

Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pengunjung Pada Wisata Edukasi Kampung Gerabah Pagelaran Di Masa Pandemi Covid-19

Saiful Aminudin Al Kusuma Putra¹, Nur Iffah Muhammad², Muhammad Fathoni³, Yudhi Ferdi Andri Asmawan⁴, Nuril Hikmah⁵, Satria Lintang Rachmadana⁶

^{1,4,5} Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas PGRI Jombang

²Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Jombang

³Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Anwar Medika

⁶ Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

¹ saifulpublikasi@gmail.com ² nur91iffah@gmail.com ³ mohammadfathoni@gmail.com

Abstract

Advances in technology are a factor that influences business development. This is utilized by the Malang Pottery Village (Pagelaran) Education Tourism as an education-based tourist attraction that is currently developing. This service research aims to develop managerial insight into the management or management of the Malang Small and Medium Earth Pottery Village (Pagelaran) Educational Tourism and contribute to its development. The implementation of this service research begins, among other things, with identification and outreach, Needs Analysis, Website Creation, Social Media Creation for promotion, business goggle creation, Monitoring, Report Preparation which we carry out online with the Pottery Village Educational Tour (Pagelaran). The results obtained were the creation of a website, creation of social media to promote the creation of business goggles to introduce the Pottery Village Educational Tourism (Pagelaran) in its development so that it would experience better progress.

Keywords: Tourism, Business, Social Media, Website

Abstrak

Kemajuan dibidang teknologi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan Usaha. Hal ini dimanfaatkan oleh Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran) Malang sebagai wisata yang berbasis edukasi yang sedang berkembang saat ini. Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan wawasan manajerial pada manajemen atau penelolah Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran) Malang saha Kecil Menengah serta memberikan kontribusi dalam perkembangannya. Implementasi dari penelitian pengabdian ini antara lain dimulai dengan identifikasi dan sosialisasi, Analisis Kebutuhan, Pembuatan Website, Pembuatan Media Sosial untuk promosi, pembuatan goggle bisnis, Pemantauan, Penyusunan Laporan yang kami lakukan melalui online dengan Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran). Hasilnya didapatkan yaitu Pembuatan Website, Pembuatan Media Sosial untuk promosi pembuatan goggle bisnis untuk mengenalkan Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran) dalam perkembangannya agar mengalami kemajuan yang lebih baik.

Kata Kunci: Wisata, Usaha, Social Media, Website

Submitted: 2024-05-23

Revised: 2024-05-27

Accepted: 2024-06-03

Pendahuluan

Pariwisata adalah sector yang memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu pilar Pembangunan perekonomian Indonesia. Seperti yang dikemukakan oleh (Setiawan, 2014), Sektor pariwisata bisa menciptakan peluang usaha, serta membuka lapangan pekerjaan, meningkat pendapatan, serta dapat meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak. Sektor pariwisata dapat menstimulus berbagai sektor produksi lain, dan memberikan kontribusi secara langsung pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, sarana budaya, pelestarian lingkungan yang

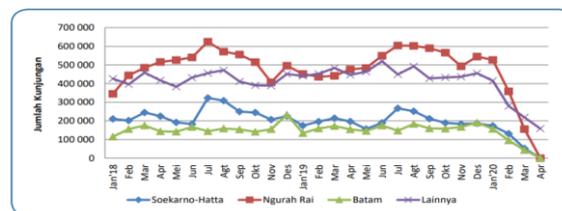
dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar (Yulianto et al., 2017).

Namun pada tahun 2019 adalah tahun yang paling bersejarah bagi seluruh umat manusia diseluruh dunia, dimana pada bulan desember 2019 telah ditemukan sebuah virus mematikan dari Wuhan Cina, Virus ini sangat cepat sekali menular tidak hanya dari hewan kewanusiaan, melainkan dari manusia ke manusia sehingga virus ini menyebar dengan sangat cepat antar negara, hingga pada bulan Januari Negara Republik Indonesia melalui siaran Pers Presiden Jokowi mengumumkan kasus pertamanya (Olivia et al., 2020).

