

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INTERNAL INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI**



**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* UNTUK
PENINGKATAN POTENSI PARIWISATA DESA KADUELA
KUNINGAN-JAWA BARAT**

Tim Pengusul:

Santi Maudiarti, S.E., M.Pd. (Ketua)
Drs. Mochammad Achmadi, M.Pd. (Anggota 1)
Dra. Purwanti Dyah Pramanik, M.Si. (Anggota 2)
Iwa Edward Prasetyo (Mahasiswa)

Institut Pariwisata Trisakti

Jakarta, Juli 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Pengabdian : Pemanfaatan *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Potensi Pariwisata Desa Kaduela, Kuningan – Jawa Barat

Ketua PKM:

a. Nama Lengkap : Santi Maudiarti, S.E., M.Pd.
b. NIDN : 0320047503
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Departemen : Pengelolaan Perhotelan
e. Nomor HP : 08158818045
f. E-mail : santimaudiarti@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM (1):

a. Nama Lengkap : Drs. Mochammad Achmadi, M.Pd.
b. NIDN : 0312116601
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Departemen : Pengelolaan Perhotelan
e. Nomor HP : 0817799499
f. E-Mail : achmadi@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM (2):

a. Nama Lengkap : Dra. Purwanti Dyah Pramanik, M.Si.
b. NIDN : 321056402
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
d. Departemen : Pengelolaan Perhotelan
e. Nomor HP : 087887442562
f. E-Mail : purwanti@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM (3): Mahasiswa

a. Nama Lengkap : Iwa Edward Prasetyo
b. NIM : 2053010015
c. Departemen : S1-Pariwisata

Mitra:

a. Lokasi Mitra : Kuningan
b. Wilayah Mitra : Desa Kaduela
c. Kabupaten / Kota : Kuningan
d. Provinsi : Jawa-Barat
e. Jarak PT ke lokasi : 223 KM
f. Luaran : Jurnal PKM
g. Biaya diajukan : Rp. -----

Keterkaitan Mata Kuliah :

Sesuai Roadmap : Ya Tidak

Jakarta, 31 Juli 2023
Mengetahui,

Kepala Department,

Ketua PKM,

(Robiatul Adawiyah, M.Par.)
NIDN: 0313028901

(Santi Maudiarti, S.E., M.Pd.)
NIDN: 0320047503

Menyetujui,

Warek I IP Trisakti,

Ka. P3M IP Trisakti

(Djoni Wibowo, SE, MM)
NIDK: 8872001019

(Dr. Rahmat Ingkadjaya, MM)
NIDN: 0318026401

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Daftar Isi.....	iii
Analisis Situasi.....	1
Permasalahan Mitra.....	2
Tujuan Kegiatan	3
Sasaran	4
Luaran	4
Metode Pelaksanaan.....	5
Solusi.....	6
Jadwal Kegiatan	7
Peserta Pelatihan	7
Denah Lokasi	9
Laporan Kegiatan PKM.....	10
Daftar Pustaka	24
Lampiran	24

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Sektor pariwisata merupakan salah satu yang dapat menunjang perekonomian suatu negara, khususnya negara Indonesia. Pemerintah telah menggunakan berbagai teknik atau cara dalam rangka memajukan pariwisata di Indonesia, salah satunya adalah dengan cara melakukan memasarkan destinasi-destinasi pariwisata melalui pemasaran konvensional seperti mengikuti pameran pariwisata, membuat iklan di televisi, surat kabar, majalah, dan brosur paket wisata. Namun seiring majunya teknologi di era digitalisasi, maka pemasaran destinasi pariwisata dapat dilakukan melalui teknologi yang kita sebut sebagai teknologi digital atau yang lebih kita kenal dengan istilah *digital marketing* (pemasaran digital).

Memasarkan atau mempromosikan pariwisata melalui *digitalmarketing* merupakan cara yang tergolong efektif, efisien dan berdampak besar dalam mendorong mobilitas wisatawan (Fatanti&Suyadnya, 2015). Salah satu bagian dari digital marketing yang sering digunakan saat ini adalah penggunaan media sosial. Dengan menggunakan media sosial wisatawan dapat membagikan pengalaman mereka dan bisa juga dijadikan sebagai sumber dalam pencarian informasi mengenai destinasi wisata (Gohil, 2015). Penggunaan *digital marketing* selain untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat karena dapat menciptakan peluang bisnis dapat juga dimanfaatkan untuk meningkatkan potensi wisata-wisata lokal. Walaupun dalam pemanfaatan *digital marketing* harus terhubung dengan jaringan internet, namun penggunaan *digital marketing* sangat dirasakan manfaatnya karena lebih mudah, hemat, dan lebih efektif dalam memasarkan pariwisata sebuah daerah. Dengan pemanfaatan *digital marketing* ini industri pariwisata sangat terbantu sekali ditambah karena makin hari makin banyak tumbuh tempat-tempat wisata baru terutama pariwisata lokal. Hal ini diakibatkan karena masyarakat dengan kondisi rutinitas keseharian banyak mengalami stress bahkan depresi, sehingga untuk menghindari tersebut mereka sangat

membutuhkan relaksasi (*refreshing*) untuk menghilangkan kejenuhan dan kepenatan atas rutinitas dan pekerjaan keseharian mereka. Masyarakat juga untuk saat ini banyak yang lebih memilih mendatangi wisata-wisata lokal yang kebanyakan dikelola oleh masyarakat lokal atau komunitas pencinta pariwisata sekitar.

