

Implementasi Konsep Digital Marketing untuk Promosi Kolam Renang di BUMDes Ngudi Rahardjo Desa Girikulon

Pristi Sukmasetya^{1*}, Pradana Putra Utomo², Slamet Hidayat³,
Fadhilillah Jatmiko Utomo⁴, Danu Rendra Krisna Meganatara⁵,
Aji Purwoko⁶

¹⁻⁶ Universitas Muhammadiyah Magelang

*pristi.sukmasetya@ummgl.ac.id;

Abstrak

BUMDes Ngudi Rahardjo memiliki Divisi Pariwisata, salah satu usaha yang berada dibawah naungan Divisi Pariwisata dari BUMDes Ngudi Rahardjo adalah Kolam Renang Lembah Manah. Selama ini media pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh BUMDes Ngudi Rahardjo untuk Kolam Renang Lembah Manah masih terbatas. Sejauh ini proses promosi yang dilakukan masih menggunakan pemasaran lokal yang hanya mencakup promosi di daerah sekitar saja, sehingga tamu atau wisatawan yang datang belum terlalu banyak dan tempatnya pun belum terlalu dikenal publik yang lebih luas. Bisa dikatakan cara yang dilakukan masih cukup konvensional, belum menerapkan konsep digital marketing. Untuk itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan guna mengimplementasikan konsep digital marketing dengan memberikan pelatihan mengenai penggunaan aplikasi editing video, untuk membantu para pengelola dan staff dari kolam renang girikulon untuk mengembangkan cara promosi melalui online.

Kata Kunci: *digital marketing, promosi, pelatihan BUMDes*

Pendahuluan

BUMDes Ngudi Rahardjo adalah suatu badan usaha yang dimiliki oleh Desa Girikulon Kecamatan Secang Kabupaten Magelang Jawa Tengah, dibentuk pada bulan Desember 2018 dan mempunyai 5 lima unit usaha atau divisi yaitu Divisi Pariwisata, Divisi Pengelolaan Air Bersih, Divisi Kebersihan Pertamanan, Divisi Simpan Pinjam, Divisi Logistik. Beberapa divisi yang sudah berjalan salah satunya adalah Divisi Pariwisata (Kolam Renang Girikulon). Salah satu usaha yang berada dibawah naungan Divisi Pariwisata dari BUMDes Ngudi Rahardjo adalah Kolam Renang Giri Kulon. Promosi penting dilakukan sebab sektor pariwisata terus mengalami perkembangan pesat dengan tingkat persaingan yang semakin ketat (Rachmayanti & Nofharina, 2018). Merujuk pada gagasan ini, maka BUMDes Ngudi Rahardjo sebagai pengelola unit usaha yang bergerak pada sektor pariwisata, tidak boleh abai terhadap urgensi promosi. Promosi yang efektif terbukti mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Wolah, 2016)

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan “Kolam Renang Nagara” tentu saja akan berdampak pada ekonomi masyarakat setempat. Hal ini bisa direalisasikan dengan

<https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/270>

promosi melalui media yang tepat guna. Argumentasi ini mengacu pada hasil penelitian (Lontoh et al., 2020) bahwa penggunaan Instagram, Facebook, Youtube, Wikipedia, dan Google sebagai media promosi berdampak pada peningkatan angka kunjungan wisatawan Danau Linow Resort and Restaurant. Temuan penelitian lainnya menunjukkan, jumlah wisatawan Situ Gede Kota Tasikmalaya bisa ditingkatkan dengan advertising, dircet marketing, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran interaktif, dan hubungan masyarakat, sebagai strategi promosi (Sarkawi, 2016). Penelitian lainnya juga membuktikan bahwa dengan memanfaatkan digital branding dan marketing mampu memberikan dampak pada promosi atau ketertarikan masyarakat (Sukmasetya et al., 2021). Berbagai komponen bauran promosi yang nampak pada temuan penelitian sebelumnya, berkaitan erat dengan media, salah satu unsur penting mewujudkan strategi promosi yang efektif (Sarkawi, 2016; Warmayana, 2018). Selama ini media pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh BUMDes Ngudi Rahardjo untuk Kolam Renang Girikulon hanya menggunakan pemasaran lokal yang hanya mencakup promosi di daerah sekitar saja, sehingga tamu atau pelanggan yang datang belum terlalu banyak dan tempatnya pun belum terlalu dikenal publik yang lebih luas, dikarenakan promosi dan pemasaran yang belum luas, maka suasana sekitar belum terlalu hidup dan hanya apa adanya. Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan gambaran kondisi dari Kolam Renang Giri Kulon.

