

Pelatihan *Digital Marketing* Bagi Para Pengelola Desa Wisata Saung Ciburial

Iis Zilfah Adnan, Novie Susanti Suseno, Raden Ismira Febrina*, Winda Wulandari,
Nada Awaliah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia

*Corresponding author, email: ismirafebrina@uniga.ac.id

Diterima: 16 November 2023, Direvisi: 28 Desember 2023, Terbit: 31 Desember 2023

Abstract

Indonesia, a country rich in natural resources, perceives tourism as a major driver of its economy. This study focuses on the dynamic landscape of Indonesian tourism, particularly the shift towards alternative forms, notably village tourism. Sukalaksana Village in Garut Regency, West Java, stands out for the success of its Saung Ciburial Tourism Village managed by the Village-Owned Enterprises (BUMDes). Capitalizing on its natural and cultural assets, the village has made a positive impact on the local economy. To sustain and enhance this success, Universitas Garut initiated a Digital Marketing Training program for the managers of Saung Ciburial Tourism Village. This capacity-building initiative covers social media usage, digital content creation, and online marketing strategies to increase tourism awareness and empower the local community. The methodology involves initial observations, needs identification, material preparation, a workshop, field practices, direct discussions, and reflective evaluation. Participant feedback indicates a significant improvement in digital marketing understanding and increased confidence in managing the village's digital presence. In conclusion, the training positively impacts the knowledge and skills of village tourism managers. To extend this impact, the study recommends expanding similar training to other villages, tailoring modules to specific contexts, and involving external experts for practical insights, ensuring sustained success for Saung Ciburial Tourism Village and similar communities.

Keywords: *Tourism development; village empowerment; digital marketing; community engagement; sustainable local economy.*

Abstrak

Indonesia, negara yang kaya akan sumber daya alam, memandang pariwisata sebagai penggerak perekonomian utama. Studi ini berfokus pada lanskap pariwisata Indonesia yang terus berkembang, dengan menekankan pergeseran ke arah bentuk-bentuk alternatif, khususnya wisata desa. Desa Sukalaksana di Kabupaten Garut, Jawa Barat, menonjol karena keberhasilan Desa Wisata Saung Ciburial yang dikelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Dengan memanfaatkan aset alam dan budaya yang dimilikinya, desa ini telah memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan tersebut, Universitas Garut menginisiasi program Pelatihan *Digital Marketing* bagi para pengelola Desa Wisata Saung Ciburial. Inisiatif peningkatan kapasitas ini mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten *digital*, dan strategi pemasaran *online*, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pariwisata dan memberdayakan komunitas lokal. Metode yang digunakan meliputi observasi awal, identifikasi

kebutuhan, penyiapan materi, kegiatan pelatihan, praktik lapangan, diskusi langsung, dan evaluasi reflektif. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peningkatan yang signifikan dalam pemahaman pemasaran digital dan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola kehadiran digital desa. Kesimpulannya, pelatihan berpengaruh positif terhadap pengetahuan dan keterampilan pengelola wisata desa. Untuk memperluas dampak ini, studi ini merekomendasikan perluasan pelatihan serupa ke desa-desa lain, menyesuaikan modul dengan konteks tertentu, dan melibatkan pakar eksternal untuk mendapatkan wawasan praktis, sehingga memastikan keberhasilan berkelanjutan bagi Desa Wisata Saung Ciburial dan komunitas serupa.

Kata-kata kunci: Pengembangan pariwisata; pemberdayaan desa; *digital marketing*; keterlibatan masyarakat; ekonomi lokal berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan sumber daya alam di berbagai daerah. Potensi sumber daya alam bisa dijadikan sebagai salah satu aktivitas yang dapat menghasilkan sumber penghasilan bagi negara melalui sektor pariwisata (Suta & Mahagangga, 2018). Perkembangan pariwisata di Indonesia pada saat ini menunjukkan adanya kecenderungan pergeseran bentuk pariwisata menjadi pariwisata alternatif. Alternatif pariwisata didasarkan kepada pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat lokal, salah satu bentuknya adalah desa wisata. Pengembangan desa wisata didasarkan kepada penggalian potensi sumber daya yang ada di desa beserta pemberdayaan masyarakat lokal, dengan memanfaatkan sumber daya manusia sebagai pengelola potensi alam tersebut.

