

Penggunaan Digital Marketing Dalam Pembangunan Desa Wisata Catur Kintamani, Bangli

^{1*} I Wayan Ruspendi Junaedi, ²I Gusti Bagus Rai Utama, dan ³Dermawan Waruwu

^{1,2,3}Universitas Dhyana Pura

Email: ^{1*}ruspendijunaedi@undhirabali.ac.id, ²raiutama@undhirabali.ac.id,
³dermawanwaruwu@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan yang ditemukan bahwa (1) Belum tersedianya pusat informasi tempat wisata, (2) Belum terintegrasi wilayah untuk dapat dijadikan sebagai potensi wisata. (3) belum adanya pusat pembuatan konten menarik mengenai promosi budaya, produksi pertanian, dan wisata. (4) Belum ada pengelolaan digital marketing untuk desa wisata Catur Kintamani. Untuk mengatasi masalah tersebut, tujuan program PKM adalah sebagai berikut: (1). Sosialisasi potensi wisata dengan tersedianya informasi center, (2). Mengintegrisakan seluruh komponen potensi desa dalam satu program desa wisata, (3).Pembuatan media promosi (content) sebagai bahan digital marketing, dan (4). Pelatihan pemasaran digital sebagai bahan promosi kepada biro perjalanan dan calon wisatawan. Metode pelaksanaan Program PKM antara lain: sosialisasi awal, pendampingan, pelatihan, monitoring, evaluasi, dan keberlanjutan program, yang dilakukan oleh tim pengusul serta dibantu oleh tenaga ahli dan mahasiswa dari Universitas Dhyana Pura. Hasilnya adalah Desa Catur memiliki pengetahuan, keterampilan tentang (1). Adanya potensi wisata dengan tersedianya informasi center, (2). Ada integrasi seluruh komponen potensi desa dalam satu program desa wisata, (3). Ada media promosi (*Website*) sebagai bahan digital marketing, dan (4). Memiliki pengetahuan pemasaran digital sebagai bahan promosi. Tim pelaksana dan setiap kelompok melaporkan hasilnya dengan cara presentasi dan dokumentasi. Keberlanjutan dari program ini adalah masyarakat terus belajar dan tim PKM Undhira mendampingi kelompok dalam meningkatkan pengetahuannya untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Kata kunci: Desa Catur Kintamani, *digital marketing*, *visitor center*, wisata alam.

ABSTRACT

The problem found that (1) The unavailability of tourist information centers, (2) Has not integrated the region to be used as a tourism potential. (3) There is no center for creating interesting content regarding cultural promotion, agricultural production, and tourism. (4) There is no digital marketing management for the Catur Kintamani tourist village. To solve the problem, the purpose of the PKM program is as follows: (1) Socialization of tourism potential with the availability of information centers, (2). Identify all components of the potential of the village in one tourist village program, (3). The creation of promotional media (content) as digital marketing material, and (4). Digital marketing training as promotional materials to travel agencies and prospective travelers. Methods of implementation of the PKM Program include: Initial socialization, mentoring, training, monitoring, evaluation, and sustainability of the program, which was carried out by the proposer team and assisted by experts and students from Dhyana Pura University. The result is that the Catur Village has knowledge, skills about (1). The existence of tourism potential with the availability of information centers, (2). There is integration of all potential components of the village in one tourist village program, (3) There is promotional media (Website) as digital marketing material, and (4). Have knowledge of digital marketing as a promotional material. The implementing team and each group report the results by means of presentation and documentation. The sustainability of this program is that the community continues to learn and the PKM Undhira team assists the group in increasing its knowledge to improve its well-being.

Keywords: *Kintamani Catur Village, Digital marketing, Visitor center, Nature Tourism.*

PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing ini dilaksanakan di Desa Catur Kintamani yang berlokasi di kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Jumlah Penduduk Desa Catur Kintamani sampai dengan akhir bulan Desember 2018 sejumlah 2.306 jiwa terdiri dari 1168 jiwa penduduk laki-laki dan 1138 jiwa penduduk perempuan, sedangkan rumah tangga miskin sebanyak 18 Kepala Keluarga dengan jumlah jiwa sebanyak 57 jiwa.