Kelemahan dari pengembangan wisata lokal selain berkaitan dengan dana juga berkaitan dengan komitmen dari pengelola tempat wisata tersebut. Bahkan masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui mengenai wisata lokal dikarenakan kurangnya sosialisasi atau promosi mengenai keberadaan tempat wisata tersebut, padahal wisata lokal ini sangat memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata. Salah satu wisata lokal yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan sektor pariwisata adalah wisata lokal Desa Kaduela di daerah Kuningan Jawa Barat. Desa Kaduela merupakan tempat yang memiliki spot-spot atau area yang bisa digunakan untuk berwisata dan sangat indah, namun sayang karena tidak adanya komitmen dan keinginan yang besar untuk mengembangkan Desa Kaduela serta kurangnya promosi maka tempat tersebut menjadi tempat wisata yang kurang terawat dan tidak dikenal banyak oleh masyarakat, hanya masyarakat sekitar saja yang mengetahuinya. Berdasarkan situasi tersebut itulah maka tempat wisata lokal Desa Kaduela ini perlu dikenalkan kepada khalayak banyak dan salah satu strategi yang efisien dan efektif untuk meningkatkan potensi wisata lokal Desa Kaduela ini adalah dengan diberikan pelatihan mengenai pemanfaatan *digital marketing* dan bagaimana tips menggunakan kata-kata yang menarik dalam membuat konten untuk promosi serta sosialisasi bagaimana peran pelaku pariwisata dalam membantu meningkatkan potensi pariwisata Indonesia.

B. Permasalahan Mitra

Dalam era digital yang semakin berkembang, masyarakat desa Kaduela sangat membutuhkan pemahaman dan pengetahuan tentang cara memanfaatkan teknologi dan *digital marketing* (pemasaran digital) untuk mengoptimalkan bisnis homestay dan paket wisata mereka agar mereka dapat meningkatkan potensi pariwisata di Desa Kaduela Kuningan. Berdasarkan hal

tersebut, maka berikut adalah permasalahan yang terjadi di desa Kaduella Kuningan:

- a. Masyarakat desa Kaduella tertarik untuk mengelola homestay namun belum memahami cara pemasaran digital dan cara memanfaatkannya secara efektif. Dengan mengedukasi mereka tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, dan penggunaan platform pemesanan online dapat membantu mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.
- b. Masyarakat desa Kaduella tertarik mengelola homestay namun belum memahami cara membuat paket wisata yang *marketable*.
- c. Kalangan pemuda yang belum mengetahui cara membuat kalimat yang unik dan menarik untuk sebuah konten dalam *digital marketing*.
- d. Masyarakat desa Kaduella belum mengetahui peran pelaku pariwisata dalam bela negara, khususnya di sektor pariwisata.

C. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan keterampilan dalam pembuatan *digital marketing* (pemasaran digital) dan pengetahuan mengenai tips membuat kalimat untuk konten dalam *digital marketing* agar lebih menarik minat wisatawan untuk mengunjungi desa Kaduella serta *sharing* pengetahuan bagaimana peran pelaku pariwisata dalam bela negara. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi, ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktek.

BAB II

SASARAN DAN LUARAN PENGABDIAN MASYARAKAT

A. Sasaran

Sasaran yang akan mendapatkan pedampingan pembuatan *digital marketing* adalah masyarakat pemilik homestay, pelaku wisata yang ingin tampil membuat paket wisata, pemuda desa yang ingin tampil dalam membuat konten yang menarik, dan aparat desa yang bertugas memasarkan potensi wisata desa Kaduella Kuningan Jawa Barat.

B. Luaran

Luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah berupa artikel yang akan diterbitkan pada jurnal nasional Pengabdian Kepada Masyarakat.

BAB III

METODE PELAKSANAAN DAN SOLUSI

A. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan menggunakan beberapa cara yaitu:

1. Analisis Kebutuhan: Melakukan analisis kebutuhan masyarakat desa terkait digital marketing dengan melakukan survei atau wawancara dalam mengumpulkan informasi yang relevan.
2. Rencanakan Program: Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, maka dibuat rencana program pengabdian kepada masyarakat dengan menentukan tujuan yang ingin dicapai dan target peserta yang akan dilibatkan. Rencana ini mencakup konten dan metode pelatihan yang sesuai dengan tingkat pemahaman dan ketersediaan sumber daya di masyarakat desa.
3. Materi Pelatihan: Menyiapkan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat desa. Materi ini dirancang secara sederhana dan mudah dipahami oleh peserta. Beberapa topik dalam materi pelatihan digital marketing antara lain: pengenalan internet, penggunaan media sosial, dan strategi pemasaran online.
4. Pelatihan Interaktif: Melakukan sesi pelatihan secara interaktif dengan melibatkan peserta secara aktif. Metode yang digunakan adalah melalui pendekatan praktis seperti studi kasus untuk membantu peserta memahami konsep-konsep digital marketing secara lebih baik. Dengan memberikan contoh nyata dan praktis serta relevan dengan masyarakat desa.
5. Praktik Lapangan: Setelah pelatihan teori, berikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan praktik lapangan. Misalnya, mereka dapat menerapkan strategi pemasaran digital untuk produk atau jasa dari masyarakat desa. Instruktur membimbing dan memberikan umpan balik kepada peserta selama mereka melakukan praktik untuk membantu mereka memperbaiki keterampilan mereka.

