

Digitalisasi Desa Wisata Berbasis Kompetensi Karang Taruna Desa Dokan

Irsad, Wahyu Ario Pratomo, Walad Altsani HR, Widya Sartika Hasibuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara, Medan

Email Korespondensi: irsyadhusin@yahoo.co.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Dokan, Kecamatan Merek, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Dengan berbagai macam potensi yang ada di Desa Dokan baik dari segi pariwisata maupun hasil olahan pertanian dan peternakan, namun pengembangan dan pengeloalaannya masih belum optimal. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa metode yaitu penyediaan peralatan penunjang berupa laptop dan handphone, pembuatan website dan akun sosial media seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, pelatihan cara mengakses dan mengelola media digital, serta pemberian pelatihan mengenai pemasaran di platform digital. Hasil dari kegiatan ini mendorong masyarakat khususnya karang taruna di Desa Dokan untuk lebih melek teknologi dan dapat memanfaatkannya sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat terutama para petani di Desa Dokan dalam memperkenalkan budaya, wisata, dan produk-produk hasil olahan pertanian dan peternakan di desa tersebut. Harapan Tim PKM kepada para anggota karang taruna agar dapat secara aktif dan berkelanjutan dalam memasarkan wisata dan hasil olahan pertanian dari Desa Dokan melalui website dan media sosial.

Abstract

This community service activity was carried out with the aim of improving the welfare of the community in Dokan Village, Merek District, Karo Regency, North Sumatra. With various kinds of potential that exist in Dokan Village both in terms of tourism and processed agricultural and livestock products, their development and management are still not optimal. This activity was carried out using several methods, namely providing supporting equipment in the form of laptops and cellphones, creating websites and social media accounts such as Instagram, Facebook, TikTok and YouTube, training on how to access and manage digital media, as well as providing training on marketing on digital platforms. The results of this activity encouraged the community, especially youth groups in Dokan Village, to be more literate in technology and be able to use it so that they could improve the economy of the community, especially farmers in Dokan Village, in introducing culture, tourism, and processed agricultural and livestock products in the village. Our expectation for youth members is to actively and sustainably promoting tourism and agricultural processed products from Dokan Village through website and social media.

Keywords: digitalization, tourism, processed products, promoting, technology

PENDAHULUAN

Desa Budaya Dokan merupakan salah satu lokasi objek wisata di Sumatera Utara yang memiliki daya tarik utama yaitu pariwisata budaya. Terletak di Kecamatan Merek, Kabupaten Karo yang jaraknya kira-kira 20 kilometer dari Kota Kabanjahe. Sebagai destinasi wisata budaya, Desa Dokan memiliki rumah adat Karo yang dikenal dengan nama Siwaluh Jabu, dimana rumah adat ini merupakan daya

tarik utama yang dimiliki desa Dokan. Lestarinya rumah adat yang telah berdiri selama ratusan tahun, dan dibangun dengan teknik arsitektur tradisional tanpa menggunakan paku sama sekali merupakan magnet pariwisata yang mengundang keingintahuan para turis mancanegara untuk datang dan melihat langsung.

Selain itu para pemuda dan pemudi di desa ini juga masih melestarikan musik tradisional karo, masing-masing mereka yang juga merupakan anggota karang taruna di desa Dokan turut ambil bagian dalam memeriahkan pesta tahunan, pentas seni dan budaya Karo baik yang diadakan di desa Dokan maupun di wilayah lain seperti di kota Berastagi maupun kota Medan. Tidak hanya pariwisatanya, Desa Dokan juga memiliki hasil pertanian dan peternakan berupa kopi dan madu. Sebagian besar mata pencaharian masyarakat di Desa Dokan adalah menjadi buruh tani kopi. Diketahui lebih dari 200 kepala keluarga di desa ini memiliki ladang kopi yang dapat memberikan penghasilan bagi masyarakat. Selain memproduksi kopi, masyarakat Desa Dokan juga memiliki peternakan lebah yang dapat menghasilkan madu dan dijual di dalam botol-botol kaca.