Pada saat itu virus covid-19 terus menyebar antar wilayah, dan saat itu juga melalui keputusan presiden no 7 tahun 2020 Menyatakan bencana nonalam yang diakibatkan oleh penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai bencana nasional, berbagai upaya dilakukan untuk mencegah penularan virus covid, seperti pembatasan social berskala besar, memberlakukan jam malam, mengurangi jam kerja, meliburkan kegiatan sekolah penutupan bandara dan masih banyak lagi. Semenjak pemberlakuan PSBB, terjadi perubahan pada pola perilaku konsumen. Perilaku konsumen yang paling mencolok adalah tren membeli secara online yang dilakukan untuk menjaga agar terhindar dari paparan virus Pandemi Covid-19, pemberlakuan PSBB membuat konsumen terbatas aktifitasnya untuk pergi keluar. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian (Hikmawati & Setiyabudi, 2021) terdapat perubahan perilaku konsumen saat masa Pandemi Covid-19. Pertama, konsumen memilih penimbunan barang yang dirasa penting kebutuhan primer yang dapat bertahan lama. Kedua, penghematan konsumsi selama menghadapi pandemic Covid-19. Ketiga, menunda pembelian kebutuhan. Keempat, memanfaatkan teknologi untuk melakukan aktifitas perekonomian (Rachmadana et al., 2022).

Akibat kebijakan yang diambil fenomena ini berdampak pada ekonomi yang terdampak secara langsung terutama pada industry pariwisata. Laporan dari data pusat statistic menyatakan bahwa kunjungan wisman ke Negara Indonesia pada bulan April 2020 mencapai 160,04 ribu kunjungan, mengalami penurunan sebesar 87,44 persen disbanding kunjungan wisman pada April 2019 yang berjumlah 1,27 juta kunjungan. Jika dibandingkan dengan Maret 2020, jumlah wisman April 2020 juga mengalami penurunan kunjungan sebesar 66,02 persen (Supriyadi, 2020).

Gambar 1
Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Menurut Pintu Masuk
Januari 2018–April 2020



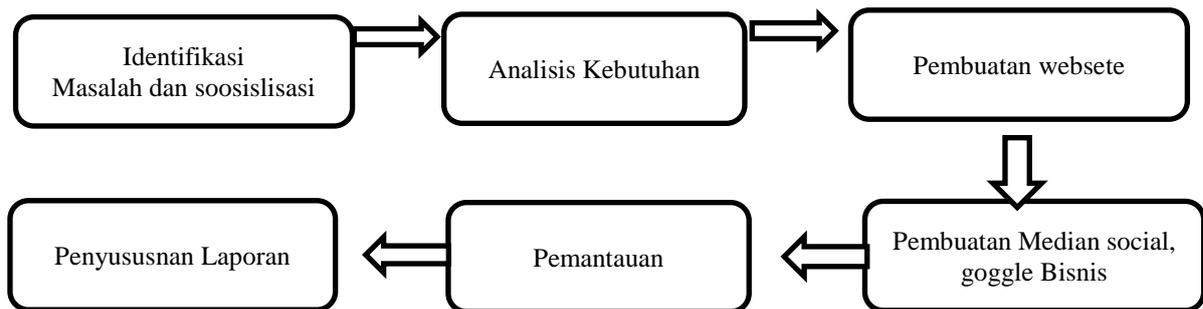
Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisata 2018-2020

Penurunan pengunjung pun dirasakan oleh industry Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran) Malang. Akibat pandemic Covid 19 dan penerapan PSBB mengakibatkan pengunjung pada wisata edukasi tirun bahkan mencapai 99 persen, sehingga agar Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran) Malang ini bias terus bertaahan maka di butukan lah setrategi pemasaran berbasis digital Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital disebut dengan digital marketing Digital marketing ini terdiri dari pemasaran interaktif yang memudahka interaksi antara produsen, perantara dan calon konsumen (Kannan, 2017).

Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran) Malang hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai upaya pemasaran sehingga calon pengunjung bias lebih mengenal paket wisata yang memiliki akses online (Kingsnorth, 2022). oleh sebab itu peneliti tertarik menulis Penerapan Setrategi digital Marketing untuk meningkatkan pengunjung pada Wisata Edukasi Kampung Gerabah Pagelaran di masa Pandemi Covid-19, Kegiatan pelaksanaan Dengan Judul "Penerapan Setrategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pengunjung Pada Wisata Edukasi Kampung Gerabah Pagelaran Di Masa Pandemi Covid-19" Dilaksanakan Di Jl Abdul Rhman Saleh Pagelaran Kec Pagelaran. Malang Jawa Timur 65174

