

Mengoptimalkan Potensi Pariwisata di Desa Waetuwo Melalui Pemasaran Digital

A. Yuniarti^{1*}

Faisal²

A.Wahyuddin Nur³

Prayudhi⁴

Fuji Pratiwi⁵

^{1*,2,3,4,5} Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng, Sulawesi Selatan, Indonesia

andiyuniarti75@gmail.com ^{1*)}

faisal.lamacca@gmail.com ⁴⁾

andiwahyuddinnur@gmail.com.id ³⁾

prayudhif@gmail.com ⁵⁾

fujipratiwi.1527@gmail.com ⁴⁾

Kata Kunci: /FGD, Pelatihan Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital/

Abstrak: Program pengabdian masyarakat ini merupakan bentuk kepedulian perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan ekonomi Desa Waetuwo melalui pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Budi Mandiri. Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas staf BUMDes dan pengelola wisata Gelora Permata Hijau, khususnya dalam aspek manajemen keuangan, pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi untuk pengelolaan desa wisata. Pelaksanaan kegiatan melibatkan serangkaian kegiatan strategis, meliputi Diskusi Kelompok Terarah (FGD) yang diadakan pada 13 Agustus 2024 dengan partisipasi 23 orang, pelatihan manajemen keuangan pada 29 Agustus 2024 yang diikuti 26 peserta, serta pelatihan manajemen pemasaran pada 3 Oktober 2024 yang melibatkan 23 peserta. Dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan pelatihan terkait pembuatan laporan keuangan, pemasaran berbasis digital, hingga pengaplikasian sistem informasi yang telah dikembangkan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola keuangan desa, memasarkan produk atau jasa desa secara digital, serta mengoptimalkan potensi wisata desa melalui inovasi teknologi. Program ini juga mencerminkan semangat *Merdeka Belajar Kampus Merdeka* yang melibatkan kolaborasi aktif antara perguruan tinggi dengan industri dan dunia usaha, demi menghasilkan outcome pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan desa. Langkah strategis yang diambil mencakup sosialisasi, pelatihan manajemen, promosi digital, dan dukungan teknis untuk pengembangan profil di media sosial maupun e-commerce. Dengan pendekatan ini, diharapkan Desa Waetuwo mampu meningkatkan kemandirian ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui penguatan BUMDes yang lebih inovatif dan berdaya saing.

Published by:



Copyright © 2024 The Author(s)

This article is licensed under CC BY 4.0 License



Pendahuluan

Desa Waetuwo adalah desa yang terletak di kecamatan Tanasitolu Kabupaten Wajo Sulawesi Selatan yang mempunyai luas wilayah 16.5 km² dan mempunyai batas-batas desa sebagai berikut Sebelah Barat: Desa Inalipue.Wewangrewu, Desa Mario dan Desa Wajoriaja. Sebelah Utara: Kelurahan Macanang. Kelurahan Uraian Kec. Majauleng. Sebelah Selatan. Desa ini mengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan nama BUMDes Budi Mandiri Desa Waetuwo, yang terbentuk pada tanggal 02 Juli 2021 dengan Dana Awal Sebesar 60.000.000 yang bersumber dari Dana Desa (DD). Dan Pada Tahun 2022 Mendapat bantuan Dari Kementrian Desa Sebesar 500.000.000 Untuk Pengembangan Wisata dan tahun 2023 penyertaan Modal dari Dana Desa 128.000.000,.

Badan usaha Milik Desa diharapkan dapat memberikan pemasukan ekonomi lokal. Seperti BUMDes Budi Mandiri yang berada di desa Waetuo Kecamatan Tanasitolu Kabupaten Wajo. Daerah ini memiliki objek wisata yang dikelola oleh BUMDes, dari beberapa orang yang pernah berkunjung ke sana, menyampaikan jika tempat ini sangat indah & bagus untuk dikembangkan. Hal ini juga terlihat oleh Dosen-dosen Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamddukelleng sejak dilaksanakannya KKLK di desa ini. Namun tempat ini masih minim pengunjung dan tidak banyak dikenal orang sehingga jumlah kunjungan masih rendah dan berdampak pada pemasukan.