Struktur penduduk menurut pendidikan menunjukkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh Desa Catur Kintamani yaitu pada usia pendidikan dasar 7 tahun s/d 16 tahun (Pendidikan Sekolah Dasar dan Menengah) yang belum pernah sekolah sebanyak 16.18% sedang mengikuti pendidikan 84 %.

Sedangkan yang berusia 16 tahun (diatas usia pendidikan dasar) yang belum pernah sekolah sebanyak 0 %, sedang mengikuti pendidikan 80 % dan sisanya 20 % tidak bersekolah lagi baik pada Tingkat Sekolah Atas dan Perguruan Tinggi. Struktur Penduduk menurut mata pencaharian menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk menggantungkan sumber kehidupannya di sektor pertanian 33.87 %, sector lainnya yang

menonjol dalam penyerapan tenaga kerja adalah perdagangan sebesar 0.48 % sektor industri Rumah tangga dan pengolahan sekitar 7.46% dan sisanya 5% dan sector lainnya seperti Pegawai Negeri, Karyawan Swasta dari berbagai sector sector 17.92% serta yang tidak dan belum bekerja adalah 18.99%.

Desa Catur berada di ketinggian 1.250 m di atas permukaan laut. Terletak di ujung Barat Kecamatan Kintamani, Desa yang terkenal dengan penghasil kopi dan jeruk, Desa Catur berjarak 76 Km dari Kota Denpasar. Desa Catur terletak di segitiga strategis yang menghubungkan Kabupaten dengan selogan 3B (Bangli, Badung dan Buleleng). Desa Catur yang secara Administratif dipimpin oleh Seorang Perbekel (Kepala Desa) yang dipilih secara Demokrasi dan menaungi tiga Banjar yakni Catur, Lampu dan Mungsengan.

Adapun batas - batas Desa Catur yaitu:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Tambakan, Kabupaten Buleleng
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pengejaran, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli

4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Belok Sidan, Kabupaten Badung.

Struktur perekonomian Desa Catur Kintamani masih bercorak agraris yang menitik beratkan pada sektor pertanian, hal ini didukung oleh penggunaan lahan pertanian masih mempunyai porsi yang tersebar sebanyak 85% dari total penggunaan lahan Desa, juga sekitar 80% mata pencaharian Penduduk menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Pada sektor pertanian ini komoditi yang menonjol sebagai primadona atau andalan adalah komoditas Kopi dan Jeruk. Beberapa sektor ekonomi yang tergolong Economic Base disamping sektor pertanian adalah: 1) Wisata Agro, 2) Wisata Alam, 3) Wisata Budaya/Religi, 4) Wisata Herbal dan, 5) Pasar Agro Multikultural. Pada sektor jasa yang menonjol adalah timbulnya lembaga keuangan mikro berupaya koperasi dan LPD sebagai pendukung ekonomi Desa. Hal ini diharapkan akan membawa dampak positif dalam perkembangan ekonomi Desa secara keseluruhan.

Desa Catur Kintamani saat ini sedang dipromosikan sebagai desa wisata, dan telah berkembang beberapa bisnis pendukung pariwisata, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Perkebunan Agropolitan

- a. Tanaman Kopi merupakan salah satu hasil pertanian yang berada didesa catur kintamani. Tanaman kopi di desa catur mencapai 470 hektar dan kopi kintamani sudah sering kita dengar khususnya masyarakat diluar bali sudah sering mendengar tentang enak nya kopi kintamani dari desa catur. Rasa kopi kintamani yang enak tidak lain hasil budidaya yang dilakukan secara tradisional dengan hanya menggunakan pupuk organik dan pemberantasan hamanya pun tidak menggunakan pestisida. Wisata perkebunan agropolitan ini bukan hanya hasil kopinya saja namun proses pengolahan kopi bisa disaksikan oleh pengunjung yang datang ke desa catur mulai dari kopi gelondongan sampai menjadi kopi bijian.

