

DIGITAL TOURISM MARKETING: MENANGKAT POTENSI WISATA DESA MANGKUBUMI DENGAN LITERASI DIGITAL

Nurdiana Mulyatini¹, Nana Darna², Mukhtar Abdul Kader^{3*},
Purnamasari⁴, Muhammad Alvin Cahaya Ramadhan⁵

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

* Penulis Korespondensi : mukhtar_abdul@unigal.ac.id

Abstrak

Era digital saat ini di sebut dengan era industri 4.0 telah merambah sampai ke pelosok pedesaan dimana masyarakat pedesaan tidak ketinggalan dengan teknologinya. Desa Mangkubumi merupakan desa di Kab. Ciamis yang memiliki banyak potensi Wisata yang dapat dikembangkan dan sampai saat ini masih belum di manfaatkan dengan baik. Literasi digital dalam hal yang sangat penting untuk setiap individu pada era digital, sama halnya dengan keperluan pemasaran pariwisata digital. Perkembangan industri pariwisata menjadi model baru, strategi pembangunan baru, sejalan dengan undang-undang desa dalam upaya meningkatkan ekonomi desa. Atas dasar itu, upaya menggali potensi wisata desa sangat penting dalam menunjang keberhasilan pembangunan perekonomian desa. Kendala yang dihadapi yaitu belum adanya sektor wisata dan belum terfokusnya pemerintah terhadap sektor pariwisata, sehingga tujuan pengabdian ini adalah membuat kelompok sadar wisata dan menemukan potensi wisata desa yang tersedia untuk selanjutnya dikembangkan dan dipromosikan melalui media digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data: Observasi, FGD, Ceramah dan Pendampingan. Hasil dari pengabdian ini bahwa desa mangkubumi terbentuknya Kelompok Sadar Wisata, kelompok pelestarian Hutan Pasarean Kramat Jati melalui karang taruna, Sosialisasi kepada masyarakat mengenai Pokdarwis dan Potensi Desa melalui pembuatan akun media sosial, barcode dan titik lokasi potensi wisata Desa Mangkubumi di google maps.

Kata Kunci: Pemasaran Pariwisata Digital; Potensi Wisata; Desa Mangkubumi; Literasi Digital

Abstract

The current digital era is called the industrial era 4.0 and has penetrated into remote villages where rural communities are not left behind with technology. Mangkubumi Village is a village in Ciamis Regency which has a lot of tourism potential that can be developed and until now has not been utilized properly. Digital literacy is very important for every individual in the digital era, as well as the need for digital tourism marketing. The development of the tourism industry is a new model, a new development strategy, in line with village laws in an effort to improve the village economy. On that basis, efforts to explore the potential of village tourism are very important in supporting the success of village economic development. The obstacles faced are the absence of a tourism sector and the government's lack of focus on the tourism sector, so the purpose of this service is to create tourism-aware groups and find the potential for village tourism that is available to be further developed and promoted through digital media. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques: Observation, FGD, Lectures and Mentoring. The result of this devotion is that Mangkubumi Village has formed a Tourism Awareness Group, a Pasarean Kramat Jati Forest conservation group through youth organizations, socialization to the community regarding Pokdarwis and Village Potential through

the creation of social media accounts, barcodes and points of potential tourist locations in Mangkubumi Village on Google Maps.

Keywords: *Digital Tourism Marketing; Tourism Potential; Mangkubumi Village; Digital Literacy*

1. Pendahuluan

Di era serba digital saat ini, literasi digital menjadi sangat penting bagi setiap individu dalam mengembangkan diri ditengah perubahan zaman yang semakin erat dengan perkembangan teknologi digital yang kian berkembang begitu pesat. Literasi digital saat ini merupakan salah satu bagian penting yang harus dimiliki sama halnya dengan kemampuan dasar seperti membaca, menulis dan berhitung. (Nurulita, 2021) mengungkapkan bahwa pada saat ini kita tidak hanya dituntut untuk memahami literasi model lama yaitu hanya sebatas membaca, menulis ataupun mendengarkan, akan tetapi lebih dari itu kita harus menguasai berbagai literasi baru seperti literasi data, literasi teknologi, dan literasi manusia dikarenakan pada saat ini tantangan dalam berbagai hal sangat berat terutama pada bidang keahlian.