Pemasaran dan strategi pengoptimalan promosi menjadi permasalahan yang dihadapi oleh BUMDes Ngudi Rahardjo dalam memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh Kolam Renang Girikulon tersebut. Kurang optimalnya sarana promosi wisata kolam renang, minimnya pengetahuan iptek pengelola maupun karyawan kolam renang tersebut juga menjadi faktor masih belum maksimalnya proses pemasaran yang ada. Selama ini media pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh Kolam Renang Girikulon hanya menggunakan pemasaran lokal yang hanya mencakup promosi di daerah sekitar saja, sehingga tamu atau pelanggan yang datang belum terlalu banyak dan tempatnya pun belum terlalu dikenal publik yang lebih luas, dikarenakan promosi dan pemasaran yang belum luas, maka suasana sekitar belum terlalu hidup dan hanya apa adanya.



Gambar 1. Gambaran Kondisi Kolam Renang Giri Kulon



Gambar 2. Gambaran Kondisi Kolam Renang Giri Kulon

Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah melakukan pendampingan kepada mitra dan juga untuk meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan ke kolam renang lembah manah girikulon. Tim pengabdian juga melakukan pelatihan bersama dengan pengelola Kolam renang lembah manah dan anggota BUMDes Ngudi Raharjo lainnya, pengenalan mengenai konsep digital marketing dan pengenalan pengelolaan media sosial. Hal tersebut menjadi penting bagi BUMDes Ngudi Rahardjho untuk dapat meningkatkan jumlah pengikut (followers) di sosial media, meningkatkan jumlah pengunjung dan juga membantu perekonomian warga Desa Girikulon yang berjualan di sekitar kolam renang. Pelatihan ini diikuti secara antusias oleh para anggota BUMDes, karena kebanyakan dari anggota memang masih sangat minim literasinya terhadap penggunaan media sosial, dan juga literasi digital yang ada.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di Kolam Renang Lembah Manah, BUMDes Ngudi Rahardjo, Desa Girikulon Kecamatan Secang Kabupaten Magelang Jawa Tengah. Berikut tahap pelaksanaan dari program pendampingan ini:

1. Tahapan Persiapan Kegiatan: Dalam tahapan persiapan kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat melakukan survey. Survey lokasi telah dilaksanakan pada minggu pertama kegiatan dilaksanakan untuk menggali lebih detail permasalahan yang ada disana. Hasil dari survey tersebut didapatkan bahwa jumlah pengunjung yang ada cenderung menurun drastis, tidak hanya itu saja, selama ini media pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh BUMDes Ngudi Raharjo dalam pengelolaan kolam renang Girikulon cenderung tidak maksimal sebab strategi pemasaran lokal yang hanya mencakup promosi di daerah sekitar saja dan belum memanfaatkan digital marketing dan sistem informasi dalam proses promosi sehingga jangkauan promosi yang ada bisa lebih meluas. Kegiatan yang akan dilakukan pada pengabdian ini adalah untuk merumuskan strategi digital marketing dan merancang sistem informasi yang

bisa dimanfaatkan untuk proses ticketing dan juga penyebaran informasi mengenai Kolam Renang Girikulon tersebut.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan: Metode penyelesaian masalah dalam program pengabdian masyarakat dalam bidang Industri, dan Teknologi Informasi di BUMDES Ngudi Rahardjo Desa Girikulon dengan metode penyelesaian berupa:
3. Pelatihan: Pelatihan cara pengambilan gambar dan video adalah pelatihan yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yang pertama adalah pelatihan terkait cara pengambilan gambar dan video untuk lokasi yang akan dipromosikan. Pelatihan ini menjadi penting mengingat proses pengambilan gambar dan video untuk kebutuhan konten publikasi ataupun promosi, menjadi daya tarik tersendiri atau penentu ketertarikan seseorang untuk menelaah lebih lanjut mengenai hal tsb. Pelatihan yang kedua adalah pelatihan untuk editing Foto dan Video. Pelatihan kedua yang dilakukan adalah pelatihan editing foto dan video. Mengingat salah satu konten publikasi untuk promosi adalah melalui foto dan video, dan juga perlu skill tersendiri untuk melakukan fase editing, maka pelatihan kedua ini menjadi penting juga untuk dilakukan. Pelatihan editing foto dan video ini berfokus pada editing basic sampai leve medium menggunakan ponsel. Hal ini dimaksudkan agar para pegawai dan juga anggota Bumdes dapat memanfaatkan device yang ada tanpa kesulitan mencari device baru. Pelatihan pengelolaan sosial media. Pelatihan terkait pengelolaan social media juga diberikan, termasuk didalamnya pelatihan mengenai cara atau teknik copywriting ketika memposting dan mengiklankan foto atau video yang sudah dibuat dengan cara memberi caption yang menarik.
4. Pendampingan: Pendampingan dilakukan dalam mempersiapkan pelatihan, pendampingan ini juga dimaksudkan untuk memberikan arahan secara kontinyu kepada para anggota bumdes dan pegawai kolam renang giri kulon dalam memproduksi konten-konten yang menarik untuk kegiatan promosi.
5. Pemasangan plang arah jalan menuju kolam renang Lembah Manah Girikulon: Kegiatan pemasangan plang arah jalan ini dilakukan di sesi akhir untuk memberikan informasi kepada pengguna jalan terkait keberadaan Kolam Renang Girikulon ini. Selain itu adanya plang arah jalan ini sebagai penunjuk arah dan memudahkan pengunjung untuk menemukan kolam renang.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan dari kelompok pengabdian masyarakat setelah survey lokasi dan menggali permasalahan adalah melakukan pelatihan bersama dengan anggota BUMDes Ngudi Raharjo, pengenalan mengenai konsep digital marketing dan pengenalan pengelolaan media social. Hal tersebut menjadi penting bagi BUMDes Ngudi Rahardjo untuk dapat meningkatkan jumlah pengikut (followers) di sosial media, meningkatkan jumlah pengunjung dan juga membantu perekonomian warga Desa Girikulon yang berjualan di sekitar kolam renang. Dari pelaksanaan pelatihan media dan marketing yang pertama diikuti oleh anggota BUMDes Ngudi Raharjo. Pelatihan ini diikuti secara antusias oleh para anggota BUMDes, karena kebanyakan dari anggota memang masih sangat minim literasinya terhadap penggunaan social media, dan juga literasi digital yang ada. Gambar