- b. Pohon Jeruk adalah tanaman buah-buahan yang dimanfaatkan dalam bentuk buah. Namun di desa kintamani bukan hanya hasilnya namun disediakan juga wisata petik buah jeruk.

- c. Tanaman bunga gumutir merupakan salah satu wisata yang biasa digunakan untuk berfoto selfi karena letaknya berada ditengah-tengah kebun jeruk maka keindahan pemandangan bunga gumutir semakin indah.

2) Desa Catur Kintamani bukan hanya memiliki wisata agropolitan namun juga memiliki wisata lainnya seperti yang disebutkan diatas, wisata tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Wisata alam

Wisata alam yang berada di desa kintamani adalah berupa jalur tracking di kawasan perbukitan melalui kebun kopi, kebun jeruk, kebun bunga gumutir, air terjun Tiyingseni yang masih asri, wisata melukan di kayuan belau dan komplek meditasi/ yoga di Asram Padma Indah Lestari.

- b. Wisata Budaya/Religi

Wisata yang tersedia di desa Catur Kintamani adalah perpaduan antara budaya Hindu Dharma dan Budha Tionghoa yang sangat unik di Banjar Lampu. Wisatawan akan merasakan budaya tersebut jika berda di Pura Pengyagjagan karena didalamnya terdapat Konco. Selain pura Pengyagjagan juga terdapat Pura Pebini yang terkenal dengan adanya Mitos yang terkait dengan cerita sejarah pada zaman kerajaan pemerintahan Sri Ida Jaya Pangus yaitu dengan mengadakan upacara Piodalan di Pura Pebini dengan menampilkan tarian Rejang. Setiap selesai Upacara piodalan para penari Rejang pada akhir upacara sering menghilang satu persatu. Hilangnya penari rejang maka lahirlah cerita di masyarakat mitos yang kemudian diantisipasi oleh masyarakat sekitar dengan mengalungkan gabah ke leher penari Rejang terakhir agar tidak hilang. Pengalungan gabah fugsinya adalah untuk mengetahui penari yang hilang karena dengan adanya gabah maka masyarakat bisa mengikuti jatuhnya gabah hingga ke gua raksasa. Menjadi mitos karena adanya sisa

tulang hewan dan manusia yang berada di gua raksasa tersebut.

c. Wisata Herbal

Wisata herbal ini dikembangkan oleh kelompok tani Kejung Wanasari yang berbentuk minyak Catur wangi. Selain hasil tersebut di desa Catur Kintamani disediakan Message (Pijat) akupresur yang sebelumnya disediakan untuk wisatawan yang sudah melakukan tracking. Di Bali belum ada yang mengembangkan wisata herbal ini maka di wilayah Catur ini menjadi potensi pengembangan wisata.

d. Pasar Agro Multikultural

Selain tanaman unggulan yang disebutkan diatas di desa Catur Kintamani juga terdapat hasil pertanian lainnya. Untuk memfasilitasi banyaknya hasil pertanian tersebut maka pemerintahan desa setempat menyediakan tempat berkumpul untuk warga sekitar dalam menjual hasil pertaniannya. Hasil pertanian lainnya adalah sayuran dan buah-buahan wisatawan bisa memanfaatkan lokasi pasar Agro Multikultural ini untuk mendapatkan sayur dan buah-buahan segar dengan harga petani.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Berdasarkan keberlanjutan desa wisata dapat ditentukan oleh kemampuan masyarakat desa wisata untuk tetap mempertahankan sistem keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, dan kemampuan masyarakat untuk merespon potensi daya tarik wisata Desa Catur Kintamani untuk mengembangkan dan melestarikannya. Untuk melestarikan sebuah desa wisata maka salah satu caranya adalah dengan cara menambah kunjungan wisatawan. Dengan banyaknya wisatawan yang datang berkunjung ke wilayah tersebut maka warga akan memiliki kesadaran akan lingkungan dan budayanya.