Metode

Pelaksanaan kegiatan Pengembangan Wawasan Manajerial dilaksanakan menggunakan metode transfer ilmu pengetahuan kepada mitra melalui pendampingan (Silverman & Patterson, 2021) yang akan dilaksanakan setiap minggu selama 15 kali. Pendampingan dilakukan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang dasar-dasar pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran hingga mitra mampu melakukan pemanfaatan secara berkelanjutan (Youniss & Yates, 1997). Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan metode sebagai berikut:



Gambar.2 Visual Alur dan Metode Penelitian

1. Identifikasi dan Sosialisasi
Kegiatan identifikasi dan sosialisasi adalah untuk memberikan informasi mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan memberikan pemahaman tentang tujuan dari kegiatan ini.
2. Analisis Kebutuhan
mengidentifikasi masalah yang ada pada Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) dan melakukan kordinasi serta diskusi terkait permasalahan dan alternative penyelesaian yang akan di ambil dan direalisasikan selama periode program kerja.
3. Pembuatan Website
Pembuatan website merupakan tindak lanjut dalam kegiatan pengabdian kepada Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) untuk meningkatkan pengunjung.
4. Pembuatan Media Sosial
Pembuatan media sosial dilakukan bertujuan untuk mengenalkan dan memasarkan Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) yang dibina, media sosial yang dibuat *facebook, email*.
5. Pemantauan
Pemantauan ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan dan kemajuan yang telah dilakukan dengan adanya solusi-solusi yang telah diberikan.
6. Penyusunan Laporan
Penyusunan Laporan ini dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan. Yang menjadi mitra atau binaan dari kegiatan ini.

Hasil dan Pembahasan

Kampung gerabah merupakan kampung yang penduduknya secara masal memproduksi aneka macam jenis gerabah, mulai dari gerabah kebutuhan rumah tangga hingga gerabah hiasan interior rumah yang mempunyai nilai etestka tinggi.

Fenomena yang menarik sekarang ini banyak wisatawan yang ingin menikmati keleluasaan dalam berwisata dengan cara berinteraksi langsung dengan lingkungan dan masyarakat lokal. Perubahan inilah yang mendorong munculnya konsep pariwisata pedesaan hingga terlahirlah sebuah

konsep yaitu WISATA EDUKASI KAMPUNG GERABAH. Adapun produk yang dihasilkan antara lain sebagai berikut

Tabel 1. Produk unggulan Wisata Edukasi Kampung Grabah

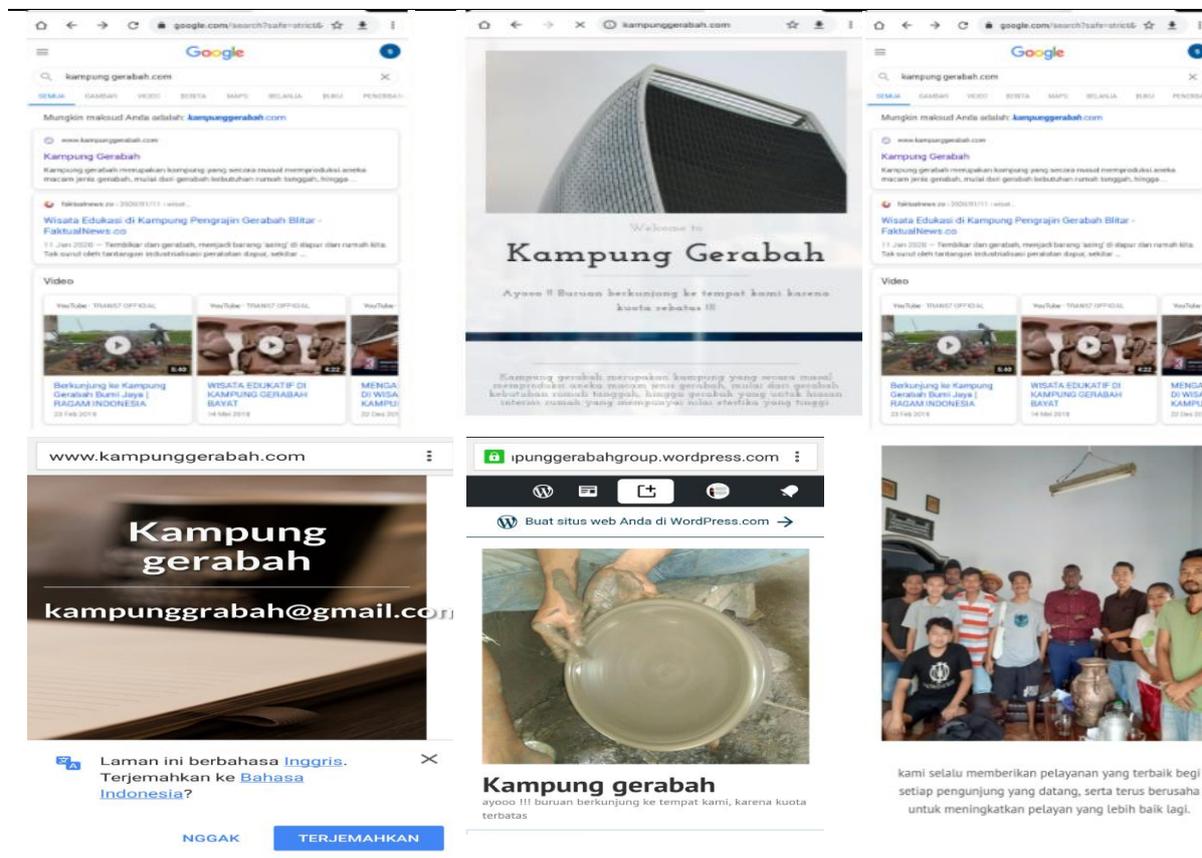
Kendi	Tong cuci tangan	Gelas
Laya	Kendi	Pot interior rumah
Cowek	Celengan	Penggorengan kopi
Vas atau pot bunga	teko	Perlengkapan ritual dan lain lain