3 dan Gambar 4 menunjukkan suasana proses pelatihan yang dilaksanakan di Kolam Renang Girikulon. Pelaksanaan pelatihan ini berfokus pada materi penggunaan media social khususnya pada media social Instagram dan juga youtube. Pengenalan secara mendalam mengenai penggunaan fitur-fitur yang ada dan juga pengelolaan konten marketing bagi Kolam Renang Girikulon.



Gambar 3. Pelatihan Pengenalan Media Sosial dan Marketing untuk Anggota BUMDes



Gambar 4. Pendataan Peserta Pelatihan oleh Tim Pengabdian Masyarakat

Kegiatan selanjutnya adalah pemasangan plang arah jalan menuju kolam renang lembah manah girikulon. Tujuan dari pemasangan plang yaitu sebagai penunjuk arah dan memudahkan pengunjung untuk menemukan kolam renang. Setelah kelompok pengabdian masyarakat berkoordinasi dengan mitra kolam renang, lalu di tentukanlah

lokasi strategis untuk pemasangan plang arah jalan tersebut. Plang arah jalan yang dipasang berjumlah 3, yang terletak di Pertigaan Tugu Pucang (gambar 5) untuk petunjuk jalan pengunjung dari arah kota Magelang, pertigaan depan SMPN 2 Secang (gambar 6), dan pertigaan depan SMK Syubbanul Wathon Secang (gambar 7). Dengan adanya plang arah jalan kami berharap dapat meningkatkan jumlah pengunjung di wisata Kolam renang Lembah Manah Girikulon.



