

Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan Melalui Digitalisasi Pemasaran Berbasis Website dan Media Sosial

Neffi Sulkaisi^{1*}, Herisvan Hendra², Meri Rahmania³, Bunga Rahmatul Ulya⁴, Mela Agustia⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas PGRI Sumatera Barat, Jl. Gn. Pangilun, Gn. Pangilun, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia.

E-mail: neffisulkaisi10@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1737>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 02 July 2025

Revised: 08 July 2025

Accepted: 14 July 2025

Kata Kunci:

Ekowisata, Pokdarwis,
Digital Marketing.

Keywords:

Ecotourism, Pokdarwis,
Digital Marketing.



ABSTRACT

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilatarbelakangi oleh rendahnya visibilitas potensi ekowisata Nagari Sisawah yang dikelola oleh Pokdarwis. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan daya saing pariwisata melalui digitalisasi, pelatihan service excellence, dan pengelolaan website serta media sosial. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi secara partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas Pokdarwis dalam pengelolaan informasi keselamatan wisata dan pemasaran digital, serta peningkatan keterlibatan pemuda lokal dalam kegiatan ekonomi kreatif berbasis digital.

This community service program is based on the low visibility of the ecotourism potential of Nagari Sisawah, managed by Pokdarwis. The program aims to enhance tourism competitiveness through digitalization, service excellence training, and website and social media management. The implementation method includes participatory-based socialization, training, mentoring, and evaluation. The results showed increased Pokdarwis capacity in managing tourism safety information and digital marketing, as well as greater engagement of local youth in digital-based creative economic activities.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Neffi Sulkaisi, et al (2025). Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan Melalui Digitalisasi Pemasaran Berbasis Website dan Media Sosial, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1737>

PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis ekowisata saat ini menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan di berbagai daerah, termasuk di pedesaan. Ekowisata tidak hanya menawarkan pengalaman wisata yang menyatu dengan alam, tetapi juga mendorong pemberdayaan masyarakat lokal melalui partisipasi langsung dalam pengelolaan destinasi wisata (Muresan et al., 2019, p.102). Salah satu daerah yang memiliki potensi besar untuk pengembangan ekowisata adalah Nagari Sisawah di Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat. Nagari ini dikenal sebagai “Nagari 1000 Ngalau” karena kekayaan goa, sungai, dan kawasan alam yang masih asri. Berbagai objek wisata seperti Ngalau Antabung Indah, Bukit Kalombai, Batu Ogung, air terjun, serta aktivitas river tubing, panjat tebing, hingga wisata kuliner menjadi daya tarik utama di kawasan ini.

Namun, potensi besar tersebut belum dikelola secara optimal karena beberapa kendala utama, salah satunya adalah rendahnya kemampuan pemasaran digital oleh kelompok pengelola wisata lokal yaitu Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Nagari Sisawah. Hingga saat ini, promosi wisata di Nagari Sisawah masih dilakukan secara konvensional melalui spanduk, brosur, atau dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan promosi sangat terbatas (Garcia, 2021, p.47). Padahal, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat mendukung upaya promosi pariwisata melalui media digital

seperti website dan media sosial (Smith, 2020, p.213). Penelitian yang dilakukan oleh Sulkaishi et al. (2023, p.471) menunjukkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan, karena memberikan kemudahan akses informasi sebelum berkunjung.

Selain permasalahan promosi, POKDARWIS Nagari Sisawah juga belum memiliki sistem informasi terkait keamanan dan kenyamanan wisatawan. Informasi seperti kontak darurat, jalur evakuasi, atau tata tertib wisata belum terdokumentasi dengan baik, baik secara offline maupun online. Hal ini berpotensi menimbulkan keraguan bagi wisatawan yang ingin berkunjung, khususnya mereka yang lebih peduli terhadap aspek keamanan saat berwisata alam (Noorlitaria et al., 2023, p.58).

Alternatif solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan digitalisasi pemasaran wisata berbasis website dan media sosial, sekaligus menyediakan informasi keamanan secara terintegrasi. Website menjadi pusat informasi resmi yang menampilkan profil objek wisata, harga, cara akses, serta kontak layanan darurat, sedangkan media sosial digunakan untuk meningkatkan interaksi dan memperluas jangkauan promosi (Yudiantoro & Astutiningsih, 2023, p.113). Pelatihan digital marketing bagi anggota POKDARWIS dan pemuda setempat juga menjadi langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan program ini. Selain meningkatkan promosi wisata, pelatihan ini dapat membuka peluang ekonomi digital bagi masyarakat desa, khususnya pemuda yang belum memiliki pekerjaan atau putus sekolah (Abdurahman, 2023, p.90).

Urgensi dari kegiatan ini adalah untuk mendukung pengembangan ekowisata berkelanjutan di Nagari Sisawah, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemberdayaan masyarakat, sekaligus meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, diharapkan Nagari Sisawah mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperkuat citra wisata berbasis komunitas, serta menciptakan ekosistem wisata yang aman, nyaman, dan berkelanjutan.

