

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA EKOWISTA GIRI KERTHI

Ni Luh Asri Savitri^{1*}, Ni Wayan Yulianita Dewi², Made Arie Wahyuni³, Putu Eka Dianita
Marvillianti Dewi⁴, Gst.Ayu Ketut Rencana Sari Dewi⁵
Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha
*E-mail: asri.savitri@undiksha.ac.id

ABSTRACT

This community service program was conducted at Giri Kerthi Ecotourism, Pemuteran Village, with the aim of improving members' understanding and skills in utilizing digital marketing for tourism promotion. The main challenges faced were the lack of knowledge and the absence of digital platforms to expand marketing reach. The implementation method included initial observation, basic digital marketing training, digital content creation assistance, as well as monitoring and evaluation. The results show a significant increase in participants' understanding, from an average of 45% before the training to 80% after the training. Participants were able to produce creative content such as photos, short videos, and captions, which were uploaded to Giri Kerthi Ecotourism's official social media accounts and received positive responses. Therefore, this program has made a real contribution to enhancing competitiveness, image, and sustainability of ecotourism based on local wisdom.

Keywords: *Digital Marketing, Ecotourism, Local Wisdom, Training, Assistance*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Ekowisata Giri Kerthi, Desa Pemuteran, dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota dalam memanfaatkan digital marketing untuk promosi wisata. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dan belum adanya platform digital yang digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi awal, pelatihan dasar digital marketing, pendampingan pembuatan konten, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, dari rata-rata 45% sebelum pelatihan menjadi 80% setelah pelatihan. Peserta mampu membuat konten kreatif berupa foto, video pendek, dan caption yang kemudian diunggah ke media sosial resmi Ekowisata Giri Kerthi dan mendapat respons positif. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing, citra, serta keberlanjutan ekowisata berbasis kearifan lokal.

Kata kunci: *Digital Marketing, Ekowisata, Kearifan Lokal, Pelatihan, Pendampingan*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pembangunan berkelanjutan, terutama di daerah yang memiliki potensi wisata alam dan

budaya. Salah satu usaha perencanaan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia guna mencapai kesejahteraan bagi seluruh rakyat yaitu melalui pengelolaan industri pariwisata. Sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global yang dapat

menjadi pendorong utama perekonomian dunia pada abad ke-21 [1]. Sektor ini menjadi pemasukan alternatif untuk pendapatan daerah maupun negara, bahkan negara-negara maju sekalipun memanfaatkan pariwisata sebagai sumber devisa dengan memaksimalkan pembangunan pariwisata (Samsuri & Septalinda, 2022). Pengembangan pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal menjadi salah satu pendekatan yang dapat memperkuat daya saing destinasi wisata, sekaligus menjaga kelestarian lingkungan dan warisan budaya. Wisata dan rekreasi menjadi kebutuhan masyarakat yang akan selalu berkembang, baik wisata buatan maupun wisata alam tetap menjadi perhatian para wisatawan (Harefa, dkk, 2023). Selain itu potensi wisata lokal dengan pemberdayaan masyarakat juga menjadi perhatian pemerintah karena terbukti mampu memunculkan UMKM sehingga membantu perekonomian masyarakat sekitar wisata tersebut [4]

Di Indonesia, sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pembangunan berkelanjutan, terutama di daerah yang memiliki potensi wisata alam dan budaya. Salah satu usaha perencanaan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia guna mencapai kesejahteraan bagi seluruh rakyat yaitu melalui pengelolaan industri pariwisata. Sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global yang dapat menjadi pendorong utama perekonomian dunia pada abad ke-21 [1]. Sektor ini menjadi pemasukan alternatif untuk pendapatan daerah maupun negara, bahkan negara-negara maju sekalipun memanfaatkan pariwisata sebagai sumber devisa dengan memaksimalkan pembangunan pariwisata (Samsuri & Septalinda, 2022). Pengembangan pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal menjadi salah satu pendekatan yang dapat memperkuat daya saing destinasi wisata, sekaligus menjaga kelestarian lingkungan dan warisan budaya.

