



Article info : *Received*: April 2023 ; *Revised* : Mei 2023 ; *Accepted*: Juni 2023

Simulasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Promosi Wisata Kuliner di Desa Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat

Rosa Lesmana¹; Wiwik Hasbiyah²; Yuga Pratama³

¹⁻³Universitas Pamulang, Email: dosen01360@unpam.ac.id

Abstrak. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan Digital Marketing kepada umkm guna meningkatkan promosi wisata kuliner di desa Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat. Objek dalam kegiatan ini adalah umkm di desa Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat. Metode dalam kegiatan ini yaitu penyuluhan dan pemberian materi melalui ceramah dan simulasi melalui pelatihan digital marketing. Hasil dari kegiatan ini diharapkan warga desa Cihambulu, dapat meningkatkan promosi wisata kuliner melalui digital marketing sehingga mampu meningkatkan perekonomian.

Kata Kunci: Digital Marketing; Promosi; Wisata Kuliner

Abstract. The purpose of this activity is to provide Digital Marketing training to umkm to increase the promotion of culinary tourism in Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat. The objects of this activity are umkm in the village of Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat. The method used is teaching, lectures and digital marketing training simulations. The results of this activity are expected that the residents of Cihambulu can increase the promotion of culinary tourism through digital marketing so that they can improve the economy.

Keywords: Digital Marketing; Promotion; Culinary Tourism

PENDAHULUAN

Wisata kuliner seharusnya dapat menjadi kekuatan dan dapat meningkatkan kesejahteraan warga lokal (Prasetyo, 2018). Aspek kuliner memiliki peran yang sangat penting dan kuat dalam keberhasilan pembangunan satu tujuan, berkat kerjasama antara masakan lokal dengan budaya serta lingkungan dengan pemangku kepentingan seperti restoran, hotel, dan agen pariwisata (Papela A & O'Halloran, 2014). Aspek kuliner memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan pembangunan suatu tujuan wisata, berkat kerjasama antara masakan lokal dengan budaya dan lingkungan sekitarnya (Prasetyo, 2018).

Pengalaman wisata kuliner bisa dibangun dengan merancang suatu paket wisata yang memiliki isi edukatif, sehingga sangat berpengaruh untuk membentuk pengalaman perjalanan secara optimal (Wijayanti & Damanik, 2019). Dengan adanya wisata kuliner, hidangan atau makanan bukan lagi bertindak hanya sebagai penunjang dalam pariwisata, namun sudah menjadi suatu destinasi utama wisatawan datang melakukan kegiatan wisata (Kristiana et al., 2018) dalam (Brilliantia, Fathah, & Hadi R, 2022).

"Dunia digital dapat menjadi medium tanpa batas dalam memasarkan promosi pariwisata Indonesia, oleh karena itu diperlukan langkah yang baik untuk mengelolanya serta trik yang tepat sehingga informasi yang diinginkan dapat disampaikan dengan baik dan dapat mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan nyata ke Indonesia sehingga mendorong angka kunjungan wisatawan mancanegara.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Trip Advisor, bagaimana tren global dalam berwisata harus menjadi perhatian bagi para pelaku industri wisata di Indonesia. Pengalaman merupakan kata kunci dari apa yang diinginkan para wisatawan dalam perjalanan mereka. Mereka tertarik untuk melakukan eksplorasi, merasakan, dan bahkan melakukan bagaimana aktivitas serta kebudayaan lokal di daerah tersebut. Hal itu pula yang menjadi fokus TripAdvisor dalam menjaring ulasan-ulasan para wisatawan.

Pemasaran melalui media digital itu diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sesuai dengan target yakni 20 juta wisman pada tahun 2019. (Biro Hukum dan Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata)Pariwisata adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya, ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong oleh beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah (Gunn,2020). Pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang perlu diberi perhatian lebih agar dapat berkembang dengan baik.

Di samping itu, kepariwisataan digunakan sebagai padanan kata tourism dalam konteks kesisteman yang luas, mencakup keterkaitan antara pasar wisatawan, daerah tujuan wisata, dan upaya-upaya untuk menghubungkan antara wisatawan dengan destinasi, misalnya transportasi dan peran pemasaran dan promosi. Mc. Intosh, Goeldner dan Richie (1995) menyatakan bahwa kepariwisataan adalah "Akumulasi dari fenomena dan hubungan yang tumbuh dari interaksi wisatawan, pelaku bisnis, penyedia barang dan jasa, pemerintah dan masyarakat setempat dalam proses menarik dan menjadi tuan rumah bagi sejumlah wisatawan dan pengunjung lainnya". Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang tertera pada UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, di mana kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Desa Cihambulu memiliki potensi pariwisata kuliner yang belum menggunakan teknologi dalam pemasaran dan promosinya. Dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat teknologi tidak dapat dipisahkan dari dalam upaya peningkatan pendapatan dalam mengangkat kesejahteraan para pelaku usaha wisata kuliner. Penggunaan teknologi merupakan suatu keharusan.

