

PENYULUHAN DAN EDUKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA SEMBRANI WATUSIGAR

| Diterima: 11 Oktober 2024 | Direview: 18 Nopember 2024 | Disetujui: 16 Desember 2024 |

Renza Fahlevi, *Hanny, Enly Yunaeni, Fitriana Aidnilla Sinambela, Rachmat Ingkadijaya

Institut Pariwisata Trisakti

renzafahlevi1@gmail.com, *hanny.rizgroup@gmail.com, enlygolf@gmail.com,

fitrianaaidnillas@gmail.com, rachmatingkadijaya@iptrisakti.ac.id

*hanny.rizgroup@gmail.com

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membantu masyarakat desa Sembrani dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Latar belakang dilaksanakannya program PKM ini karena jumlah kunjungan wisatawan ke desa Sembrani belum sesuai harapan masyarakat. Meskipun desa wisata Sembrani memiliki potensi wisata yang beraneka ragam, namun potensi ini belum diiringi dengan kemampuan masyarakat dalam memasarkan paket wisata kepada calon wisatawan. Guna mengatasi permasalahan ini maka dilaksanakan program PKM selama tiga hari yang dimulai dari tanggal 5 hingga 7 september 2024. Bentuk pelaksanaan pengabdian yaitu dengan memberikan penyuluhan dan edukasi tentang dasar-dasar pemasaran paket wisata kepada masyarakat desa Sembrani. Pelaksanaan PKM memberikan luaran berupa peningkatan kemampuan dan penambahan keilmuan tentang pemasaran paket wisata kepada masyarakat desa wisata Sembrani. Peningkatan kemampuan dan keilmuan tentang strategi pemasaran diyakini akan dapat diimplementasikan oleh masyarakat guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke desa Sembrani.

Kata kunci (dicetak tebal): Desa Sembrani, analisis segmentasi, penargetan, diferensiasi, dan posisi, bauran pemasaran

ABSTRACT

The community service program (PKM) aims to help the Sembrani village community to increasing tourist visits. The background of this PKM program is because the number of tourist visits to the Sembrani village has not met the community's expectations. Although the Sembrani village has abundant tourism potential, this potential has not been supported by the community's ability to market tourism products to potential tourists. In order to overcome this problem, the PKM program was implemented for three days starting from September 5 to 7, 2024. This PKM will implement a program, namely providing counseling and education on the basics of marketing tourism products. The implementation of PKM provides results in the form of increased skills and additional knowledge about marketing tourism products to the Sembrani tourist village community. Increased skills and knowledge about marketing strategies are believed to be able to be implemented by the community in order to increase the number of tourist visits to the Sembrani village.

Keywords: Village, analysis of segmentation, targeting, differentiation, positioning, marketing mix

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak ekonomi bagi daerah. Beberapa daerah di Indonesia berhasil menjadikan pariwisata sebagai sektor yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakatnya. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmanita et al., (2020) menjelaskan bahwa pengelolaan ekowisata pada daerah Siberut provinsi Sumatra Barat mampu memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan pengusaha lokal. Para wisatawan yang

berkunjung ke Siberut menghabiskan sejumlah uang untuk menikmati ekowisata dan dari kegiatan ini mampu menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Mukaffi & Tri Haryanto, (2022) yang menjelaskan bahwa optimalisasi pengembangan destinasi wisata yang dilakukan pemerintah kabupaten Banyuwangi memberikan peningkatan terhadap kunjungan wisatawan ke kabupaten tersebut sehingga berdampak langsung terhadap perekonomian daerah Banyuwangi.

