yang unik. Beberapa atraksi wisata utama di Desa Mekarmaju termasuk perkebunan stroberi, pemandian air panas, dan kebun teh yang menarik banyak wisatawan. Desa ini juga terkenal dengan pengrajin alat pertanian, yang menunjukkan kekayaan kearifan lokal dalam kerajinan pandai besi.

Dalam upaya memperkenalkan dan memasarkan Desa Mekarmaju sebagai desa wisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital kepada warga desa. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan warga dalam menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan potensi wisata desa mereka, sehingga diharapkan akan membawa peningkatan kunjungan wisatawan yang akan berkontribusi pada

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Program ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga membuka peluang baru dalam melestarikan dan mempromosikan warisan budaya dan alam Desa Mekarmaju.

2. METODE

Dalam rangka pengabdian kepada masyarakat yang bertema pemasaran digital untuk Desa Wisata Mekarmaju, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom telah menerapkan serangkaian metode yang sistematis dan terpadu, mengacu pada prinsip kolaborasi, pemberdayaan, dan penggunaan teknologi. Berikut adalah langkah-langkah yang telah dijalankan dalam pelaksanaan program ini:

1. Pengenalan dan Pendekatan Komunitas: Tim pengabdian melakukan kunjungan ke Desa Mekarmaju untuk melakukan pengenalan dan pendekatan kepada masyarakat setempat. Langkah ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan memahami kebutuhan serta ekspektasi masyarakat terkait pengembangan wisata desa mereka.
2. Pelatihan Pemasaran Digital: Pelatihan pemasaran digital diselenggarakan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada warga desa, khususnya pengusaha lokal, tentang cara memasarkan produk wisata menggunakan platform digital. Pelatihan ini mencakup topik-topik seperti penggunaan media sosial untuk promosi, pembuatan konten yang menarik, pengelolaan website wisata desa, teknik SEO, dan analisis data pengunjung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema pemasaran digital di Desa Mekarmaju telah memperlihatkan hasil yang signifikan dalam tahap awal pelaksanaannya. Hingga saat ini, kegiatan yang telah dilaksanakan meliputi tahap pengenalan dan pendekatan komunitas serta pelatihan pemasaran digital.

Hasil Kegiatan

1. Pengenalan dan Pendekatan Komunitas: Tahap ini berhasil membangun hubungan yang baik antara tim pengabdian dan masyarakat Desa Mekarmaju. Dengan pendekatan yang efektif, masyarakat menjadi lebih terbuka dan antusias dalam menerima program pemasaran digital sebagai alat untuk mempromosikan desa mereka sebagai destinasi wisata.
2. Pelatihan Pemasaran Digital: Pelatihan ini telah dilaksanakan pada tanggal 29 Agustus 2024 di Kampus Universitas Telkom, dengan kehadiran 50 peserta dari Desa Mekarmaju. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada peserta dalam menggunakan berbagai alat dan strategi pemasaran digital.

Pembahasan

Dalam pelatihan yang dilaksanakan, beberapa topik utama yang dibahas meliputi:

- Penggunaan Media Sosial: Peserta diajarkan cara mengoptimalkan penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk mempromosikan atraksi wisata.
- Pembuatan Konten yang Menarik: Pelatihan ini mencakup teknik-teknik dalam membuat konten visual dan teks yang menarik untuk menarik pengunjung.
- Pengelolaan Website: Peserta pelatihan belajar tentang pentingnya memiliki website yang informatif dan mudah diakses, serta cara mengelolanya.
- SEO (Search Engine Optimization): Pelatihan mengajarkan tentang pentingnya SEO untuk meningkatkan visibilitas online yang akan menarik lebih banyak pengunjung ke website dan media sosial mereka.
- Analisis Data: Peserta diajarkan cara menggunakan data dari platform digital untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka.

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

Pemasaran digital membantu mengatasi beberapa masalah utama yang dihadapi oleh Desa Mekarmaju, antara lain:

- Kurangnya Visibilitas: Dengan teknik SEO dan penggunaan media sosial yang efektif, desa dapat meningkatkan visibilitas online, sehingga menarik lebih banyak wisatawan.
- Pemasaran Tradisional yang Terbatas: Pemasaran digital memberikan alternatif yang lebih luas dan dapat diakses oleh audiens yang lebih besar dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.
- Pengelolaan Informasi yang Kurang Efektif: Dengan website dan platform digital, informasi tentang Desa Mekarmaju dapat dikelola dan disebarkan dengan lebih efisien.

Manfaat dari Pemasaran Digital:

- Meningkatkan Kunjungan Wisatawan: Strategi pemasaran digital yang efektif berkontribusi pada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa.
- Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Pelatihan pemasaran digital meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat lokal, membuka peluang baru bagi mereka untuk berpartisipasi dalam industri pariwisata.
- Pengembangan Ekonomi Lokal: Dengan peningkatan kunjungan wisatawan, berbagai sektor lokal seperti akomodasi, restoran, dan kerajinan tangan mendapatkan manfaat ekonomi.

