

Pendampingan Strategi Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kampung Gerabah Pananggungan

Rahayu Puji Suci ¹, Niken Paramita ^{2*}, Syamsul Bahri ³, Daiva Permana ⁴, Aura Chaerani ⁵, Widiya Rahmawati ⁶

^{1,2*,3,4,5,6} Progam Studi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Email: nikenparamita@widyagama.ac.id ^{1*}

Histori Artikel:

Dikirim 21 November 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Desember 2023; *Diterima* 23 Desember 2023; *Diterbitkan* 20 Januari 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendampingi dan mengembangkan strategi digital marketing sebagai upaya meningkatkan daya tarik wisata Kampung Gerabah Pananggungan di Malang. Metode penelitian mencakup observasi lapangan untuk menganalisis kondisi, potensi, dan tantangan di kampung, wawancara dengan berbagai pihak termasuk masyarakat lokal, pengrajin gerabah, pengurus kampung, wisatawan, dan pemangku kepentingan terkait, serta FGD untuk mendapatkan masukan dan saran terkait strategi pengembangan pariwisata. Hasil-hasil ini menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi strategi pengembangan, yang kemudian dilengkapi dengan pendampingan pelatihan digital marketing bagi masyarakat dan pelaku pariwisata. Dengan penerapan strategi digital marketing yang terarah, penelitian ini berusaha untuk memperkuat eksistensi Kampung Gerabah Pananggungan sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan serangkaian pendekatan kualitatif, termasuk observasi lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan utama, dan FGD. Observasi lapangan memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi kampung, sementara wawancara membuka kesempatan untuk mendengar suara berbagai pihak terkait. FGD diadakan untuk menghimpun ide dan masukan lebih lanjut dari pemangku kepentingan. Rekomendasi strategi pengembangan pariwisata diperkuat dengan pendampingan pelatihan digital marketing sebagai langkah konkret dalam penerapan solusi yang diusulkan.

Kata Kunci: Strategi; Digital Marketing; Wisata.

Abstract

This research aims to accompany and develop digital marketing strategies as an effort to increase the tourist attraction of Pananggungan Pottery Village in Malang. Research methods include field observations to analyze conditions, potential and challenges in the village, interviews with various parties including local communities, pottery craftsmen, village administrators, tourists and related stakeholders, as well as FGDs to obtain input and suggestions regarding tourism development strategies. These results are the basis for developing development strategy recommendations, which are then complemented by digital marketing training assistance for the community and tourism actors. By implementing a targeted digital marketing strategy, this research seeks to strengthen the existence of Pananggungan Pottery Village as an attractive and sustainable tourist destination. The methods used in this research involve a series of qualitative approaches, including field observations, interviews with key stakeholders, and FGDs. Field observations provide a comprehensive picture of village conditions, while interviews provide an opportunity to hear the voices of various stakeholders. FGDs were held to gather ideas and further input from stakeholders. Recommendations for tourism development strategies are strengthened by accompanying digital marketing training as a concrete step in implementing the proposed solutions.

Keywords: Strategy; Digital Marketing; Tourism.

1. Pendahuluan

Kampung Gerabah Pananggungan di Malang, Jawa Timur, merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Kampung ini terkenal dengan kerajinan gerabah yang unik dan memiliki sejarah panjang. Kampung Gerabah Pananggungan, terletak di Malang, Jawa Timur, adalah sebuah destinasi yang memukau dengan pesona seni dan kekayaan budaya. Kampung ini memainkan peran penting dalam mempertahankan tradisi kerajinan gerabah yang telah melintasi generasi dan melestarikan sejarah yang berharga bagi Jawa Timur. Dikenal sebagai sentra produksi gerabah yang unik, kampung ini menjadi magnet bagi para wisatawan yang mencari pengalaman budaya yang autentik. Pengembangan pariwisata di Kampung Gerabah Pananggungan masih belum optimal. Salah satu faktor yang menyebabkan hal ini adalah kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif. Digital marketing dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital, seperti internet, media sosial, dan website, untuk menjangkau konsumen. Pariwisata memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi suatu daerah, tidak hanya sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai sarana promosi budaya dan seni lokal. Salah satu destinasi yang kaya akan kearifan lokal dan tradisi adalah Kampung Gerabah Pananggungan. Kampung ini dikenal sebagai pusat kerajinan gerabah yang telah melibatkan masyarakat dalam proses produksi hingga menghasilkan karya seni yang unik dan berharga. Meskipun memiliki potensi besar, Kampung Gerabah Pananggungan mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan keuntungan digital marketing sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik wisata. Menurut Page, S. J., & Connell, J. (2006) Wisata merujuk pada perjalanan atau kunjungan sementara ke suatu tempat yang berbeda dari tempat tinggal sehari-hari. Dalam konteks ini, wisata mencakup kegiatan perjalanan dan kunjungan ke Kampung Gerabah Pananggungan sebagai destinasi pariwisata.