Desa Sembrani merupakan salah satu desa yang berada dikelurahan Watusigar kabupaten Gunungkidul provinsi Yogyakarta. Desa Sembrani mempunyai banyak potensi wisata baik berupa wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Nurbaeti et al., (2022) menjelaskan bahwa keindahan alam dapat menjadi potensi wisata yang mampu menarik minat kunjungan wisatawan. Demikian juga dengan desa Sembrani yang berusaha untuk mengubah potensi keindahan alam yang dimilikinya menjadi sebuah komoditi wisata yang bertujuan untuk menarik minat kunjungan wisatawan sehingga dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakatnya.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Sembrani Watusigar dilatarbelakangi oleh potensi wisata yang luar biasa namun belum sepenuhnya dimanfaatkan. Desa Sembrani memiliki beragam atraksi wisata, mulai dari wisata alam yang indah seperti segoro anakan, watu lumbang, dan susur sungai kali oyo, hingga wisata budaya seperti pertunjukan kethoprak dan gamelan bambu. Meskipun keindahan dan kekayaan budaya ini ada, kunjungan wisatawan masih terbilang rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang strategi pemasaran dan promosi yang efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengelolaan potensi wisata yang baik dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat, sebagaimana terlihat di daerah lain, seperti Siberut yang berhasil menggerakkan ekonomi lokal melalui ekowisata, dan Banyuwangi yang telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan strategi pemasaran kepada masyarakat agar mereka dapat memanfaatkan potensi wisata yang ada dengan lebih optimal.

Kegiatan PKM ini juga terinspirasi oleh program pengabdian yang dilakukan oleh Partama et al. (2022) yang sebelumnya telah melakukan pemetaan potensi wisata di desa wisata menyusun paket wisata yang berhasil memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan desa sebagai destinasi wisata. Kegiatan PKM yang dilakukan oleh Sirine et al. (2023) melibatkan masyarakat dalam kegiatan pemetaan dan paket wisata yang memberikan peluang bagi tim

pengabdian dari Institut Pariwisata Trisakti (IPT) untuk melanjutkan langkah-langkah strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pemasaran wisata. Dengan bekal informasi yang ada, tim IPT berharap dapat membangun program yang lebih fokus dan terarah pada upaya edukasi pemasaran yang akan meningkatkan daya tarik desa di mata wisatawan.

Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan ini meliputi penyuluhan yang mencakup teknik promosi melalui media sosial, cara menyusun paket wisata yang menarik, serta pentingnya kolaborasi antar pelaku usaha lokal. Melalui pendekatan yang interaktif dan partisipatif, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami cara-cara mempromosikan potensi wisata yang ada. Edukasi yang diberikan juga mencakup pentingnya membangun citra positif desa sebagai destinasi wisata, serta cara menjaga kelestarian lingkungan dan budaya yang ada. Dengan pengetahuan yang memadai, masyarakat akan lebih percaya diri dalam memasarkan potensi wisata mereka, sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak wisatawan.

Selain meningkatkan pengetahuan, kegiatan ini juga bertujuan untuk secara langsung meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Sembrani. Dengan meningkatnya kunjungan, diharapkan akan ada dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Wisatawan yang datang tidak hanya akan menikmati keindahan alam dan budaya, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian dengan berbelanja, menikmati kuliner lokal, dan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh masyarakat setempat. Peningkatan jumlah wisatawan diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengembangkan usaha-usaha yang berhubungan dengan pariwisata, seperti homestay, penyediaan kuliner khas, serta penyelenggaraan acara budaya yang dapat menarik perhatian pengunjung.

Akhirnya, PKM ini diharapkan dapat mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Sembrani secara berkelanjutan. Dengan memanfaatkan peluang yang ada di sektor pariwisata, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup mereka melalui usaha-usaha yang terkait dengan pariwisata. Ini mencakup tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga pelestarian budaya dan lingkungan. Dengan membangun kesadaran akan pentingnya kolaborasi dan keberlanjutan, kegiatan ini berusaha untuk menciptakan dampak sosial yang positif bagi masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan kegiatan PKM ini tidak hanya diukur dari peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga dari seberapa jauh masyarakat dapat

memberdayakan diri mereka dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan potensi yang ada untuk kesejahteraan bersama.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian adalah melalui metode penyuluhan dengan memberikan edukasi tentang strategi pemasaran paket wisata. Pada pelaksanaan pengabdian ini, pendekatan etnografi dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Mas'ud et al., (2021) menyatakan bahwa pendekatan etnografi digunakan agar masyarakat tidak merasa diwawancarai tetapi secara tidak langsung memberikan informasi yang dibutuhkan untuk pelaksanaan program pengabdian. Secara terperinci, pelaksanaan pengabdian terdiri dari dua tahapan yaitu tahapan pendahuluan dan tahapan pelaksanaan. Tahapan pendahuluan berupa diskusi secara daring dengan masyarakat desa Sembrani dan tahapan pelaksanaan berupa kunjungan langsung ke desa Sembrani.