Saat ini, jumlah rata-rata kunjungan pada objek wisata ini adalah 1470 orang setiap bulannya namun hal tersebut masih tergolong kurang, hal ini disebabkan belum banyak warga atau masyarakat yang mengetahui obyek wisata, maka BUMDes ini perlu untuk melakukan strategi Branding & Marketing untuk meningkat jumlah pengunjung secara signifikan. Pendekatan pemasaran yang memanfaatkan platform online untuk mencapai dan menarik wisatawan potensial.

Namun, implementasi digital marketing dalam konteks BUMDes dapat menghadapi tantangan, termasuk keterbatasan akses teknologi, pengetahuan dan keterampilan yang terbatas, serta biaya implementasi yang mungkin terlalu tinggi bagi anggaran lokal bisnis, dan dapat diidentifikasi bahwa kendala yang dialami oleh bisnis ini adalah tidak ada pemahaman tentang manajemen bisnis seperti menentukan model bisnis yang cocok, pengembangan rencana usaha dan manajemen keuangan. Dengan demikian, BUMDes perlu mengidentifikasi dan mengatasi hambatan-hambatan ini untuk memanfaatkan potensi pemasaran digital secara efektif guna meningkatkan kunjungan wisatawan dan memperkuat ekonomi lokal mereka (Chaffey et al., 2009). Sejalan dengan konsep Marketing bahwa perusahaan menghasilkan produk bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan akan berusaha menghasilkan produk yang terjual di pasar. Selain itu, perusahaan akan berkelanjutan dalam memproduksi apabila perusahaan mampu mengembalikan sejumlah biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Pegembalian sejumlah biaya-biaya tersebut dapat diperoleh dengan adanya kegiatan permintaan produk dari konsumen sampai akhirnya terjadi proses transaksi. Produk sampai ke konsumen dengan sebuah kegiatan yang disebut dengan pemasaran. Sebagaimana (Kotler & Keller, 2021) menyatakan pemasaran adalah kegiatan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial untuk memperoleh keuntungan.

Besarnya animo masyarakat dunia dan nusantara untuk melakukan perjalanan wisata di Indonesia perlu mendapatkan perhatian dan dukungan dari pemerintah dan masyarakat Indonesia sendiri karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan bagi pemerintah untuk menambah pendapatan negara. Sebagai salah satu

sektor andalan untuk menambah pemasukan finansial bagi setiap negara di dunia, persaingan di bidang pariwisata ini pun semakin ketat ([Ezizwita et al., 2024](#)).

Transformasi digital menjadi sebuah terobosan dalam membidik pasar industri sehingga menjadi sebuah peluang besar, mengingat kini perilaku masyarakat Indonesia yang tidak bisa lepas dari penggunaan internet dalam kegiatan sehari-hari. Khususnya dalam menghadapi Industrial Era 4.0, maka hal tersebut akan melahirkan banyak manfaat serta menjadi tantangan tersendiri bagi para pelakunya. Digitalisasi industri pariwisata adalah salah satu langkah tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) ([Mumtaz & Karmilah, 2021](#)). Pemasaran destinasi pariwisata merupakan konsep yang sangat dinamis sejalan dengan perubahan lingkungan industri pariwisata yang semakin hari semakin cepat, sulit diprediksi dan semakin tidak pasti. Sehingga sangat dibutuhkan peningkatan kapasitas bagi pelaku yang berkecimpung di dunia pariwisata ([Hidayah, 2021](#)).

