

PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA LIMBASARI PURBALINGGA DENGAN OPTIMALISASI INFORMASI DIGITAL

Teguh Cahyono¹, Widhiatmoko Herry Purnomo², Hesti Susilawati³, Tigar Putri Adhiana⁴, Akhmad Khahlil Gibran⁵, Gito Sugiyanto⁶

¹ Informatika, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

^{2,3} Teknik Elektro, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁴ Teknik Industri, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁵ Teknik Geologi, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁶ Teknik Sipil, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

*e-mail: teguh.cahyono@unsoed.ac.id

Abstrak

Desa Wisata Limbasari merupakan salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Purbalingga. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah membantu Desa Wisata Limbasari membantu mengembangkan potensi yang besar untuk terus dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata yang lebih banyak diminati masyarakat. Desa ini mempunyai kekuatan daya tarik wisata berupa River Tubing dan landscape alam pegunungan. Selain itu banyak produk asli Desa Limbasari yang original dan bagus dan berpotensi sebagai ikon promosi Desa Wisata Limbasari. Namun, dalam rangka mempromosikan produk tersebut terdapat kendala, yaitu bagaimana memanfaatkan dan mengaplikasikan media digital sehingga informasi wisata di Desa Limbasari mudah dan cepat diakses oleh masyarakat dimanapun lokasinya. Masyarakat Desa Limbasari belum mengetahui konsep informasi digital, sehingga banyak masyarakat khususnya purbalingga belum banyak yang mengetahui wisata-wisata apa saja yang ada di Limbasari. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi terkait konsep digital marketing sebagai upaya optimalisasi informasi digital bagi masyarakat Desa Wisata Limbasari. Kegiatan promosi digital juga dilakukan dengan melibatkan anggota Pokdarwis dengan mempromosikan objek wisata serta produk unggulan yang ada di Limbasari.

Kata kunci: desa wisata; pemasaran digital; desa limbasari;

Abstract

Limbasari Tourism Village is one of the tourist villages that began to be developed in 2013 in Purbalingga Regency. This community service aims to help the Limbasari Tourism Village help develop its great potential so that it can continue to be developed as a tourist destination that is more popular with the community. This village has a strong tourist attraction through River Tubing and a natural mountain landscape. Apart from that, many original and suitable products from Limbasari Village are authentic and can potentially become promotional icons for Limbasari Tourism Village. However, to promote these products, there are obstacles, namely how to utilize and apply digital media so that people everywhere can easily and quickly access tourist information in Limbasari Village. The people of Limbasari Village do not yet know the concept of digital information, so many people, especially Purbalingga, do not yet know what tourist attractions are available in Limbasari. To overcome this problem, the service team carried out outreach activities related to digital marketing to optimize digital information for the people of Limbasari Tourism Village. Digital promotional activities were also carried out by involving Pokdarwis members by promoting tourist attractions and superior products in Limbasari.

Keywords: tourist village; digital marketing; Limbasari village.

1. PENDAHULUAN

Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata (1). Kawasan desa wisata juga harus memiliki berbagai fasilitas untuk menunjangnya sebagai kawasan tujuan wisata. Berbagai fasilitas ini akan memudahkan para pengunjung desa wisata dalam melakukan kegiatan wisata (2). Fasilitas yang dimiliki oleh kawasan desa wisata antara lain sarana akomodasi yaitu menyediakan sarana penginapan berupa pondok-pondok wisata (homestay) sehingga para pengunjung dapat menikmati suasana pedesaan yang masih khas. Desa Limbasari merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Purbalingga dan menjadi desa wisata. Wisata Limbasari adalah Desa Wisata yang ada di Kabupaten Purbalingga (3).

Desa Wisata Limbasari merupakan salah satu desa wisata yang mulai dikembangkan sejak 2013 di Kabupaten Purbalingga. Desa Wisata Limbasari mempunyai potensi yang besar untuk dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata (4)(5). Desa ini mempunyai kekuatan daya tarik wisata berupa River Tubing dan landscape alam pegunungan. Di samping itu juga keunikan budaya dan sejarah masyarakat juga menjadi daya

tarik bagi masyarakat perkotaan. Di Desa Wisata Limbasari juga terdapat desa Inggris yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai sarana untuk belajar bahasa Inggris. Namun dari adanya potensi dan kekuatan obyek wisata yang ada di Desa Wisata Limbasari belum mampu menarik banyak jumlah wisatawan yang berkunjung Desa Wisata Limbasari (6)(7).