Fenomena saat ini menunjukkan bahwa tren pariwisata semakin bergeser ke arah digital. Wisatawan modern cenderung mengandalkan teknologi informasi dan media sosial dalam memilih destinasi dan merencanakan perjalanan mereka. Oleh karena itu, penting bagi Kampung Gerabah Pananggungan untuk memanfaatkan strategi digital marketing guna memperluas jangkauan, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan daya tarik wisata kampung gerabah ini di mata dunia. Menurut Smith, A. N., & Zook, M. (2011) Digital marketing adalah serangkaian aktivitas pemasaran yang menggunakan platform dan teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile, untuk mempromosikan produk atau layanan. Dalam konteks ini, digital marketing digunakan untuk memperkenalkan dan meningkatkan daya tarik pariwisata kampung melalui platform online (Iswari, H. R., & Sopanah, A. 2021). Dalam konteks ini, pendampingan strategi digital marketing menjadi sebuah kebutuhan mendesak untuk memberikan dorongan revitalisasi pariwisata Kampung Gerabah Pananggungan. Dengan memanfaatkan potensi digital, kampung ini dapat lebih efektif mengkomunikasikan pesona budaya, keindahan seni gerabah, serta pengalaman lokal yang autentik kepada calon wisatawan. Upaya ini tidak hanya akan meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga dapat menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

Setiap wilayah pasti memiliki masing-masing potensi yang termuat untuk dapat dialokasikan sebagai sumber finansial. Lokalitas perkotaan dapat dianggap sebagai “produk” dalam arti bahwa mereka menyediakan tenaga kerja, lahan, bangunan dan infrastruktur industri hingga bisnis (Stewart, M., 1996). Namun tidak hanya wilayah perkotaan saja yang dianggap sebagai produk. Wilayah yang semakin dititik fokuskan kepada tiap kampung juga dapat dimanfaatkan sebagai suatu produk dalam menghasilkan kesejahteraan bersama. Salah satunya yaitu Kampung Tematik Gerabah di Kecamatan Pananggungan, Kota Malang. Yang akan termuat akan potensinya adalah kerajinan gerabah. Sejarah yang terukir pada kampung ini adalah dari awalnya datangnya seorang pedagang yang membawa sebuah wadah yang terbuat dari tanah liat, dari hal tersebut masyarakat mendapat ilmu yang berkaitan dengan kerajinan dalam pembuatan suatu gerabah. Pada awalnya nama dari Kampung Pananggungan adalah Kampung Dhegrek. Merupakan suatu kampung yang pada awalnya memang sebuah kawasan industri yang menciptakan barang dari tanah liat, namun pada saat itu abad ke-19 jumlah pengrajin terhitung ada ratusan. Jadi pada saat itu kondisi kesejahteraan dalam kampung tersebut masih stabil. Namun, semakin berubahnya zaman yang dimana peralatan yang dulu terbuat dari tanah liat sudah

tergantikan dengan bahan logam maupun kaca yang memiliki efisiensi keunggulan. Maka dari itu, dari perubahan zaman hingga memasuki abad ke-20 semakin menurunnya tingkat pengrajin di kawasan Kampung Pananggungan.

