

## Optimalisasi Pemasaran Digital Kampung Ekowisata Ciwaluh, Kabupaten Bogor

Ni Wayan Marsha Satyarini <sup>1)</sup>; Andy Mulyana <sup>2)</sup>; Hubertina Karolina Ngarbingan <sup>3)</sup>; Anisa Zahwa Akbara <sup>4)</sup>; Nihan Anindyaputra Lanisy <sup>5)</sup>; Yulita Suryantari <sup>6)</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6)</sup> Universitas Terbuka

Email: <sup>1</sup> [wayanmarsha@ecampus.ut.ac.id](mailto:wayanmarsha@ecampus.ut.ac.id); <sup>2</sup> [mulyana@ecampus.ut.ac.id](mailto:mulyana@ecampus.ut.ac.id); <sup>3</sup> [hubertina@ecampus.ut.ac.id](mailto:hubertina@ecampus.ut.ac.id); <sup>4</sup> [anisa\\_zahwa@ecampus.ut.ac.id](mailto:anisa_zahwa@ecampus.ut.ac.id); <sup>5</sup> [nihan@ecampus.ut.ac.id](mailto:nihan@ecampus.ut.ac.id); <sup>6</sup> [yulitasuryantari@ecampus.ut.ac.id](mailto:yulitasuryantari@ecampus.ut.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [05 Desember 2022]

Revised [30 Desember 2022]

Accepted [7 Januari 2023]

### KEYWORDS

Ciwaluh, pemasaran digital, kampung ekowisata

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Kampung Ciwaluh, terletak di Desa Wates Jaya, Cigombong, Bogor, memiliki potensi sumber daya alam yang indah, mulai dari aliran sungai, air terjun, kebun kopi, dan persawahan. Sejak tahun 2001, telah dibentuk Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis) Ciwaluh. Pokdarwis kampung Ciwaluh bertujuan menjadikan Kampung Ciwaluh sebagai kampung ekowisata. Salah satu masalah yang dihadapi pokdarwis adalah kesulitan dalam pemasaran dikarenakan terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang memahami pentingnya literasi digital, sehingga metode pemasaran masih menggunakan metode konvensional. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan upaya meningkatkan kemampuan SDM untuk pemasaran secara digital melalui program pengabdian masyarakat. Kegiatan dilaksanakan dari bulan Maret hingga November 2022. Metode pelaksanaan dimulai dari: 1) Tahap perencanaan dan observasi; 2) Tahap pelaksanaan; a. Pelatihan pemasaran digital dan identifikasi kebutuhan website b. Pendampingan pembuatan logo dan website c) Pelatihan pengelolaan website dan pembuatan paket wisata d) Pendampingan pengiklanan online; 3) Monitoring dan Evaluasi. Target yang telah dicapai dari abdimas ini adalah terciptanya website dengan domain Ciwaluh.com dan logo *branding* kampung ekowisata Ciwaluh, terealisasinya iklan sebagai promosi digital melalui FB, Instagram, dan Google Ads, juga pelatihan mengenai pengelolaan website serta strategi pemasaran digital. Kedepannya, diharapkan pemasaran melalui media digital ini dapat lebih efektif efisien untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke ekowisata Ciwaluh.

### ABSTRACT

Kampung Ciwaluh, located in Wates Jaya Village, Cigombong, Bogor, is provided with a variety of spectacular natural resources, including rivers, waterfalls, coffee plantations, and rice fields. The Ciwaluh Tourism Assistance Community (Pokdarwis) has been since 2001. The Pokdarwis of Ciwaluh village intend to transform their community into an ecotourism destination. Pokdarwis faces difficulty in marketing due to a lack of human resources (HR) who understand the significance of digital literacy; therefore, conventional marketing tactics are being adopted. On the basis of these issues, it is necessary to enhance HR capabilities for digital marketing through community service programs. The period of the activities is from March to November of 2022. 1) The planning and observation stages; 2) The implementation stage; a. digital marketing training and website requirements identification b. Assistance in creating logos and websites c) Training on website maintenance and tour package creation d) Assistance with online advertising; 3) Evaluation and monitoring This community service has accomplished the creation of a website with the domain Ciwaluh.com and the Ciwaluh Ecotourism Village branding logo, the realization of advertisements as digital promotions through Facebook, Instagram, and Google Ads, and training on website management and digital advertising strategies. In the future, it is expected that marketing via digital media will be more effective and efficient in attracting more tourists to Ciwaluh Ecotourism Village.