Literasi digital bagi masyarakat desa sendiri merupakan suatu sarana utama dalam mendukung perkembangan desa, yang mana literasi digital sangat berdampak pada kepentingan pembangunan berkelanjutan serta menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas sebagai pengelola sumber daya alam, budaya dan modal sosial lainnya yang harus mampu menghadapi persaingan ekonomi. Konsep literasi digital dalam

pembangunan desa menjadi sebuah keharusan di era digital yang berkembang begitu pesat ini, masyarakat harus dituntut untuk mengenali serta mengoptimalkan segala sesuatu bentuk potensi desa yang dimilikinya guna memperkuat perekonomian di daerah melalui literasi digital. Salah satunya dengan mengimplementasikan digital tourism marketing dalam mengenali, meningkatkan dan mengoptimalkan potensi wisata desa. (Wibowo and Basri 2020).

Kemajuan teknologi di bidang transportasi, telekomunikasi dan informasi telah menciptakan dunia tanpa batas, memfasilitasi pergerakan manusia antar negara dan pertukaran informasi melintasi ruang virtual). Kerjasama dan interaksi yang semakin bersifat global melalui pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) juga harus diimbangi dengan upaya untuk memajukan unsur-unsur budaya lokal yang berkontribusi semakin penting perannya dalam pembentukan karakter dan jati diri bangsa dan keunggulan kompetitif (NURJAYA 2022). Oleh sebab itu implementasi *digital marketing tourism* sangat dibutuhkan di era serba digital saat ini. Digital merupakan sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang menjadikannya sesuatu yang mendasar dalam kehidupan manusia. Digital juga

selalu erat kaitannya dengan media, karena media tersebut akan terus berkembang dari media lama (*legacy media*) menjadi media masa kini yang diberdayakan secara digital (*media modern*). Media baru (*media online*) mencapai interaksi yang lebih cepat, efisien, murah dan cepat untuk mendapatkan informasi terkini. (Retnasary et al., 2019).

Pemasaran digital juga memadukan unsur psikologis, humanistik, antropologi, dan teknologi yang akan menjadi media baru multimedia, interaktif, dan berkapasitas tinggi. Hasil dari era baru ini adalah interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. Pemasaran digital diperluas untuk mendukung layanan bisnis dan keterlibatan konsumen (Pranoto et al., 2019). Dalam hal ini produk yang akan dipasarkan adalah produk pariwisata, (Warmayana, 2018). Di katakan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi industri pariwisata, memberikan berbagai layanan pariwisata kepada pelanggan dalam bentuk telekomunikasi dan mempermudah pemasaran pariwisata. *e-Tourism* adalah cara modern untuk mempromosikan informasi perjalanan terkini yang dicari oleh wisatawan, seperti tempat wisata, hotel, agen perjalanan dan acara, dapat diakses 24 jam sehari, kapan saja, di mana saja dan siapa saja. *E-travel* merupakan sistem interaktif online yang membantu wisatawan dengan mudah mendapatkan informasi dan melakukan reservasi untuk sejumlah

kategori perjalanan yang tersedia, seperti hotel dan agen perjalanan. *E-tourism* didasarkan pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan penggunaannya, terutama untuk mendorong pengembangan pariwisata. Tiga prasyarat *e-tourism* adalah IT (teknologi informasi dan komunikasi), pariwisata dan bisnis, serta dukungan pemerintah. Novianti dalam (Warmayana, 2018)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Mangkubumi Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis ini menjadi salah satu bentuk upaya dalam membantu masyarakat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dan mendorong pembangunan desa melalui literasi digital khususnya dalam mengangkat potensi wisata desa. Dengan harapan dapat memacu kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang ada, serta mengoptimalkan potensi unggulan desa sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Masyarakat harus dapat menggali potensi desa dan masyarakat secara berkesinambungan bagi pengembangan desa sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan dengan demikian potensi yang dimiliki desa serta masyarakat dapat dikembangkan secara optimal. Pengembangan masyarakat sebagai tempat wisata dapat mengikutsertakan peran dan partisipasi masyarakat pedesaan (Rorah, 2012).

Kemauan dan kemampuan

masyarakat dalam mengenali serta mengoptimalkan potensi wisata desa dapat memberikan dampak positif terhadap pembangunan desa, salah satunya dengan meningkatkan eksistensi desa dimata para wisatawan yang datang dan berkunjung ke desa. Dalam mengelola dan memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki desa ini kita perlu terlebih dahulu mengetahui bentuk dari pariwisata, sebagaimana yang di kemukakan oleh Neil dan Wearing dalam (Herdiana, 2019) bahwa Sebenarnya bentuk pariwisata sudah banyak mengalami perkembangan. Hingga saat ini, setidaknya terdapat dua jenis pariwisata utama di dunia: pariwisata massal dan pariwisata alternatif (*Alternative Tourism*), dimana dari segi pendekatan konseptual keduanya mempunyai perbedaan karakteristik adn asal usul tertinggi.