Pada Kampung Pananggungan ini mengapa disebut Kampung Gerabah, adalah karena di daerah Kawasan Kelurahan Bethek memiliki pengrajin gerabah yang ulet dan kreatif. Serta pada Kawasan wilayah tersebut sering ditemukan toko-toko yang menjual kerajinan berupa gerabah dalam bentuk pot atau peralatan kebutuhan sehari-hari yang terbuat dari tanah liat. Salah satu kampung tematik ini memiliki khas yang melekat pada gerabahnya, serta sejarah yang terukir pada zaman dahulu saat wilayah Malang masih diduduki oleh Belanda. Pada zaman dahulu, wilayah kampung gerabah ini memang merupakan wilayah industri yang berfokus pada perubahan sumber daya tanah liat menjadi perabotan yang bisa dipakai untuk kebutuhan sehari-hari. permasalahan di Kampung Gerabah Pananggungan mencakup beberapa aspek yang memerlukan perhatian serius. Pertama-tama, kondisi pariwisata yang belum optimal di kampung ini menjadi titik fokus utama. Meskipun memiliki warisan budaya dan seni yang kaya, kurangnya pengembangan infrastruktur pariwisata, promosi yang efektif, dan keterlibatan masyarakat setempat dalam industri pariwisata, telah menghambat kemajuan potensi wisata kampung ini.

Selain itu, aspek ekonomi juga menjadi perhatian, terutama dalam konteks kesejahteraan masyarakat setempat. Industri kerajinan gerabah yang merupakan mata pencaharian utama di kampung ini belum sepenuhnya memanfaatkan peluang ekonomi yang ada. Dibutuhkan strategi yang terarah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan pariwisata, sekaligus menjaga keberlanjutan dan pelestarian seni gerabah. Menurut Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009) mengatakan bahwa Strategi merujuk pada rencana tindakan yang disusun secara cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pengabdian ini, strategi mengacu pada pendekatan yang direncanakan untuk memanfaatkan digital marketing guna meningkatkan daya tarik pariwisata Kampung Gerabah Pananggungan. Lalu tidak hanya penurunan tingkat pengrajin, tapi minat untuk menjadi pengrajin gerabah di Kampung Pananggungan semakin menurun oleh masyarakat terutama para pemuda. Kurangnya dalam sektor pemasaran pada bidang ini juga menjadi ancaman bagi kebudayaan yang telah ada. Dengan kurangnya pada strategi pemasaran, minat pembeli untuk meningkatkan daya permintaan tidak terwujud. Hal itu dikarenakan masyarakat hanya mengetahui edukasi umum bahwa gerabah sebagai wadah alat saja. Tidak hanya itu saja, namun lebih banyak orang yang tidak mengetahui akan keberadaan gerabah terutama di wilayah kota dan sudah tergantikan dengan alat yang berbahan lebih unggul. Selain itu, aspek ekonomi juga menjadi perhatian, terutama dalam konteks kesejahteraan masyarakat setempat. Industri kerajinan gerabah yang merupakan mata pencaharian utama di kampung ini belum sepenuhnya memanfaatkan peluang ekonomi yang ada. Dibutuhkan strategi yang terarah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan pariwisata, sekaligus menjaga keberlanjutan dan pelestarian seni gerabah.

Pendampingan ini memiliki tujuan mendasar untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Metode penelitian yang digunakan mencakup observasi lapangan untuk mendapatkan gambaran langsung tentang kondisi dan potensi di Kampung Gerabah Pananggungan. Wawancara mendalam dengan masyarakat setempat, pengrajin gerabah, pengurus kampung, wisatawan, dan pemangku kepentingan terkait diharapkan memberikan pandangan holistik terhadap situasi yang ada. Meskipun, situasi pasar tidak mendukung pada saat ini. Potensi yang dimiliki oleh Kampung gerabah masih dapat dikembangkan dari segi keunikan dalam kerajinan serta event yang selalu termuat di beberapa bulan ini. Salah satu event yang terwujud adalah event “Phadang Bulan Malangan” yang dimana kegiatan tersebut mengungkit terkait permainan tradisional, lagu tradisional, dan tari tradisional yang dimiliki Kampung Gerabah.