Wisata dan rekreasi menjadi kebutuhan masyarakat yang akan selalu berkembang, baik wisata buatan maupun wisata alam tetap menjadi perhatian para wisatawan (Harefa, dkk, 2023). Selain itu potensi wisata lokal dengan pemberdayaan masyarakat juga menjadi perhatian pemerintah karena terbukti mampu memunculkan UMKM sehingga membantu perekonomian masyarakat sekitar wisata tersebut [4]

Wisata berbasis kearifan lokal berakar pada prinsip bahwa masyarakat setempat memiliki peran utama dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata yang mengutamakan nilai-nilai budaya, tradisi, dan potensi lokal dalam rangka menciptakan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan ini memastikan bahwa sektor pariwisata tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian budaya dan ekosistem setempat. Salah satunya adalah wisata yang terdapat di Desa Pemuteran. Desa Pemuteran merupakan salah satu Desa Wisata yang terkenal akan terumbu karang yang cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan. Keindahan bawah laut Desa Pemuteran sangat memukau wisatawan yang membuat Desa Pemuteran memperoleh banyak penghargaan salah satunya adalah perikat juara kedua untuk kategori “Innovation in Non Governmental Organizations” di United National World Tourism Organization (UNWTO/Organisasi Pariwisata Dunia PBB) dengan program Coral Reef Reborn Pemuteran. Para wisatawan hanya mengenal Pemuteran sebagai wisata pantai, padahal wisata alam/hutan juga bisa digunakan sebagai destinasi pariwisata. Oleh karena itu, masyarakat setempat ingin mengembangkan wisata di daerah pegunungan atau kawasan hutan Desa Pemuteran sebagai alternatif wisata berbasis alam yang lebih sejuk, tenang, dengan nilai-nilai kearifan lokal.

Melihat potensi tersebut, masyarakat bersama aparat desa dan tokoh adat kemudian berinisiatif membentuk sebuah organisasi yang

berfokus pada pengelolaan dan pengembangan wisata alam secara berkelanjutan, yang kemudian diberi nama Ekowisata Giri Kerthi. Organisasi ini hadir sebagai wadah partisipatif masyarakat dalam mempromosikan potensi hutan dan pegunungan Desa Pemuteran sebagai destinasi ekowisata yang mengedepankan konservasi alam, pelestarian budaya, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Dengan semangat gotong royong, Ekowisata Giri Kerthi diharapkan mampu memperluas citra wisata Pemuteran, tidak hanya dikenal melalui keindahan lautnya, tetapi juga melalui kekayaan ekosistem pegunungan dan kearifan budaya yang dimiliki. Berdasarkan wawancara dan observasi yang kami lakukan, organisasi ini dibentuk pada awal Tahun 2024 yang diprakarsai oleh rasa kebersamaan dan keinginan bersama untuk memajukan pariwisata di wilayahnya yang nantinya akan berdampak secara tidak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Anggota kelompok dari organisasi ini berjumlah 100 orang, yang terdiri dari warga yang tinggal di daerah setempat. Modal awal yang dikeluarkan untuk mengelola ekowisata ini adalah senilai Rp. 150.000,- yang berasal dari iuran anggota. Modal awal ini digunakan untuk membuat suatu kegiatan yang bertajuk “Fun Hiking” dimana anggota menjual kupon untuk mencari modal serta memperkenalkan ekowisata ini ke masyarakat sekitar, sehingga terkumpul modal senilai Rp. 10.000.000,-. Hasil penjualan kupon ini digunakan untuk membiayai pembelian bahan untuk pembuatan jalan yang dikerjakan oleh anggota secara bergotong royong, tanpa diberikan imbalan/upah. Melihat antusias dan semangat warga, beberapa wisatawan yang berkunjung mulai melirik sehingga memberikan donasi untuk mengembangkan ekowisata ini. Sampai saat ini, sumber pendapatan rutin yang diperoleh berasal dari penjualan tiket tracking untuk wisatawan asing.