BUMDes Budi Mandiri cukup berkembang, khusus untuk wisatawan lokal menurut data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Wajo terjadi lonjakan yang cukup signifikan tiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa BUMDes Budi Mandiri masih menjadi primadona kunjungan wisatawan. Fenomena ini harus cepat ditanggapi oleh pemerintah setempat dan stakeholder lain yang ada di kawasan ini termasuk masyarakat. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung maka pengelola (BUMDes) harus tanggap dalam memanfaatkan peluang ini. Salah satu bentuk adaptasi yang harus dilakukan adalah dengan membekali pengelola dengan peningkatan kapasitas untuk dapat digunakan dalam berkomunikasi dengan wisatawan yang berkunjung dan virtual, penyediaan sarana penunjang dalam mendukung mobilitas di desa Waetuwo.

Semakin berkembangnya sektor pariwisata selayaknya diikuti dengan penguatan kualitas pelayanannya khususnya dari aspek sumber daya manusianya. Hal ini sangat wajar karena SDM merupakan elemen yang signifikan dalam pengelolaan pariwisata, bahkan termasuk faktor penentu kesuksesan pengelolaan pariwisata. Dengan era digital yang sudah menyebar ke sektor pariwisata, penguatan SDM dalam inovasi dan kreatifitas di era digital ini sangatlah mutlak diperlukan. Rendahnya kualitas SDM pariwisata akan berdampak pada ketahanan dan daya saing pariwisata karena sangat tidak mungkin jika pariwisata hanya bergantung pada keindahan alam tanpa campur tangan manusia dalam pengelolaannya ([Raharjana & Putra, 2020](#)).

Sumber daya manusia di sekitar desa Waetuwo mempunyai peran andil yang besar. Namun semua potensi tersebut belum dapat termanfaatkan dengan baik, jika masih kurang kapasitas pengelola wisata, maka salah satu tujuan dilakukan pengabdian masyarakat ini adalah dengan melatih mitra sesuai dengan bidang keahlian dan usahanya, Mahasiswa dan dosen peserta program secara tidak langsung akan memberikan bimbingan pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan bidang usaha untuk proses penciptaan dan pengembangan potensi bisnis, Selain itu pula akan dilaksanakan training dan tutorial secara formal dan rutin

Kehadiran perguruan tinggi akan sangat penting untuk pembangunan di sektor-sektor lain termasuk Badan usaha milik desa yang diusahakan oleh masyarakat pedesaan dan memerlukan campur tangan akademisi yang melakukan intervensi dalam sosio ekonomi agar mendorong dan mengubah produksi, masyarakat dan organisasi ekonomi ke arah yang lebih baik sesuai dengan dasar yang ditetapkan pemerintah dan kehendak

masyarakat. Maka diperlukan fundamental bisnis yang kuat, untuk mewujudkan hal tersebut maka diperlukan langkah-langkah berikut ini: (a) Sosialisasi (b) Pelatihan Manajemen keuangan (c) Pelatihan Pemasaran dan termasuk promosi digital (d) bantuan teknis untuk membangun Profil di Sosial Media dan E-Commerce.

Dalam era digital saat ini, kemampuan beradaptasi dengan teknologi telah menjadi kunci utama kesuksesan bagi banyak bisnis. Bisnis digital, yang didefinisikan sebagai bisnis yang memanfaatkan teknologi canggih untuk mengembangkan produk dan strategi pemasaran telah menunjukkan ketahanannya di tengah-tengah situasi krisis, seperti pandemi yang terjadi baru-baru ini. Kecepatan dalam berevolusi dan beradaptasi dengan media online memungkinkan bisnis digital untuk terus beroperasi dan bahkan berkembang, sementara banyak perusahaan besar yang terlambat atau tidak mampu beradaptasi dengan perubahan cepat ini justru mengalami kesulitan, bahkan hingga titik menghentikan produksi (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Pengelola pariwisata harus menyadari jika model pemasaran digital menjadi suatu model pemasaran yang sangat penting dalam menarik wisatawan yang mana hal ini merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat (Zulaikha et al., 2022).