Gambar 1. Kegiatan Kampung Gerabah

Berbagai macam potensi yang dimiliki Kampung Gerabah sangat beragam, mulai dari beragam macam tari tradisional salah satunya Tari Garuda, Tari Kupu-kupu, dan beberapa tari yang lain. Untuk tokoh penarinya juga berasal dari anak-anak hingga remaja perempuan. Serta berbagai macam keunikan dalam segi kuliner juga termuat didalamnya. Selain itu, aspek ekonomi juga menjadi perhatian, terutama dalam konteks kesejahteraan masyarakat setempat. Industri kerajinan gerabah yang merupakan mata pencaharian utama di kampung ini belum sepenuhnya memanfaatkan peluang ekonomi yang ada. Dibutuhkan strategi yang terarah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan pariwisata, sekaligus menjaga keberlanjutan dan pelestarian seni gerabah. Pengabdian ini memiliki tujuan mendasar untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Metode penelitian yang digunakan mencakup observasi lapangan untuk mendapatkan gambaran langsung tentang kondisi dan potensi di Kampung Gerabah Pananggungan. Wawancara mendalam dengan masyarakat setempat, pengrajin gerabah, pengurus kampung, wisatawan, dan pemangku kepentingan terkait diharapkan memberikan pandangan holistik terhadap situasi yang ada. Kegiatan ini tidak hanya mencari solusi untuk meningkatkan daya tarik pariwisata, tetapi juga untuk merangsang pertumbuhan ekonomi kreatif dan memberikan dampak positif pada kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, rekomendasi strategi yang dihasilkan dari FGD diharapkan dapat memberikan panduan yang konkret dan implementatif. Melalui penelitian ini, diharapkan bahwa Kampung Gerabah Pananggungan dapat memaksimalkan potensinya sebagai destinasi wisata budaya dan kreatif yang menarik, serta mampu memberikan kontribusi positif pada pengembangan pariwisata di Indonesia, khususnya di Jawa Timur.

1.1 Tujuan Kegiatan

- 1) Meningkatkan Kesadaran Pariwisata: Menyoroti keunikan dan keindahan Kampung Gerabah Pananggungan melalui strategi digital marketing untuk meningkatkan kesadaran di kalangan wisatawan potensial.
- 2) Mendorong Kunjungan Wisata: Memotivasi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Gerabah Pananggungan dengan memanfaatkan potensi pemasaran digital.
- 3) Memperkuat Identitas Lokal: Menggali dan menyoroti aspek budaya dan seni lokal kampung sebagai bagian integral dari identitasnya melalui eksplorasi digital.
- 4) Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Mengembangkan keterampilan masyarakat setempat dalam pemasaran digital dan pengelolaan pariwisata untuk memberdayakan mereka secara ekonomi.
- 5) Memelihara Warisan Budaya: Melestarikan dan mempromosikan warisan budaya kampung, khususnya seni gerabah, melalui platform digital agar dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas.
- 6) Menumbuhkan Ekonomi Lokal: Merangsang pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan aktivitas pariwisata dan penjualan produk kerajinan gerabah melalui eksposur digital.

1.2 Manfaat Kegiatan

- 1) Meningkatkan daya tarik Kampung Gerabah Pananggungan sebagai destinasi pariwisata yang mengikuti tren dan preferensi wisatawan modern.
- 2) Peningkatan kunjungan wisatawan diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan masyarakat lokal, terutama para pengrajin gerabah.

- 3) Masyarakat setempat akan mendapatkan keahlian baru dalam pengelolaan pemasaran digital, memperkaya kompetensi mereka dan meningkatkan daya saing.
- 4) Memastikan warisan budaya dan tradisi Kampung Gerabah Penanggungan tetap terpelihara dan dilestarikan melalui eksposur digital yang dapat diakses secara global.
- 5) Meningkatkan daya tarik kampung dapat menarik investasi pariwisata, termasuk dukungan dari pemerintah dan sektor swasta untuk pengembangan infrastruktur dan fasilitas.
- 6) Memberikan peluang ekonomi kepada seluruh lapisan masyarakat, sehingga dapat mengurangi ketimpangan ekonomi di Kampung Gerabah Penanggungan.