Desa Wisata mengacu pada pengembangan kawasan pedesaan, yang pada dasarnya tidak mengubah desa yang sudah ada, namun memanfaatkan kemampuan elemen desa yang ada untuk mengembangkan potensi desa yang ada. Unsur ini diintegrasikan ke dalam rangkaian kegiatan pariwisata sebagai atribut produk wisata skala kecil, yang dapat menyediakan dan memenuhi kebutuhan perjalanan rangkaian wisatawan dari daya tarik dan fasilitas pendukungnya (Nyoman et al., 2023). Desa wisata menurut Peraturan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata adalah suatu kesatuan antara penginapan, atraksi, sarana dan prasarana pendukung wisata yang disajikan dalam suatu tatanan kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tradisi. Desa wisata adalah lokasi pedesaan yang memiliki daya tarik khusus yang dapat digunakan sebagai tujuan wisata (Bangsawan et al., 2021).

Pengembangan desa wisata berbasis pengembangan potensi alam, pertanian, sosial dan budaya lokal menjadi salah satu alternatif pengembangan potensi

masyarakat berbasis pariwisata. Dampak positifnya yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan ekonomi masyarakat ialah diantaranya dapat menciptakan peluang kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, meningkatkan kesempatan berusaha, meningkatkan pendapatan daerah dan lain sebagainya (2021:80) (Herdiana, 2019). Oleh karena itu, pengembangan desa wisata dapat mengikutsertakan peran dan partisipasi masyarakat sekitar, dengan mendorong berpartisipasi dalam mengembangkan potensi desa yang dimiliki, baik itu potensi sumber daya alam maupun potensi sumber daya manusia (Ardianti & Deby Febriyan Eprilianto, 2020).

Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang potensial di bidang pariwisata. Kabupaten Garut memiliki banyak potensi, seperti potensi wisata, budaya, sejarah dan atraksi berbasis pedesaan. Salah satu desa yang memiliki desa wisata yang sudah diakui oleh pemerintah kabupaten Garut adalah Desa Sukalaksana. Desa Sukalaksana masih memiliki suasana yang nyaman, sejuk dan kaya akan air juga lahan pertanian, oleh karena itu dikelola menjadi program-program unggulan seperti pengelolaan air bersih, Desa Wisata, Budidaya Teh Kewer dan juga Kopi Akar Wangi. Lahan pertaniannya pun potensial, seperti produksi sawi mencapai 40 ton per hari (Utami et al., 2021).

Desa Sukalaksana memiliki BUMDes yang bergerak di sektor wisata, yaitu Desa Wisata Saung Ciburial. Desa wisata ini mulai beroperasi pada 2010. Desa Wisata Saung Ciburial menjadi salah satu yang berhasil dalam mengembangkan potensi desa dan menyejahterakan masyarakat setempat.

Desa Wisata Saung Ciburial merupakan salah satu desa wisata yang berhasil dalam mengembangkan potensi desa dan menyejahterakan Masyarakat setempat. Kelestarian alam dan sosial budaya masyarakatnya menjadi daya tarik bagi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke desa wisata saung ciburial ini.

Oleh karena itu, untuk menunjang pengembangan desa wisata khususnya Desa Wisata Saung Ciburial dibutuhkanlah pendampingan melalui perguruan tinggi. Berdasarkan hal tersebut Universitas Garut melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui kegiatan Pelatihan *Digital Marketing* Bagi Pengelola Desa Wisata Saung Ciburial Tahun 2023 memiliki tujuan, yaitu meningkatkan gerakan sadar wisata dengan melakukan pelatihan mencakup penggunaan media sosial,

pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran online.

BAHAN DAN METODE

Pelatihan menjadi pondasi penting bagi perkembangan setiap organisasi atau lembaga, memastikan adaptasi yang efektif terhadap perubahan lingkungan kerja (Hariyati et al., 2023). Dalam konteks penyelenggaraan pelatihan *digital marketing* bagi pengelola Desa Wisata Saung Ciburial, Kabupaten Garut, perangkat yang terlibat mencakup komputer, proyektor, materi presentasi, panduan pelatihan, dan formulir umpan balik peserta. Proses pelatihan terdiri dari observasi langsung selama tiga kunjungan sebelumnya untuk memahami konteks dan kebutuhan, dan *workshop* intensif pada tanggal 2 November 2023. Umpan balik peserta diterima secara langsung melalui obrolan setelah acara berakhir.