## PENDAHULUAN

Pada Maret 2020, pandemi covid 19 masuk wilayah Indonesia, hal ini membuat pertumbuhan perekonomian di Indonesia terpuruk. Salah satu sektor yang ikut berdampak adalah pariwisata, dikarenakan sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang memiliki sumbangan terbesar bagi perekonomian di Indonesia. Selain perekonomian, pandemi juga mengubah kebiasaan dan pola perilaku masyarakat, mempengaruhi masalah kesehatan, pilihan makanan dan bagaimana masyarakat menentukan tempat wisata yang akan dikunjungi (Soeswoyo, 2021).

Perubahan pola perilaku masyarakat, khususnya wisatawan pada saat pandemi adalah wisatawan lokal lebih memilih untuk berwisata ke destinasi wisata terdekat atau melakukan "staycation". Destinasi yang populer salah satunya adalah *rural tourism*. *Rural tourism* merupakan aktifitas pariwisata dimana pengalaman wisatawan berhubungan dengan kegiatan berbasis alam, pertanian dan gaya hidup pedesaan (UNWTO, 2020). Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa desa wisata yang ada di Indonesia termasuk ke dalam *rural tourism*. Menangkap fenomena tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membuat program desa wisata untuk bertujuan memajukan perekonomian pedesaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Hal ini menjadi acuan bagi Pemerintah Kabupaten Bogor untuk memajukan dan mengembangkan desa wisata yang terletak di Kabupaten Bogor. Salah satu upaya yang dilakukan

Pemerintah Kabupaten Bogor untuk memajukan sektor pariwisata adalah dengan memperbanyak desa wisata melalui program Karsa Bogor Maju. Sehingga, jumlah desa wisata di Kabupaten Bogor mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 terdapat 25 desa wisata di Kabupaten Bogor, namun saat ini menjadi 41 desa wisata. Salah satu desa wisata di Kabupaten Bogor yang mulai dikenal oleh masyarakat terdapat di Desa Ciwaluh. Ciwaluh merupakan sebuah kawasan di Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Sebagai salah satu kampung di perbatasan Kabupaten Bogor, Ciwaluh berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi. Kampung yang berada di paling ujung hulu Sungai Cisadane serta terletak di kaki Gunung Pangrango, kampung ini memiliki keindahan alam yang masih asli.

Mayoritas penduduk Ciwaluh memiliki mata pencaharian sebagai petani. Dengan keindahan alamnya, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Ciwaluh menginisiasi dan mengelola Ciwaluh sebagai kampung ekowisata. Pengelolaan Kampung Ekowisata Ciwaluh mempunyai tujuan untuk memajukan perekonomian warga namun tanpa merusak alam dan tidak menimbulkan banyak sampah. Menurut penuturan Pokdarwis Ciwaluh, jumlah pengunjung belum mencapai target yang diharapkan oleh pengurus, terlebih belum adanya kepastian ada pengunjung atau tidak yang akan datang. Selain itu, bentuk pemasarannya belum dilakukan secara profesional, sehingga menjadikan desa wisata tersebut belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Pemasaran yang dilakukan lebih banyak melalui mulut ke mulut saja, sehingga jangkauan promosinya sangat terbatas.