Program pelatihan "Digital Marketing Untuk BUMDes Budi Mandiri " dirancang sebagai langkah konkret untuk membantu BUMDes memahami esensi bisnis dan mengembangkan keterampilan manajerial yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing. kegiatan ini akan mencakup berbagai aspek kunci, mulai dari pengenalan industri Desa Wisata hingga strategi pemasaran yang efektif.

Para peserta akan dibimbing untuk memahami tata kelola keuangan yang tepat dan mengelola operasional bisnis dengan lebih efisien. Mereka juga akan mempelajari konsep pemasaran yang relevan untuk desa wisata, membantu mereka memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. Tak hanya itu, program ini juga memberikan landasan dalam merumuskan rencana bisnis yang tangguh dan terarah.

Metode Pelaksanaan

Metode pembelajaran yang digunakan mencakup kuliah singkat, diskusi kelompok, studi kasus, dan tugas, memungkinkan peserta untuk memahami konsep bisnis secara mendalam dan menerapkannya dalam konteks industri desa wisata. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan pemahaman peserta tentang strategi bisnis yang tepat dan kesiapan untuk menerapkannya dalam usaha mereka.

Metode pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan di desa Waetuwo Tanasitolo Kabupaten Wajo Kegiatan itu sendiri akan ditugaskan kepada Tim pelaksana dari Institut Lamadukelleng yang telah ada.

1. Mekanisme Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat sebagai berikut:
 - a. Perencanaan dan Persiapan: Identifikasi Sasaran dan Kebutuhan BUMDes (dalam pengelolaan wisata) : melakukan analisis mendalam untuk memahami kebutuhan, tantangan, dan potensi mitra. Identifikasi area utama yang perlu diperkuat, seperti keterampilan Pengelola, pemasaran, manajemen bisnis, dan teknologi.
 - b. Pemilihan Peserta dari BUMDes yang ingin meningkatkan keterampilan dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan manajemen mereka. Dan memastikan

peserta ini memiliki komitmen untuk berpartisipasi sepenuhnya dalam program.

- c. Pengembangan Kurikulum dan Modul Pelatihan: Susun modul pelatihan yang mencakup aspek Manajemen Keuangan, pemasaran tradisional dan digital, penggunaan teknologi. Sesuaikan konten dengan kebutuhan peserta.

Sebagai perbandingan metode pengabdian masyarakat dilakukan oleh institut Pariwisata Trisakti dengan sasaran yang akan mendapatkan pendampingan pembuatan digital marketing meliputi masyarakat pemilik homestay, pelaku wisata yang ingin terampil membuat paket wisata, pemuda desa yang ingin terampil dalam membuat konten yang menarik, dan aparat desa yang bertugas memasarkan potensi wisata desa Kaduella Kuningan Jawa Barat (Maudiarti et al., 2024). Namun penelitian tersebut hanya pendampingan pembuatan digital marketing

2. Pelatihan

Sesi pelatihan intensif dengan melibatkan ahli di bidang Manajemen Keuangan khususnya pembukuan dan akuntansi, pemasaran, dan teknologi. memberikan pengetahuan mendalam dan praktek terbaik untuk peningkatan keterampilan.

Tabel 1. Kegiatan, Metode dan Materi Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Kegiatan	Metode	Materi
1	Sosialisasi dan FGD Program Pemberdayaan Masyarakat (membangun Digital Marketing bisnis dalam sektor wisata)	Rembuk warga yang dihadiri oleh pemerintah desa, Pelaksana BUMDes dan pengelola wisata Gelora Permata Hijau	1. Pemaparan Program 2. Sosialisasi mekanisme pelaksanaan program 3. Tinjauan lokasi keobyek wisata
2	Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Keuangan (Pembukuan & Akuntansi)	Partisipatif, tutorial, praktek	1. Penjelasan pengelolaan keuangan (Pembukuan) 2. Penjelasan pengelolaan Keuangan (Akuntansi) 3. Praktek pembukuan
3	Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran	Partisipatif, tutorial	1. Mengembangkan keterampilan dalam meningkatkan daya saing. 2. Mengembangkan rencana bisnis 3. Strategi Pemasaran (Khususnya bagaimana memasarkan obyek wisata)
4	Bantuan teknis dalam membangun profil sosial media dan e-commerce	Partisipatif dan praktek	1. Mendesain dan mengoptimalkan profil sosial media 2. Materi (mendirikan platform e-commerce yang memadai dan menarik bagi calon wisatawan) 3. Mengintegrasikan sistem pembayaran dan manajemen inventaris untuk memudahkan transaksi