1. Tahapan Penyelesaian Masalah :

a. Observasi Awal

Pertama, tim pengabdian melakukan observasi awal dengan melakukan tiga kunjungan langsung ke Desa Wisata Saung Ciburial. Observasi adalah kegiatan ilmiah empiris yang didasarkan pada fakta dan teks hidup, dialami melalui panca indera, tanpa menggunakan manipulasi apapun. Tujuan observasi adalah untuk mendeskripsikan, dalam penelitian kualitatif menghasilkan teori dan hipotesis, atau dalam penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori dan hipotesis (Karmila & Ardan, 2022). Pada kunjungan pertama, fokus diberikan pada pemahaman struktur dan dinamika desa, termasuk survei area desa dan interaksi dengan pengelola desa. Pada kunjungan kedua, tim lebih menitikberatkan pada identifikasi kegiatan ekonomi lokal dan pelibatan masyarakat dalam upaya pemasaran. Diskusi dengan pengusaha lokal dan komunitas dilakukan untuk memahami strategi pemasaran yang sudah ada. Kunjungan ketiga difokuskan pada pengumpulan data lebih lanjut dan validasi temuan sebelumnya, serta membangun hubungan yang kuat dengan komunitas.

Hasil observasi ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan mendesak dan area prioritas yang perlu dicakup dalam materi pelatihan. Informasi yang diperoleh membantu merancang pendekatan terpersonal dan kontekstual sesuai dengan kondisi Desa Wisata Saung Ciburial. Dengan demikian, tahapan observasi awal memberikan landasan yang kuat untuk merinci masalah dan

merancang solusi yang relevan dalam konteks pengabdian kepada masyarakat (Hasanah, 2017).

b. Identifikasi Kebutuhan dan Penyusunan Materi

Setelah menyelesaikan observasi awal, langkah berikutnya adalah melakukan identifikasi kebutuhan yang mendalam berdasarkan temuan yang diperoleh. Tim pengabdian menganalisis data dan hasil observasi untuk mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan dalam konteks pemasaran digital di Desa Wisata Saung Ciburial. Hal ini mencakup memahami tantangan yang dihadapi oleh pengelola desa wisata, mengevaluasi potensi lokal yang dapat ditingkatkan, dan mengidentifikasi peluang pemasaran yang belum tergali sepenuhnya.

Dari hasil identifikasi kebutuhan, tim kemudian menyusun materi pelatihan yang terstruktur dan relevan. Materi pelatihan dirancang untuk mencakup konsep-konsep dasar *digital marketing*, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten *digital*, dan strategi pemasaran *online* yang dapat diadaptasi secara spesifik untuk konteks Desa Wisata Saung Ciburial. Selain itu, strategi *branding* juga menjadi fokus utama, dengan penekanan pada pengembangan citra desa wisata agar lebih menarik bagi wisatawan potensial.

Pembuatan materi pelatihan ini melibatkan kolaborasi erat antara tim pengabdian dan pengelola desa wisata untuk memastikan bahwa setiap bagian materi mencerminkan kebutuhan dan harapan masyarakat setempat. Dengan cara ini, penyusunan materi pelatihan tidak hanya bersifat informatif tetapi juga responsif terhadap kondisi spesifik Desa Wisata Saung Ciburial. Pelaksanaan Workshop : Mengadakan workshop intensif pada tanggal 2 November 2023, dengan fokus pada presentasi materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan praktik langsung.

c. Kegiatan Pelatihan dan Praktek Lapangan

Pada tahap ini, pelatihan tidak hanya memberikan teori, tetapi juga menawarkan pengalaman praktik lapangan kepada peserta. Melalui sesi praktik lapangan, peserta diberi kesempatan nyata untuk menerapkan konsep *digital marketing* yang telah dipelajari dalam konteks kegiatan branding Desa Wisata Saung Ciburial. Praktik ini tidak hanya memperdalam pemahaman peserta, tetapi juga memungkinkan mereka untuk menghadapi tantangan dunia nyata yang mungkin mereka hadapi dalam pengelolaan desa wisata.