METODE

Jenis Penelitian

Kegiatan ini merupakan pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan kualitatif partisipatif. Metode ini dipilih karena melibatkan langsung masyarakat sebagai subjek dan sekaligus mitra dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Tujuan utama kegiatan adalah pemberdayaan POKDARWIS dan pemuda lokal dalam pengelolaan ekowisata melalui digitalisasi pemasaran berbasis website dan media sosial, serta peningkatan pelayanan wisata.

Waktu Dan Tempat Penelitian

Pengabdian ini dilaksanakan selama 8 bulan, terhitung sejak Maret hingga Oktober 2025. Lokasi kegiatan adalah Nagari Sisawah, Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat. Seluruh tahapan kegiatan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan dilakukan di lokasi wisata Nagari Sisawah dan di Balai Nagari sebagai pusat aktivitas POKDARWIS.

Target dan Sasaran

Sasaran utama dari kegiatan ini adalah:

- a. Anggota POKDARWIS Nagari Sisawah sebanyak 10 orang sebagai pengelola utama wisata desa.
- b. Pemuda lokal putus sekolah dan masyarakat sekitar sebanyak 30 orang yang diberdayakan untuk menjadi konten kreator dan pengelola media digital.

Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kebutuhan program dan kesediaan partisipasi dari anggota masyarakat yang memiliki peran langsung dalam pengembangan ekowisata setempat.

Prosedur penelitian

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Sosialisasi Dan Pemetaan Kebutuhan
Dilakukan pertemuan awal dengan POKDARWIS dan masyarakat untuk memetakan kebutuhan, masalah yang dihadapi, serta harapan terhadap kegiatan. Diskusi ini menjadi dasar penentuan program secara partisipatif.
2. Pelatihan Digital Marketing Dan Konten Kreator

Dilakukan pelatihan pembuatan konten promosi wisata berbasis foto, video, dan teks menarik untuk media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube. Peserta juga diajarkan penggunaan fitur interaktif untuk promosi yang lebih efektif.

3. Pengembangan Website Ekowisata Nagari Sisawah
Website dikembangkan dengan CMS WordPress agar mudah dioperasikan oleh mitra. Website ini memuat informasi lengkap tentang destinasi, akomodasi, aktivitas wisata, harga, kontak, dan informasi keamanan.
4. Pelatihan Pertolongan Pertama dan Kontak Informasi Keamanan Wisata
Bersama dengan POKDARWIS dan pihak terkait, dilakukan penyusunan informasi kontak darurat yang kemudian diintegrasikan ke website dan media sosial.
5. Pendampingan dan Monitoring Berkala
Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan selama tiga bulan agar mitra benar-benar mandiri dalam mengelola media digital dan konten promosi. Pendampingan dilakukan secara langsung maupun daring melalui grup WhatsApp khusus.
6. Evaluasi dan Umpan Balik
Dilakukan evaluasi terhadap ketercapaian luaran program dengan melihat jumlah konten yang dihasilkan, interaksi di media sosial, jumlah kunjungan ke website, dan pengakuan manfaat oleh mitra. Evaluasi dilakukan dengan metode FGD dan observasi.

Data dan Instrumen

Data yang dikumpulkan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Data kuantitatif: jumlah postingan media sosial, jumlah pengikut (followers), jumlah interaksi (likes, komentar, shares), jumlah pengunjung website, dan jumlah pemesanan yang dilakukan melalui platform digital.
2. Data kualitatif: perubahan perilaku mitra dalam pengelolaan ekowisata, pengalaman dalam pembuatan konten digital, serta testimoni dari wisatawan dan masyarakat.

Instrumen yang digunakan adalah:

1. Lembar observasi aktivitas mitra
2. Lembar pencatatan statistik media digital (insight media sosial, Google Analytics website)
3. Wawancara semi-terstruktur dengan mitra dan wisatawan
4. Dokumentasi (foto, video kegiatan)

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan kombinasi metode:

1. Observasi partisipatif
2. Wawancara mendalam
3. Studi dokumentasi media digital yang telah dikembangkan
4. Pencatatan data digital secara langsung dari dashboard media sosial dan website

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan tahapan:

1. Reduksi data, yaitu mengolah data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi informasi yang relevan dengan tujuan pengabdian.
2. Penyajian data, berupa tabel, grafik, dan deskripsi mengenai perkembangan kapasitas mitra dan dampak digitalisasi.
3. Verifikasi atau penarikan kesimpulan, dilakukan dengan membandingkan data sebelum dan sesudah program untuk mengetahui perubahan signifikan yang terjadi.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik sederhana berupa persentase peningkatan, sedangkan data kualitatif dianalisis dengan pendekatan tematik untuk melihat perubahan pola pikir dan perilaku digital masyarakat.