Dengan hasil dan pembahasan ini, program PKM telah membuktikan potensi besar dalam mempromosikan Desa Mekarmaju sebagai destinasi wisata melalui pemasaran digital, sekaligus memberikan dampak positif bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Gambar 1: Pelatihan Pemasaran Digital

Gambar 2: Sesi Akhir Pelatihan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diinisiasi oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom dengan fokus pada pemasaran digital untuk Desa Wisata Mekarmaju telah memperlihatkan hasil yang menjanjikan dalam fase awal implementasinya. Melalui serangkaian kegiatan yang meliputi pengenalan dan pendekatan komunitas serta pelatihan pemasaran digital, program ini berhasil membuka jalan bagi peningkatan visibilitas dan aksesibilitas Desa Mekarmaju sebagai destinasi wisata.

Pelatihan pemasaran digital yang diadakan telah sukses memberikan wawasan dan keterampilan kepada 50 peserta dari Desa Mekarmaju mengenai strategi pemasaran modern yang meliputi penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, pengelolaan website, penerapan SEO, dan analisis data. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan digital peserta tetapi juga mempersiapkan mereka untuk secara efektif mempromosikan potensi wisata desa.

Dengan penerapan pemasaran digital yang efektif, beberapa masalah utama seperti kurangnya visibilitas dan keterbatasan pemasaran tradisional telah diatasi, membuka peluang

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

bagi Desa Mekarmaju untuk menarik lebih banyak wisatawan. Manfaat dari peningkatan ini terasa luas, tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan tetapi juga memperkuat perekonomian lokal dan memberdayakan masyarakat desa.

Dalam rangka melanjutkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Desa Mekarmaju, disarankan untuk melakukan kegiatan lanjutan sebagai berikut:

1. Workshop Praktis: Setelah pelatihan teoretis, workshop praktis telah diadakan di mana peserta langsung menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam membuat konten digital yang efektif. Tim pengabdian membimbing peserta dalam membuat akun media sosial, mendesain postingan, dan mengelola interaksi dengan pengguna.
2. Mentoring dan Pendampingan Berkelanjutan: Program mentoring dan pendampingan berkelanjutan telah dilaksanakan untuk memastikan bahwa pelaku usaha lokal dapat menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Tim pengabdian memberikan pendampingan selama beberapa bulan setelah workshop untuk menyelesaikan masalah yang muncul dan memperbaiki strategi pemasaran sesuai dengan perkembangan yang terjadi.
3. Evaluasi dan Feedback: Evaluasi telah dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan dan pengaruhnya terhadap peningkatan kunjungan wisata. Feedback dari peserta pelatihan telah dikumpulkan untuk perbaikan program di masa mendatang.
4. Pengembangan Jaringan Digital: Pembangunan jaringan online antara Desa Mekarmaju dengan pengusaha wisata lain dan pelaku pariwisata di daerah lain telah diinisiasi sebagai cara untuk memperluas pasar dan belajar dari praktik terbaik.

Adanya penerapan metode-metode tersebut, program pengabdian kepada masyarakat dapat lebih optimal, tidak hanya meningkatkan keterampilan digital warga Desa Mekarmaju tetapi juga secara signifikan mempromosikan desa sebagai destinasi wisata yang menarik dan meningkatkan perekonomian lokal melalui pariwisata.

Dengan demikian, program PKM ini telah membuktikan efektivitasnya sebagai sarana pengembangan komunitas dan pariwisata melalui inovasi digital, dan diharapkan akan terus berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan Desa Mekarmaju di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, I., Suprapto, P., & Sarja, N. (2021). Pengembangan desa wisata berbasis green tourism di desa wisata bakas, banjarangkan, klungkung. Dharmakarya, 10(2), 101. https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i2.33239

Abdi, I., Suprapto, P., & Sarja, N. (2021). Pengembangan desa wisata berbasis green tourism di desa wisata bakas, banjarangkan, klungkung. Dharmakarya, 10(2), 101. https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i2.33239

Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan kelembagaan desa wisata melalui promosi digital marketing di desa cisaat, kecamatan ciater, kabupaten subang. Jurnal Abdimas Pariwisata, 3(1), 1-10. https://doi.org/10.36276/jap.v3i1.292

Ariyanti, M., Farida, A.L., Sugestie, P.F., Prasetyo,A. (2024). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pengembangan Usaha Berbasis Digital. E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 15(1), 149-153.