1. Pembuatan media promosi (*content*) sebagai bahan *digital marketing*.

- 1) Pelatihan pembuatan video yang menarik sebagai destinasi wisata.
- 2) Pelatihan fotografi yang melibatkan anak-anak muda yang berada di desa Kintamani.
- 3) Membuat *flyer*, *banner*, *insta story*, video testimoni, dan akses peta menuju

wisata Kintamani.

2. Belum ada pengelolaan *digital marketing* untuk desa wisata Catur Kintamani.

- 1) Pelatihan promosi menggunakan media sosial, menggunakan sistem *push promoted*, *sponsored*, *google ads*, dan juga penggunaan *hashtag* media sosial.
- 2) Menggunakan *influnecer* baik lokal *influencer*, selebgram, serta artis yang sudah terkenal sebagai bagian dari *endorsement* wilayah.
- 3) Pelatihan media sosial dengan tag tokoh-tokoh penting atau posting video testimoni dari para pengunjung (wisatawan).

Target Luaran

1. Meningkatnya kemampuan mitra dalam pembuatan video, fotografi dan *flyer* sebagai media pemasaran.
2. Meningkatkan kemampuan mitra menggunakan media sosial dalam promosi, dengan mengupload video testimoni, foto dan *flyer* serta menggunakan selebgram sebagai endorsement.

METODE PELAKSANAAN

Metode Metode yang digunakan pada Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing ini adalah sosialisasi yang bertujuan meningkatkan aspek pengetahuan dan keterampilan para Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani.

1. Tahap sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan *digital marketing*

Tahap sosialisasi ini dilakukan dengan cara mengundang semua anggota kelompok yang ada di Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani yang diatur oleh aparat desa setempat. Dalam sosialisasi ini akan menghadirkan Kepala Desa, tokoh adat, pengurus gereja, tokoh agama, dan sebagian anggota masyarakat. Pihak Universitas Dhyana Pura dihadiri oleh Rektor, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) beserta staf, tenaga ahli, dan beberapa dosen serta mahasiswa. Kepala Desa Catur Kintamani membuka acara

sosialisasi ini untuk memberikan motivasi bagi masyarakatnya, sehingga program yang baik dari Kemendikbud-Ristek ini dapat dilaksanakan sebaik-baiknya. Kemudian Rektor yang didampingi oleh Ketua LP2M memberikan pengarahan kepada tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing agar memberikan pendampingan, pelatihan, dan bimbingan kepada anggota masyarakat.

2. Tahap pelatihan penggunaan digital marketing.

Tahap pelatihan merupakan tindak lanjut dari program sosialisasi. Program pelatihan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada kelompok yang telah terbentuk di Desa Catur Kintamani. Program ini diharapkan meningkatkan kemampuan Pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani dalam menerapkan teknik promosi dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *WA*, *Line*, dan sejenisnya.
- b. Pelatihan Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan oleh tim pelaksana PKM dibantu oleh mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran Digital Universitas Dhyana Pura, Menyelenggarakan pelatihan promosi pariwisata kepada anggota komite pariwisata Desa Catur Kintamani untuk mengatasi minimnya tingkat kunjungan ke Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Menyelenggarakan pelatihan internet untuk para anggota komite pariwisata untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *website*.

3. Tahap pendampingan PKM

Setelah selesai tahap pelatihan, maka para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani mampu mengelola desa wisata secara mandiri. Tim pelaksana PKM dan pakar akan mendampingi setiap anggota kelompok selama beberapa hari, sehingga mereka dapat menanyakan apabila

mengalami kesulitan selama uji coba kegiatan tersebut.

4. Tahap monitoring PKM

Tahap monitoring dilakukan oleh tim pelaksana, LPPM Universitas Dhyana Pura, dan tim dari kementerian. Pada tahap monitoring ini semua kegiatan harus bisa terlihat peningkatannya, mulai dari tahap pelatihan, pendampingan, dan hasil yang sudah diperoleh oleh pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Target yang ingin dicapai dari monitoring ini adalah untuk mengkonfirmasi seluruh tahapan serta proses dari seluruh kegiatan terkait dengan Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani tersebut.