Gambar 1 : Pembuatan Jalan dan Jalur Tracking

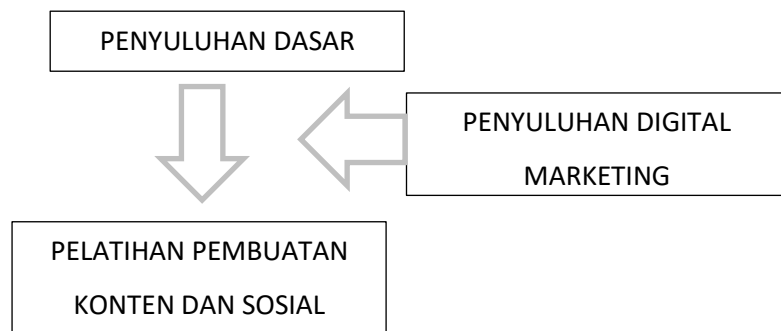
Tujuan terbentuknya ekowisata ini adalah untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan budaya lokal, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada masyarakat setempat. Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Munduk Udeng-Udengan oleh Ekowisata Giri Kerthi adalah bagaimana meningkatkan daya saing dan keberlanjutan melalui strategi yang tepat, termasuk pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Hal ini dikarenakan organisasi ini belum memiliki *platform digital* serta kurangnya pengetahuan anggota tentang marketing dan pengelolaannya. Selama ini pemasaran yang dilakukan oleh anggota hanya sebatas menyebarkan brosur dan bekerjasama dengan Hotel setempat, sehingga jangkauannya kurang luas.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang secara partisipatif, edukatif, dan aplikatif dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Adapun tahapan kegiatan meliputi:

1. Sosialisasi dan Persiapan Awal :
 - a) Koordinasi dengan pihak pengelola Ekowisata Giri Kerthi dan perangkat desa.
 - b) Survei awal untuk mengetahui kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta terkait digital marketing.

- c) Penyusunan modul pelatihan dan materi edukatif.
2. Pelatihan Digital Marketing Dasar
 - a) Pengenalan konsep digital marketing dan urgensinya dalam pengembangan ekowisata.
 - b) Materi mencakup SEO dasar, pemanfaatan media sosial, pembuatan konten, dan strategi promosi online.
 - c) Pelatihan disampaikan dalam bentuk presentasi, diskusi, dan studi kasus.
3. Pendampingan Pembuatan Konten Digital
 - a) Praktik langsung pembuatan konten visual (foto, video pendek, caption kreatif).
- b) Penggunaan alat bantu sederhana seperti Canva, CapCut, dan media sosial (Instagram, TikTok).
- c) Simulasi manajemen akun media sosial ekowisata.
4. Monitoring dan Evaluasi
 - a) Evaluasi pelaksanaan pelatihan dan efektivitas pendampingan.
 - b) Kuesioner dan wawancara untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta.
 - c) Dokumentasi hasil kegiatan dan rekomendasi tindak lanjut.



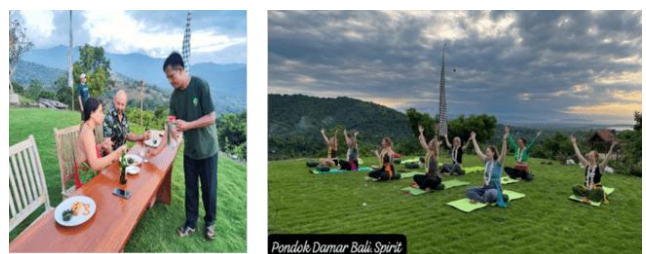
Gambar 2: Bagan Alur Kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi dan Persiapan Awal