Dewanti, D. and Diana, W. (2022). Pembangunan eco tourism di desa kalisemo. Dedikasimu Journal of Community Service, 4(4), 375. https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i4.4853

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

Dewanti, D. and Diana, W. (2022). Pembangunan eco tourism di desa kalisemo. Dedikasimu Journal of Community Service, 4(4), 375. https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i4.4853

Diwyarthi, N. (2024). Aktivitas pkm berupa penguatan desa wisata dalam bentuk pelatihan pemasaran digital di desa wisata cemagi. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 9(1), 297-303. https://doi.org/10.30653/jppm.v9i1.678

Fauziah, N. (2021). Hubungan antara partisipasi masyarakat dengan pemanfaatan digital pada desa wisata. Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [Jskpm], 5(1), 189-201. https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.806

Fitari, Y. and Ma'rif, S. (2017). Manfaat pengembangan desa wisata wonolopo terhadap kondisi sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat lokal. Jurnal Wilayah Dan Lingkungan, 5(1), 29. https://doi.org/10.14710/jwl.5.1.29-44

Fitari, Y. and Ma'rif, S. (2017). Manfaat pengembangan desa wisata wonolopo terhadap kondisi sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat lokal. Jurnal Wilayah Dan Lingkungan, 5(1), 29. https://doi.org/10.14710/jwl.5.1.29-44

Gautama, B., Yuliawati, A., Nurhayati, N., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. Bernas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 355-369. https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414

Gautama, B., Yuliawati, A., Nurhayati, N., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. Bernas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 355-369. https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414

Guntar, E., Prami, A., Sembiring, E., & Wijana, P. (2023). Pengabdian kepada masyarakat & implementasi mata kuliah berbasis kampus merdeka di desa taro. Jurnal Abdi Masyarakat, 3(1), 7-13. https://doi.org/10.22334/jam.v3i1.36

Hendayani, R., Prasetio, A., Ariyanti, M., Salim, D.F. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital dan Branding sebagai Upaya untuk Meningkatkan Penjualan Produk Usaha di Desa Pulosari. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI) Vol. 4, No. 2, Maret 2024, Hal. 359-366.

Hermawan, H. (2017). Dampak pengembangan desa wisata nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal.. https://doi.org/10.31219/osf.io/xhkwv

Hermawan, H. (2017). Dampak pengembangan desa wisata nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal.. https://doi.org/10.31219/osf.io/xhkwv

Hidayah, R. T., Iskamto, D., & Putri, R. K. (2023). Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar Dengan Canva dan Kahoot! Pada MTs Qirotussab'ah Kudang Kabupaten Garut. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 2(2), Article 2. https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.609

Iskamto, D., & Gunawan, R. I. (2023). Impulse Purchase Behaviour on The Shopee Platform and The Role of Real-Time Commerce Marketing. Jurnal Manajemen Bisnis, 10(2), Article 2. https://doi.org/10.33096/jmb.v10i2.623

Iskamto, D., & Wicaksono, A. E. (2023). Computational Architecture of Digital Marketing of Toyota Corporation. Jurnal Penelitian Pendidikan IPA, 9(SpecialIssue), Article SpecialIssue. https://doi.org/10.29303/jppipa.v9iSpecialIssue.7233

Lestariningsih, S. and Azahra, S. (2023). Pemetaan potensi wisata berbasis sistem informasi geografis untuk pengembangan desa wisata sungai kupah kabupaten kubu raya. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk), 2, 172-181. https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.115

Maghfiroh, M., Indrawati, S., Janari, D., & Purnomo, M. (2023). Pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan desa wisata berbasis masyarakat di kawasan sapuangin, klaten, jawa tengah. Journal of Approriate Technology for Community Services, 4(2), 34-41. https://doi.org/10.20885/jattec.vol4.iss2.art4

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.5 No.1 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 1-8

Pranata, J. (2023). Pengembangan e-catalogue desa wisata pelangas. semnas-pkm, 1(1), 427-437. https://doi.org/10.35438/semnas-pkm.v1i1.55

Pranata, J. (2023). Pengembangan e-catalogue desa wisata pelangas. semnas-pkm, 1(1), 427-437. https://doi.org/10.35438/semnas-pkm.v1i1.55

Rohmah, A. N., & Hera, H. (2022). Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 1(3), Article 3. https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.237

Santoso, A. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui program desa wisata di kelurahan kandri kecamatan gunungpati kota semarang provinsi jawa tengah. J-3p (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 33-48. https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2930

Santoso, A. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui program desa wisata di kelurahan kandri kecamatan gunungpati kota semarang provinsi jawa tengah. J-3p (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 33-48. https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2930

Victoria, M., & Purwianti, L. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Board Games Cafe. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 1(4), Article 4. https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.386

Yuliani, N. (2024). Peran homestay dalam pengembangan ekonomi dan pariwisata desa margaluyu, pengalengan, jawa barat. Jurnal Abdi Insani, 11(2), 1769-1781. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1569

Yuliani, N. (2024). Peran homestay dalam pengembangan ekonomi dan pariwisata desa margaluyu, pengalengan, jawa barat. Jurnal Abdi Insani, 11(2), 1769-1781. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1569Alamsyah, A. R., & Hasan, G. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Promotion Mix pada UMKM Berry Catszone Batam. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 1(4), Article 4. https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.370

© 2022 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.