6. Pendampingan dan Evaluasi: Selama dan setelah program pelatihan, Instruktur melakukan pendampingan kepada peserta, yaitu membantu mereka dalam mengatasi tantangan yang mereka hadapi saat menerapkan *digital marketing* di masyarakat desa.

B. Solusi

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu dengan cara membantu membuat media promosi online. Materi yang diajarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut yaitu:

1. Manfaatkan media sosial sebagai *channel* utama *digital marketing* (pemasaran digital). Media sosial dapat menjadi salah satu cara dalam mempromosikan produk atau usaha yang dimiliki oleh masyarakat desa Kaduella seperti homestay, umkm, dan paket wisata.
2. Peserta akan mendapatkan bimbingan dari instruktur dalam bidang digital marketing. Instruktur dapat memberikan arahan, umpan balik, dan membantu peserta mengatasi tantangan yang dihadapi dalam penerapan digital marketing.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat desa untuk menggunakan konten pemasaran dalam bentuk artikel blog, video, atau foto untuk mempromosikan daya tarik wisata desa mereka. Konten tersebut dapat dibagikan melalui situs web, media sosial, atau platform berbagi video seperti YouTube. Konten yang menarik dan berkualitas tinggi akan menarik minat calon wisatawan dan mendorong mereka untuk mengunjungi desa tersebut.

C. Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PKM di Desa Kaduella

Kegiatan/Tahapan	Juli				Agustus					Indikator Pencapaian	
	1	2	3	4	1	2	3	4	5		
Diskusi tim peneliti											Pembuatan Proposal
Studi Litelatur											Pembuatan Proposal
Survey											Koordinasi dengan Mitra
FGD											Pelaksanaan Pelatihan
Pelaporan PKM											Laporan PKM Final
Publikasi Jurnal PKM											Submit Jurnal PKM

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian tersebut akan dilaksanakan pada:

Hari : Kamis – Sabtu

Tanggal, bulan, tahun : 20 – 22 Juli 2023

Waktu : 09.00 – Selesai

Tempat : Desa Kaduella, Kuningan Jawa Barat

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Pelaksanaan PKM di Desa Kaduella

No.	Waktu	Kegiatan	Penanggung jawab
Kamis, 20 Juli 2023			
1.	13.00	Berangkat dari kampus IPT ke desa Kaduella	Santi Maudiarti
2.	17.00 – 20.00	Tiba di desa Kaduella, Ramah Tamah dan koordinasi dan sosialisasi persiapan acara pengabdian masyarakat esok hari yang akan dibuka dan dihadiri oleh Kepala Desa Kaduella, Kadispora Kuningan, dan Masyarakat local pelaku wisata.	Tim PKM

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Pelaksanaan PKM di Desa Kaduella

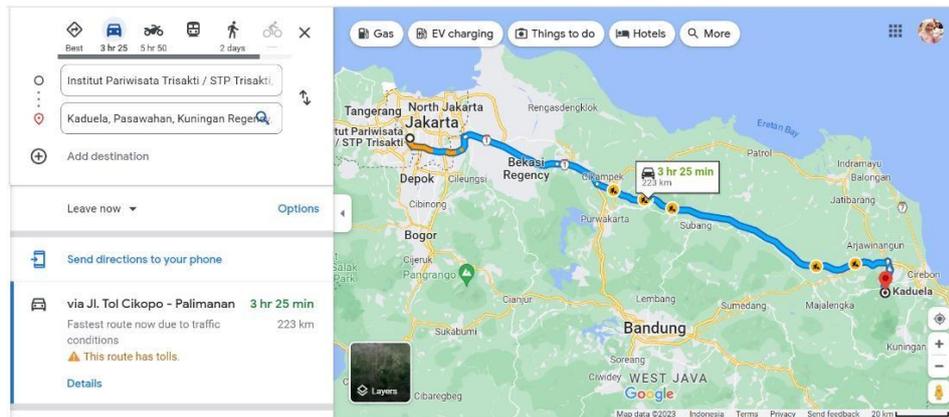
No.	Waktu	Kegiatan	Penanggung jawab
Jum'at, 21 Juli 2023			
1.	08.00 – 09.00	Registrasi	Iwa Edward Prasetyo
2.	09.00 – 10.00	Pembukaan Acara	Kepala Desa Kaduella / Dinas Pariwisata Kab. Kuningan.
3.	10.00 – 11.00	Presentasi tentang: “Pemanfaatan Digital Marketing”	Santi Maudiarti
4.	11.00 – 12.00	Praktek dan Sesi tanya jawab	
5.	12.00 – 13.30	ISHOMA	
6.	13.30 – 14.30	Presentasi tentang: “Tips Menentukan Kata-Kata Promosi yang Menarik” dan sesi tanya jawab	Purwanti Dyah Pramanik
7.	14.30 – 16.00	Presentasi tentang: “Peran Pelaku Pariwisata dalam Bela Negara dan sesi tanya jawab	Mochammad Achmadi
8.	16.00 – 16.30	Penutupan serta foto Bersama	

D. Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan adalah masyarakat Desa Kaduella yang aktif bergerak di industri pariwisata seperti kompepar, pemandu wisata (*tour guide*), pemilik *homestay*, UMKM, dan pengelola destinasi wisata, dan aparat pemerintah desa yang terkait di lingkungan Desa Kaduella.

E. Denah Lokasi

Jarak tempuh Institut Pariwisata Trisakti ke destinasi wisata Desa Kaduella, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat adalah 223 KM atau sekitar 3 jam 25 menit dengan menggunakan kendaraan bermotor roda empat. Berikut adalah denah lokasinya:



BAB IV

LAPORAN KEGIATAN PKM

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dimulai sejak hari Kamis tanggal 20 Juli 2023. Tim PKM yang terdiri dari: Santi Maudiarti, Mochamad Acgmadi, Purwanti Dyah Pramanik, dan Iwa Edward Prasetyo (mahasiswa) tiba di Kantor Kepala Desa Kaduella dan diterima oleh Sekretaris Desa Bapak Enda dan Direktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Bapak Ibrahim. Selanjutnya kami mengkoordinasikan kegiatan esok hari mulai dari persiapan ruangan dan perlengkapannya, susunan, acara, serta peserta PKM yang akan hadir. Foto tim PKM dan Suasana pertemuan dengan SekDes Kaduella dapat dilihat pada gambar 4.1. dan gambar 4.2.



Gambar 4.1 Pertemuan dengan SekDes Kaduella Bapak Enda



Gambar 4.2 Tim Nara Sumber PKM

Pada hari kedua, kegiatan diawali dengan sambutan dari Kepala Desa Kaduella Bapak Haji Toyib. Beliau menyampaikan terimakasih atas kegiatan PKM yang digagas oleh Tim dari Institut Pariwisata Trisakti dan memberikan semangat agar para peserta fokus pada paparan yang disampaikan oleh tim. Selanjutnya Kepala Desa Kaduella secara resmi membuka kegiatan PKM. Selanjutnya, Kepala Dinas Pemuda dan Olah Raga (Kadispora) Kabupaten Kuningan, yaitu Dr. Toto Toharudin, menyampaikan wejangan kepada para peserta pelatihan agar tidak menyalakan kesempatan menambah pengetahuan dan skill yang akan disampaikan oleh Tim Institut Pariwisata Trisakti. Beliau menyampaikan bahwa Desa Kaduella memiliki masa depan bagus yang dapat melampaui desa-desa lain seandainya Masyarakat berperan serta dalam mengembangkan pariwisata di desa Kaduella ini. Kegiatan pembukaan dapat dilihat pada Gambar 4.3. Adapun jumlah peserta pelatihan adaaaalah 20 orang pelaku usaha wisata di Desa Kadeula.



Gambar 4.3 Suasana Pembukaan PKM



Gambar 4.4 Perangkat Desa, Kadispota Tim Penyuluh IP Trisakti, dan Peserta berfoto bersama

Paparan PKM yang disampaikan oleh Ibu Santi Maudiarti, SE.,M.Pd. dengan materi “Pemanfaatan Digital Marketing”, Dra. Purwanti Dyah Pramanik, M.Si.tentang Trik Membuat Kalimat Promosi Bisnis Online, dan Moch. Achmadi, M.Pd. tentang Peran Pelaku Wisata dalam Bela Negara dapat dilihat pada tampilan PPT di bawah ini:

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN POTENSI PARIWISATA

Santi Maudiarti



PKM - DESA KADUELA
JULY-2023

AGENDA



Perkenalan



Kondisi Lingkungan (Pasar)



Trends



Kesimpulan

PASAR TRADISIONAL



Pasar di mana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.



PASAR ZAMAN NOW



Strategi pemasaran yang menggunakan teknologi dan kreativitas untuk mendorong orang melakukan bisnis.



FAKTA....