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini kurang lebih selama 6 bulan. Yang terdiri dari lima kegiatan Adapun lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Waetuwo tepatnya ditempat lokasi wsiata Gelora Permata Hijau, Kecamatan Tanasitolo.

Peran mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu 1) Staf BUMDes dan pengelola wisata gelora permata hijau dapat meningkatkan kapasitas diri dalam pengetahuan dan keterampilan terkait pengelolaan desa wisata , terutama dalam mengelola keuangan dan marketing digitalisasi 2) Mitra diharapkan mampu mengaplikasikan keterampilan terkait pembuatan laporan keuangan BUMDes dan Pemasaran digitalisasi yang sudah diberikan pada pelaksanaan kegiatan FGD dan Pelatihan Manajemen keuangan ; 3) Mitra memanfaatkan sistem informasi yang telah dikembangkan dalam pelaksanaan kegiatan FGD .

Evaluasi pelaksanaan program dilaksanakan guna mengetahui peningkatan aspek pengetahuan melalui *pretest* dan *post test* terkait materi yang telah diajarkan, serta mengetahuipeningkatan aspek keterampilan yang dilihat melalui terpenuhinya rubrik keterampilan dari penerapan materi yang telah diajarkan.

Rencana keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan 1) Melakukan Pelatihan Pemasaran dan pembuatan konten serta pendampingan dan pengembangan terkait sistem informasi yang telah dikembangkan; 2) Melakukan pendampingan pada kader terkait manajemen keuangan adan pemasaran serta Penelitian mendatang untuk melihat tingkat efektivitas program.

Kegiatan MBKM diselaraskan dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan melibatkan dua orang mahasiswa Prodi Manajemen dan Prodi ilmu hukum sebagai asisten pendamping *peer educator* yang akan direkognisi dalam mata kuliah Kepemimpinan dan total kualitas Manajemen (semester 5, 6 SKS) dan praktek peradilan dan perancangan kontrak (semester 5, dengan 6 sks).

Tabel 2. Detail susunan kegiatan pengabdian masyarakat

No	Kegiatan pelaksanaan	Parameter
1.	Focus group discussion Sesi ini dilaksanakan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang sikap, pendapat, persepsi dan pengalaman kelompok terkait suatu topik. Metode yang digunakan wawancara semi terstruktur dengan fokus pada topik yang telah ditetapkan dan dipandu oleh seorang moderator.	1. Terdapat list aspek yang dibutuhkan dan perlu disajikan dalam pelatihan 2. Menyatukan berbagai persepsi dan mencapai beberapa kesepakatan
2.	Pelatihan Manajemen keuangan	Hasil yang diperoleh dari kegiatan

No	Kegiatan pelaksanaan	Parameter
	Pelatihan manajemen keuangan dilakukan dengan pokok bahasan yaitu dasar – dasar pembukuan BUMDes, dasar-dasar pencatatan, laporan keuangan	ini adalah dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya dengan pencatatan kegiatan usaha yang baik, mulai dari administrasi dasar-dasar keuangan sampai penyusunan laporan keuangan
3	Pelatihan Pemasaran digital	Hasil yang diperoleh Edukasi Digital Marketing: Pelatihan dan workshop bagi anggota Bumdes tentang praktik terbaik digital marketing, termasuk manajemen konten, analisis data, dan strategi promosi online.
4	Bantuan teknis dalam membangun profil sosial media dan <i>e- commerce</i>	Hasil yang diperoleh 1. Mampu Mendesain dan mengoptimalkan profil sosial media 2. Mampu membuat platform e-commerce yang memadai dan menarik bagi calon wisatawan) 3. Mengintegrasikan sistem pembayarandan manajemen inventaris untuk memudahkan transaksi



