

**PELATIHAN ONLINE MARKETING BAGI PEMUDA KARANG TARUNA DESA MATTABULU DALAM RANGKA PENGEMBANGAN DESA WISATA MENJADI DESTINASI DIGITAL**

**Andi Adawiah<sup>1)</sup>, Mansur<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup> Prodi Manajemen, Universitas Lamappapoleonro  
email: andi.adawiah@unipol.ac.id

<sup>2</sup> Prodi Manajemen, Universitas Lamappapoleonro  
email: mansur@unipol.ac.id

**Abstrak**

Kegiatan *workshop digital marketing* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait optimalisasi penggunaan media sosial sebagai media pemasaran. Peserta yang terlibat dalam *workshop digital marketing* ini terdiri dari 40 orang yang merupakan Pemuda Karang Taruna Desa Mattabulu yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Mattabulu. Materi yang dipaparkan dalam pelaksanaan *workshop* menitikberatkan pada pembahasan terkait “Optimalisasi Instagram Untuk Bisnis Online”. Garis besar pembahasannya terdiri atas Kelebihan Instagram, Langkah-langkah Optimalisasi, Menentukan NICHE, Memaksimalkan Profil dan Nama, Materi Posting, Menjaga Ritme dan Pola Timeline, Narasi dan Waktu, Perubahan Akun Personal Menuju Akun Bisnis, Membaca dan Memepajari Insight, Membangun Follower Tertarget, Alat Pendukung dan Tips Aman Bermain Instagram.

**Kata Kunci :** *Online Marketing*, Pelatihan, Karang Taruna, Desa Mattabulu.

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang memiliki letak yang sangat strategis, yakni di antara dua benua dan dua samudera, serta memiliki banyak potensi besar dalam sektor kepariwisataannya, baik itu potensi alam, bahari maupun wisatanya mampu mendorong wisatawan mancanegara untuk melakukan perjalanan dan kunjungan ke Indonesia. Hal ini menjadi salah satu alternatif untuk membantu dan meningkatkan perolehan pendapatan atau devisa. Sektor pariwisata diharapkan dapat memegang berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan menunjang pendapatan daerah maupun nasional.

Dunia pariwisata dapat dijadikan sebagai alat politik oleh pemerintah untuk menciptakan suatu kerja sama dengan negara lain. Secara tidak langsung, pariwisata dapat menciptakan pola simbiosis mutualisme antara satu negara dengan negara lain. Dengan adanya kerja sama pemerintah Indonesia dengan negara lain dalam bidang pariwisata maka dapat mengundang

negara lain untuk turut serta berpartisipasi dan menyaksikan secara langsung kondisi pariwisata Indonesia .

Di Indonesia sendiri, pariwisata saat ini tengah menjadi sector andalan. Hal ini dapat dilihat dari efek domino yang dihasilkan dari pengembangan pariwisata yang ada. Devisa, lapangan kerja, serta hal-hal lainnya yang memiliki dampak secara langsung bagi masyarakat merupakan salah satu hal yang dihasilkan dari sector pariwisata. Itulah sebabnya, mengapa pariwisata disebut sebagai andalan di Indonesia.

Saat ini, Kementerian Pariwisata memiliki tiga program pokok, di mana salah satunya adalah **Go Digital**. Go Digital merupakan salah satu bentuk komitmen dari Kementerian Pariwisata (Kemenpar) untuk melakukan pengembangan berbasis teknologi atau digital terutama dari segi pemasaran pariwisata. Go Digital sendiri memiliki makna di mana Kemenpar melakukan pemanfaatan yang semaksimal mungkin terhadap platform-

platform daring yang kemudian dapat mendukung kinerja pemasaran pariwisata Indonesia.

Hal inipun tentu seharusnya mampu diikut oleh instansi-instansi atau organisasi-organisasi yang sejalan dengan Kemenpar, agar pemasaran yang dilakukan mampu optimal layaknya apa yang dilakukan oleh Kemenpar.

Sulawesi Selatan (SULSEL) sendiri memiliki tempat destinasi wisata yang cukup banyak. Potensi pariwisata yang dimiliki oleh SULSEL tidak bisa dipandang sebelah mata. Hal ini terbukti dengan adanya beberapa raihan penghargaan tingkat nasional bahkan internasional yang pernah diraih SULSEL terutama terkait pariwisata halal.