5. Tahap evaluasi PKM

Tahap evaluasi ini dilakukan setelah jangka waktu yang ditentukan hampir selesai. Tim pelaksana bersama pakar, Ketua LPPM, dan tim Kementerian mengevaluasi setiap kinerja para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani sesuai tugas pokoknya masing-masing. Evaluasi ini dilakukan dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang sekaligus mengecek hasil kegiatan di lokasi.

6. Tahap keberlanjutan PKM

Tahap keberlanjutan program merupakan tahap yang dilakukan berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan. Penilaian tahap ini dilakukan oleh tim pelaksana, LPPM, dan Kementerian. Dalam rangka keberlanjutan program ini, maka setiap kelompok, harus meningkatkan produktivitasnya serta mengajar kelompok usaha yang sejenis maupun berbeda.

7. Partisipasi mitra dan Universitas Dhyana Pura

Partisipasi mitra dan partisipasi Universitas Dhyana Pura sangat diperlukan dalam memajukan PKM Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani tersebut. Mengingat sangat bermanfaatnya program ini bagi mitra maupun Universitas Dhyana Pura yang dimulai sejak tahap pengenalan sampai tahap keberlanjutan, maka mitra maupun Undhira berpartisipasi dalam hal:

8. Partisipasi mitra (Kepala Desa Catur Kintamani, dan Komite Pariwisata).

Sejak awal pengenalan program PKM – Desa Wisata Herbal ini, Kepala Desa Catur Kintamani, dan Ketua penguasaan digital marketing menyediakan waktu bertemu. Mereka sangat mengharapkan bantuan dosen Universitas Dhyana Pura untuk membina dan melatih anggota masyarakatnya dalam mengembangkan Desa Wisata. Bukti Kepala Desa Catur Kintamani, dan Ketua kelompok pariwisata mendukung program Kemendikbud-Ristek ini diwujudkan melalui penandatanganan surat pernyataan bermeterai 10.000 sebagaimana dilampirkan dalam proposal ini. Kepala Desa, Ketua dan Komite Pariwisata, mengumpulkan anggotanya di Kantor Kepala Desa untuk mendengarkan sosialisasi dan kemanfaatan dari program Kemendikbud-Ristek tersebut.

9. Partisipasi Universitas Dhyana Pura

Partisipasi Universitas Dhyana Pura diwujudkan melalui pembuatan MOU antara Rektor dengan Kepala Desa Catur Kintamani. Dengan demikian, partisipasi ini menunjukkan kepedulian Universitas Dhyana Pura Bali dalam melaksanakan program Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dalam meningkatkan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Indonesia, secara khusus masyarakat Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani.

10. Pembagian Tugas Tim Pelaksana

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Komite Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani, maka kepakaran yang profesional di bidangnya sangat diperlukan untuk mewujudkan PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Oleh sebab itu, tim pengusul kegiatan PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani ini merupakan dosen tetap di Universitas Dhyana Pura Bali dari berbagai program studi dan keahlian di bidangnya masing-masing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan Hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM)

Penggunaan *digital marketing* ini dijelaskan dibawah ini yang terdiri dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring, evaluasi dan keberlanjutan program yang bertujuan meningkatkan aspek pengetahuan dan keterampilan para Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani.

1. Tahap Sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing

Ketua tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing mensosialisasikan kepada semua anggota kelompok Pariwisata tentang kegiatan serta kemanfaatan program yang baik ini dari Kemendikbud-Ristek. Sosialisasi ini terkait dengan Manajemen penggunaan digital marketing desa wisata Catur, Pelatihan Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Dengan adanya acara sosialisasi ini, semua anggota kelompok yang tergabung dalam Desa Wisata agar mempersiapkan diri untuk mengikuti program pelatihan pada hari berikutnya sesuai kesepakatan bersama. Gambar 1. Dibawah ini adalah Sosialisasi Tim PKM di Banjar Lampu Desa Catur yang dihadiri oleh Rektor, Wakil Rektor 1, LPPM Universitas Dhyana Pura, Prebeker Desa Catur, perangkat desa, Tim dosen dan mahasiswa.

Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Sumber Daya Lokal Desa Catur Kintamani



Gambar 1. Dr. I Wayan Ruspindi (Ketua Tim PKM Paling kiri).

<https://channelbali.com/2021/05/23/peran-digital-marketing-dalam-meningkatkan-sumber-daya-lokal-desa-catur-kintamani/>

2. Tahap Pelatihan Penggunaan digital marketing

Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada kelompok yang telah

terbentuk di Desa Catur Kintamani. Program ini diharapkan meningkatkan kemampuan Pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani dalam menerapkan teknik promosi dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *WA*, *Line*, dan sejenisnya. Pelatihan ini diharapkan Pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani mampu mengelola secara terintegrasi tata kelola kuliner, *homestay*, rekreasi, aktivitas wisata, pengelolaan keuangan koperasi desa. Program ini dilaksanakan oleh Tim PKM dan oleh mahasiswa manajemen dan D3 Manajemen Pemasaran Digital Undhira (Gambar 2.)



Gambar 2. Pelatihan *digital marketing*
<https://channelbali.com/2021/06/18/pkm-undhira-berikan-pelatihan-kelompok-pemuda-digital-marketing-desa-catur-kintamani/>

Pelatihan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan oleh tim pelaksana PKM dibantu oleh mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran Digital Universitas Dhyana Pura, Menyelenggarakan pelatihan promosi pariwisata kepada anggota komite pariwisata Desa Catur Kintamani untuk mengatasi minimnya tingkat kunjungan ke Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Menyelenggarakan pelatihan internet untuk para anggota komite pariwisata untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *website*. Program ini diharapkan Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani memiliki profil yang lengkap tentang berbagai hal yang terkait dengan kepariwisataan dan aspek lain sebagai daya tarik wisata dan pengelola desa wisata mampu membuat paket wisata yang terintegrasi dengan bidang usaha yang telah

berkembang. Tim PKM menyerahkan bantuan alat berupa Laptop, Modem dan Mouse untuk Tim Digital Marketing Desa Catur Kintamani, Bangli (Gambar 3).



Gambar 3. Penyerahan bantuan alat (Laptop, Modem Smartfren, & Mouse)
<https://channelbali.com/2021/06/12/pkm-undhira-berikan-bantuan-alat-kepada-kelompok-pemuda-digital-marketing-desa-catur-kintamani/>

3. Tahap pendampingan PKM

Setelah selesai tahap pelatihan, maka para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani mampu mengelola desa wisata secara mandiri. Tim pelaksana PKM dan pakar akan mendampingi setiap anggota kelompok selama beberapa hari, sehingga mereka dapat menanyakan apabila mengalami kesulitan selama uji coba kegiatan tersebut. Pendampingan ini juga bertujuan untuk mengingatkan anggota kelompok jika melakukan kesalahan dalam uji coba, sehingga tidak berbeda dengan materi pelatihan sebelumnya. Target yang hendak dicapai dari pendampingan ini adalah agar semua anggota kelompok dapat bekerja mandiri serta mampu mengembangkan potensi desanya menjadi Desa Wisata khususnya Herbal yang menarik bagi wisatawan.

4. Tahap monitoring PKM – Desa Wisata Herbal

Tahap monitoring dilakukan oleh tim pelaksana, LPPM Universitas Dhyana Pura, dan tim dari kementerian. Pada tahap monitoring ini semua kegiatan harus bisa terlihat peningkatannya, mulai dari tahap pelatihan, pendampingan, dan hasil yang sudah diperoleh oleh pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Target yang ingin dicapai dari monitoring ini adalah untuk mengkonfirmasi seluruh tahapan serta proses dari seluruh kegiatan terkait dengan Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani tersebut. Apabila ada penemuan yang kurang memuaskan, maka tim pelaksana mendampingi bidang atau aspek yang kurang maksimal tersebut, sehingga tidak menjadi temuan lagi pada saat evaluasi.