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diawali dengan melakukan survey ke lokasi mitra yaitu Ekowisata Giri Kerthi, untuk mengetahui kegiatan bisnis yang telah dilakukan selama ini. Berdasarkan observasi yang kami lakukan, bisnis yang dijalankan oleh organisasi ini adalah usaha dibidang Hospitality. Kegiatan hospitality yang dimaksud adalah aktivitas tracking Munduk Udeng-Udangan, Aktivitas Village Tour, Sunset Dinner dan event-event komunitas. Ekowisata ini menyediakan tempat yang asri dan indah, dikelilingi oleh hutan hijau, udara yang sejuk, serta pemandangan alam pegunungan yang menenangkan. Keindahan tersebut menjadi daya tarik utama bagi

wisatawan yang ingin melepas penat dari hiruk-pikuk perkotaan. Selain itu, kawasan ini juga memiliki nilai budaya lokal yang masih terjaga, mulai dari adat istiadat, tradisi masyarakat, hingga cerita rakyat yang sering dikaitkan dengan kawasan hutan dan pegunungan.



Gambar 3 : Aktivitas Bisnis Ekowisata Giri Kerthi

Wisatawan yang berkunjung dapat menikmati suasana alami melalui aktivitas tracking, beristirahat di area peristirahatan sederhana yang dibangun secara gotong royong, hingga berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman rekreasi, tetapi juga edukasi mengenai pentingnya menjaga kelestarian alam dan menghargai kearifan lokal.

Setelah melihat dan meninjau kegiatan bisnisnya, pengabdian melihat kondisi pemasaran yang dilakukannya. Pemasaran yang dilakukan oleh organisasi ini masih kurang, hanya manual dengan menyebarkan brosur dan bekerjasama dengan pihak hotel yang ada di daerah pemuteran. Melihat kondisi tersebut kegiatan pengabdian ini penting dilakukan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pemasaran dibidang digital.

Tahap Pelatihan Digital Marketing Dasar

Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada tanggal 13 Juli 2025 yang bertempat di Ekowisata Munduk Udeng-Udengan, Desa Pemuteran Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng Bali, yang diikuti oleh peserta sebanyak 20 peserta. Pelatihan ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan peserta mengenai penggunaan media sosial sebagai alat promosi Ekowisata Munduk Udeng-Udengan. Sebelum pemberian materi, dilakukan terlebih dahulu evaluasi awal (pre-test) untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta mengenai penggunaan media sosial. Setelah melakukan evaluasi awal dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai konsep digital marketing, pentingnya branding, serta strategi promosi melalui media sosial. Materi juga mencakup pengenalan SEO dasar, manajemen akun media sosial, serta pemanfaatan Google Business Profile sebagai identitas digital ekowisata. Pemberian materi ini berlangsung selama 15 menit dan dilanjutkan dengan sesi diskusi selama 30 menit.



Gambar 4 : Pemberian Materi Oleh Anggota Pengabdian dan Sesi Diskusi

Tahap Pendampingan Pembuatan Konten Digital

Kegiatan ini diawali dengan pemaparan materi mengenai prinsip dasar pembuatan konten yang efektif, seperti pemilihan tema, sudut pengambilan gambar, pencahayaan, serta penggunaan bahasa promosi yang persuasif. Peserta juga diberikan contoh-contoh konten kreatif yang berhasil menarik minat wisatawan pada destinasi lain sebagai bahan pembelajaran.