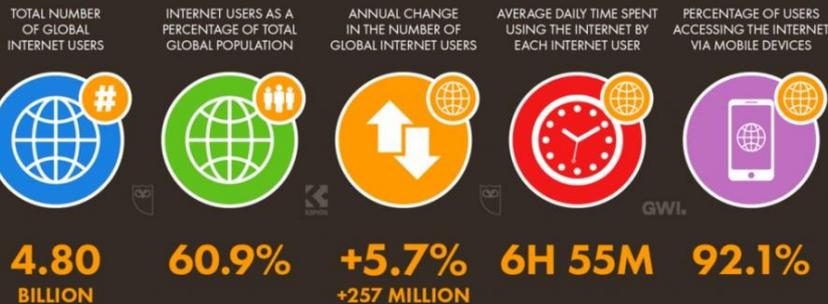
Kemajuan teknologi dan digital berdampak pada semua sektor industri termasuk sektor industri pariwisata

JUL
2021

OVERVIEW OF GLOBAL INTERNET USE

A SNAPSHOT OF INTERNET USE AROUND THE WORLD

INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS



12

SOURCES: KEPIC (JUL 2021) BASED ON EXTRAPOLATIONS OF DATA PUBLISHED BY THE ITU (LOCAL GOVERNMENT BODIES), GWI, GSMA INTELLIGENCE, EUROSTAT, APPI, CNNIC, THE UNITED NATIONS. DATA FOR TIME SPENT AND MOBILE INTERNET SHARE FROM GWI (Q1 2021). SEE GWI.COM FOR MORE DETAILS. * COMPARABILITY ADVISORY: SOURCE AND BASE CHANGES. INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Hootsuite

DIGITAL MARKETING



Kegiatan pemasaran atau promosi yang menggunakan internet dan teknologi digital berbasis online seperti komputer desktop, ponsel, dan media digital lainnya untuk mempromosikan produk dan layanan.



Hah? Emang masih ada yaa yang sebar brosur buat promosi?



**APA SIH PENTINGNYA
DIGITAL MARKETING
UNTUK BISNISMU?**



1. LEBIH HEMAT BIAYA

Jajan kopi difoto, ckrek, diupload di medsos.
Hapenya punya kita, internet juga kita yang beli,
secara ngga sadar kita ikut memasarkan kopinya,
padahal kita ngga dibayar. Eh mereka hemat biaya
promosi dong?



2. TARGET PASAR SESUAI

Hmm.. jadi kalau produknya kopi,
target market kita usia 20-40, laki-laki dan
perempuan semua pada suka ngopi,
terus kita mesti pasang ads nih boleh di FB
maupun IG, hmm terus apalagi yaa..



www.jeyjingga.com



Digital Marketing

Mengapa Penting ???



- 3 Meningkatkan Penjualan
- 4 Jangkaun pasar lebih luas & Tepat saasaran
5. Menjaga komunikasi aktif & positif antara penjual & pelanggan



healthynesting

THE FIRST EVER EWG VERIFIED™ DIAPER

GIVEAWAY

Liked by raisinggoodhumanspodcast and others

healthynesting GIVEAWAY! To celebrate the first ever EWG VERIFIED™ diaper with @environmentalworkinggroup, we are teaming up with our good friends @happyfamilyorganics to give away a special bundle of Happy Baby fan-favorite pouches and healthynest's Diapering Subscription to 10 lucky winners.

koko.collective

- WIN -

Liked by modularwalls and others

koko.collective Win the ultimate outdoor lifestyle pack thanks to @modularwalls valued at \$2,600!

Head over to their page to find out how

starbucks

Welcome back. Regram: @champagneandsequins

Load more comments

claire.grapes is the psi available? and if not when will it be? ❤️

elisa_vienni Pumpkin spice latte is my life m_____3 You wanna hire me?

gretablue_@starbucks I really enjoy vanilla and white and milk chocolate 🍫🌸

gretablue_@starbucks I also like hot coffee a tiny bit more than iced

infrontrowstyle Yummi 🍷🍷🍷

starbucks @_official_grace_ Pumpkin Spice Lattes are here through the holiday season, while supplies last!

starbucks @lana_banana_82 You have a few options to get in touch with our

347,656 likes

1 DAY AGO

Add a comment...

Menu Spesial
Mie Yamin

Diruang Desain



**TRIK MEMBUATKALIMATPROMOSI
BISNIS ONLINE**

Dra. Purwanti Dyah Pramanik,M.Si.

1. KALIMAT YANG DIGUNAKAN SESUAI TARGET PEMBELI ANAK ANAK / REMAJA / DEWASA

Anak-anak: **Mudah dicerna-Seru-Menyenangkan**

Contoh: "Sudah pernah coba perosotan di kolam renang Kaduella? Buka hanya seru tapi SERU BANGET..!!!"

Remaja: **Gunakan kata kata kekinian**

Contoh: "Coba perosotan di kolam renang Kaduella? Wah...menang banyak."

2. KALIMATA AWAL MEMBUA TORANG TERTARIK

Perduli dengan keluhan konsumen

Pengen berenang seru, tapi bingung dimana?
Ke Kaduella aja..

3. IMING IMING DENGAN DISKON DAN DAPAT UANG TUNAI

"Promo Singkat! Dapatkan promo diskon sebesar 30% hanya hari ini."

"Diskon!!! ajak teman-teman berenang bareng di Kaduella. Berenang 5 orang, bayar 4 orang."

4. MENGGUNAKAN KATA YANG TERKESAN JAJIB 5. JUAL MANFAAT PRODUK YANG DITAWARKAN

"Dapatkan tubuh sehat dan langsing tanpa ribet tanpa efek samping dengan JALAN SANTAI di Kaduella."