5. Tahap evaluasi PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani

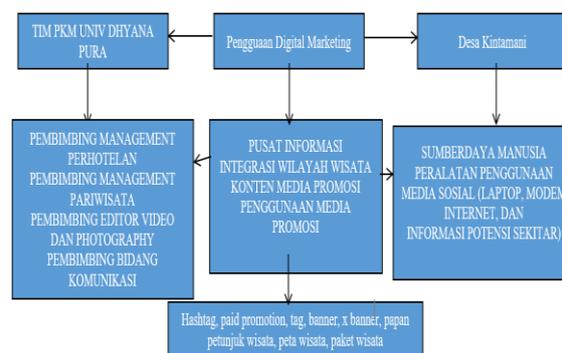
Tahap evaluasi ini dilakukan setelah jangka waktu yang ditentukan hampir selesai. Tim pelaksana bersama pakar, Ketua LP2M, dan tim Kementerian mengevaluasi setiap kinerja para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani sesuai tugas pokoknya masing-masing. Evaluasi ini dilakukan dengan Focus Group Discussion (FGD) yang sekaligus mengecek hasil kegiatan di lokasi. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pelaksana diberitahukan kepada anggota kelompok dan ketuanya agar memperbaiki kekurangan serta memberikan pendampingan tambahan agar hasil yang didapatkan lebih maksimal. Pelaksana evaluasi ini adalah tim pengusul, tenaga ahli, serta Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dari Universitas Dhyana Pura.

6. Tahap keberlanjutan PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani

Tahap keberlanjutan program merupakan tahap yang dilakukan berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan. Penilaian tahap ini dilakukan oleh tim pelaksana, LP2M, dan Kementerian. Dalam rangka keberlanjutan program ini, maka setiap kelompok, harus meningkatkan produktivitasnya serta mengajar kelompok

usaha yang sejenis maupun berbeda. Tujuannya agar kelompok lain atau pemuda lain mendapatkan pengetahuan yang sama, sehingga PKM– Penggunaan *digital marketing* Desa Catur Kintamani dirasakan manfaatnya oleh semua anggota masyarakat Desa Catur Kintamani.

Rekayasa Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang diterapkan pada PKM– Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani ini sebagaimana ditunjukkan pada Gambar berikut:



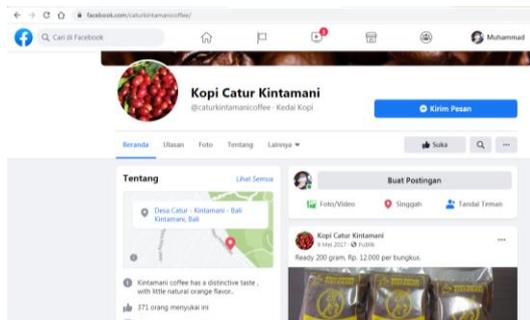
Gambar 4. Bagan. gambaran IPTEK PKM

Alat yang digunakan untuk Pelatihan Pemasaran Digital Mitra PKM

1. Laptop: Teknologi Terapan (Digital Marketing) yang akan diberikan kepada Mitra PKM
2. Modem Wifi Smartfren Connection: Teknologi Terapan (Digital Marketing) yang diberikan kepada Mitra PKM
3. Website resmi Desa Catur Kintamani.



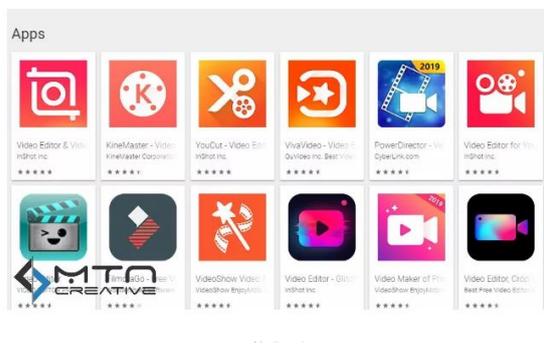
4. Akun media sosial Desa Kintamani



5. Logo



6. Aplikasi Editor video kinemaster



SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan ini pelaksanaan digital marketing di Desa Catur memberikan dampak positif yang mendukung program desa wisata, memberikan promosi, akun resmi Desa Catur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada DRPM, LPPM Universitas Dhyana Pura, Kepala Desa dan masyarakat Desa Catur atas kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga dapat menghasilkan luaran yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Hari Wibowo, Diah Kristina. 2018. Efektivitas Penggunaan Bahasa Inggris Dalam Media Promosi Pariwisata Solo Raya Menuju Pembangunan Sistem Online Tourism Promotion. *Journal Cakra Wisata* Vol 19 Jilid 2 2018.