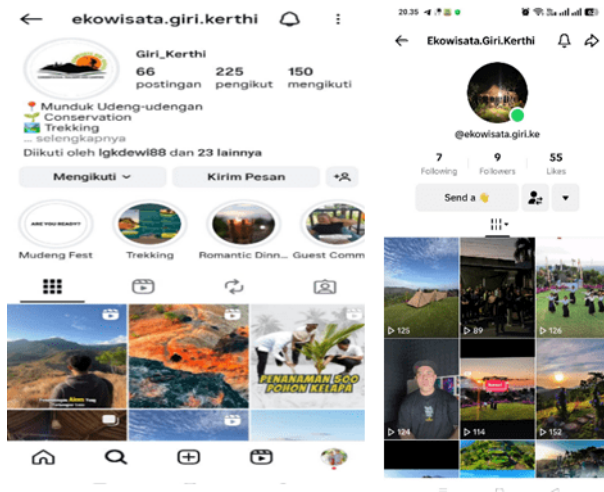
Setelah sesi materi, peserta diarahkan untuk melakukan praktik langsung di lapangan. Hasil foto dan video kemudian diedit menggunakan aplikasi sederhana CapCut, sehingga meskipun dengan keterbatasan peralatan, peserta tetap mampu menghasilkan konten visual yang menarik. Selain itu, peserta juga dilatih untuk menulis caption kreatif yang tidak hanya informatif, tetapi juga mengandung storytelling tentang keindahan alam dan kearifan lokal di desa. Langkah selanjutnya adalah praktik mengunggah konten ke media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok). Tim pengabdian menekankan pentingnya konsistensi dalam gaya visual, penggunaan tagar (#hashtag) yang relevan, serta interaksi dengan audiens melalui fitur komentar dan pesan langsung. Kegiatan ini berlangsung selama 45 menit dan diakhiri dengan pengerjaan post-test yang bertujuan untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta mengenai materi yang

telah disampaikan oleh Tim PKM yang kemudian dilakukan perbandingan rata-rata persentase dari nilai pre-test dengan nilai post-



test yang dilakukan oleh peserta.

Gambar 5 :Pendampingan Pembuatan Konten

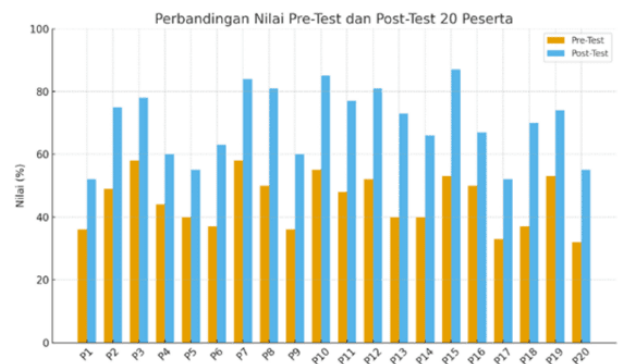


Gambar 6 : Tampilan Sosial Media Ekowisata Giri Kerthi

Monitoring dan Evaluasi

Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, diperlukan analisis tingkat pemahaman peserta untuk menilai sejauh mana kegiatan ini mencapai tujuannya. Nilai pre-test (sebelum pelatihan) dan post-test (sesudah pelatihan) menjadi acuan dalam mengukur keberhasilan kegiatan ini. Pertanyaan dalam tes mencakup

materi teori maupun praktik yang telah disampaikan selama pelatihan. Analisis hasil tersebut akan memperlihatkan perubahan pengetahuan peserta sebelum dan setelah mengikuti kegiatan. Jumlah soal pada kuesioner adalah 10 butir. Adapun hasil penilaian peserta terkait pelatihan pemanfaatan Digital Marketing dalam mempromosikan usahanya adalah sebagai berikut :



Gambar 7 : Grafik perbandingan pencapaian peserta pelatihan penggunaan media sosial sebagai alat promosi Ekowisata Giri Kerthi

Berdasarkan gambar 7 diatas, nilai rata-rata peserta sebelum pelatihan adalah 45%, menunjukkan pemahaman yang masih rendah terhadap digital marketing. Setelah pelatihan, nilai rata-rata meningkat menjadi 80%, menandakan pemahaman peserta semakin baik. Terjadi peningkatan rata-rata sebesar 35 poin (atau 35%), yang menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan digital marketing memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan peserta. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam membuat konten, tetapi juga memahami strategi bagaimana konten tersebut dapat digunakan untuk memperkuat citra ekowisata dan menarik perhatian wisatawan. Hasilnya, beberapa konten yang diproduksi peserta langsung diunggah ke akun resmi media sosial Ekowisata Giri Kerthi, dan mendapat respon positif dari pengikut baru.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan digital marketing pada Ekowisata Giri Kerthi terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pemahaman peserta dari 45% sebelum pelatihan menjadi 80% setelah pelatihan. Hal ini menegaskan bahwa program pengabdian mampu memperkuat kemampuan anggota dalam membuat konten digital, mengelola media sosial, serta menerapkan strategi promosi berbasis digital. Dengan demikian, kegiatan ini turut berkontribusi dalam meningkatkan daya saing dan citra Ekowisata Giri Kerthi sekaligus mendukung keberlanjutan pariwisata berbasis kearifan lokal.