Yang membedakan keduanya yaitu, wisata massal pada umumnya melibatkan puluhan ribu orang pergi ketempat yang sama pada waktu yang sama (menghadirkan wisatawan dalam jumlah besar) sedangkan alternatif secara kuantitas hanya menghadirkan wisatawan dalam jumlah yang tidak terlalu banyak (dalam jumlah yang lebih kecil). Tetapi wisata alternatif biasanya akan lebih menawarkan kedalaman makna serta pengalaman yang lebih mendalam terhadap objek wisata yang dikunjungi (Herdiana, 2019).

Pariwisata sendiri merupakan industri dengan kapasitas yang sangat besar untuk menggerakkan ekonomi

lokal dan menunjukkan peluang ekonomi dan sosial di sektor yang lebih luas sehingga menjangkau wisata pedesaan (Simanjuntak et al., 2021). Selain itu pariwisata diyakini dapat memberikan dampak yang begitu besar terhadap pembangunan daerah apabila dapat dioptimalkan serta dikelola dengan baik dan benar, Pentingnya pariwisata dalam pembangunan berkelanjutan masuk akal karena pariwisata merupakan salah satu industri yang menjual lingkungan, baik fisik maupun manusia, sebagai sumber daya total dan asli. Integritas dan keberlanjutan produk pariwisata harus mendapat perhatian prioritas karena ini merupakan industri yang lebih berkelanjutan bagi pemangku kepentingan garis depan, yaitu praktisi industri dan wisatawan (Utama, 2017).

Daya tarik wisata sendiri dapat diartikan sebagai segala segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Pasal 1 ayat (5) UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). (UU Nomor 10 Tahun 2009 1945). Sedangkan dalam Pasal 4 UU No. 10 tahun 2009 dijelaskan bahwa kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi; meningkatkan kesejahteraan rakyat; menghapus kemiskinan; mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya; memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkuat jati

diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Sesuai dengan pasal tersebut maka sudah jelas bahwa sektor pariwisata sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat salah satunya adalah meningkatkan kesejahteraan. Jika pengembangan wisata di suatu desa baik maka pendapatan pun akan meningkat. Berkaitan dengan ini maka perlu dilakukan promosi potensi wisata desa dengan memanfaatkan teknologi, dengan cara memposting/mengupload potensi wisata melalui media sosial yang tersedia dan sedang trend seperti melalui Instagram, Facebook, YouTube dan Blog.

Desa Mangkubumi ini sebenarnya memiliki beberapa potensi wisata yang kedepannya bisa dijadikan sebagai tempat wisata baik wisata religi, wisata alam, maupun wisata edukasi dan juga merupakan salah satu desa yang sudah memiliki kepedulian dan kesadaran yang tinggi terkait dengan dunia digital dan juga menjadi “Desa Mandiri”. Akan tetapi terlihat bahwa permasalahannya ialah dari pihak Desa Mangkubumi belum terfokus pada sektor pariwisata yang mengakibatkan rendahnya kesadaran masyarakat dalam melihat potensi wisata yang dimiliki. Sehingga melihat fenomena tersebut diperlukan literasi dan pelatihan wisata desa bagi masyarakat yang memiliki peranan penting dalam mengoptimalkan potensi wisata desa. Selain itu perlu adanya organisasi desa, masyarakat dan para pihak yang berkepentingan dengan

pariwisata yang secara khusus dapat mendorong kesadaran masyarakat dalam pengoptimalan potensi wisata desa.

Oleh karena itu, sebagai salah satu langkah awal yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan ini yaitu dimulai dengan melakukan penelusuran terhadap beberapa potensi wisata atau daya tarik wisata yang ada di desa, melakukan analisis situasi dan kelayakan potensi wisata dengan membuat analisis SWOT : kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), menyiapkan wadah atau kelompok pengelola potensi wisata untuk kedepannya dan mengadakan sosialisasi maupun promosi mengenai potensi wisata desa yang tersedia melalui media sosial dengan konten berupa video maupun gambar poster grafis. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan desa atau secara khususnya membangun desa dengan literasi digital di bidang tourism marketing, sehingga masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif terhadap pembangunan desa khususnya melalui pengoptimalan potensi wisata desa. Serta dapat mencapai tujuan dan manfaat yang diharapkan dari kegiatan program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan.

2. BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan

data, mensintesis dan mengklasifikasikan data kemudian menganalisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Observasi

Observasi yaitu merupakan suatu kegiatan pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang ada di lingkungan yang sedang berlangsung meliputi berbagai aktivitas terhadap kajian objek dengan menggunakan pengindraan (Arikunto, 2010). Kegiatan ini diawali dengan menganalisis situasi dan lokasi dengan cara terjun langsung ke lapangan maupun dengan pencarian data dan informasi secara online untuk mengetahui kondisi terkini yang terjadi di lokasi pengabdian seperti permasalahan dan potensi yang tersedia di Desa Mangkubumi.

2. *Focus Group Discussion* (FGD)

FGD merupakan suatu metode dimana melakukan pengumpulan data kualitatif yang mendalam melalui suatu kegiatan diskusi kelompok mengenai isu sosial atau topik yang spesifik (Sugarda, 2020). Untuk pemecahan masalah yang dilakukan oleh kami dengan melibatkan beberapa pihak yaitu Pemerintah Desa Mangkubumi, Karang Taruna, Tokoh Agama, Tokoh Masyarakat dan pihak lainnya yang relevan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

3. Ceramah

Metode ceramah termasuk metode yang mudah, murah dan biasa dilakukan dalam kegiatan sosialisasi di masyarakat (Hidayati et al.,

2019). Metode ceramah yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan cara sosialisasi kepada masyarakat agar mendapat informasi yang berkaitan dengan potensi wisata yang tersedia di Desa Mangkubumi.

4. Pendampingan

Pendampingan dilakukan untuk terjun secara langsung membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitas terutama kepada Kelompok Sadar Wisata yang baru terbentuk. Pendampingan yang dilakukan dimulai dari pembuatan dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi potensi wisata desa.

Prosedur Kerja

Prosedur kerja diperlukan agar apa yang telah disusun dan direncanakan bisa berjalan sistematis dan lancar sesuai dengan target/sasaran sehingga didapatkan hasil yang maksimal. Hal pertama yang dilakukan adalah survei/observasi dengan tujuan untuk menemukan data dan informasi mengenai permasalahan yang dialami oleh mitra berkaitan dengan pariwisata, setelah mendapatkan data dan informasi adalah membuat Analisis SWOT dan menyusun Rencana Program Kerja. Tahap selanjutnya yaitu melakukan penelusuran potensi objek/daya tarik wisata desa. Atas bantuan dari pemerintah desa setempat ada 2 lokasi potensi wisata desa yang direkomendasikan yaitu:

1. Wisata Alam Sungai Cileueur

Yang bertempat di Dusun Leuwihalang berbatasan langsung dengan Desa Bendasari. Panorama

yang disuguhkan yaitu wisata alam dengan sungai Cileueurnya yang asri dan indah.



Gambar 1. Sungai Cileueur

2. Wisata Religi Hutan Pasarean Kramat Jati Yang bertempat di Dusun Desa. Yang Mana Kramat Jati ini adalah sebuah makam yang dulunya adalah Patih Bangsoah yaitu ajudan Nata Nagara (Bupati Ciamis zaman dulu) dan istrinya nyi mas siti, yang mana adalah penyebar agama islam dulunya di daerah tersebut.



Gambar 2. Pasarean Kramat Jati

Setelah memfokuskan pada salah satu potensi wisata yang akan dipromosikan yaitu Kramat Jati dikarenakan rekomendasi dari pihak desa dan masyarakat, maka tahap selanjutnya adalah membentuk Pokdarwis, karena di Desa Mangkubumi belum terbentuk wadah/organisasi yang mengelola potensi wisata desa. Tahap terakhir yang dilakukan adalah mempromosikan potensi wisata Desa Mangkubumi secara digital mulai dari pembuatan akun media sosial, barcode dan pemberian titik lokasi di google maps.

Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan

1. Pemerintah Desa Mangkubumi
Pemerintah Desa Mangkubumi mendukung secara penuh dengan adanya program pengabdian ini karena sebenarnya sudah sejak lama Pemdes setempat ingin mengangkat sejarah salah satu potensi wisata yang tersedia, namun karena ada beberapa permasalahan yang terjadi maka Pemdes setempat belum bisa fokus pada sektor pariwisata, maka dengan hadirnya KKNT ini pemerintah Desa Mangkubumi merasa terbantu. Pemerintah Desa Mangkubumi membantu mahasiswa dalam memberikan informasi mengenai beberapa lokasi yang sekiranya memiliki potensi wisata dengan merekomendasikan Sungai Cileueur dan Hutan Pasarean Kramat Jati. Selain itu Program yang direncanakan sejalan dengan

rencana kedepan yang akan dilakukan oleh pemdes setempat, sehingga sangat membantu mahasiswa dalam menjalankan program kerja, seperti dengan dibentuknya Kelompok Sadar Wisata dan Promosi Potensi Wisata Desa melalui media sosial.