Ari, K.A., Yudana, I.M., Pursika, I.N. 2015. Budaya Hindu Yang Masih Digunakan Setelah Terjadinya Proses Peralihan Agama Hindu Menjadi Kristen (Study Kasus Di Desa Blimbingsari, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli). *Jurnal Jurusan Pendidikan PKn*, 3(1).

Dermawan Waruwu, Et Al. Pengembangan Tanaman Herbal Sebagai Destinasi Wisata Di Desa Catur, Kintamani, Bali. Makassar: Universitas Hasanudin. *Jurnal PKM* Vol 4 No 1 2020.

Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* Vol 3 Nomor 1 Juni 2019.

Edwin Permana. 2009. Thesis Integrasi Pengembangan Wisata Pantai Dan Permukiman Nelayan Di Pesisir Barat Kabupaten Bengkulu Selatan Dalam Rangka Konservasi Alam. Surabaya: Institute Sepuluh November.

I Nyoman Sukra Adinatha, Et Al. Pura Panyajjagan Di Desa Pakraman Catur, Kintamani, Bangli, Bali (Latar Belakang Sejarah, Fungsi Pura Dan Potensinya Sebagai Media Pendidikan Multikultur Di Sekolah Menengah Pertama Dan Masyarakat). Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha. Vol 2 No 3.2014.

Mandal, P. and Vong, J., 2015. *Development of Tourism and the Hospitality Industry in Southeast Asia*. Singapore: Springer.

Putu Chris Susanto, Et Al. Pendampingan Kelompok Sadar Wisata Desa Catur Kintamani Menuju Desa Wisata Yang Kekinian. Prosiding SINAPTEK 2 November 2018. Bali: UDHIRA Bali.

Ruspenti, Junaedi I Wayan., Utama, I.G.B.R., 2017. Motivasi Wisatawan Mengunjungi Desa

- Utama, I.G.B.R., Ruspindi, Junaedi I Wayan., 2020. *Membangun Pariwisata dari Desa: Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih*, Penebel, Tabanan, Bali. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I.G.B.R., 2015. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, , I.G.B.R. 2007. Landscape as an Outdoor Recreation Form (Case Study the Netherlands and Bali, Indonesia). Available at SSRN 2553138.
- Utama, , I.G.B.R. 2007. Experience Marketing at Eka Karya Botanical Garden Bali. Available at SSRN 2628177.
- Utama, , I.G.B.R. 2014, October. Agrotourism as an Alternative Form of Tourism in Bali Indonesia. In *The International Conference on Sustainable Development March* (Vol. 6, p. 2012).
- Utama, , I.G.B.R. 2015. Leisure and Tourism on Quality of Life. Available at SSRN 2629774.
- Utama, I.G.B.R., 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Widiyanto, D., Purwo Handoyo, J. and Fajarwati, A., 2008. Pengembangan Pariwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi bagi Desa Wisata Ketingan). *Bumi Lestari*, 8(2).
- Wuni, I.A.K.N., Sendratari, L.P., Hum, M., Margi, I.K. and Si, M., 2014. Gereja Pniel Di Desa Blimbingsari, Bangli, Bali (Sejarah Pendirian Dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar Sejarah Di Sma). *Jurnal Widya Winayata*, 2(1).Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 16. 2007. *Standar Kualifikasi Akademik dan Kompetensi Guru*.
Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
Usman, M. U., dan Setiawati, L. 2005. *Upaya Optimalisasi Kegiatan Belajar Mengajar*. Remaja Rosdakarya, Bandung