Melihat masalah ini, Tim PkM Program Studi Pariwisata UT mengajukan program pendampingan untuk pemasaran pariwisata digital di Kampung Ekowisata Ciwaluh. Tim PkM bermitra dengan Pokdarwis Ciwaluh akan melakukan pendampingan agar pengelola dapat melakukan pemasaran digital dengan baik melalui website dan media sosial. Pemasaran digital dikenal sebagai suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. Kelebihan dari pemasaran digital ini adalah biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah. Selain itu, proses *branding* jauh lebih mudah dan cepat. Oleh karena itu, PkM ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini mengenai Ciwaluh dan mendorong lebih banyak pengunjung yang datang. Sesuai dengan Benjamin et al., (2021) menyatakan bahwa penggunaan media digital ataupun media sosial dapat menjangkau calon wisatawan yang lebih luas dan juga sebagai media komunikasi pemasaran antara pengelola dan pengunjung. Didukung oleh Suryantari et al., (2022) bahwa penting untuk mengupdate informasi di website ataupun media sosial tempat wisata untuk memberikan informasi ke masyarakat apa saja kegiatan yang ada di tempat wisata tersebut.

## METODE

Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan sejak bulan Maret hingga November 2022, lokasi pelaksanaan di kampung Ciwaluh, Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Posisi kampung wisata Ciwaluh berada pada posisi koordinat -6.76344 dan 106.84805. Pelaksanaan PKM berkolaborasi dengan Pokdarwis Ciwaluh sebanyak 20 orang. Kegiatan PkM di Kampung Ekowisata Ciwaluh dilaksanakan dengan beberapa tahap-tahap kegiatan sebagai berikut;

### a. Tahap perencanaan dan observasi langsung

#### 1. Perencanaan

Perencanaan dilakukan oleh tim PKM dengan melakukan koordinasi dengan pokdarwis Kampung Ekowisata Ciwaluh serta melakukan identifikasi dan pemetaan masalah.

#### 2. Observasi langsung

Observasi langsung dilakukan bersama oleh dosen Prodi Pariwisata bersama dengan pokdarwis, melihat langsung potensi alam dari sungai, sawah, perkemahan hingga kebun kopi. Selama observasi berlangsung, kelompok dosen juga mengidentifikasi masalah dan potensi alam yang ada untuk nilai jual dalam pemasaran digital.



**Gambar 1. Perencanaan dan Observasi**

b. Tahap pelaksanaan kegiatan

1. Pelatihan pemasaran digital dan identifikasi kebutuhan website

Pelatihan pemasaran digital bertujuan untuk memberikan edukasi kepada Pokdarwis dan juga masyarakat Ciwaluh mengenai pentingnya pemasaran secara digital di era globalisasi seperti saat ini. Pada tahap ini pemasaran digital yang akan dikembangkan adalah website, sebelum masuk tahap pembuatan website diperlukan untuk mengetahui komponen apa saja yang dibutuhkan oleh website yang akan dikembangkan dan dikelola oleh Kampung Ekowisata Ciwaluh. Website ini diharapkan akan menjadi salah satu strategi pemasaran Kampung Ekowisata Ciwaluh.



**Gambar. 2 Pelatihan Pemasaran Digital**

2. Pendampingan pembuatan logo dan website

Setelah mengidentifikasi kebutuhan website, pendampingan pembuatan logo Kampung Ekowisata Ciwaluh diperlukan untuk membangun citra yang ingin digambarkan kepada calon pengunjung pada saat membuka website. Pada tahap ini pembuatan website juga dilakukan yang dirancang dan dibuat bersama pengelola Kampung Ekowisata Ciwaluh.



**Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Logo dan Website**

3. Pelatihan pengelolaan website dan pembuatan paket wisata

Pelatihan ini dilakukan untuk menambah pengetahuan pengelola Kampung Ekowisata Ciwaluh terhadap pembuatan serta pengelolaan website. Salah satu nilai jual dalam website adalah penawaran paket wisata, sehingga pelatihan pembuatan paket wisata bagi pokdarwis menjadi hal yang sangat penting.



**Gambar 4. Pelatihan pengelolaan website dan pembuatan paket wisata**

4. Pendampingan Pembuatan Iklan dan pengiklanan online

Tahapan dilakukan dengan cara memberikan pelatihan pembuatan iklan secara online, khususnya melalui facebook, instagram, dan google ads serta bagaimana mengelolanya dengan efisien.