6. JELASKAN KANDUNGAN PRODUK

"Ribuan orang telah membuktikan khasiat minuman ini. Kandungan jahe dan sereh menurunkan kolesterol dan gula darah."

7. KALIMAT PENUTUP YANG MENARIK

"Penawaran terbatas hanya hari ini saja, jangan sampai ketinggalan promonya! **Hubungi kami di nomor berikut!**"

Peran Pelaku Pariwisata Dalam Bela Negara

MochamadAchmadj M.Pd

MEMBERIKAN KESEMPATAN
KEPADAMASYARAKATLOKAL
UNTUK MENGURUS USAHA-
USAHA SEKTOR INDUSTRI
PARIWISATA

PENGAWASAN DALAM
PERKEMBANGAN SEKTOR
PARIWISATA

SOSIALISASI KEPADA
MASYARAKATAKAN
PENTINGNYA
PEMBANGUNAN
PARIWISATA

MELESTARIKAN BUDAYA
INDONESIA AGAR TIDAK
TERGESER OLEH BUDAYA
ASING

BERPARTISIPASIAKTIF DALAM
ORGANISASI
KEMASYARAKATAN

UPAYA BELA NEGARA DALAM SEKTOR PARIWISATA



Upaya Bela Negara dalam Sektor Pariwisata

1. Tidak menyebarkan berita yang menakutkan atau berita palsu (hoax) tentang pariwisata dalam negeri.
2. Membantu memperkenalkan pariwisata dalam negeri ke dunia luar
3. Menjaga keamanan serta kebersihan tempat pariwisata secara bersama-sama.
4. Membayar dan menyetorkan pajak tepat waktu.
5. Membuka sektor wirausaha dalam pariwisata

Banyak cara untuk menjaga Ketahanan Nasional dan Bela Negara, salah satunya dengan mendukung Negara di sektor pariwisata ataupun membantu perkembangannya, dalam sektor pariwisata, tentu banyak sekali manfaat dalam perkembangan daerah ataupun negara.

Tidak menutup kemungkinan fakta pariwisata menjadi satu aspek yang sangat penting bagi perekonomian, selain itu budaya dalam suatu daerah jika tersentuh sektor pariwisata pun akan semakin terjaga kelestariannya dan banyak manfaat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ara, C. S., Paulo, L., Corr. D., Puaa, A., Prates, R. O., & Jr, W. M. (2014). It is not just a picture: Revealing some user practices in Instagram.
- Bash, E. (2015). Making Strategis in Destination Branding: What is the Online Tourism Promotional Material Saying about Portugal? PhD Proposal. 1 (2013), 1-8. <http://doi.org/10.1017/CB09781107415324.004>.
- Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W (2015). Beyond User Gaze: How Instagram Creaes Tourism Destination Brand? Procedia-Social and Behavioral Sciences, 211,1089-1095.<http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.145>
- Gohil, N. (2015). Role and Imopact of Social Media in Tourism: A case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism Introduction: Review Of Literature: 5(4), 8-15)

Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service). Hiram, T., Winnie, W.P.M., Ernest, C. De R., & Sally, L, Y, C. (2015). *Belefs sbout the Use of Instagram: An Exploratory Study*

Ritonga M. J. (2005) *Tipologi Pesan Persuasif*, Jakarta: Indeks.

Wang, Y., Yu, Q., & Fesenmaier, D. R. (2002). Defining the Virtual Tourist Community: Implications for Tourism Marketing. *Tourism Management*, 23 (4), 407-417. [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(1\)00093-0](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(1)00093-0)

Lampiran-lampiran:

1. Surat Tugas
2. Sertifikat telah melaksanakan PKM
3. Daftar hadir peserta PKM
4. Biodata Tim
5. Surat Pernyataan Ketua Pelaksana

Lampiran 1: Surat Tugas



YAYASAN TRISAKTI

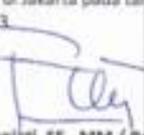
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

Jl. KPN-Bintaro Tanah Kusir, Jakarta 12130
 Telp. (021) 7377738-41, Fax. (021) 7388793, 73692286 Email : info@iptrisakti.ac.id, Website : http://www.iptrisakti.ac.id

SURAT TUGAS

No. : 815/IPT/ST/VII/2023

1	Dasar Penugasan	: Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)
2	Nama Yang menugaskan/jabatan	: Fetty Asmanlati, SE., MM / Rektor
3	Nama yang ditugaskan/jabatan	: 1. Santi Maudiarti, SE., M.Pd. 2. Mochamad Achmadi, M.Pd. 3. Dra. Purwanti Dyah Pramanik, M.Si. 4. Iwa Edward Prasetyo (NIM: 2053010015)
4	Maksud Penugasan	: Melakukan Penyuluhan / Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dan Bagaimana Tips menggunakan kata-kata yang menarik dalam membuat Kontent di Lingkungan Desa Kaduella.
5	Alat Transportasi	: Darat
6	a. Tempat Penugasan Awal	: Institut Pariwisata Trisakti
	b. Tempat Penugasan Akhir	: Desa Kaduella, Kuningan, Jawa Barat
7	a. Lama Penugasan	: 3 (tiga) hari
	b. Tanggal Penugasan	: Kamis sd Sabtu, 20 - 22 Juli 2023
8	Pembebanan Biaya	
	a. Instansi	: IP Trisakti
	b. Lainnya (sebutkan)	:
9	Lain-lain	:

PENGESAHAN PENUGASAN	
Ditetapkan di Jakarta pada tanggal : 13 Juli 2023  Fetty Asmanlati, SE., MM / Rektor	
TEMPAT TUJUAN	TEMPAT KEMBALI
Tiba di: Desa Kaduella, Kuningan, Jawa Barat Tanggal :  ENDA ROHMAWA	Telah diperiksa, dengan keterangan bahwa perjalanan diatas benar telah dilaksanakan sesuai perintah dan semata-mata untuk kepentingan dinas dalam waktu sesingkat-singkatnya. Dr. Nurbaeti, MM Warek II
Dokumen yang tidak diperiksa diarsipkan sesuai: 1. Pelaksana Tugas 2. Atasan Langsung Pelaksana Tugas 3. Bagian Umum & Keuangan 4. Sekretaris	

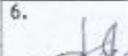
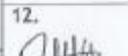
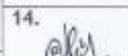
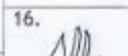
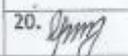
Lampiran 2: Sertifikat telah melaksanakan PKM



Lampiran 3: Peserta PKM

 INSTITUT FARMASI TRISAKTI & 100 Years Anniversary	FORMULIR DAFTAR HADIR	
	No. Dokumen : 110.11.192.2012	
	Edisi :	
	Revisi : 0	
	Halaman : Page 1 of 2	

Acara :
 Hari/Tanggal :
 Tempat :
 Waktu :

No.	Nama	Ttd
1.	Mimin Muntarsih	1. 
2.	UUS.USWATI HANANAH	2. 
3.	Mira Risnowati	3.  0831 2012 3630
4.	Siti Julochi	4. 
5.	Asih Suarsih	5. 
6.	Pede Nurhasanah	6.  085794033922
7.	ASKANI, AN	7. 
8.	ITA KARWITA	8. 
9.	HINDUN	9. 
10.	Ikrom. Solihin	10. 
11.	ENTIN. YUHANIAH	11. 
12.	LANSZA AFZA COMITA	12. 
13.	YATI FATMAWATI	13. 
14.	RITA RUSPITA SARI	14. 
15.	OPIK HIDAYAT	15. 
16.	FERI HEDIYANAH	16. 
17.	IIM IBRAHIM	17. 
18.	TASJUNA, S.SOS. M. Pd.	18. 
19.	Sukati	19. 
20.	BENIARDI DAMANIK	20. 

Lampiran 3: Peserta PKM

		FORMULIR DAFTAR HADIR			
No. Dokumen : 510.11.192.1012 Edisi : Revisi : 0 Halaman : Page 1 of 2					
Acara :	:				
Hari/Tanggal :	:				
Tempat :	:				
Waktu :	:				
No.	Nama	Ttd			
1.	Arief F. Rachman	1.			
2.	Santi Mardianti	2.			
3.	Hanni Afrani	3.			
4.	M. Achmadi	4.			
5.	Vienne. A s	5.			
6.	P. Dyah Pramausika	6.			
7.	Khairi Tamari & Rosyid	7.			
8.	Wz Edward Prasetyo	8.			
9.	Erdo Rohmana Amd/Sekdes	9.			
10.	Toto Toharudin/Kades	10.			
11.	H. THOTIB /Kades	11.			
12.	Yati Rahayati	12.			
13.		13.			
14.		14.			
15.		15.			
16.		16.			
17.		17.			
18.		18.			
19.		19.			
20.		20.			

Lampiran 4: Biodata Tim

Biodata Dosen Pendamping

1.a. Biodata Ketua Pendamping

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Santi Maudiarti, SE., M.Pd.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	NIDN	0320047503
4	Program Studi	D-4 Pengelolaan Perhotelan
5	NIP	-
6	Tempat dan Tanggal	20 April 1975
7	E-mail	santimaudiarti@stptrisakti.ac
8	Nomor Telepon/HP	08158818045

B. Riwayat Pendidikan

Nama Institusi	Jenjang	Peminatan	Tahun
Universitas Negeri Jakarta	S2	Teknologi Pendidikan	2016
Universitas Borobudur	S1	Manajemen	1997

C. Publikasi Penelitian (3 Tahun Terakhir)

No.	Judul Artikel Ilmiah	Publikasi	Tahun	Peran Penulis
1	<u>Investigating the history of east sakerta village as a popular tourist destination in west java</u>	Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan 10 (02), 405-416, 2021.	2021	Penulis ke-1 dari 2 penulis
2	<u>Attitudes and Readiness of Tourism Students in Indonesia on Online Learning Activities</u>	Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan 10 (01), 129-143, 2021.	2021	Penulis ke-2 dari 3 penulis

3	<u>Pedoman penyusunan proyek akhir berbasis workshop sarjana terapan pariwisata usaha perjalanan wisata</u>	Buku Pedoman	2021	Penulis ke-2 dari 5 penulis.
---	---	--------------	------	------------------------------

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam usulan proposal penelitian internal.