2. Metode

2.1 Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

2.1.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

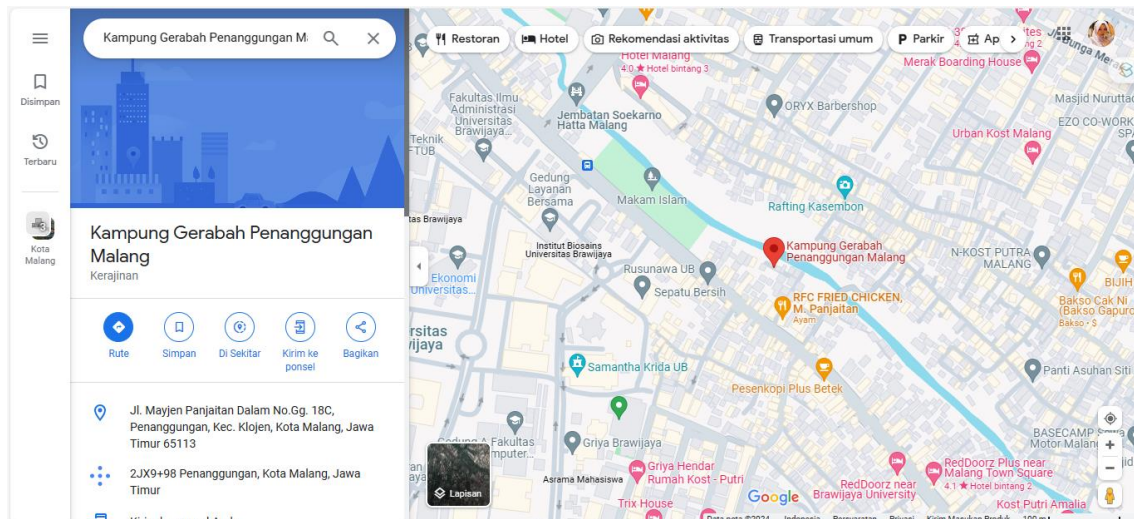
- 1) Observasi lapangan
Mengamati kondisi, potensi, dan tantangan di Kampung Gerabah Pananggungan.
- 2) Wawancara
Mewawancarai masyarakat kampung, pengrajin gerabah, pengurus kampung, wisatawan, dan pemangku kepentingan terkait.
- 3) FGD (*Focus Group Discussion*)
Mendapatkan masukan dan saran terkait strategi pengembangan pariwisata Kampung Gerabah Pananggungan dari pemangku kepentingan.
- 4) Penyusunan rekomendasi
Menyusun rekomendasi strategi pengembangan pariwisata Kampung Gerabah Pananggungan berdasarkan hasil analisis FGD.

2.1.2 Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dalam bentuk optimalisasi strategi rebranding kampung tematik yang merupakan aktivitas pengabdian kepada masyarakat beberapa mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Widyagama Malang. Pengabdian ini dilaksanakan selama 3 bulan, bertempat di Kampung Jl. Ljl. Mayjen Panjaitan Dalam No.Gg. 18C, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur Kampung ini merupakan salah satu kampung tematik di Kota Malang. Waktu efektif pelaksanaan kegiatan dapat bervariasi tergantung pada beberapa faktor, seperti luas wilayah Kampung Gerabah Pananggungan, jumlah masyarakat kampung, pengrajin gerabah, pengurus kampung, wisatawan, dan pemangku kepentingan yang diwawancarai, jumlah peserta FGD, dan kedalaman analisis dan rekomendasi yang ingin dihasilkan. Penting untuk melakukan perencanaan yang matang dan mempertimbangkan semua faktor yang dapat mempengaruhi waktu pelaksanaan kegiatan.

2.1.3 Tempat Kegiatan

Kampung Gerabah terletak di Jl. Ljl. Mayjen Panjaitan Dalam No.Gg. 18C, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur Kampung ini merupakan salah satu kampung tematik di Kota Malang.