2. Karang Taruna Kramat Jati
Karang Taruna dijadikan sebagai mitra yang membantu pada pengabdian ini karena pada awalnya belum terbentuk Pokdarwis sebagai pengelola potensi wisata. Maka dari itu semua rencana program kerja yang berkaitan dengan potensi wisata didiskusikan dengan karang taruna terlebih dahulu, mulai dari diskusi mengenai informasi potensi wisata, pembentukan Pokdarwis, sosialisasi dan kegiatan lainnya.
3. Masyarakat Desa Mangkubumi
Mitra yang selanjutnya yaitu masyarakat Desa Mangkubumi, sebagai yang bertamu kepada pribumi sudah sepatutnya meminta izin untuk melaksanakan program yang telah direncanakan. Persetujuan masyarakat akan memudahkan mahasiswa dalam menjalankan program kerja, maka dari itu dilakukan FGD dan Sosialisasi mengenai pembentukan Pokdarwis dan Potensi Wisata yang ada di Desa Mangkubumi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi Kegiatan

Desa Mangkubumi merupakan desa yang berada di kecamatan Sadananya, Kabupaten Ciamis dengan batas wilayah sebelah utara yaitu Desa Bendasari, sebelah selatan yaitu Desa

Cisadap, sebelah timur yaitu Desa Werasari dan sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sindangsari. Desa Mangkubumi terletak pada titik koordinat 108.32333 LS/LU - 7.306695 BT/BB dengan luas wilayah 160,81 Ha.



Gambar 3. Peta Lokasi Desa Mangkubumi

Pelaksanaan Kegiatan

1. Identifikasi dan Survei
Pada tanggal 29 September 2021 dilakukan analisis sebagai langkah awal untuk menganalisis situasi mengenai potensi- potensi wisata yang ada di desa Mangkubumi dan melakukan kunjungan ke Desa Mangkubumi untuk melihat potensi wisata secara langsung yang akan dikembangkan.
2. Analisis Situasi dan Kelayakan Potensi Wisata
Pada tanggal 25 dan 30 September 2021 dilakukan survei ke salah satu Potensi wisata Desa yaitu Kawasan Ekosistem Esensial Hutan Kramat Jati dan Sungai Cileueur yang

diharapkan akan menjadi wisata religi dan wisata alam di Desa Mangkubumi serta melakukan pengumpulan data yang diperlukan untuk analisis SWOT.

3. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata Sebagai upaya untuk mendapat legalitas, pada tanggal 13 oktober 2021 dilakukan pengajuan mengenai surat keputusan (SK) untuk pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) kepada pihak pemerintah desa Mangkubumi. Dilaksanakan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) pada tanggal 18 oktober 2021 bersama pihak pemerintah dan tokoh ulama masyarakat untuk membahas pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan pelestarian Kawasan Ekosistem Esensial Hutan Kramat Jati. Pada tanggal 02 November 2021 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Mangkubumi telah mendapatkan Surat Keputusan (SK) dari Kepala Desa Mangkubumi

4. Implementasi Program Pengabdian Dalam pengimplementasian program pengabdian, kami memanfaatkan sosial media dengan tujuan untuk mengenalkan potensi wisata yang ada di desa Mangkubumi. Sebagai langkah awal pengimplementasian pada tanggal 25 Oktober 2021 dilaksanakan kegiatan diskusi dan pembuatan sosial media seperti Instagram, Fanspage Facebook, Blog dan Channel Youtube.

Gambar 4. SK POKDARWIS



Gambar 5. Blog Potensi Wisata Desa Mangkubumi

Selanjutnya pada tanggal 20 November memposting konten di setiap media sosial, tanggal 25-26 November 2021 dilakukan pengeditan dan penguploadan konten di media sosial dan pada tanggal 1 Desember 2021 kami melakukan pemasangan Barcode mengenai sejarah singkat dari pasarean kramat jati dan sosialisasi cara pemakaian terhadap pemerintah desa maupun masyarakat Desa



Mangkubumi.