**Gambar 5. Pendampingan Pembuatan Iklan dan Pengiklanan Online**

c. Monitoring dan Evaluasi

Pada kegiatan terakhir yakni monitoring dan evaluasi ini selain mengadakan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan serta rekomendasi dari hasil yang telah dilakukan



**Gambar 6. Tahapan Kegiatan**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kampung Ciwaluh dilakukan dengan membuat:

### 1. Pembuatan logo

Logo ini dibuat sebagai sarana *branding* yang terinspirasi dari gambaran sebagaimana Kampung Ciwaluh itu berada di alam terbuka. Brand atau merek tidak dapat dipisahkan dari logo, karena logo merupakan elemen utama dalam membentuk identitas pada desa wisata. Bukan hanya sekedar pelengkap atau formalitas, logo ini merepresentasikan keunikan dari Kampung Ciwaluh, seperti elemen gunung yang diambil dari tata letak Kampung Ciwaluh yang berada di bawah kaki gunung Pangrango. Elemen sungai diambil dari sungai Cisadane yang titik 0 nya berada di Kampung Ciwaluh. Elemen tenda diambil dari perbukitan Kampung Ciwaluh yang dapat digunakan untuk bumi perkemahan. Adapun pemilihan warna pada logo Kampung Ciwaluh merupakan warna yang sesuai dengan nuansa bumi yaitu hijau dan coklat.



Gambar 7. Logo Kampung Ciwaluh

### 2. Pembuatan Website Ciwaluh

Tim PKM UT berdiskusi dengan Pokdarwis yang ada di Ciwaluh mengenai kebutuhan pemasaran digital. Dari hasil diskusi ini didapatkan data konten apa saja yang akan dimasukkan ke dalam website, konten tersebut diantaranya adalah tentang Ciwaluh, berita terkini Ciwaluh, atraksi yang ada di Ciwaluh, paket di Ciwaluh, dan kontak person termasuk bagaimana transportasi menuju Ciwaluh. Setelah itu tim PKM UT mulai mendesain dan juga menyiapkan konten yang akan ditampilkan di website Ciwaluh dengan domain [www.ciwaluh.com](http://www.ciwaluh.com). Dampak dari diskusi dan pembuatan design website ini Pokdarwis menjadi lebih melek teknologi, termotivasi dan terdorong menggunakan literasi digital dalam pemasaran, serta terciptanya website kampung ekowisata Ciwaluh sebagai media informasi dan promosi yang lebih efektif efisien.



Gambar 8. Website Ciwaluh.com

### 3. Pengelolaan website dan paket wisata

Pelatihan pengelolaan website dan paket wisata dilaksanakan di Fakultas Ekonomi UT dengan peserta 4 orang perwakilan Pokdarwis Ciwaluh. Pelatihan ini tidak diselenggarakan di Ciwaluh dikarenakan belum memiliki perangkat dan tempat yang memadai. Pelatihan dengan narasumber tim PKM menggunakan metode ceramah dikolaborasikan dengan metode praktik. Materi yang disampaikan mengenai cara edit website dan juga cara menghitung paket serta menyusun paket yang menarik wisatawan. Empat orang peserta dipandu dari awal dan dilakukan pengulangan materi sampai akhirnya peserta dapat mempraktikkan materi yang disampaikan. Pelatihan ini juga bertujuan agar Pokdarwis Ciwaluh selanjutnya dapat secara mandiri meneruskan pemasaran melalui media digital dan juga para perwakilan ini harapannya dapat berbagi ilmu pemasaran digital ke seluruh masyarakat di Ciwaluh serta dapat menyusun paket wisata yang menarik dan tetap mendapatkan keuntungan. Dampak dari pelatihan para peserta mampu mengelola website dan mampu membuat paket wisata yang menarik dan *affordable*.