Desa Wisata Limbasari sudah mulai dirintis sejak 5 Februari 2013 oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang beranggotakan 30 orang anggota aktif maupun pasif (8). Desa Wisata Limbasari memiliki beberapa paket wisata untuk dipasarkan, yaitu River Tubing, Camping, Heel Treking, wisata kuliner pembuatan gula jawa, industri batik rumahan dan juga Outbond. Konsumen bertindak sebagai penjual atau penyedia jasa yang menyediakan barang atau jasanya ke konsumen lainnya. Pada model bisnis C2C konsumen berhubungan langsung dengan konsumen lainnya tanpa melalui perantara (9).

Kegiatan promosi juga perlu dilakukan secara digital sehingga dapat menjangkau konsumen dengan jangkauan yang lebih luas. Kegiatan promosi digital perlu dilakukan secara maksimal oleh anggota Pokdarwis dengan mempromosikan objek wisata yang ada di Limbasari. Apalagi dalam kondisi Pandemi Covid-19 ini, kelompok Pokdarwis memiliki peran penting untuk melakukan kegiatan promosi dengan memberikan informasi secara digital terkait fasilitas dari objek wisata yang menerapkan protokol kesehatan sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi consumer atau para wisatawan yang akan mengunjungi objek wisatayang ada di Limbasari, Purbalingga.

Berdasarkan wawancara tim pelaksana dengan saudara Dwi salah satu anggota aktif Kelompok Sadar Wisata Desa Limbasari beberapa masalah yang dihadapi diantara lain:

1. Secara umum, masyarakat Desa Limbasari belum mengetahui konsep informasi digital, sehingga banyak masyarakat khususnya purbalingga belum banyak yang mengetahui wisata-wisata apa saja yang ada di Limbasari.
2. Meskipun informasi mengenai Desa Wisata Limbasari sudah masuk dalam website, namun website tersebut belum dikembangkan secara optimal dan informasi yang tertera belum lengkap, akibat kurangnya peran serta masyarakat dan perangkat desa.
3. Menurut Dwi melalui wawancara langsung dengan tim pelaksana, jenis kegiatan yang paling banyak diminati oleh pengunjung di Desa Wisata Limbasari adalah River Tubing dan Outbond, namun jumlah pengunjung destinasi wisata tersebut cenderung menurun selama tiga tahun terakhir ini.

2. METODE

Waktu dan Tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Limbasari, Bobotsari, Purbalingga selama 8 bulan (April-November) pada tahun 2021 dan Kegiatan Pengabdian bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi terkait konsep digital marketing sebagai upaya optimalisasi informasi digital bagi masyarakat Desa Wisata Limbasari. serta Kegiatan promosi digital juga dilakukan dengan melibatkan anggota Pokdarwis dengan mempromosikan objek wisata serta produk unggulan yang ada di Limbasari

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hal pengembangan daya tarik wisata alam, perlu perhatian bahwa tidak semua daya tarik wisata alam cocok dengan pola pengembangan pariwisata masal, yaitu pariwisata yang berusaha mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya. Karena tinggi rendahnya daya dukung lingkungan akan sangat tergantung pada topografi medan dan bertumpu pada tata geologinya. Budaya manusia bersumber pada hukum alam dan bermuara pada kinerja binaanya yang keseluruhannya tidak lepas dari pengaruh sifat dan gejala alam yang ada di bumi.

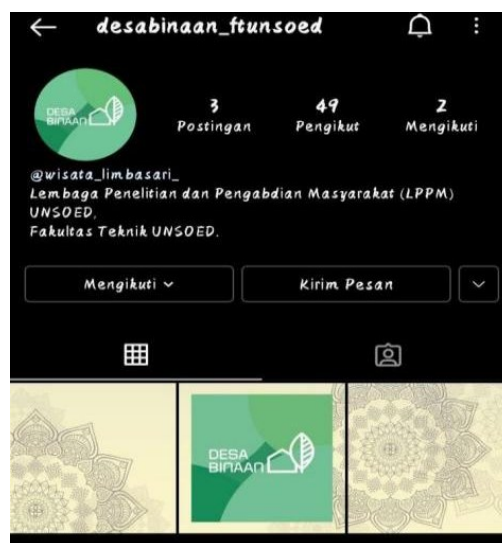
Oleh karena itu, disiplin ilmu pengetahuan kebumiharian sebagai sumber daya kepariwisataan perlu sekali digunakan untuk menghasilkan daya tarik wisata alam yang berkelanjutan. Daya tarik wisata berkelanjutan dapat tercipta dengan pengelolaan yang bijak yang sesuai dengan daya dukung lingkungannya yang dapat digali menurut pendekatan ilmu manajemen pengelolaan pariwisata yang baik.