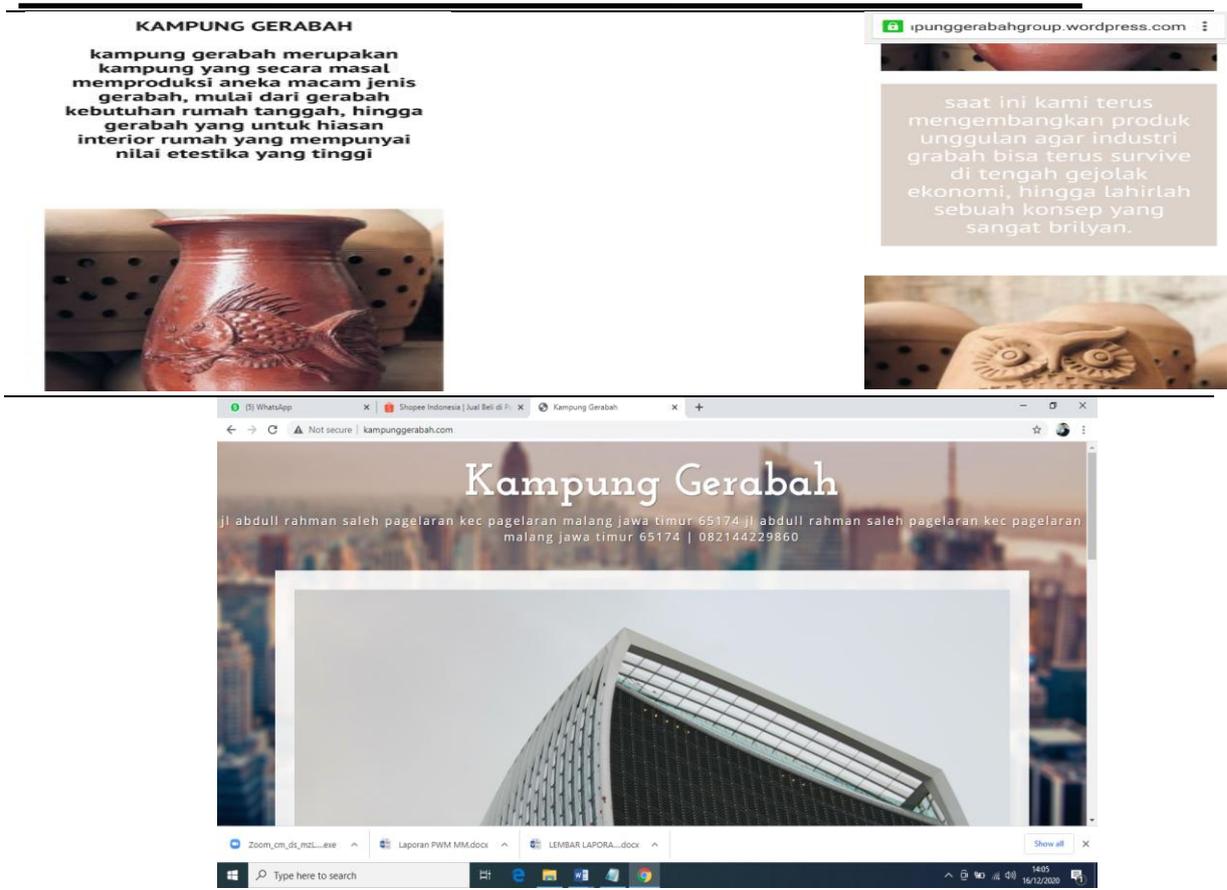
Wisata edukasi kampung gerabah menawarkan wisata edukasi yang tidak hanya berbicara tentang konsep saja, namun juga di ajarkan bagaimana cara dan proses pembuatan gerabah dan langsung praktek di tempat.

Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) ini terletak di Jl Abdul Rhman Saleh Pagelaran Kec Pagelaran. MALANG JAWA TIMUR 65174. Turunya jumlah pengunjung dirasakan oleh Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) Sangat minimnya pengunjung yang datang penyebabnya adalah minimnya promosi bahkan hamper di pastikan tidak ada kegiatan promosi yang signifikan sehingga, bila di biarkan secara terus menerus menerus maka Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) akan mengalami penurunan pendapatan dan terancam bangkrut adapun solusi yang ditawarkan untuk membantu keluar dari masalah ini adalah

1. Pembuatan Website

Tabel 2. Prmbuatan Website



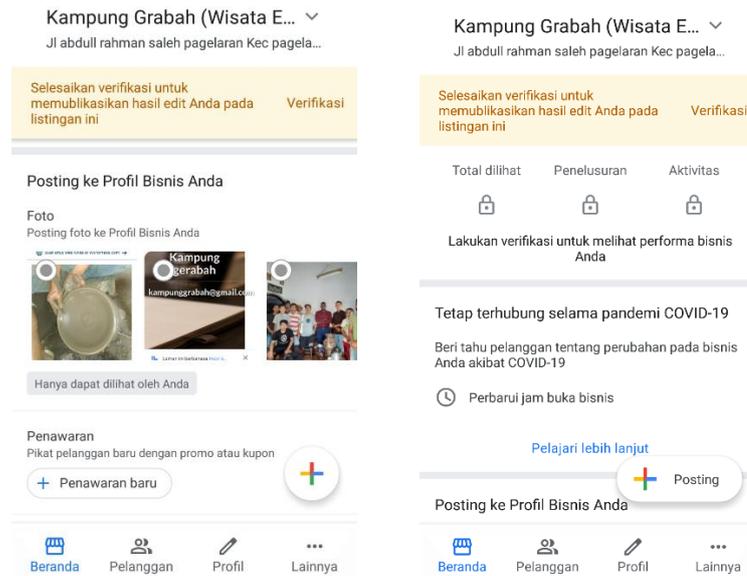


Pada minggu ke 7 dimulailah proses pembuatan Website pertama yaitu melakukan pembelian domain dan pembelian hosting pada perusahaan penyedia Web yaitu di WWW.Masterweb.com dengan alamat domain yang sudah disetujui yaitu <http://www.kampunggerabah.com/>. ini adalah merupakan investasi masa depan yang direncanakan karena domain ini belum dimiliki oleh Wisata Gerabah lain di manapun termasuk di dinoyo Malang, Blitar, bojonegoro dan lainnya, jadi apabila dituliskan dalam mesin pencari google kampung gerabah.com maka secara otomatis halaman akan di bawa menuju webseti kami

setelah pembelian domain dan hosting langsung melakukan pengeditan yang sesuai dengan keperluan oleh Wisata edukasi kampung gerabah pagelaran waktu melakukan pengeditan cukup lama yaitu kurang lebih 1 minggu, berikut tampilan website Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang)

2. Pembuatan Goggle Bisnis

Setelah minggu ke 8 sudah berlalu, pada minggu ke 9 kami melanjutkan program kerja kami yaitu berupa pembuatan account goggle bisnis ku, yang tujuan dari program ini adalah agar calon konsumen bisa mengetahui secara cepat dan tepat lokasi kampung wisata edukasi gerabah di pagelaran, melalui internet (goggle maps) ini sangat memudahkan calon konsumen atau calon pengunjung sebagai penunjuk arah agar calon konsumen tidak tersesat. Tahap ini sudah masuk tahap akhir, yaitu tahap verifikasi. Dan menunggu kode verifikasi dari goggle yang di kirim melalui Pos, dan butuh waktu cukup lama untuk kode verifikasi sampai.