Gambar 8. Paket wisata

### 4. Pembuatan iklan dan pengiklanan online

Kegiatan pembuatan iklan melalui media sosial Facebook dan Instagram dibuat dengan sistem berlangganan pertahun. Kampung Ciwaluh sebelumnya sudah memiliki akun Facebook dan Instagram, sehingga pada kegiatan pembuatan iklan lebih mudah, karena akunnya sudah tersedia. Manfaat dari Iklan atau fitur *Ads* di Facebook dan Instagram ini diantaranya :

- a. Iklan dapat lebih terfokus pada pasar yang dituju  
Pada fitur ads dapat dilakukan pengaturan sesuai kebutuhan sampai pengaturan filter lokasi dari target yang dituju, dalam iklan ini difokuskan pada calon wisatawan daerah Jakarta dan Jawa Barat dengan alasan lebih dekat menuju kampung ekowisata Ciwaluh
- b. Iklan menciptakan dan meningkatkan *Branding*  
Facebook dan Instagram ads dapat menciptakan dan meningkatkan branding suatu tempat wisata, dikarenakan pengguna dari dua media sosial ini jumlahnya sudah sangat banyak, dengan beriklan disini harapannya ekowisata Ciwaluh dapat lebih dikenal masyarakat dari berbagai wilayah dan mendorong datangnya pengunjung yang lebih banyak. Fitur Adnya pun dapat langsung mengarahkan target sasaran ke website Ciwaluh.
- c. Tampilan fitur Ads memiliki visual yang menarik  
Manfaat lain dari fitur ads ini yaitu memiliki visual yang menarik dan cukup lengkap, tidak hanya berbentuk teks namun juga dapat ditambah gambar atau video ke dalam kontennya. Dampak dari pembuatan iklan ini membuat Desa Ciwaluh lebih dikenal masyarakat luas dan juga mendorong lebih banyak pengunjung yang datang.



Gambar 9. Iklan di story serta feeds di facebook dan Instagram

## 5. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan evaluasi dilakukan oleh tim PKM Pariwisata dengan tujuan mengetahui hal-hal yang dapat diperbaiki dari pelaksanaan PKM ini, tim berdiskusi dan saling memberikan masukan mengenai penyelenggaraan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan di Kampung Ekowisata Ciwaluh. Hasil evaluasi dicatat dan akan dijadikan perbaikan untuk program selanjutnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

dari kegiatan PKM di Ciwaluh dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kampung ekowisata Ciwaluh memiliki media pemasaran digital berupa Website resmi dengan domain [www.Ciwaluh.com](http://www.Ciwaluh.com), dan juga memiliki Ads di media FB serta Instagram
2. Meningkatnya pemahaman dan keterampilan masyarakat Kampung Ciwaluh mengenai pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan jumlah pengunjung.
3. Masyarakat Kampung Ciwaluh antusias dan bersemangat mengikuti kegiatan PKM yang diselenggarakan tim UT.
4. Kampung Ekowisata Ciwaluh lebih dikenal di masyarakat luas
5. Masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi mengenai Kampung Ekowisata Ciwaluh.

### Saran

untuk kegiatan selanjutnya agar terus mengembangkan kemampuan literasi digital bagi Pokdarwis Ciwaluh dan juga turut melibatkan pemerintah daerah setempat dalam mengembangkan potensi alam yang ada di Ciwaluh Bogor.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih terutama kepada Universitas Terbuka yang sudah mendanai program pengabdian masyarakat kami di Kampung ekowisata Ciwaluh Jawa Barat dengan hasil yang bermanfaat untuk masyarakat Ciwaluh dan juga masyarakat luas. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat dan Pokdarwis Ciwaluh serta Pemerintah Daerah yang mendukung dan berkolaborasi dalam kegiatan positif ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Soeswoyo, D.M. 2021. Potensi Pariwisata dan Strategi Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(1), 13-26.
- UNWTO. Rural Tourism. Diakses pada 14 September 2022, dari <https://www.unwto.org/rural-tourism>
- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1505>

Suryantari, Y., Ngarbingan, H. K., & Akbara, A. Z. (2022). Tebet Eco Park ' s potential as a new green open space in South Jakarta , Indonesia : an analysis. *Journal of Tourism and Economic*, 5(2), 107–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.36594/jtec.v5i2.154>