Saran

Adaapun saran yang dapat diberikan pada kegiatan ini, antara lain :

1. Perlu dilakukan pendampingan lanjutan secara berkala agar keterampilan yang diperoleh terus berkembang sesuai dinamika kebutuhan pasar.
2. Ekowisata Giri Kerthi disarankan untuk memperkuat identitas digital melalui branding yang konsisten, baik dari sisi logo, tagline, maupun gaya visual.
3. Optimalisasi promosi dapat diperluas melalui pemanfaatan website resmi dan Google Business Profile sebagai media informasi dan pemasaran.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Wardani NWNS, Wesnawa IGA. Potensi Ekowisata Kampoenng Kepiting Di Desa Tuban, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung. *J Pendidik Geogr Undiksha* 2018;6:1–12. <https://doi.org/10.23887/jjg.v6i1.20678>.
- [2] PENDEKATAN SYARIAH KABUPATEN BANYUWANGI Samsuri D DI, Septalinda F. RIBHUNA : Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah MODEL STRATEGI PROMOSI PARIWISATA BERBASIS EKOWISATA n.d.
- [3] Meilinda Suriani Harefa , Muhammad Farouq Ghazali Matondang, Nurmala Berutu, Syahputra H. PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PROMOSI EKOWISATA MANGROVE DI DESA DOGANG KECAMATAN GEBANG KABUPATEN LANGKAT. *Semin Nas Pengabd Kpd Masy* 13 Sept 2023, *Semin Dalam Jar LPPM Univ Negeri Medan* 2023.
- [4] Misna M, Anna A, Theresia A, Malik L, Ilmu F, Universitas B. PKM Kelompok KUPS Bamboe Wanadesa dalam Mengelola Ekowisata Bamboe Wanadesa Berbasis Digital 2024;7:88–99.
- [5] Nur H, Abidin MI. Pengembangan digital marketing dan sumber daya manusia kreatif terhadap ekowisata Silowo Tuban 2024;8:3673–80.
- [6] Ida Bagus Koman Suarmaja, Ni Nyoman Yulianthini, Putu Dio Artha Pratama IM, Paradila. PENGOPTIMALISAN PEMASARAN DIGITAL PADA KELOMPOK USAHA KOPI TEDUH MEKORI DESA

**BELIMBING KECAMATAN
PUPUAN 2024;9:448–54.**

- [7] Asmin F. Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan (Dimulai dari Konsep Sederhana). Padang Asmin Publ 2018:1–69.
- [8] Nerkar A, Roberts PW. Technological and product-market experience and the success of new product introductions in the pharmaceutical industry. *Strateg Manag J* 2004;25:779–99. <https://doi.org/10.1002/smj.417>.
- [9] Leenders MAAM, Wierenga B. The effect of the marketing-R&D interface on new product performance: The critical role of resources and scope. *Int J Res Mark* 2008;25:56–68. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2007.09.006>.
- [10] Kotler P. The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *J Public Policy Mark* 2005;24:114–6. <https://doi.org/10.1509/jppm.24.1.114.63903>.
- [11] Zacharias N, Urban SE, Zacharias MI, Wycoff GL, Hall DM, Monet DG, et al. The Second US Naval Observatory CCD Astrograph Catalog (UCAC2). *Astron J* 2004;127:3043–59. <https://doi.org/10.1086/386353>.