Tahapan pendahuluan

Metode pelaksanaan kegiatan pada tahapan awal berupa pelaksanaan FGD (Focus Group Discussion) secara daring antara masyarakat desa Sembrani dengan tim pengabdian yang berasal dari mahasiswa Doktoral Institut Pariwisata Trisakti (IPT). Pada tahapan awal ini, seluruh peserta berdiskusi tentang permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa Sembrani seperti tingkat kunjungan wisatawan yang belum memuaskan, tantangan yang dihadapi oleh masyarakat desa Sembrani dalam memasarkan potensi wisata yang dimiliki dan juga tentang teknis pelaksanaan program pengabdian yang akan dilakukan oleh tim pengabdian dari IPT.

Tahapan pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan merupakan tahapan lanjutan dari tahapan awal, dimana para tim pengabdian dari IPT berkunjung langsung ke desa Sembrani. Kunjungan dimulai dari tanggal 5 hingga 7 september 2024. Pada tahapan ini, tim pengabdian dari IPT merancang materi edukasi tentang pemasaran paket wisata dan melakukan penyuluhan dan edukasi tentang materi pemasaran paket wisata kepada masyarakat desa Sembrani. Materi pemasaran yang disampaikan terdiri dari edukasi analisa segmentasi, targetting, diferensiasi dan positioning (STDP) dan juga edukasi tentang bauran promosi yang terdiri dari penentuan channel/saluran penjualan produk dan strategi penjualan produk. Tujuan akhir pelaksanaan program adalah

peningkatan keilmuan dari setiap masyarakat desa Sembrani tentang strategi pemasaran paket wisata.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Desa Sembrani mempunyai potensi wisata yang beraneka ragam. Potensi wisata tersebut meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Besarnya potensi wisata ini belum diiringi dengan kemampuan masyarakat dalam memasarkan paket wisata, Kondisi ini menyebabkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa Sembrani belum sesuai harapan masyarakat. Untuk mengatasi permasalahan diatas maka tim pengabdian IPT yang terdiri dari 2 mahasiswa Doktoral dan 1 dosen pembimbing melakukan program pengabdian dengan melakukan penyuluhan dan edukasi tentang strategi pemasaran. Materi pemasaran yang diberikan adalah pendidikan tentang analisa segmentasi, targetting, diferensiasi dan positioning (STDP) dan edukasi tentang bauran promosi (promotion mix) untuk memasarkan paket wisata.

Penyuluhan tentang materi analisa STDP bertujuan agar masyarakat dapat menentukan segmen dan target wisatawan yang paling potensial untuk berkunjung ke desa Sembrani. Selain itu, program pengabdian juga membantu masyarakat dalam menentukan positioning produk yang dimiliki oleh desa Sembrani. Hasil penyuluhan dan edukasi menghasilkan analisa STDP sebagai berikut:



Gambar 1. Analisa STDP desa Sembrani
Sumber: Tim PKM (2024)

Selain penyuluhan tentang materi analisa STDP, materi lain yang diedukasi adalah tentang bauran promosi (promotion mix). Bauran promosi dapat diartikan sebagai pemasaran produk/jasa berupa advertising, direct marketing, sales promotion dan personal sales (Chen & Zai, 2022). Harahap et al., (2024) dalam artikelnya menyebutkan bahwa pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang dapat ditempuh untuk menarik minat pembelian konsumen. Demikian juga dengan program pengabdian yang dilakukan oleh David & Fahlevi, (2023), hasil pengabdian ini menjelaskan bahwa strategi sales promotion dapat meningkatkan omset penjualan produk. Hasil pengabdian lainnya yang dilakukan oleh Setiati et al., (2023) menjelaskan bahwa penggunaan strategi digital marketing dapat dilakukan untuk memudahkan penjualan produk ke konsumen. Berdasarkan dua temuan ini maka dirasa perlu untuk memberikan edukasi bauran promosi kepada masyarakat desa Sembrani guna meningkatkan kemampuan penjualan paket wisata yang dimiliki.