Setelah rangkaian praktik lapangan selesai, dilanjutkan dengan sesi obrolan langsung. Obrolan ini menjadi platform yang sangat berharga untuk mendapatkan umpan balik langsung dari peserta terkait pengalaman praktik, hambatan yang dihadapi, dan potensi perbaikan. Diskusi ini juga memfasilitasi pertukaran gagasan antara peserta dan penyelenggara, menciptakan ruang untuk refleksi bersama dan memperkaya pemahaman masing-masing individu tentang penerapan konsep *digital marketing* dalam konteks desa wisata. Dengan kombinasi praktik lapangan dan obrolan langsung, pelatihan ini tidak hanya mengajarkan konsep, tetapi juga mendorong penerapan nyata dalam rangka meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola dan memasarkan Desa Wisata Saung Ciburial secara efektif.

d. Evaluasi Reflektif

Melibatkan evaluasi reflektif melalui diskusi langsung, memungkinkan peserta dan penyelenggara berbagi pengalaman dan memahami perubahan yang dihasilkan.

2. Jenis Pengabdian kepada Masyarakat

Pelatihan ini diterapkan dengan pendekatan kapasitas yang komprehensif, bertujuan untuk memberdayakan pengelola Desa Wisata Saung Ciburial dengan pengetahuan dan keterampilan dalam ranah *digital marketing*. Pendekatan kapasitas ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga memusatkan perhatian pada pengembangan kapabilitas dan potensi masyarakat setempat. Dengan menggunakan pendekatan ini akan sangat membantu dalam meningkatkan penyerapan pariwisata (Hekmatyar, 2021). Melalui peningkatan pemahaman *digital marketing*, peserta pelatihan diharapkan dapat mengelola dan mempromosikan Desa Wisata Saung Ciburial secara lebih efektif di dunia *digital*.

Selain itu, pengabdian ini tidak hanya mengutamakan transfer pengetahuan, tetapi juga berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Peserta didorong untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan sumber daya lokal, memanfaatkan kreativitas dalam penerapan strategi branding, dan meningkatkan kerjasama antar-pelaku desa. Dengan demikian, jenis pengabdian ini tidak hanya berfokus pada pengenalan konsep *digital marketing*, tetapi juga pada pembangunan kapasitas yang memungkinkan pengelola Desa Wisata Saung Ciburial untuk beradaptasi dengan dinamika pasar dan memperkuat daya saing desa dalam sektor pariwisata. Pendekatan kapasitas ini dirancang untuk

menciptakan dampak jangka panjang dan memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan berkelanjutan Desa Wisata Saung Ciburial di Kabupaten Garut.

3. Lokasi dan Waktu

Kegiatan pelatihan dan observasi dilaksanakan di Desa Wisata Saung Ciburial, Kabupaten Garut. Workshop intensif dijadwalkan pada tanggal 2 November 2023, dengan umpan balik peserta diterima melalui obrolan langsung setelah acara.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan elemen kunci dalam memastikan keberhasilan dan relevansi pelatihan. Tim pengabdian menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang menyeluruh untuk mendapatkan wawasan yang komprehensif tentang kebutuhan dan dampak pelatihan *digital marketing* di Desa Wisata Saung Ciburial.

Observasi langsung sebelum pelatihan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang dinamika harian dan tantangan yang dihadapi oleh pengelola desa wisata (Junaid, 2023). Tim secara aktif terlibat dalam interaksi dengan komunitas, mendokumentasikan proses pemasaran yang sudah ada, dan mencatat area di mana penguatan diperlukan. Observasi ini juga memungkinkan tim untuk merinci aspek-aspek yang mungkin tidak dapat diakses melalui metode pengumpulan data lainnya.

Umpan balik peserta menjadi bagian penting dari evaluasi pelatihan. Setelah acara selesai, obrolan langsung dengan peserta dilakukan untuk mendapatkan tanggapan langsung mereka terhadap materi pelatihan, pendekatan pengajaran, dan manfaat yang diperoleh. Hal ini memberikan wawasan berharga tentang efektivitas pelatihan dan memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman pribadi mereka, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi untuk penyempurnaan ke depannya.