Tidak hanya itu, keseriusan SULSEL dalam mengembangkan potensi pariwisata pun dapat dilihat dari adanya komitmen dari kepala daerah dalam hal ini Gubernur, yang secara tertulis mengeluarkan Peraturan Gubernur (Pergub) terkait pengembangan pariwisata halal di SULSEL. Hal ini merupakan sebuah langkah strategis yang membuktikan bahwa SULSEL memang serius dalam mengembangkan potensipariwisata.

Potensi lain yang dimiliki oleh SULSEL adalah kekuatan dari Desa Wisata sebagai kelompok pengelola Desa Berbasis Pariwisata. Potensi yang dikembangkan di tingkat desa ini harusnya mampu dipasarkan dengan lebih optimal lagi, salah satunya adalah dengan memanfaatkan digitalisasi atau pemasaran online.

Digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan karena melihat aktivitas masyarakat yang tidak lepas dari media social. Tidak hanya itu, digitalisasi juga memungkinkan adanya perluasan target pemasaran yang jumlahnya menjadi berkali lipat lebih banyak jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Serta alasan terakhir mengapa digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan adalah karena digital sangat erat dengan kehidupan generasi muda, artinya ini merupakan peluang besar bagi para pemuda untuk mengambil peran dalam

melakukan pemasaran berbasis digital atau *online marketing*.

Desa Mattabulu, Kabupaten Soppeng merupakan salah satu desa yang mengembangkan pariwisata di kawasan desa. Desa ini telah beberapa kali dilirik oleh beberapa organisasi selain pemerintah yang kemudian membantu pengembangan pariwisata desa. Sebagai salah satu desa wisata, Air Terjun Liupangie mungkin hanya dikenal masyarakat Soppeng atau hanya terdata sekedar dalam database Dinas terkait. Dan tidak memiliki rekam dalam digital.

Untuk itulah, mengapa sangat diperlukan adanya digitalisasi dalam hal pemasaran, agar nantinya Air Terjun Liupangie mampu membuat rekam jejak digital sehingga mampu dikenal secara lebih luas, mengingat hal yang ditawarkan atau atraksi yang ada di Air Terjun Liupangie Mattabulu sangatlah menarik dan sangat pantas untuk dijual secara lebih luas lagi.

Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman terkait *digital marketing* atau *online marketing* bagi generasi muda Desa Wisata Mattabulu adalah melalui pelatihan. Pelatihan ini dimaksudkan agar para Pemuda Karang Taruna Desa Mattabulu mampu lebih terbuka terhadap peluang dan tantangan yang ada dalam era digital saat ini, salah satunya terkait pemasaran.

Untuk tujuan itulah maka pelatihan ini akan dilaksanakan di Taman Cinta Desa Mattabulu, sebagai salah satu percontohan destinasi digital yang telah memanfaatkan Digital sebagai media pemasaran. Pelatihan ini nantinya akan diberikan kepada para pemuda agar nantinya para pemuda dwh mampu memperkenalkan potensi wisata yang ada melalui digital atau online.

Sasaran dari Program Pengabdian pada Masyarakat ini adalah anak-anak muda yang merupakan bagian dari Desa Mattabulu, Kabupaten Soppeng. Dalam implementasinya program Pengabdian pada Masyarakat ini berupa penyuluhan tentang Pemasaran

Digital/Digital Marketing dalam pariwisata dan pola-pola pengelolaan media sosial dalam pemasaran. Melalui kegiatan ini diharapkan para generasi Pemuda Karang Taruna Desa Mattabulu dapat memanfaatkan perkembangan teknologi secara lebih masif dalam hal pengembangan desa wisata menjadi sebuah destinasi digital.