Gambar 6. Barcode Pasarean Kramat Jati

5. Sosialisasi Mengenai Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan Potensi Wisata Yang Tersedia. Program kegiatan terakhir dari pengabdian ini yaitu sosialisasi pengenalan Kelompok sadar Wisata (POKDARWIS) dan potensi wisata yang tersedia. Sebelum kegiatan sosialisasi, dilakukan persiapan kegiatan sosialisasi yaitu pada tanggal 17 November 2021 dan pada tanggal 19 November 2021 dilaksanakan kegiatan Sosialisasi Pengenalan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).



Gambar 7. Sosialisasi POKDARWIS

Setelah terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) program selanjutnya adalah berfokus pada promosi potensi wisata yang ada di desa Mangkubumi melalui media social.

4. KESIMPULAN

Pengabdian ini memberikan gambaran bahwa di setiap desa memiliki potensi Wisata yang perlu di kembangkan, Desa mangkubumi memiliki potensi wisata yang perlu dikembangkan melalui pemberdayaan masyarakat terutama kaula muda. Hasil dari pengabdian ini adalah bahwa di desa mangkubumi bentuknya Kelompok Sadar Wisata, kelompok pelestarian Hutan Pasarean Kramat Jati melalui karang taruna, Sosialisasi kepada masyarakat mengenai Pokdarwis dan Potensi Desa melalui pembuatan akun media sosial, barcode dan titik lokasi potensi wisata Desa Mangkubumi di google maps.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Galuh, Masyarakat dan Pemerintah Desa Mangkubumi, Karang Taruna Kramat Jati, PKK Desa Mangkubumi, kelompok KKN Desa Mangkubumi 2021 atas tercapainya kegiatan ini yang merupakan bagian dari Membangun Desa program MBKM Kampus Merdeka.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Vol. 14). Rineka Cipta.

- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 63-86 2502-8022. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v06.i01.p04>
- Hidayati, F., Sudarnika, E., Latif, H., Lukman,
- D. W., Ridwan, Y., Zahid, A., & Wicaksono, A. (2019). Intervensi penyuluhan dengan metode ceramah dan buzz untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap kader posyandu dalam pengendalian rabies di Kabupaten Sukabumi (in Bahasa). *J. Penyul*, 15, 65-74.
- Nirwandar, S. (2011). Pembangunan sektor pariwisata di era otonomi daerah. https://www.academia.edu/download/53466866/440_1257-PEMBANGUNANSEKTORPARIWISATA1.pdf
- NURJAYA, I. Nyoman. 2022. "Legal Policy Of Sustainable Tourism Development: Toward Community-Based Tourism In Indonesia." *Journal of Tourism Economics and Policy* 2(3):123–32.
- UU Nomor 10 Tahun 2009. 1945. "Dasar, Pembukaan Undang-Undang Tahun, Indonesia."
- Wibowo, A. and B. Basri. 2020. "Literasi Dan Harmonisasi Sosial: Desain Literasi Digital Berbasis Kearifan Lokal Pada Masyarakat Pedesaan." *NALAR: Jurnal Peradaban*
- Nurulita, L. (2021). Peran Literasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada EraRevolusi Industri 4.0. *Jurnal Implementasi*. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/article/view/57>
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpdl/article/viewFile/2425/1919>
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76-83. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/download/130/85>
- Rorah, D. N. P. (2012). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Desa Wisata Kebon Agung, Kecamatan Imogiri. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Simanjuntak, M., Setiawan, A., Nasrullah, N., & Abdillah, L. A.

- (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=rkoyEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pemasaran+digital+pariwisata+indonesia&ots=EpSjosK-5y&sig=cVb0qHTsEjlJGG-M-J3iH0u1ajE>
- Sugarda, Y. B. (2020). *Panduan Praktis Pelaksanaan Focus Group Discussion Sebagai Metode Riset Kualitatif*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=gWIFEAAAQBAJ>
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.
[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=31JLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=Utama,+I.+G.+B.+R.+\(2017\).+Pemasaran+Pariwisata.+Yogya+karta+:+Andi+Offset.&ots=4tuB_plDRW&sig=7QNmVAosimkoDPWs3ovzvQLwcxE](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=31JLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=Utama,+I.+G.+B.+R.+(2017).+Pemasaran+Pariwisata.+Yogya+karta+:+Andi+Offset.&ots=4tuB_plDRW&sig=7QNmVAosimkoDPWs3ovzvQLwcxE)
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
<http://dx.doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>