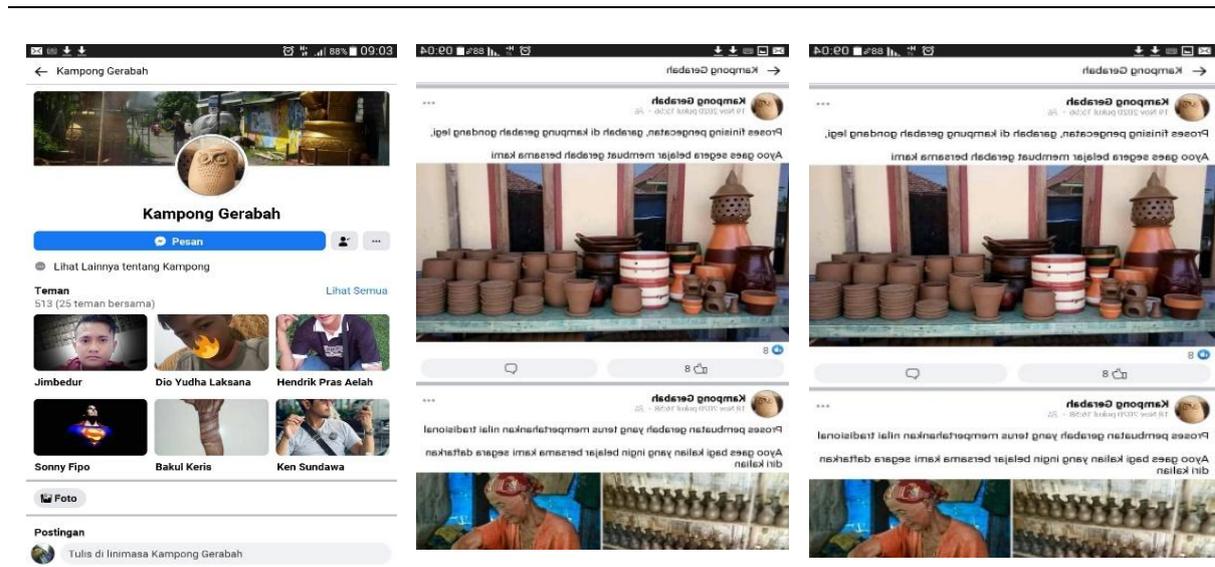


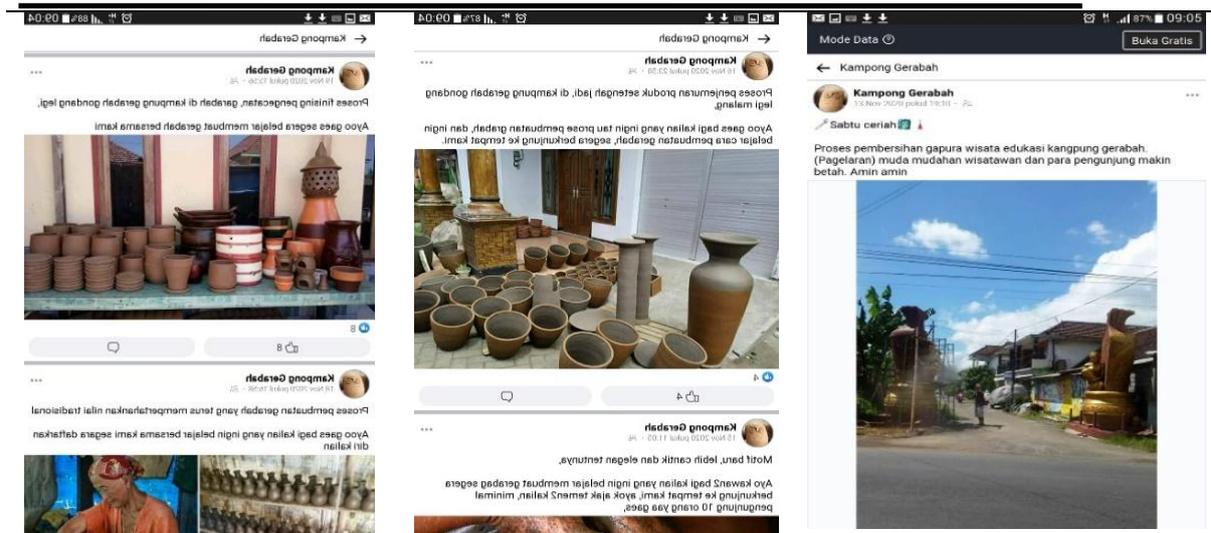
Gambar.3 Pembuatan Goggle Bisnis

3. Pembuatan account media sosial (Gmail Facebook, Instragram dll)

Memasuki minggu ke 12 kami mulai merealisasikan pendampingan pembuatan akun media soseial seprti sosial media Facebook, IG, Gmail twitter dan lain sebagainya. Namun untuk saat ini kami memaksimalkan dan focus dulu terhadap dua akun media social yaitu facebook dan gmail, dengan alasan bahwa pengguna media facebook adalah media sesial yang penggunya sangat besar di seluruh Indonesia bila di dibandingkan dengan mesia social lainnya, sehingga potensi yangakan kita dapatkan kertika menggunkan media facebook akan mempnyai dampak yang lebih baik dari media social lain, di samping itu media facebook juga mempunyai fitur yang beragam, seprti marketplace, merekomendasi kan teman, dan ada group – group dan masi banyak lagi

Tabel 3. Pembuatan Akun Media Sosial





Dalam kegiatan promosi melalui akun facebook kami menggunakan metode spamming, metode ini sudah cukup populer dalam marketing digital, yaitu kami melakukan pengajuan pertemanan sebanyak banyaknya setiap hari, dan kami selalu meng upload foto kegiatan setiap hari bahkan bisa dua kali dalam sehari, sehingga siapapun yang menjadi teman kami di facebook maka halaman berandanya akan di penuh oleh foto kami, dan membuat mereka jengkel. Nah ketika mereka sudah jengkel maka itu artinya kami sudah memasuki alam bawah sadar mereka.

Kesimpulan

Menurunya omset bila di biarkan secara terus menerus menerus maka usaha akan mengalami kebangkrutan. Pun demikian Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang) apabila mengalami penurunan omset akan terancam bangkrut Pemanfaatan media-media yang menjadi salah satu dari beberapa factor penunjang kesuksesan sebuah perusahaan dalam mempromosikan produknya adalah hal yang tepat dan harus sesuai dengan keadaan yang ada saat ini di era internet.