Gambar 2. Map Lokasi Kampung Gerabah

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Hasil observasi lapangan menyuguhkan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi fisik dan sosial di Kampung Gerabah Pananggungan. Dengan melibatkan pemerhatian langsung, kami dapat memahami secara mendalam potensi unik yang dimiliki oleh kampung ini, terutama dalam sektor gerabah yang merupakan warisan lokal berharga. Meskipun potensi ini terlihat jelas, tantangan-tantangan yang dihadapi, seperti infrastruktur yang belum optimal dan kurangnya promosi, juga teridentifikasi. Infrastruktur yang kurang memadai, seperti akses jalan yang sulit, dapat menjadi hambatan bagi pertumbuhan sektor pariwisata. Dalam menghadapi tantangan ini, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut dan perencanaan yang matang. Kolaborasi antara pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan pihak terkait lainnya menjadi krusial. Perbaikan infrastruktur, seperti perbaikan jalan dan fasilitas umum, diidentifikasi sebagai langkah awal yang potensial untuk meningkatkan daya tarik Kampung Gerabah Pananggungan sebagai destinasi wisata. Selain itu, upaya promosi yang intensif dan kreatif dapat membantu menggarisbawahi keunikan kampung ini dan menarik minat wisatawan.

Hasil wawancara mendapatkan wawasan yang dalam dari berbagai pihak yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap Kampung Gerabah Pananggungan. Masyarakat lokal dan pengrajin gerabah dengan antusias membagikan harapan, kendala, dan aspirasi mereka terkait dengan pengembangan kampung. Di sisi lain, pandangan wisatawan menyoroti keunikan dan daya tarik kampung sebagai destinasi wisata yang menarik. Pembahasan dari hasil wawancara, tergambarlah kebutuhan dan harapan berbagai pihak. Pemahaman mendalam terhadap perspektif ini menjadi dasar penting dalam perumusan strategi pengembangan yang dapat diterima dan diadopsi oleh seluruh komunitas. Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan implementasi strategi menjadi kunci keberhasilan dalam membangun kampung sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan.

Hasil FGD diskusi kelompok fokus menjadi arena interaktif untuk merumuskan ide dan gagasan terkait pengembangan pariwisata di Kampung Gerabah Pananggungan. Pemangku kepentingan yang terlibat secara aktif menyampaikan pandangan mereka dan memberikan masukan berharga mengenai strategi yang dianggap efektif. Konsepsi pengembangan yang dihasilkan mencakup pembaruan dalam infrastruktur, peningkatan promosi, dan pelatihan bagi pengrajin gerabah. Pembahasan FGD bukan hanya sekadar forum diskusi, tetapi juga menjadi wahana untuk membangun konsensus dan menggali kreativitas kolektif dari berbagai pihak terkait. Dengan melibatkan mereka secara langsung dalam merancang strategi pengembangan pariwisata, dapat diharapkan bahwa implementasi rekomendasi yang dihasilkan dari FGD akan lebih diterima oleh masyarakat luas. Dengan demikian, kolaborasi

antar pemangku kepentingan menjadi semakin esensial untuk mewujudkan potensi Kampung Gerabah Pananggungan sebagai destinasi pariwisata yang berkembang dan berkelanjutan.

Hasil Penyusunan Rekomendasi, rekomendasi strategi pengembangan pariwisata di Kampung Gerabah Pananggungan disusun berdasarkan analisis mendalam terhadap hasil observasi, wawancara, dan FGD. Rekomendasi ini mencakup langkah-langkah konkret, seperti perbaikan infrastruktur, intensifikasi promosi, peningkatan pelatihan bagi pengrajin gerabah, dan penguatan peran masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata. Pembahasan penyusunan rekomendasi menjadi tahap kritis dalam proses pengembangan. Rekomendasi haruslah mencerminkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat setempat, sekaligus memberikan solusi yang konkret dan realistis. Penting untuk memastikan bahwa rekomendasi tidak hanya berfokus pada aspek pariwisata, tetapi juga memperhitungkan keberlanjutan, kesejahteraan masyarakat lokal, dan pelestarian warisan budaya. Dengan menggabungkan kontribusi dari berbagai sumber, diharapkan rekomendasi ini dapat menjadi panduan strategis untuk mengarahkan Kampung Gerabah Pananggungan menuju perkembangan pariwisata yang berkelanjutan.