Wisata Alam dan Kebumiharian mencoba dihadirkan di Desa Limbasari sebagai sebuah solusi bagaimana memanfaatkan kekayaan alam beserta berbagai dinamikanya untuk kegiatan wisata dan ekonomi yang berwawasan lingkungan. Geowisata menjadi salah satu alat paling kuat untuk melindungi lingkungan. Geowisata merupakan alternatif solusi peningkatan atas pariwisata massal atau "lama" yang menyediakan

hubungan sektor yang lebih baik, mengurangi kebocoran manfaat dari suatu negara, menciptakan lapangan kerja lokal, dan menumbuhkan pembangunan berkelanjutan (9).

Kebutuhan akan Promosi Wisata Alam dan Kebumian secara digital saat ini menjadi faktor yang paling mendasar agar para wisatawan dimanapun berada lebih mudah dalam menggali informasi terkait wisata alam dan kebumian. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan pemasaran digital yang saat ini sedang marak digunakan oleh industri khususnya pariwisata, menjadikan geowisata akan lebih maksimal pemasarannya sehingga dapat lebih dikenal luas oleh wisatawan domestik maupun internasional. Berikut beberapa solusi yang akan kami tawarkan kepada Mitra:

- Pelatihan kepada anggota Pokdar wisata terkait kegiatan promosi digital untuk memperluas pasar digital sehingga kawasan wisata Limbasari, seperti optimalisasi website serta pembuatan konten media sosial sebagai media promosi digital, seperti tampak pada Gambar 1 hingga Gambar 5
- Peningkatan peran serta masyarakat dalam mempromosikan website desa dan media-media sosial yang berguna dalam memberikan informasi daya tarik wisata di Limbasari, Purbalingga.



Gambar 1. Instagram Desa Binaan FT dan Wisata Limbasari



Gambar 2. Majalah Sebagai Promosi Desa Limbari



Gambar 3. Majalah Sebagai Promosi Desa Limbari



Gambar 4. Focus Group Discussion



Gambar 5. Focus Group Discussion

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan mendapat dukungan dari pemerintah desa dan anggota Pokdarwis yang ada pada Desa Limbasari, Kabupaten Purbalingga. Tim pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi terkait konsep digital marketing sebagai upaya optimalisasi informasi digital bagi masyarakat Desa Wisata Limbasari. Kegiatan promosi digital juga dilakukan dengan melibatkan anggota Pokdarwis dengan mempromosikan objek wisata serta produk unggulan yang ada di Limbasari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada BLU Universitas Jenderal Soedirman atas pembiayaan pengabdian kepada masyarakat ini melalui Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Desa Binaan Mandiri Sejahtera Fakultas Teknik tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

1. Budhi Pamungkas Gautama, A. K. Yuliaty, N. S. Nurhayati, E. Fitriyani, and I. I. Pratiwi, "Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat," *BERNAS J. Pengabdian Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 4, pp. 355–369, 2020, doi: 10.31949/jb.v1i4.414.
2. D. Istiyanti, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukawening," *J. Pus. Inov. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 53–62, 2020.
3. A. K. Gibran, W. H. Purnomo, and H. L. Sunan, "Upaya Pengembangan Potensi Desa Wisata Limbasari Purbalingga Berbasis Edukasi dan Kelestarian Alam," in *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers "Pengembangan Sumber daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 2019, no. November, pp. 622–631.
4. H. L. Sunan et al., "Kelayakan Geosite dan Geomorphosite Kawasan Desa Wisata Limbasari sebagai Potensi Geowisata Desa Limbasari," *Indones. J. Community Serv.*, vol. 2, no. 2, pp. 109–117, 2020, doi: 10.30659/ijocs.2.2.109-117.
5. R. S. Putra, "Aplikasi M-Commerce Paket Wisata POKDARWIS PATRAWISA Di Desa Limbasari Berbasis Android," *STMIK AMIKOM Purwokerto*, 2017.
6. E. Fantini, M. Sofyan, and A. Suryana, "Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19," *J. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 126–131, 2021, doi: 10.5281/ZENODO.4575272.
7. A. Andhika, "Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan," *MUTAKALLIMIN J. Ilmu Komun.*, vol. 2, no. 2, pp. 26–30, 2019.
8. I. Kurnianingsih, R. Rosini, and N. Ismayati, "Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi," *J. Pengabdian Kpd. Masy. (Indonesian J. Community Engag.*, vol. 3, no. 1, pp. 61–76, 2017.
9. E. Saepudin and N. A. Damayani, "Literasi Media Bagi Guru Paud Di Kecamatan Cicalengka," *Dharmakarya*, vol. 5, no. 1, 2016.