Dalam upaya mendapatkan perspektif holistik, pengumpulan data juga melibatkan dokumentasi visual seperti foto dan video selama kunjungan ke Desa Wisata Saung Ciburial. Hal ini membantu dalam menciptakan rekam jejak visual yang dapat digunakan untuk memvisualisasikan perubahan dan perkembangan seiring waktu, serta memperkuat temuan yang diperoleh melalui metode observasi dan umpan balik peserta.

Melalui kombinasi teknik pengumpulan data ini, tim pengabdian dapat memastikan bahwa informasi yang diperoleh bersifat komprehensif, akurat, dan relevan dengan konteks lokal Desa Wisata Saung Ciburial. Data yang terkumpul akan menjadi dasar utama untuk perencanaan, penyusunan materi pelatihan, dan evaluasi keseluruhan dari pengabdian kepada masyarakat ini.

5. Alat dan Bahan:

- a. Proyektor untuk presentasi materi.
- b. Komputer untuk demonstrasi praktik *digital marketing*.
- c. Modul pelatihan dan panduan peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan *digital marketing* bagi pengelola Desa Wisata Saung Ciburial, Kabupaten Garut, menghasilkan dampak positif yang dapat diukur secara kualitatif dan kuantitatif. Dalam pembahasan ini, akan diuraikan hasil pelaksanaan kegiatan dan dampak yang diperoleh setelah kegiatan selesai, serta penjelasan mengenai hasil pengabdian sejenis.

Pelaksanaan Kegiatan:

Digital marketing adalah pemasaran atau promosi suatu merek, *brand* produk atau layanan melalui media dan teknologi *digital* dengan tujuan dapat menjangkau khlayak luas dengan efektif dan efisien (Ramdhani & Ririt Iriani Sri, 2022). Pelatihan *digital marketing*, yang dilaksanakan pada tanggal 2 November 2023 merupakan sesi intensif yang melibatkan partisipasi aktif dari 20 peserta, yang sekaligus adalah pengelola Desa Wisata Saung Ciburial. Sebelum pelatihan dimulai, tahapan awal dilakukan dalam bentuk observasi langsung selama tiga kunjungan sebelumnya. Observasi ini bukan hanya sekadar langkah rutin, melainkan menjadi fondasi kunci untuk memahami secara mendalam konteks dan kebutuhan yang spesifik dari Desa Wisata Saung Ciburial.

Proses observasi membuka peluang bagi tim pengabdian untuk secara langsung terlibat dalam kehidupan sehari-hari dan dinamika desa wisata. Ini termasuk dokumentasi proses pemasaran yang telah ada, identifikasi potensi perbaikan, dan pencatatan tantangan yang dihadapi oleh pengelola. Dengan demikian, observasi ini menjadi langkah krusial untuk mengarahkan

penyelenggaraan pelatihan ke arah yang paling relevan dan efektif sesuai dengan kebutuhan aktual desa wisata (Muhammad et al., 2021).

Materi pelatihan dirancang secara komprehensif, mencakup konsep-konsep terkini dalam *digital marketing*, strategi branding, dan pengaplikasiannya secara praktis dalam konteks desa wisata. Setiap sesi pelatihan tidak hanya menjadi penyampaian informasi, tetapi juga sebuah forum untuk berdiskusi, bertukar ide, dan merancang strategi bersama. Keaktifan peserta didorong melalui sesi praktik lapangan, di mana mereka diberi kesempatan untuk mengimplementasikan langsung konsep-konsep yang telah dipelajari. Selain itu, setiap peserta mendapatkan pembimbingan individu, memberikan dimensi personal dan mendalam pada pengalaman pelatihan. Hal ini memastikan bahwa pemahaman konsep tidak hanya bersifat teoretis tetapi juga mampu diterapkan secara relevan dalam skenario nyata pengelolaan desa wisata.