Pada sesi edukasi bauran promosi, materi yang dibahas adalah tentang strategi promosi dan saluran pemasaran yang tepat dalam menjual paket wisata desa Sembrani. Hasil penyuluhan dan edukasi menghasilkan analisa bauran promosi sebagai berikut:



Gambar 2. Analisa promotion mix untuk pemasaran desa Sembrani
Sumber: Tim PKM (2024)

Pada sesi ini, tim pengabdian menyarankan kepada masyarakat desa Sembrani untuk secara rutin melakukan unggahan konten yang menarik tentang objek wisata desa Sembrani ke media sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan juga youtube. Guna meningkatkan penjualan paket wisata maka direkomendasikan kepada masyarakat untuk melakukan personal selling dengan menawarkan paket wisata kepada lembaga pendidikan seperti sekolah dan universitas dan komunitas pecinta alam. Selain itu masyarakat desa Sembrani juga didorong untuk melakukan kerjasama dengan biro perjalanan wisata (travel agent) guna memasarkan

paket wisata desa Sembrani kepada calon wisatawan lain diluar kota. Pada periode tertentu, masyarakat dapat menggunakan strategi sales promotion berupa pemberian potongan harga untuk wisatawan yang datang dengan jumlah lebih dari 30 orang.

Pelaksanaan program pengabdian berupa penyuluhan dan edukasi pemasaran menghasilkan luaran yaitu peningkatan kemampuan masyarakat tentang startegi pemasaran paket wisata. Kemampuan yang sudah dimiliki akan diimplementasikan secara berkelanjutan oleh masyarakat sehingga dikemudian hari permasalahan tentang jumlah kunjungan wisatawan yang masih rendah dapat teratasi.



Gambar 3. Pelaksanaan penyuluhan materi
 Sumber: Tim PKM (2024)

Berikut adalah tabel hasil pre-test dan post-test pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sembrani, serta analisisnya:

Tabel 1. Hasil pre-test dan post-test kegiatan PKM

Aspek yang nilai	Pre-test	Post-test	Peningkatan
Pemahaman tentang STDP	45%	80%	35%
Kemampuan menentukan segmen pasar	50%	85%	35%
Pengetahuan tentang bauran promosi	40%	75%	35%
Kemampuan memasarkan paket wisata	30%	70%	40%
Total Rata-rata Skor	41%	77%	36%

Sumber: Tim PKM (2024)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sembrani bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memasarkan paket wisata yang dimiliki. Dari tabel di atas, terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek yang dinilai melalui pre-test dan post-test. Rata-rata skor pemahaman masyarakat mengenai analisis STDP meningkat dari 45% menjadi 80%, yang menunjukkan peningkatan pemahaman yang substansial tentang cara melakukan segmentasi pasar, penentuan target, memberikan

diferensiasi pada produk wisata yang dimiliki, dan melakukan positioning produk wisata. Pencapaian ini sangat penting karena pemahaman yang baik mengenai STDP akan membantu masyarakat dalam menentukan segmen pasar yang paling potensial untuk menarik wisatawan. Selanjutnya, kemampuan masyarakat untuk menentukan segmen pasar juga mengalami peningkatan yang sama, dari 50% menjadi 85%. Ini menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih mampu mengenali karakteristik wisatawan yang sesuai dengan potensi wisata yang ada di Desa Sembrani. Pengetahuan tentang bauran promosi, yang mencakup berbagai strategi pemasaran, juga mengalami peningkatan signifikan, dari 40% menjadi 75%. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi yang diberikan terbukti efektif dalam memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara memasarkan paket wisata melalui berbagai saluran promosi.