Gambar 5. Pemasangan plang arah jalan di pertigaan Tugu Pucang



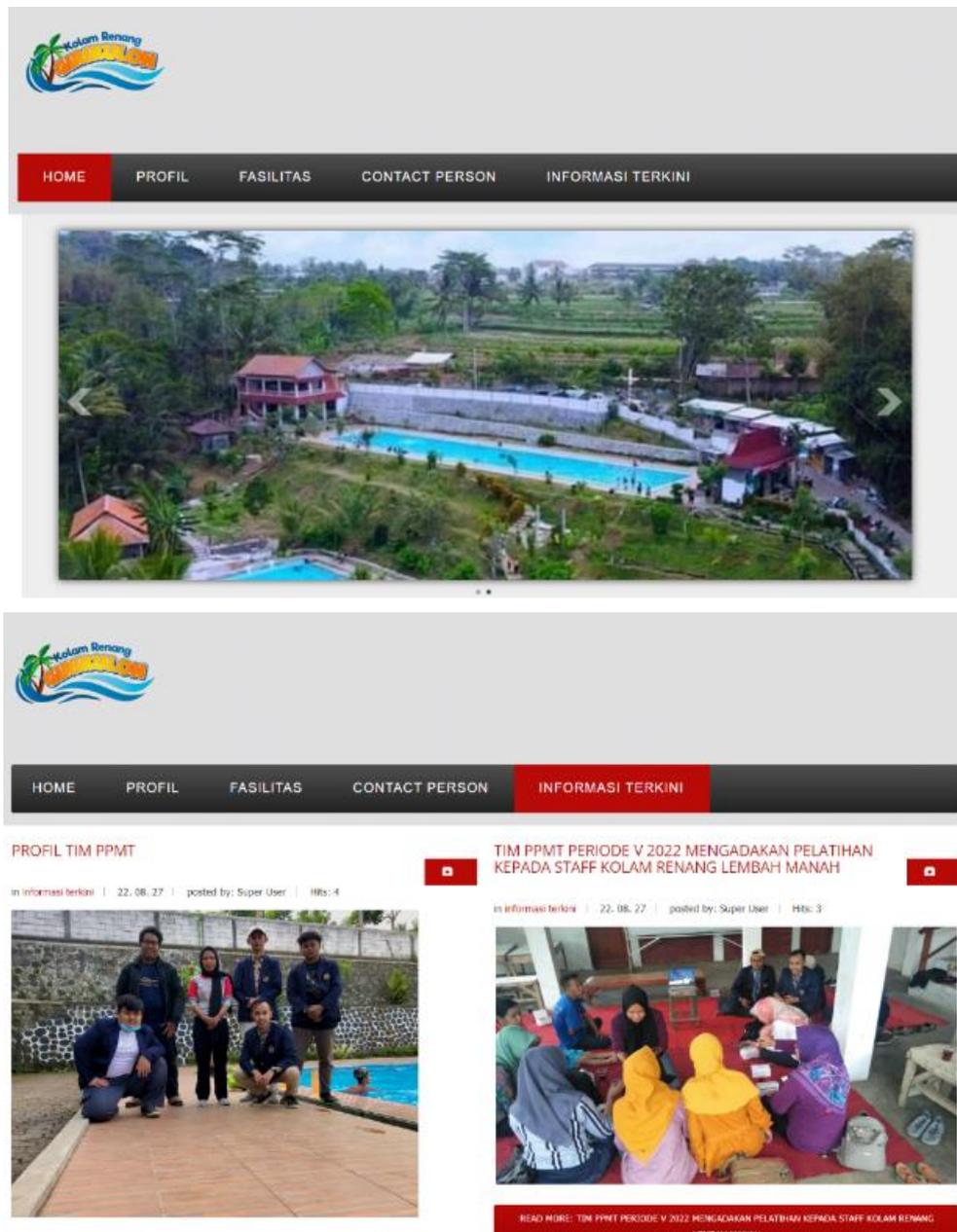
Gambar 6. Pemasangan plang arah jalan di pertigaan depan SMPN 2 Secang



Gambar 7. Pemasangan Plang Arah Jalan sebagai Informasi Menuju Lokasi

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan adalah mulai berproses untuk pembuatan sistem informasi kolam renang Girikulon. Sistem informasi tersebut nantinya akan memuat informasi terkini dan update berita mengenai Kolam Renang Girikulon dan juga memuat update cara pemesanan tiket, yang harapannya dengan adanya Sistem Informasi ini

dapat menjadi salah satu media untuk memberikan informasi kepada khalayak masyarakat mengenai Kolam Renang Girikulon. Gambar 8 informasi yang sudah dibuat. Update fitur dan juga teknis system lainnya akan terus diupdate dan masih dalam proses tahap pengembangan.



Gambar 8. Tampilan Sistem Informasi Kolam Renang Girikulon

Kesimpulan

Dari serangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilaksanakan. Banyak sekali hal yang menjadi potensi keberlanjutan untuk dilakukan kembali kegiatan terkait memperbaiki media promosi yang sebelumnya masih sangat sederhana, sehingga kualitas marketing di kolam renang tersebut dapat berkembang dan lebih baik lagi. Tidak hanya itu saja, potensi besar juga akan mengarah pada cara pengambilan gambar dan

juga editing video sebagai sarana media promosi yang sampai sekarang masih belum tergarap dengan apik di Desa Girikulon, mengingat divisi pariwisata yang ada di BUMDes Ngudi Rahardjo Desa Girikulon memiliki tempat yang asri, nyaman dan bersih.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam terlaksananya kegiatan pelatihan ini, khususnya kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Magelang dalam memfasilitasi kegiatan pengabdian ini, dan kepada BUMDes Girikulon yang memberikan kesempatan untuk kebersamaan proses pelaksanaan kegiatan.

Referensi

- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Rachmayanti, M., & Nofharina, N. (2018). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus Pada Pariwisata Kabupaten Purwakarta). *EProceedings of Management*, 5(1).
- Sarkawi, D. (2016). Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial. *Jurnal Administrasi Kantor*, 4(2), 307–338.
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), 322–328.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81–92.
- Wolah, F. F. C. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).