Pelaksanaan kegiatan ini, yang mencakup observasi mendalam dan pelatihan intensif, menjadi langkah awal yang kritis dalam mencapai kesuksesan pengabdian kepada masyarakat. Sebagai landasan untuk pembangunan kapasitas, tahapan ini menciptakan fondasi yang kuat untuk perubahan positif dan pemberdayaan pengelola Desa Wisata Saung Ciburial di era *digital*. Di mana keunggulan *digital marketing* ini antara lain mampu menyebarkan konten dengan mudah melalui Internet, dapat melihat reaksi langsung selama proses pemasaran, dan proses distribusi yang cepat. Sedangkan kekurangannya adalah sulit diterapkan tanpa pengetahuan dan pengalaman, serta membutuhkan keahlian dan kemauan khusus (Mujianto, 2022).

Hasil yang Didapatkan:

Hasil evaluasi umpan balik dari peserta secara langsung menunjukkan peningkatan pemahaman mereka terkait *digital marketing* dan branding. Sebanyak 85% peserta menyatakan kepuasan mereka terhadap materi pelatihan dan 90% menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola pemasaran digital desa wisata setelah mengikuti pelatihan. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam mencapai tujuan pengabdian, yaitu memberdayakan pengelola desa wisata dengan pengetahuan dan keterampilan *digital marketing*. Selain itu, dengan merencanakan pesan, memilih media yang akan digunakan, dan menentukan

strategi bauran promosi yang akan digunakan, *digital marketing* dapat membantu meningkatkan *branding* (Ariyani, 2022).

Tabel 1. Hasil Evaluasi Umpan Balik Peserta	
Aspek Evaluasi	Persentase Kepuasan (%)
Kualitas Materi Pelatihan	85
Kepercayaan Diri	88
Peningkatan Keterampilan	90

Sumber: (Olah Data Peneliti, 2023)

Pelaksanaan observasi sebelum pelatihan memberikan keunggulan dalam menyesuaikan materi pelatihan dengan kebutuhan spesifik Desa Wisata Saung Ciburial. Hasil umpan balik positif dari peserta tidak hanya mencerminkan peningkatan pemahaman mereka tetapi juga menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan dorongan signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mengelola pemasaran digital desa wisata. Peningkatan keterampilan yang terbukti melalui hasil evaluasi menjadi indikator keberhasilan pelatihan dalam mencapai tujuan pengabdian, yaitu memberdayakan pengelola desa wisata dengan pengetahuan dan keterampilan *digital marketing*. Hasil evaluasi tersebut juga menunjukkan bahwa pendekatan praktik lapangan dan pembimbingan individu efektif dalam mendukung implementasi langsung konsep-konsep yang diajarkan.

Selanjutnya, tabel 1 memberikan tinjauan lebih mendalam terhadap aspek kepuasan peserta terhadap materi pelatihan, kepercayaan diri, dan peningkatan keterampilan. Hasil evaluasi ini menjadi landasan yang kuat untuk mengidentifikasi area keberhasilan dan potensi peningkatan pada penyelenggaraan pelatihan di masa depan. Peningkatan keterampilan *digital marketing* diharapkan akan menciptakan dampak positif terhadap daya tarik dan citra Desa Wisata Saung Ciburial dalam ranah pemasaran *digital*. Keberhasilan pelatihan ini dapat dijadikan sebagai model bagi pengabdian kepada masyarakat sejenis di daerah lain, menunjukkan bahwa penguatan pengetahuan dan keterampilan dalam *digital marketing* dapat menjadi katalisator perkembangan desa wisata secara menyeluruh.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan di Aula Desa Wisata Saung Ciburial

Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada peserta tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan desa wisata secara keseluruhan. Kesiambungan pemahaman dan penerapan konsep *digital marketing* diharapkan dapat menjadi pendorong pertumbuhan yang berkelanjutan bagi Desa Wisata Saung Ciburial dan daerah sekitarnya, membuktikan bahwa investasi dalam peningkatan kapasitas masyarakat dapat membawa dampak yang positif dan berkelanjutan

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengabdian melalui pelatihan *digital marketing* bagi pengelola Desa Wisata Saung Ciburial, Kabupaten Garut, menunjukkan dampak positif yang signifikan dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola desa wisata. Evaluasi umpan balik peserta mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dan peningkatan yang nyata dalam kepercayaan diri mereka dalam mengelola pemasaran digital. Keberhasilan pelatihan ini dapat dijadikan landasan untuk pengabdian kepada masyarakat sejenis di daerah lain. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan pelatihan sejenis dapat diperluas ke berbagai desa wisata dalam upaya meningkatkan kapasitas dan daya saing masyarakat lokal di ranah *digital marketing*. Selain itu, pengembangan modul pelatihan yang lebih spesifik dan kontekstual dapat menjadi langkah berikutnya untuk menyajikan materi yang lebih mendalam sesuai dengan karakteristik masing-masing desa wisata.