3.2 Masyarakat Sasaran

Pendampingan strategi digital marketing dalam pengabdian ini secara khusus ditujukan untuk memberdayakan masyarakat sasaran, terutama para pelaku usaha gerabah, masyarakat lokal, dan pengrajin di Kampung Gerabah Pananggungan.

4. Kesimpulan

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi, potensi, dan tantangan di Kampung Gerabah Pananggungan. Observasi lapangan mengidentifikasi potensi besar dalam kekayaan budaya dan seni gerabah, sementara wawancara dan FGD membuka wawasan mendalam dari berbagai pemangku kepentingan. Secara kolektif, hasil-hasil ini memberikan landasan yang kuat untuk menyusun strategi pengembangan pariwisata yang holistik dan berkelanjutan. Ada beberapa saran untuk pendampingan strategi digital marketing guna meningkatkan daya tarik wisata Kampung Gerabah Pananggungan yaitu memanfaatkan platform digital seperti situs web resmi, media sosial, dan aplikasi pariwisata untuk meningkatkan eksposur dan jangkauan Kampung Gerabah Pananggungan. Penyusunan konten menarik dan berkualitas tinggi dapat memberikan gambaran yang menggugah minat wisatawan potensial.

Pelatihan Digital Marketing melibatkan masyarakat dan pelaku pariwisata lokal dalam pelatihan digital marketing. Ini dapat mencakup keterampilan pembuatan konten online, manajemen media sosial, dan pemanfaatan alat digital lainnya untuk mempromosikan kampung secara efektif. Kolaborasi dengan Komunitas Online membangun kemitraan dengan komunitas online terkait pariwisata dan seni. Kolaborasi ini dapat meningkatkan visibilitas Kampung Gerabah Pananggungan di dunia digital dan menciptakan jejaring yang mendukung pertukaran ide dan promosi bersama. Perbaikan Infrastruktur Digital menyediakan akses Wi-Fi dan fasilitas digital lainnya di kampung untuk mendukung kebutuhan wisatawan digital modern. Hal ini akan memberikan pengalaman wisata yang lebih terhubung dan meningkatkan daya tarik kampung sebagai destinasi wisata yang ramah teknologi. Pengembangan Pengalaman Digital Interaktif menciptakan pengalaman digital interaktif, seperti tur virtual atau aplikasi panduan wisata digital, yang dapat diakses oleh wisatawan sebelum dan selama kunjungan mereka ke Kampung Gerabah Pananggungan. Ini dapat menambahkan dimensi kreatif dan edukatif pada kunjungan wisata. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan melakukan pemantauan dan evaluasi berkelanjutan terhadap strategi digital marketing yang diimplementasikan. Menyesuaikan strategi berdasarkan data dan umpan balik yang diperoleh dari interaksi online untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitasnya. Dalam menerapkan pendekatan digital marketing yang terarah, Kampung Gerabah Pananggungan dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik. Keterlibatan masyarakat setempat, pelaku pariwisata, dan pemerintah daerah dalam pelaksanaan strategi ini menjadi kunci untuk mencapai hasil yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi dan sosial kampung.



5. Daftar Pustaka

- Ahlstrand, B., Lampel, J., & Mintzberg, H. (2001). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic mangament*. Simon and Schuster.
- Iswari, H. R., & Sopanah, A. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kue Pia Kabupaten Pasuruan yang Terdampak Covid-19. *Journal of Community Research and Service*, 5(2), 99-106. DOI: <https://doi.org/10.24114/jcrs.v5i2.28641>.
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism: A modern synthesis*. Routledge.
- Smith, A. N., & Zook, M. (2011). Marketing communications using digital media channels. *Journal of Marketing Communications*, 17(3), 207-226.