Kemampuan masyarakat dalam memasarkan paket wisata, yang merupakan salah satu fokus utama program ini, menunjukkan peningkatan paling tinggi, dari 30% menjadi 70%. Peningkatan ini mencerminkan bahwa masyarakat kini lebih siap dan percaya diri untuk menerapkan strategi pemasaran yang telah diajarkan. Dengan adanya pengetahuan dan kemampuan yang lebih baik, diharapkan masyarakat Desa Sembrani dapat lebih aktif dalam menjual paket wisata yang dimiliki, serta mampu meningkatkan daya tarik desa kepada wisatawan. Secara keseluruhan, total rata-rata skor dari pre-test ke post-test meningkat dari 41% menjadi 77%, dengan total peningkatan sebesar 36 poin. Hasil ini menandakan bahwa program pengabdian ini tidak hanya berhasil dalam memberikan pemahaman teori, tetapi juga dalam mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara praktis. Dengan peningkatan yang signifikan ini, diharapkan masyarakat dapat secara berkelanjutan menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari, sehingga jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Sembrani dapat meningkat dimasa mendatang dan memenuhi harapan masyarakat akan peningkatan kesejahteraan melalui pariwisata.

Keberhasilan Kegiatan PKM

Kegiatan PKM di Desa Sembrani berhasil mencapai beberapa tujuan utama yang telah ditetapkan. Pertama, peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai analisis STDP dan bauran promosi terbukti signifikan, seperti yang ditunjukkan dalam hasil pre-test dan post-test. Masyarakat kini lebih mampu menentukan segmen dan target wisatawan yang potensial, serta mengidentifikasi positioning yang tepat untuk produk wisata yang dimiliki. Kedua, peningkatan kemampuan memasarkan paket wisata yang diukur dengan peningkatan skor yang

cukup tinggi menunjukkan bahwa masyarakat lebih percaya diri dalam menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari. Selain itu, adanya kolaborasi dan partisipasi aktif dari masyarakat dalam sesi edukasi menciptakan rasa memiliki terhadap produk wisata yang ditawarkan, yang dapat berkontribusi pada keberlanjutan upaya pemasaran di masa mendatang.

Identifikasi Kekurangan Kegiatan PKM

Meskipun kegiatan PKM telah mencapai banyak keberhasilan, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diidentifikasi. Salah satunya adalah keterbatasan waktu yang tersedia untuk melakukan edukasi secara mendalam. Banyak materi yang perlu disampaikan dalam waktu yang relatif singkat, sehingga tidak semua aspek dapat dibahas secara detail. Selain itu, ada beberapa peserta yang kurang aktif dalam diskusi, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya pengalaman dalam pemasaran atau ketidaknyamanan saat berinteraksi dalam kelompok. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif agar semua anggota masyarakat merasa terlibat dan termotivasi untuk berpartisipasi aktif

Tantangan dan Rekomendasi di Masa Mendatang

Beberapa tantangan juga dihadapi selama pelaksanaan kegiatan PKM. Salah satunya adalah kurangnya akses masyarakat terhadap teknologi dan media sosial yang diperlukan untuk pemasaran digital. Meskipun edukasi tentang pemasaran digital telah dilakukan, tidak semua peserta memiliki perangkat atau pemahaman yang cukup untuk mengimplementasikannya. Selain itu, tantangan dalam menjalin kerja sama dengan biro perjalanan wisata juga muncul, dimana masyarakat merasa ragu untuk melakukan kolaborasi karena kurangnya pengalaman. Untuk mengatasi tantangan ini, disarankan agar kegiatan kedepan mencakup pelatihan teknologi yang lebih intensif dan sesi praktik langsung tentang pemasaran digital. Membangun kemitraan dengan lembaga pendidikan atau organisasi lain yang berpengalaman dalam pariwisata juga dapat membantu masyarakat dalam menjalin kerja sama yang lebih efektif.

Evaluasi Keseluruhan Kegiatan PKM

Secara keseluruhan, dampak dari kegiatan PKM ini sangat positif. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pemasaran paket wisata memberikan harapan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Sembrani. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Dengan adanya program ini, masyarakat lebih siap untuk

memanfaatkan potensi wisata yang ada, yang diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat desa Sembrani. Evaluasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, Desa Sembrani memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata yang menarik.

SIMPULAN

Program pengabdian ke desa Sembrani yang dilakukan oleh tim pengabdian dari IPT bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa Sembrani dibidang pariwisata. Masyarakat desa Sembrani mengungkapkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke desa Sembrani masih belum sesuai harapan. Permasalahan yang dihadapi ini dikarenakan masyarakat desa Sembrani belum mempunyai kemampuan dan pemahaman tentang pemasaran paket wisata dengan tepat. Guna mengatasi permasalahan ini maka dilakukan penyuluhan dan edukasi kepada masyarakat tentang strategi pemasaran. Pelaksanaan pengabdian yang dilakukan menghasilkan peningkatan kemampuan masyarakat tentang startegi pemasaran paket wisata. Kemampuan yang sudah dimiliki akan diimplementasikan secara berkelanjutan oleh masyarakat sehingga dikemudian hari permasalahan tentang jumlah kunjungan wisatawan yang masih rendah dapat teratasi.