Tercapainya kesejahteraan bagi masyarakat yang bergerak di sektor pariwisata adalah kondisi yang diharapkan dapat tercapai, dengan memaksimalkan strategi operasional yang handal, yang di-desain khusus untuk para pelaku usaha wisata kuliner di desa Cihambulu dan sekitarnya. Hal ini menjadi penting, karena percepatan teknologi yang bergerak sangat cepat, menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam memilih dan melakukan transaksi jual beli. Situasi inilah yang mendorong usaha harus mampu berbenah dan melakukan inovasi, untuk tidak hanya sekedar bertahan, tetapi juga mampu menikmati keuntungan finansial dari perubahan teknologi yang terjadi saat ini.

Penggunaan teknologi informasi adalah beraneka ragam. Setiap pulau yang ada di Indonesia memiliki potensi pariwisata yang menjadi destinasi wisatawan lokal maupun mancanegara.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini kali ini bertempat di sdesa Cihambulul, Pabuaran, Subang, Jawa Barat. Dalam pengabdian ini dilakukam kegiatan survey, wawancara lalu memberikan penyuluhan, ceramah] an simulasi digital marketing guna meningkatkan promosi wisata kuliner di desa Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat. Durasi kegiatan selama 3 hari.

Adapun tahap -tahap melaksanakan kegiatan sebagai berikut:
Persiapan pelaksanaan kegiatan tim melakukan obeservasi dan survei awal terhadap objek pengabdian yaitu beberapa usaha kecil dan menengah yang mendukung wisata kuliner di desa Cihambulu kecamatan Pabuaran kota Subang Jawa Barat. Setelah kegiatan ini tim mendapatkan masukan masukan dan informasi mengenai objek pengabdian dan kemudian menjadi dasar bagi tim untuk menentukan lokasi pelaksanaan pengabdian. Berikutnya tim melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat antara lain, masyarakat desa Cihambulu, pengusaha kuliner dan aparat desa.

Selanjutnya tim melakukan pembagian tugas, koordinasi internal, penjadwalan kagiatan serta sosialisasi program.

Tahap pelaksanaan yang dilakukan meliputi : Penyampaian tujuan dan penyampaian materi serta simulasi digital marketing dalam meningkatkan promosi wisata kuliner. Selanjutnya pelatihan dan praktek guna mengimplementasikan digital marketiing guna nmeingkatkan promosi wisata kuliner di desa Cihambulu, . Pabuaran, Subang, Jawa Barat. Langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan/pendampingan pada pengusaha umkm kuliner untuk menerpatkan promosi melalui digital marketing.

Selanjutnya masuk ke tahap evaluasi, tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus Umumnya pada Masyarakat Desa Cihambulu Kecamatan Pabuaran Kota Subang Jawa Barat Khususnya pada pemuda pemudi generasi bangsa Di desa Cihambulu Kota Subang Jawa Barat.

HASIL DAN DISKUSI

Bahwa pengusaha wisata kuliner di desa Cihambulu khususnya umkm atau pengusaha kuliner adalah ibu rumah tangga wajib melek teknologi dalam mempromosikan dan memasarkan produknya, sehingga dapat meningkatkan promosi yang berujung pada peningkatan perekonomian.

Memberikan tambahan pengetahuan digital marketing dalam meningkatkan promosi, berupa pengetahuan tambahan misal bagaimana berpromosi melalui digital marketing, berkomunikasi dengan konsumen, mempromosikan produk melalui website atau internet, serta media sosial sehingga wisata kuliner dapat dijangkau oleh para wisatawan dari berbagai daerah

Memberikan motivasi kepada para pengusaha wisata kuliner agar dapat terus berinovasi melalui digitalisasi dalam berbagai kegiatan usahanya misal: pembayaran dapat menggunakan QRIS, order dapat melalui platform atau aplikasi atau berpromosi melalui berbagai e-commerce sehingga memiliki jangkauan yang luas dan diikuti dengan inovasi produk dan sebagainya.



Gambar 1. Foto bersama peserta PKM



Gambar 2 Penyampaian Materi



Gambar 3 Penyerahan Bingkisan

KESIMPULAN

Kesimpulannya bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan lancar serta mendapatkan sambutan yang baik dan antusias dari baik dari pengusaha umkm wisata kuliner maupun aparat desa. Karena kegiatan ini sangat positif.