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Tabel 3. Luaran kegiatan Pelatihan

No	Kegiatan	Metode	Luaran
1	Sosialisasi dan FGD	Rembuk warga	1. Peserta memahami mekanisme pelaksanaan program 2. Peserta dapat mengidentifikasi permasalahan dan solusi untuk pengembangan BUMDes dan pengelolaan wisata 3. Peserta dapat menghasilkan saran, ide – ide baru untuk pengembangan BUMDes dan pengelolaan wista Gelora Permata Hijau 4. Pesrta dapat menyusun kegiatan – kegiatan berikutnya
2	Pelaksanaan pelatihan manajemen keuangan (Pembukuan dan akuntansi	Partisipatif, tutorial dan praktek	1. Peserta dapat membedakan dasar-dasar keuangan 2. Peserta dapat membedakan pembukuan konvensional dengan pembukuan melalui aplikasi 3. Peserta dapat mengelompokkan jenis-jenis pembukuan 4. Peserta dapat mempraktekkan secara langsung cara penyusunan laporan keuangan (buku kas, buku bank, penerimaan dan pengeluaran)
3	Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Pemasaran	Partisipatif, tutorial dan praktek	1. Peserta dapat membedakan dasar-dasar keuangan 2. Peserta dapat membedakan pembukuan konvensional dengan pembukuan melalui aplikasi 3. Peserta dapat mengelompokkan jenis-jenis pembukuan 4. Peserta dapat mempraktekkan secara langsung cara penyusunan laporan keuangan (buku kas, buku bank, penerimaan dan pengeluaran)
4	Pelatihan Pemasaran	Partisipatif, tutorial, praktek	Bertambahnya jumlah wisatawan dengan adanya praktek promosi
5	Bantuan teknis dalam membangun profil sosial media dan e-commerce	Partisipatif, tutorial, praktek	Menariknya sosial media dan penawaran melalui penjualan online bisa menambah jumlah pengunjung

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi, terbukti dengan hampir seluruh undangan yang hadir dalam acara tersebut, yang mencerminkan tingkat partisipasi yang signifikan. Selain itu, terdapat peningkatan pemahaman yang jelas terkait teori dan keterampilan dalam perbaikan pembukuan BUMDes, yang dapat dilihat dari hasil perbandingan antara pretest dan posttest peserta. Kegiatan ini juga memberikan manfaat yang besar, tidak hanya bagi peneliti dan mahasiswa, tetapi juga bagi objek penelitian, yaitu Tim Pokdakwis Gelora Permata Hijau.

Ucapan Terimakasih

Tim mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, dan teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat atas kepercayaannya memberikan dana Hibah Pengabdian Masyarakat tahun pelaksanaan 2024. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Institut ilmu hukum dan Ekonomi Lamadukelleng serta masyarakat desa Waetuwo khususnya BUMDes Budi Mandiri dan Pengelola Wisata Gelora permata Hijau.

Referensi

- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson education.
- Ezizwita, E., Srihasnita, R., Maivalinda, M., Firsta, F., Oktovia, N., & Agustin, F. (2024). Wisata Syariah dan Strategi Pengembangannya di Era Digital Pada Beberapa Tempat Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(2), 282–294. <https://doi.org/10.47233/jebd.v26i2.1570>
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.176>
- Hidayah, N. (2021). *Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing*. Kreasi Cendekia Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Maudiarti, S., Achmadi, M., & Pramanik, P. D. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Peningkatan Potensi Pariwisata Desa Kaduela Kuningan-Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 6(1), 35. <https://doi.org/10.30647/jpp.v6i1.1811>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1).

- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2020). Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 140. <https://doi.org/10.22146/jnp.60403>
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2022). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168–174. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2158