Guna memastikan program pengabdian memberikan dampak yang signifikan maka disarankan kepada pihak lain selanjutnya (universitas, lembaga pemerintah dan lainnya) untuk melakukan pendampingan dan penyuluhan kepada masyarakat tentang ilmu pelayanan kepada wisatawan. Program ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya memiliki kemampuan dalam mendatangkan wisatawan untuk berkunjung namun juga memiliki kemampuan didalam melayani wisatawan yang sudah berwisata ke desa Sembrani.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, S., & Zai, I. (2022). Rancangan dan Penerapan Promotion Mix Pada PT.Batamas Indah Permai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), 91–100. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.423>
- David, & Fahlevi, R. (2023). Implementasi Pemasaran Untuk Peningkatan Omzet di Toko Makmur Abadi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1509–1518.
- Harahap, E. F., Fitriana, R., Adisuwiryo, S., & Najih, M. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Andi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 6(1), 61–66. <https://doi.org/10.25105/jamin.v6i1.17449>

- Mas'ud, M. I., Zahro, M., Setiawan, B., Putri, W. L., Kurniasari, N. S., Fauzi, A., Risma, N., & Nafisah, J. (2021). Community assistance in the establishment of an educational tour of Kampung Sutera. *Community Empowerment*, 6(7), 1299–1303. <https://doi.org/10.31603/ce.5254>
- Mukaffi, Z., & Tri Haryanto. (2022). Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Banyuwangi. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 38–43. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.356>
- Nurbaeti, Rahmaita, M., Ratnaningtyas, H., & Nurmalinga, E. (2022). Pengaruh Komponen 4A Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten. *Jurnal Kawistara*. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/kawistara.69846>
- Partama, I. Gd, Y., Pandawana, I. D. G. A., Kumara, D. G. A. G., Puspitawati, N, M. D., Andriyani, A. A. A. D., & Wijaya, I. M. W. (2022). PKM: Penyusunan Paket Wisata Lintas Desa Dalam Mewujudkan Desa Wisata Kerambitan Terintegrasi. *Jurnal TUNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 45-51. DOI: <http://dx.doi.org/10.30645/jtunas.v4i1.72>
- Rahmanita, M., Asmaniati, F., & Rosalina Dewi, T. (2020). Profiling Local Business Enterprises and Direct Effect of Tourism in Villages of Muntei Profiling Local Business Enterprises and Direct Effect of Tourism in Villages of Muntei, Madobag and Matotonan, South Siberut, Mentawai, Indonesia. *Indonesia Tourism Research Journal*, 4(2), 2958–9839.
- Setiati, R., Aini Besila, Q., Syavitri, D., Agung Rakhmanto, P., Misbahudin Muayyad, D., & Widiyatni, H. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Pada Masyarakat Peduli Lingkungan. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (Jamin)*, 5(2), 152–160. <https://doi.org/10.25105/jamin.v5i2.17490>.
- Sirine, H., Petrisia, G. M. C., Situmorang, U. E., Margaretha, Y. A., Triantoro, A., Noviana, I. G., & Simanungkalit, D. F. (2023). Program Perancangan Paket Wisata dan Simulasi Pengunjung sebagai Upaya Pembangunan Pariwisata Desa. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1611-1624. DOI: <https://doi.org/10.31949/jb.v4i2.4775>
- Wibowo, N. 2024. Sosialisasi Pendampingan Desa Wisata Sembrani dari UGM dan Persiapan Visitasi Lomba Desa Wisata 202. Diakses pada 25 januari 2024, dari <https://desawatusigar.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/1946-Sosialisasi-Pendampingan-Desa-Wisata-Sembrani-dari-UGM-dan-Persiapan-Visitasi-Lomba--Desa-Wisata-202>