Makna Data Yang Diperoleh

Data yang diperoleh dari kegiatan ini memberikan gambaran tentang perubahan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital untuk promosi wisata. Data juga menunjukkan dampak langsung terhadap peningkatan visibilitas wisata Nagari Sisawah di dunia maya, jumlah wisatawan yang mengakses informasi melalui platform digital, serta pemberdayaan pemuda lokal sebagai pelaku ekonomi kreatif berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Nagari Sisawah berhasil mencapai beberapa luaran yang telah direncanakan. Hasil kegiatan diperoleh melalui proses observasi, wawancara, dokumentasi, dan pencatatan statistik dari media digital yang telah dibuat dan dikelola oleh POKDARWIS dan pemuda setempat. Hasil ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam kemampuan masyarakat mengelola ekowisata berbasis digital dan dampaknya terhadap promosi wisata, (Hijaziyah, 2025).

Peningkatan kapasitas digital mitra dapat dilihat dari peningkatan jumlah konten media sosial, interaksi pengunjung, serta pengembangan website yang terintegrasi dengan informasi keselamatan dan promosi wisata. Berikut ini disajikan hasil secara deskriptif dan tabel sebagai representasi data.

Hasil Pelatihan dan Pembuatan Konten Digital

Sebelum kegiatan dilakukan, anggota POKDARWIS dan pemuda Nagari Sisawah tidak memiliki akun media sosial yang secara aktif digunakan untuk menjadi konten kreator. Setelah pelatihan, tercatat 10 akun media sosial (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube) aktif digunakan. Dalam waktu tiga bulan, mitra mampu membuat minimal 3 konten per minggu per akun. Konten berupa foto, video pendek, caption promosi, dan live streaming. Tabel 1 berikut menunjukkan perkembangan produksi konten sebelum dan sesudah kegiatan:

Tabel 1. Jumlah Konten Digital yang Diproduksi oleh Mitra

No	Jenis Konten	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Foto Promosi	5	30
2	Video Pendek	0	15
3	Caption Informatif	2	20
4	Live Streaming Event	0	12

Peningkatan jumlah konten ini berkontribusi langsung terhadap visibilitas (Yasir, 2025) wisata Nagari Sisawah di media sosial. Konten yang diproduksi juga lebih terarah dengan mempertimbangkan teknik copywriting, penggunaan tagar yang relevan, serta pengambilan gambar yang lebih profesional.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat di Nagari Sisawah berhasil meningkatkan kapasitas Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan pemuda lokal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi ekowisata. Digitalisasi pemasaran melalui pengembangan website dan media sosial efektif meningkatkan visibilitas destinasi wisata Nagari Sisawah secara signifikan, terbukti dari peningkatan jumlah konten promosi, pengunjung website, dan interaksi media sosial.

Selain itu, integrasi informasi keselamatan ke dalam media digital turut meningkatkan rasa aman dan kenyamanan bagi wisatawan. Program ini juga mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelibatan pemuda lokal sebagai konten kreator dan pengelola media digital, sehingga membuka peluang ekonomi kreatif berbasis digital di desa.

Rekomendasi untuk langkah selanjutnya adalah perlunya penguatan jejaring dengan pihak eksternal seperti dinas pariwisata, travel agent, dan media lokal agar promosi wisata lebih meluas. Selain itu, pendampingan lanjutan dibutuhkan untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan media digital serta memastikan konten promosi terus diperbarui agar tetap menarik bagi wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penelitian, penulisan sekaligus penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Abdurahman A. Pemanfaatan Digital Marketing oleh POKDARWIS dan UMKM dalam Memaksimalkan Potensi Wisata di Taman Nasional Ujung Kulon. *Jurnal Pengelolaan Pariwisata*. 2023;12(3):89–91
- Garcia L. Social Media Marketing For Small Tourism Businesses. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2021;12(1):45–60.

- Hijaziyah, N., Wati, R. S., Dewi, R. S., & Lubis, M. (2025). Sinergitas untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kegiatan workshop UMKM di Desa Panulisan Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 682–687. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1141>
- Yasir, Muhammad & Fried Sinlae. (2025). Sosialisasi dan pelatihan penggunaan internet sehat bagi remaja di RW 11 Wanajaya Cibitung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 969–973. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.501>
- Muresan IC, Oroian CF, Harun R, Arion FH, Porutiu A, Chiciudean GO, et al. Local Residents' Attitude Toward Sustainable Rural Tourism Development. *Sustainability*. 2019;8(1):100–114.
- Noorlitaria A, Pratama H, Widiyanto B. Pemberdayaan POKDARWIS dalam Pemasaran Digital dan Pengelolaan Wisata Berkelanjutan di Samarinda. *Jurnal Administrasi dan Humaniora*. 2023;5(2):55–68.
- Smith J. Digital Marketing For Tourism Destinations. *Journal of Tourism Research*. 2020;15(3):210–222
- Sulkaisi, N., Emely, B., Saputra, S. E., Kemalasar, M., & Selvia, N. (2023). *Digital Marketing: Pengaruh Konten Promosi Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan*. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 3(3), 469–475. DOI: <https://doi.org/10.47233/jeps.v3i3.1365>
- Yudiantoro B, Astutiningsih S. Pendampingan POKDARWIS dan Pengelolaan Wisata Pantai di Tulungagung dalam Meningkatkan Engagement Pengunjung Melalui Media Sosial Marketing. *Jurnal Pariwisata Digital*. 2023;8(1):112–125.