Untuk peningkatan lebih lanjut, dapat dipertimbangkan untuk melibatkan pihak eksternal, seperti praktisi industri *digital marketing*, dalam memberikan wawasan praktis yang lebih mendalam. Dengan demikian, kesuksesan pelatihan ini dapat diperkuat dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pengelola Desa Wisata Saung Ciburial dan komunitas sekitarnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian Universitas Garut mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah dengan penuh dedikasi berkontribusi dalam pelaksanaan pelatihan *digital marketing* bagi pengelola Desa Wisata Saung Ciburial. Penghargaan tertinggi kami sampaikan kepada seluruh peserta pelatihan yang telah aktif berpartisipasi.

Tidak lupa, terima kasih kepada Fakultas Komunikasi dan Informasi Universitas Garut yang telah memberikan dukungan serta fasilitas dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini. Semua upaya ini adalah cerminan nyata dari komitmen kami untuk memberdayakan masyarakat melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan di bidang *digital marketing*.

Harapan kami, kerjasama yang baik ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif bagi pengelola Desa Wisata Saung Ciburial. Terima kasih atas sinergi dan semangat bersama dalam mengembangkan potensi desa wisata ini menuju kemajuan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, Y., & Deby Febriyan Eprilianto. (2020). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata melalui Pendekatan Community Based Tourism (Studi Pada Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto). *Publika*, 10(4), 1269-1282
- Ariyani, N. (2022). Pengembangan Digital Marketing Wisata Boyolayar-Kedung Ombo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 2(5), 202-210. <https://doi.org/10.59818/jpm.v2i5.281>
- Bangsawan, S., MS, M., Ahadiat, A., Ribhan, R., Kesumah, F. S. D., & Febrian, A. (2021). Pengembangan Desa Wisata melalui Pelatihan dan Pembinaan. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 79-90. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i2.615>
- Hariyati, F., Rahmawati, Y., & Akbari, D. A. (2023). Pelatihan Digital Branding Kampung Wisata Bagi Kompepar Kampung Pulo Geulis Bogor. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 3(1), 251-264. <https://doi.org/10.52434/medikom.v3i1.38>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hekmatyar, V. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Sosial di Desa Pejambon Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 6(2), 155. <https://doi.org/10.24235/empower.v6i2.9088>
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, July, 63. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p04>
- Junaid, I. (2023). Tantangan dan Strategi Pengelolaan Desa Wisata: Perspektif Peserta Pelatihan Pariwisata. *Journal of Mandalika Review*, 2(2). <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i2.87>
- Karmila, K., & Ardan, T. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata Curugagung. *Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 3(2), 449-456. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/369%0Ahttp>

- [://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/369/304](http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/369/304)
- Muhammad, Noor, F., & Par, S. E. (2021). *Indikator Pengembangan desa Wisata*. repository.unmul.ac.id
- Mujianto, H. (2022). Pemasaran Produk Kopi Guntur Di Desa Dano Melalui Komunikasi Digital. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(2), 163-172. <https://doi.org/10.52434/medikom.v1i2.17>
- Nyoman, I., Darma, T., Putu, N., Resmayani, A., & Gede, I. P. (2023). *Pendampingan Pengembangan Desa Digital Melalui Komunitas Pemuda Di Desa Buwun Sejati Lombok Barat*. 01(01), 34-42.
- Ramdhani, L. A., & Ririt Iriani Sri, P. P. (2022). *Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Digital Marketing Sebagai Media Promosi Wisata Belanja Kampung Kelor Di Kelurahan Banjar Sugihan*. 2(1), 0-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.59329/carmin.v2i1.72>
- Suta, P. W. P., & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p26>
- Utami, T. R., Safrianti, S., Pardiansyah, D., & Yulfiperius. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan: Desa Wisata Sumber Urip, Bengkulu. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 79-86.