Jakarta, 22 Juni 2023
Pendamping,

Santi Maudiarti, S.E., M.Pd.

1.b. Biodata Anggota Pelaksana-1

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Mochamad Achmadi
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	NIDN	0312116601
4	Program Studi	D-4 Pengelolaan Perhotelan
5	NIP	-
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Tegal 12 Nopember 1966
7	E-mail	achmadi@stptrisakti.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	0817-799 499

B. Riwayat Pendidikan

Nama Institusi	Jenjang Pendidikan	Peminatan	Tahun Lulus
Universitas Negeri Jakarta	S1	Pendidikan Elektronika	2002
UHAMKA	S2	Pengukuran dan Evaluasi Pendidikan	2008

C. Rekam Jejak Tri Dharma PT

C.1. Pendidikan/Pengajaran

No	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	SKS
1	Metodologi Penelitian		
2			

C.2. Publikasi Penelitian

No.	Judul Artikel Ilmiah	Publikasi	Tahun	Peran Penulis
1	The Link Between Gender and Social Capital in Community based Tourism	IJISRT	2021	Penulis ke 1 dari 4 empat penulis
2	The Role of Social Capital In Community Based Tourisme	Journal of Indonesia Tourism and Development Studies	2020	Penulis ke 3 dari 3 penulis
3	Teenagers Perception of Halal Food as an Option for Culinary Tourism	ISOT	2018	Penulis ke 2 dari 2 penulis

C.3. Pengabdian Kepada Masyarakat (3 tahun terakhir)

No	Judul Pengabdian kepada Masyarakat	Penyandang Dana	Tahun
1	PKM dengan tema “Digitalisasi UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan”.	Mandiri	2022
2	Menulis hasil PKM dengan judul:”Media Belajar Inovatif bagi Siswa SDN 05 Pesanggrahan Jakarta: PKM dengan Konsep Service Learning.”	STP Trisakti	2021
3	Pengembangan SDM melalui Peningkatan Kemampuan Interpersonal Skill-Mendengar secara Efektif bagi Karyawan X-Pert Hotel Management System, di Tangerang Selatan.	Mandiri	2021

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam usulan proposal penelitian internal.

Jakarta, 10 Mei 2022
Pengusul,



Mochamad Achmadi, M.Pd

1.c. Biodata Anggota Pelaksana-2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dra. Purwanti Dyah Pramanik, M.Si.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	NIDN	0321056402
4	Program Studi	D-4 Pengelolaan Perhotelan
5	NIP	-
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Sukabumi, 21 Mei 1964
7	E-mail	purwanti@stptrisakti.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	087887442562

B. Riwayat Pendidikan

Nama Institusi	Jenjang Pendidikan	Peminatan	Tahun Lulus
Universitas Indonesia	S2	MSDM	2001
IKIP-Jakarta	S1	Pengembangan SDM	1987

C. Publikasi Penelitian (3 Tahun Terakhir)

No.	Judul Artikel Ilmiah	Publikasi	Tahun	Peran Penulis
1	<i>Attitudes and Readiness of Tourism Students in Indonesia on Online Learning Activities</i>	Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10(01), hal. 129-143, Jurnal Nasional Terakreditasi,	2021	Penulis ke-1 dari 3 penulis
2	Pengaruh <i>Abusive Supervision</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> Karyawan Hotel Terakreditasi	Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol.11(3), hal.384-392, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jurnal Nasional Terakreditasi	2020	Penulis ke-2 (<i>corresponding author</i>) dari 3 penulis

3	<i>Is the Higher Employees Resilience, the Higher Their Work Engagement will be?</i>	Tourism Research Journal, Vol.4(1), hal. 1-11. Jurnal nasional terakreditasi.	2020	Penulis ke-1 dari 3 penulis
---	--	--	------	-----------------------------

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam usulan proposal penelitian internal.

Jakarta, 22 April 2022
Anggota Pengusul,

Purwanti Dyah Pramanik

Lampiran 5.

Surat Pernyataan Ketua Pelaksana



SURAT PERNYATAAN KETUA PELAKSANA

Saya yang menandatangani Surat Pernyataan ini:

Nama : Santi Maudiarti, S.E., M.Pd,
NIDN 0320047503
Program Studi : D4 – Pengelolaan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa usulan **Pengabdian Kepada Masyarakat** saya dengan judul:

“Pemanfaatan *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Potensi Pariwisata Desa Kaduella, Kuningan – Jawa Barat”

yang diusulkan untuk tahun anggaran (2023) **bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga atau sumber dana lain.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya kegiatan yang sudah diterima ke kas STP Trisakti.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, (22 Juni 2023)

Mengetahui/Menyetujui,
Wakil Ketua I STP Trisakti

Yang Menyatakan,

(Djoni Wibowo, SE, MM)
NIDK. 8872001019

Santi Maudiarti, S.E., M.Pd.
NIDN: 0320047503