Dengan berbagai macam potensi yang ada di Desa Dokan baik dari segi pariwisata maupun hasil olahan pertanian dan peternakan, pemasaran dan pengelolannya masih belum optimal. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa ini dirasa masih kurang untuk ukuran daerah pariwisata. Begitupun dengan penjualan kopi dan madu yang belum maksimal. Sehingga masyarakat setempat belum merasakan kontribusi yang signifikan bagi kesejahteraan mereka. Sebenarnya Desa Dokan sudah dikenal dan menjadi tujuan pariwisata oleh para wisatawan mancanegara. Namun apabila dilihat dari jumlah dan ragam wisatawan yang berkunjung, ternyata jumlahnya masih belum maksimal. Terutama wisatawan domestik yang sangat sedikit mengetahui adanya pariwisata serta produk kopi dan madu dari desa ini. Keterbatasan pengetahuan masyarakat dan pemerintah setempat dalam membangun dan mempromosikan objek pariwisata dan produk mereka secara daring menjadi penghambat untuk memperkenalkan pariwisata di daerah ini secara lebih luas lagi. Secara teknis, mitra belum memiliki media atau peralatan yang dapat mereka gunakan untuk mempromosikannya, serta masih minimnya pemahaman pemuda Karang Taruna Desa Dokan dalam menggunakan media digital secara bijak dan optimal.

Berkembangnya sektor pariwisata, akan berdampak pada sektor lainnya seperti peningkatan penjualan kopi dan madu akibat adanya proses jual beli terutama dari para pengunjung. Sehingga dapat mendongkrak perekonomian masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Dokan. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka perlu melibatkan masyarakat setempat dengan menggunakan potensi para pemudanya yang terintegrasi dalam karang taruna dan didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan uraian diatas maka tim pengabdian memilih melakukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat khususnya karang taruna Desa Dokan mengenai promosi pariwisata dan pemasaran hasil olahan pertanian dan peternakan menggunakan media digital. Pemberian fasilitas pendukung digitalisasi seperti laptop dan handphone serta pembuatan website dan akun media sosial juga dilakukan dalam kegiatan ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah bimbingan teknis berupa pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam promosi pariwisata dan pemasaran hasil olahan pertanian dan peternakan di Desa Dokan. Pelaksanaan metode ini diawali dengan

persiapan prakegiatan dengan melakukan observasi lapangan dan melakukan kerjasama dengan mitra yang bertujuan untuk mengevaluasi masalah dan kebutuhan mitra. Langkah berikutnya adalah pemberian fasilitas utama dan pendukung digitalisasi berupa laptop dan handphone kepada mitra. Setelahnya diberikan pelatihan menggunakan peralatan yang telah diberikan dan cara mengakses berbagai media digital melalui perangkat tersebut. Kemudian mitra juga dibuatkan website dan akun sosial media seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk melakukan promosi dan pemasaran Desa Doka. Selanjutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan mengenai cara mengakses website dan akun sosial media tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi telah merambah ke semua sektor kehidupan manusia, tidak terkecuali pariwisata dan penjualan produk olahan pertanian dan peternakan. Di era yang serba digital ini pemasaran atau promosi secara daring sangat membantu untuk mengenalkan dan mengembangkan sektor pariwisata dan meningkatkan penjualan suatu produk. Dalam hal mendorong masyarakat khususnya para pemuda di Desa Doka untuk dapat memanfaatkan media digital, tim PKM telah melakukan beberapa tahap kegiatan di Desa Doka. Tahap pertama yang dilakukan adalah pemaparan mengenai pentingnya pemasaran menggunakan media digital untuk meningkatkan nilai tambah ekonomis bagi masyarakat di Desa Doka terutama para pemuda karang taruna, bahwa pemasaran daring ini sangat mudah dilakukan dan dapat diakses oleh orang dari mana saja.



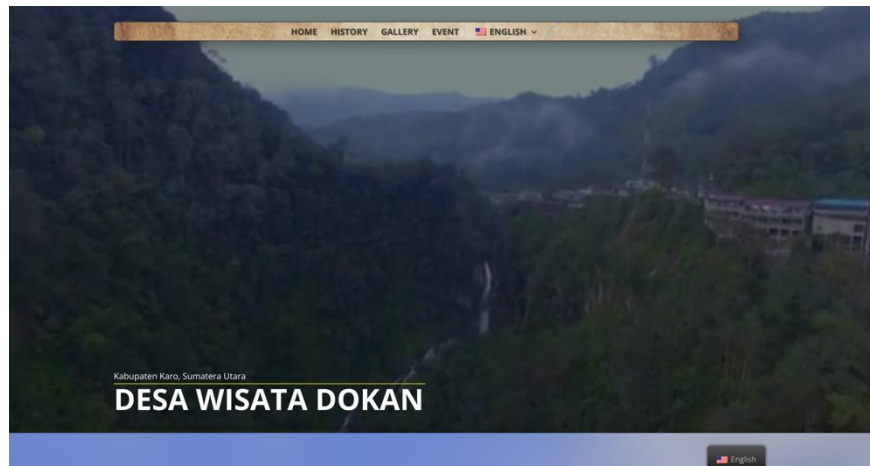
Gambar 1. Sosialisasi Pemasaran Menggunakan Media Sosial

Tahap kedua yang dilakukan adalah pemberian laptop dan handphone kepada pemuda karang taruna sebagai alat penunjang pemasaran pariwisata dan hasil pertanian melalui media digital. Selanjutnya, memberikan pelatihan tentang cara penggunaan perangkat-perangkat tersebut.