#### **METODELOGI PELAKSANAAN**

Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Desa Mattabulu. Untuk Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 20 November 2022. Adapun susunan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

Bentuk Kegiatan : Pelatihan  
Peserta : Pengurus Karang Taruna Desa Mattabulu  
Lama Kegiatan : 1 Hari ( 08.00-16.00)

Metode pelaksanaan program Pelatihan *online marketing* ini melalui beberapa tahap sebagai berikut:

- a. Pada tahap awal TIM Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat melakukan koordinasi dengan Kepala Desa dan Pengurus Karang Taruna
- b. Observasi Tentang Kegiatan yang akan dilaksanakan
- c. Penentuan jadwal kegiatan bersama Kepala Pengurus Karang Taruna
- d. Pembuatan Modul Pelatihan
- e. Registerasi Peserta
- f. Pemberian Materi Pelatihan
- g. Evaluasi Pelatihan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembuatan keputusan tentang apa yang akan dilakukan dalam pelaksanaan program, dalam berbagi manfaat dari program pembangunan dan evaluasi program pembanguana (Ismail, Nusri, 2022).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bentuk dari Program Pengabdian Masyarakat ini adalah Workshop Digital Marketing pariwisata yang dilaksanakan di Desa Mattabulu Kabupaten Soppeng. Dari hasil pengamatan dan evaluasi oleh tim pelaksana terhadap pelaksanaan workshop digital marketing pariwisata yang dilaksanakan di desa tersebut dapat dikemukakan beberapa hal sebagai berikut :

##### **A. Proses Pelatihan**

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan pariwisata dapat dikatakan berhasil. Pada tahap awal tim pelaksana melakukan penjajakan di Desa Mattabulu Kabupaten Soppeng dan Desa Mattabulu memberikan respon positif kepada tim pelaksana. Mereka bersedia menjadikan desanya sebagai tempat pelaksanaan workshop digital marketing. Selain itu, pihak Pemerintah Desa Mattabulu juga bersedia menyiapkan tempat serta warga yang akan menjadi peserta kegiatan.

Respon positif tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan pembicaraan teknis terkait pelaksanaan kegiatan. Tim pelaksana dan pihak desa menyepakati waktu pelaksanaan pelatihan digital marketing untuk dilaksanakan mulai pertengahan Agustus dan berakhir dengan kegiatan workshop pada minggu ke-2 Agustus 2021. Setelah kesepakatan terkait waktu pelaksanaan, selanjutnya kedua belah pihak melakukan pembagian tugas. Pihak Desa Mattabulu bertugas menyiapkan ruangan dan kelengkapan yang dibutuhkan untuk menunjang pelaksanaan kegiatan serta menyiapkan warga yang berminat untuk mengikuti kegiatan, sedangkan tim pelaksana menyiapkan pemateri, moderator, materi pelatihan, dokumentasi, seminar kit, spanduk dan konsumsi.

Pelaksanaan Workshop Digital Marketing di Desa Mattabulu berlangsung

sesuai jadwal yang direncanakan yaitu pada minggu keempat di Bulan Oktober. Pelaksanaan kegiatannya berlangsung menarik. Sebanyak 40 pemuda desa terlibat sebagai peserta kegiatan. Bertindak selaku pembicara atau pemberi materi pada kegiatan workshop digital marketing yaitu saudara Ismail dan Andi Zulkifli yang merupakan praktisi dalam bidang Digital Marketing. Sesi workshop dibagi menjadi dua sesi yaitu sesi pemberian presentasi kelompok serta sesi praktek dari beberapa kelompok yang telah dibagi sebelumnya dengan menggunakan platform Instagram.

Semua pemuda yang terlibat sebagai peserta begitu antusias mengikuti workshop. Hal ini dapat dilihat dari keaktifan peserta dalam setiap sesi yang berlangsung. Antusiasme yang tinggi ini juga dikarenakan materi dan metode praktik yang digunakan merupakan sesuatu yang sangat erat dengan keseharian para pemuda saat ini, yaitu media sosial. Dalam sesi pemaparan materi terkait Digital Marketing, para peserta terlihat serius memerhatikan pemateri. Begitu pula saat melakukan praktik langsung dengan memanfaatkan Instagram, terlihat semua peserta turut terlibat dalam diskusi yang dilaksanakan secara berkelompok ini.

## **B. Hasil Kegiatan**

Beberapa capaian atau hasil dari pelaksanaan kegiatan Workshop Digital Marketing dapat diketahui diantaranya:

1. Sebanyak 40 warga Desa Mattabulu yang mengikuti Workshop Digital Marketing ini memang tertarik untuk mengetahui dan mengenal lebih dalam tentang Digital Marketing.
2. Para warga tersebut sangat antusias mengikuti pelatihan pariwisata yang diselenggarakan oleh tim dari Prodi

Hubungan internasional Universitas Mataram.