Pelaku usaha kuliner di desa Cihambulu, Pabuaran, Subang mendapatkan tambahan ilmu digital marketing guna mempromosikan usahanya, meperluas jangkauan pasarnya, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan.

Harapan dari kegiatan ini adalah agar bertambahnya pengetahuan pengusaha umkm wisata kuliner di desa Cihambulu mengenai bagaimana cara berpromosi melalui digital marketing.

Sehingga usaha mereka terus berkembang dan memperluas jangkauan dengan harapan semakin meningkat promosi semakin luas pasar dan semakin meningkat perekonomian bagi desa Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat.

Saran bagi rekan – rekan dosen dan perguruan tinggi agar dapat terus melaksanakan kegiatan ini karena kegiatan ini sangat baik dan penting bagi warga masyarakat luas. Kemudian disarankan kepada rekan – rekan dosen yang akan melaksanakan pengabdian di desa Cihambulu, Subang, Jawa Barat selanjutnya agar dapat memberikan materi – materi yang lainnya yang dibutuhkan oleh warga desa, sehingga tercipta desa yang mandiri dan sejahtera.

Saran materi antara lain: manajemen pengelolaan sarana dan prasarana desa untuk peningkatan perekonomian warga, pemanfaatan lahan pekarangan untuk peternakan dan kolam ikan untuk kemandirian pangan warga desa. Atau pemanfaatan limbah rumah tangga untuk tambahan pendapatan dan lain – lain.

Ucapan terima kasih kepada : Kepala Desa Cihambulu, Pabuaran Subang, Jawa Barat. Rekan – rekan dosen, dan seluruh warga desa Cihambulu, Pabuaran, Subang, Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. The most beautiful country in the world-as voted by you. [online].(<https://www.roughguides.com/gallery/most-beautiful-country-in-the-world/>). Diakses tanggal 05 Oktober 2017).
- Badan Pusat Statistik. (2022).
- BPS. 2021. Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Angka 2021. Mataram. CV.Maharani.
- Damanik, J., 2013. Social and Cultural Dimensions of Ecotourism Development in Small Island dalam Ecotourism Destinations in Archipelago Countries. Editor Baiquni,M., Janianton D dan Erda Rindarsih.Penerbit Gadjah Mada University Press.
- Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? Tourism Management Perspectives, 14, 3–16.
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. Finance & Economics Review, 2(2), 13-26.
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. International Journal of Artificial Intelligence Research, 6(1).
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach.

- HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings), 2(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Tumanggor, M. (2020). Pelatihan Manajemen dalam Meningkatkan Motivasi Siswa dan Guru SDN 84 Rejang Lebong. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hasbiyah, W., Tumanggor, M., & Susanto, S. (2019). Manajemen Alokasi Dana Desa dalam Upaya dan Strategi Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sunardi, N., Kartono, K., Rudy, R., & Sumiaty, R. Y. (2020). Implementasi Manajemen dalam Meningkatkan Minat Baca Warga Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Lesmana, R., Widodo, A. S., & Sunardi, N. (2020). The Formation of Customer Loyalty From Brand Awareness and Perceived Quality through Brand Equity of Xiaomi Smartphone
- Nardi Sunardi Et Al (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance, *International Journal of Economics and Business Administration* Volume VIII Issue 4, 204-213
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., & Sunardi, N. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 67-77.
- Robinson, Pearce. (2001). *Strategic Management : Formulation, Implementation and Control*. Seventh edition. McGraw. Hill Book International.
- Ros. 2017. Lombok kembali raih tiga juara dalam ajang "World Halal Tourism Awards 2016". [online].(<http://www.suarantb.com/news/2016/12/08/16667/lombok.kembali.raih.tiga.juara.dala.m.ajang.world.halal.tourism.awards.2016>). diakses pada tanggal 06 Oktober 2017.
- Rudy, R., Sunardi, N., Kartono, K., Sudarso, A. P., & Lutfy, A. M. (2019). Pengelolaan Keuangan Masyarakat untuk Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1)
- Sarwani, S., Sudaryana, Y., Sunardi, N., Hamsinah, H., & Nufus, K. (2019). Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Akar Wangi "USAR "Sentra Industri Akar Wangi di Kabupaten Garut, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Sarwani, S., Sunardi, N., AM, E. N., Marjohan, M., & Hamsinah, H. (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Subhani, A. (2010). Potensi obyek wisata pantai di kabupaten Lombok Timur tahun 2010 (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).

- Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Walters, R.D.M., Samways, M.J., 2001. Sustainable dive ecotourism on a South African coral reef. *Biodiversity Conservation*, 10 (12) 2167-2179