Gambar 2. Pemberian alat pendukung digitalisasi secara simbolis

Tahap ketiga merupakan pemberian laman website portofolio desawisatadokan.com kepada pemuda karang taruna, yang isinya dapat dikelola dan diperbarui sesuai kebutuhan pemasaran, kemudian pelatihan cara memperbarui informasi maupun gambar di laman web yang telah diberikan.



Gambar 3. Laman Website desawisatadokan.com

Tahap keempat merupakan pemberian pelatihan kepada peserta sosialisasi yaitu para pemuda karang taruna dan perangkat desa mengenai cara pemasaran daerah wisata dan hasil pertanian menggunakan media digital yaitu Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube. Dimulai dari pembuatan akun, mengunggah foto produk, memberi harga hingga memasarkannya.

Adapun hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan dan pendampingan digitalisasi adalah:

1. Pemuda karang taruna mengerti cara menggunakan perangkat pendukung (laptop dan handphone) dan mengakses website serta media digital lainnya yang telah diberikan. Pemuda karang taruna sebagai admin dapat menggunakan dan memperbarui informasi terkini pada laman web dan media sosial.

2. Pemuda karang taruna mengerti cara memanfaatkan media digital untuk memasarkan objek wisata dan hasil produksi pertanian dan peternakan mereka.
3. Menjadi salah satu solusi dari kendala pemasaran objek wisata dan hasil pertanian dan peternakan di Desa Dokan.

PENUTUP

Digitalisasi promosi Desa Wisata Dokan telah dilakukan dengan maksimal melalui pemberian fasilitas penunjang digitalisasi dan pembuatan website desawisatadokan.com yang di dalamnya sudah tersedia video promosi produk madu dari Desa Dokan. Promosi juga dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, dengan harapan produk yang sudah dikembangkan dan pemberian bimbingan teknis dari Tim PKM dapat bermanfaat bagi pemuda karang taruna dan masyarakat sekitar sehingga saat Desa Dokan menjadi pariwisata digital maka dapat menggerakkan UMKM di desa tersebut.

Dalam hal memastikan apakah promosi digital ini berjalan dengan efektif maka perlu ketekunan para pemuda karang taruna untuk selalu memperbarui informasi dan melakukan promosi secara terus menerus melalui media digital yang telah diberikan untuk memaksimalkan pemasaran objek wisata dan penjualan hasil olahan pertanian dan peternakan yang ada. Kemudian, perlu dilakukan literasi digital yang lebih mendalam kepada masyarakat terutama pemuda karang taruna agar pemanfaatan laman web dan pemasaran melalui media digital dapat dimaksimalkan.

REFERENSI

- Akbari, Taufan Teguh. 2022. Peran Pemuda: Literasi Digital dan Komunikasi Organisasi Perangkat Desa. Kompas.com.
- Alma, Buchari. 2011. Kewirausahaan. Bandung : Alfabeta
- Arjuna, S., Z.R. Zainul, F.B., R.G. Munthe, Z. Miraza, R. Hidayat, A.S. Simbolon. 2023. Pelatihan Pelayanan Prima Wirausaha dan Pemasaran Digital: Kelompok UMKM Kecamatan Medan Labuhan. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 3,1, 46–52.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Sumatera Utara Dalam Angka. Jakarta: BPS
- Fitriah, Maria. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Jakarta : Deepublish
- Hamalik, Oemar. 2005. Kurikulum dan Pembelajaran. Jakarta : Bumi Aksara
- Kamil, Mustofa. 2010. Model Pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan aplikasi). Bandung
- Nurhalimah, dkk. 2021. Bimbingan Teknis Digitalisasi Promosi Berbasis Website dan Media Sosial Daya Tarik Wisata Air Terjun Kedung Angin Desa Pakel Kecamatan Licin Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. 1(2) : 223-230.
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet dan Implikasinya Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Thamrin, Elfirahmi, dkk. 2018. Pemberdayaan Pemuda Karang Taruna Dalam Membangun Desa