3. Mereka telah memperoleh pengetahuan media sosial terutama konsep dan pola *digital marketing*.
4. Tidak hanya sebatas mengetahui tetapi mereka pun sudah mampu melakukan identifikasi terhadap pola-pola media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran.
5. Pihak Pemerintah Desa Mattabulu merespon secara positif Program Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan oleh tim Prodi Sistem Informasi Universitas Lamappapoleonro dan mengharapkan kegiatan serupa bisa dilaksanakan kembali

## **KESIMPULAN**

Dari kegiatan atau program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh tim dari Prodi Sistem Informasi Universitas Lamappapoleonro dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu; (1) Warga Desa Mattabulu sebelum mengikuti Workshop Digital Marketing ini, belum memahami konsep pemasaran digital berbasis media sosial, sehingga belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dari desa wisata yang mereka miliki. (2) Setelah mereka mengikuti Workshop Digital Marketing ini pengetahuan dan wawasan merekapun bertambah, para pemuda terutama yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Mattabulu mampu memahami konsep pemasaran berbasis digital dan mereka mampu lebih jauh mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk yang ada di Desa Mattabulu, Soppeng. (3) Kegiatan program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh tim Prodi Sistem Informasi Universitas Lamappapoleonro menjadi sarana terjalinnya hubungan yang

erat antara Universitas Lamappapoleonro dan Desa Mattabulu.

Berdasarkan hasil dari pengamatan terhadap pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat berupa Workshop Digital Marketing ini disarankan: Pertama, program serupa lebih sering dilaksanakan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum. Kedua, pelaksanaan kegiatan ini diperluas atau tidak hanya di desa-desa di Soppeng melainkan di lebih banyak Desa lagi di seluruh wilayah SULSEL agar lebih banyak masyarakat yang merasakan manfaatnya terutama untuk desa berbasis desa wisata.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana memberikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi atas terselesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Lamappapoleonro.
2. Ketua LPPM Universitas Lamappapoleonro.
3. Ketua Program Studi Manajemen
4. Kepala Desa Mattabulu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada Tim Pelaksana ini mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya kami sebagai pelaksana pengabdian ini berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

Ismail, Nusri, A. Z. (2022). PELATIHAN JARINGAN KOMPUTER PADA LEMBAGA PELATIHAN DAN KURSUS AQILAH TEKNO EDUKASI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNIPOL (Abdimas Unipol)*, 1(1), 44–47.

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.,  
Booklet Arah Dan Kebijakan Kementerian  
*Parwisata Republik Indonesia*,

Jakarta,2016.

Liputan6.com. 2015. *Kembangkan Wisata Halal, Pemprov NTB Segera Keluarkan Pergub*.Dikutip pada 2018 dari <https://www.google.com/amp/s/m.liputan6.com/amp/2367489/kembangkan-wisata-halal-pemprov-ntb-segera-keluarkan-pergub>, diakses pada 29 Oktober 2018.

Lombokinsider.com. 2017. *Pasar Pancingan Angkat Potensi Desa Mattabulu Pringgarate – Loteng*. Dikutip pada 2018 dari [www.soppeng.kinsider.com/destination-news/Pasar-pancingan-angkat-potensi-desa-wisata-mattabulu-soppeng-g/](http://www.soppeng.kinsider.com/destination-news/Pasar-pancingan-angkat-potensi-desa-wisata-mattabulu-soppeng-g/), diakses pada 01 November 2018.

Redtreeasia.com. 2017. *Apa Itu Digital Marketing? Pengertian Dan Konsep Dasarnya*. Dikutip pada 2018 dari [www.redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/amp/](http://www.redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/amp/), diakses pada 01 November 2018.

Travel.kompas.com. 2017. *10 Destinasi “Bali Baru”, 4 Destinasi Jadi Prioritas*. Dikutip pada 2018 dari <https://travel.kompas.com/read/2017/11/18/122700027/10-destinasi-bali-baru-4-destinasi-jadi-prioritas>, diakses pada 02 November 2018.