Pembuatan webseite, goggle bisnis, dan pemanfaatan media sosial diharap membawakan dampak yang signifikan terhadap peningkatn jumlah pengunjung pada Wisata Edukasi Kampung Gerabah (Pagelaran Malang).

Daftar Pustaka

Hikmawati, I., & Setiyabudi, R. (2021). Epidemiology of COVID-19 in Indonesia: common source and propagated source as a cause for outbreaks. *The Journal of Infection in Developing Countries*, 15(05), 646–652.

Kannan, P. K. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45.

Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.

Olivia, S., Gibson, J., & Nasrudin, R. an. (2020). Indonesia in the Time of Covid-19. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 56(2), 143–174.

Rachmadana, S. L., Putra, S. A. A., & Difinubun, Y. (2022). Dampak Artificial Intelligence Terhadap Perekonomian. *FAIR: Financial and Accounting Indonesian Research*, 2(2), 71–82.

Setiawan, N. A. (2014). Strategi promosi dalam pengembangan pariwisata lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2), 184–194.

- Silverman, R. M., & Patterson, K. (2021). *Qualitative research methods for community development*. Routledge.
- Supriyadi, S. (2020). Kebijakan Penanganan Covid-19 Dari Perspektif Hukum Profetik. *Suloh: Jurnal Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, 8(2), 91–109.
- Youniss, J., & Yates, M. (1997). *Community service and social responsibility in youth*. University of Chicago Press.
- Yulianto, I., Yulianeu, Y., Purwana, E. G., & Syaifuddin, T. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Counter Handphone Di Shiba Communication). *Journal of Management*, 3(3).