

Daftar pertanyaan kepada akademisi dalam hal strategi pengembangan desa wisata berbasis digital marketing di Desa Ganggangpanjang, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo:

1. Pengenalan dan Latar Belakang

- a) Bagaimana Anda melihat potensi Desa Ganggangpanjang sebagai desa wisata?

Potensi Desa Ganggangpanjang sebagai desa wisata dapat dilihat bahwa pemandangan alam yang indah, terdapat sungai, sawah dan punden mbah redjo yang menjadi daya Tarik bagi wisatawan jika di branding dengan maksimal.

- b) Apa keunggulan kompetitif Desa Ganggangpanjang dibandingkan desa wisata lainnya?

Keunggulan kompetitif Desa Ganggangpanjang antara lain:

1. Keindahan alam : keindahan alam yang natural seperti sungai, sawah, punden mbah redjo dan juga tempat yang sejuk.
2. Memiliki budaya warisan: Desa Ganggangpanjang memiliki warisan budaya tradisi dan budaya yang unik serta kisah – kisah legendaris.
3. Kuliner dan produk lokal : memiliki kuliner yang khas dan produk lokal yang berkualitas.
4. Pengalaman Wisata Edukatif : memberikan pengalaman yang edukatif.

- c) Bagaimana sejarah perkembangan desa wisata berbasis digital di Indonesia?

Konsep desa wisata berbasis digital diperkenalkan sebagai upaya untuk menggabungkan kekayaan budaya dan tradisi lokal dengan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Desa wisata digital menggunakan teknologi seperti internet, mobile apps, augmented reality (AR), dan virtual reality (VR) untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih interaktif dan berkesan.

Transformasi desa wisata berbasis digital di Indonesia melalui proses transformasi digitasi berubah ke digitalisasi. Proses ini mencakup pengadopsian teknologi digital yang lebih luas dan perubahan budaya dalam pengelolaan desa wisata.

2. Strategi Pemasaran Digital

- a) Apa elemen-elemen kunci dalam strategi pemasaran digital yang efektif untuk desa wisata?

**Menggunakan Platform Digital:**

Desa wisata harus memiliki website resmi yang menyediakan informasi lengkap tentang destinasi wisata yang ada di desa, meliputi kelebihan desa wisata, akomodasi, dan fasilitas – fasilitas pendukung. Website yang di miliki harus menggunakan kata kunci dan dapat dioptimalkan dengan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas di *Search Engine*.

**Media Sosial:**

Menggunakan media sosial seperti Tiktok, Facebook, Instagram, YouTube, dan X digunakan untuk promosi desa wisata. Penggunaan sosial media dapat di pertimbangkan dengan generasi yang menjadi target market. Konten yang dibuat dan share harus dibuat semenarik mungkin, informatif, dan interaktif untuk menarik perhatian calon wisatawan agar minat untuk berkunjung.

**Kemitraan dan Kolaborasi:**

Desa wisata dapat berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk biro perjalanan wisata, pramuwisata agar dapat membantu dalam mempromosikan desa wisata dan meningkatkan jangkauan pasar.

**Pembayaran Digital:**

Pembayaran berbasis digital menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) dapat membantu wisatawan dalam melakukan transaksi dengan mudah dan aman. Agar dapat meningkatkan kecepatan dan efisiensi dalam proses pembayaran.

- b) Bagaimana akademisi dapat berkontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran digital untuk desa wisata?
1. Akademisi melakukan penelitian tentang strategi pemasaran digital yang efektif untuk desa wisata. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori dan model yang lebih baik dalam pemasaran digital untuk desa wisata.
  2. Akademisi memberikan pendampingan kepada pengelola desa wisata dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital.
  3. Akademisi berkolaborasi dengan lembaga pemerintah dan swasta yang terkait dengan pariwisata. Kolaborasi ini dapat melibatkan pengembangan program pelatihan, penelitian, dan pengembangan teknologi yang dapat digunakan oleh desa wisata.
  4. Akademisi berkontribusi dalam pengembangan aplikasi dan platform digital yang dapat digunakan oleh desa wisata, agar dapat membantu dalam meningkatkan interaksi dengan wisatawan, memberikan informasi real-time, dan memudahkan proses booking dan pembayaran. Hal ini dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan memperluas jangkauan pasar.

- c) Apa peran data dalam merumuskan strategi pemasaran digital untuk desa wisata?

Data memainkan peran penting dalam merumuskan strategi pemasaran digital untuk desa wisata. Data tentang wisatawan, seperti profil demografis, preferensi, dan perilaku perjalanan, sangat penting untuk menentukan target pasar dan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu pengelola desa wisata bisa membuat desain pengalaman pengguna untuk acuan menentukan strategi yang tepat.

Analisis pasar yang mendalam dapat membantu desa wisata dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif. Data tentang kompetisi, tren, dan kebutuhan pasar dapat digunakan untuk menyesuaikan strategi pemasaran digital, termasuk pilihan platform digital yang digunakan dan konten yang dibagikan.

Data tentang penggunaan platform digital, seperti website dan media sosial dapat digunakan untuk mengoptimalkan penggunaan platform tersebut. Hal ini termasuk mengoptimalkan SEO untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari dan meningkatkan interaksi di media sosial.

### 3. Target Pasar dan Promosi

- a) Bagaimana cara menentukan target pasar yang tepat untuk Desa Ganggangpanjang?

Untuk menentukan target pasar yang tepat untuk Desa Ganggangpanjang, dapat melakukan Langkah – Langkah : 1) Menentukan Unique Selling Points : Identifikasi karakteristik unik yang dimiliki Desa Ganggangpanjang, seperti keindahan atau view, budaya lokal, atau aktivitas unik yang dapat menarik wisatawan. Hal ini akan membantu dalam menentukan target pasar yang sesuai dengan produk wisata yang ditawarkan; 2) Segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan berbagai aspek, seperti: Geografis, Demografis, Psikografis, Berbasis Produk; 3) menggunakan platform digital seperti website, media sosial, dan aplikasi untuk mempromosikan Desa Ganggangpanjang; 4) Pembuatan konten yang menarik dan informatif dapat membantu dalam menarik perhatian wisatawan. Konten ini dapat berupa foto, video, artikel, atau cerita yang menunjukkan keunikan Desa Ganggangpanjang; dan 5) mengoptimalkan SEO,

untuk meningkatkan kualitas konten, dan meningkatkan interaksi di media sosial.

- b) Strategi apa yang bisa diterapkan untuk menarik minat wisatawan lokal dan internasional?

Strategi yang dapat diterapkan untuk menarik minat wisatawan lokal dan internasional ke Desa Ganggangpanjang antara lain: Membangun Website yang Menarik, Manfaatkan Media Sosial, Penggunaan Aplikasi Digital, Promosi melalui Platform Digital, Pembayaran berbasis Digital, dan Optimasi Platform Digital.

- c) Bagaimana cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap desa wisata?

Cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap desa wisata Membuat Konten Menarik dan Informatif, membuat konten yang menarik dan informatif tentang desa wisata berupa foto, video, artikel, atau cerita yang menunjukkan keunikan desa wisata. Membuat konten edukasi yang membahas sejarah, budaya, dan tradisi desa wisata, hal ini dapat membantu wisatawan dalam memahami lebih lanjut tentang desa wisata dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap keunikan desa wisata.

#### 4. Keterlibatan Komunitas

- a) Bagaimana keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata dapat mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran digital?

Masyarakat lokal dapat berkontribusi dalam pembuatan konten yang menarik dan informatif tentang desa wisata. Masyarakat lokal dapat membantu dalam mempromosikan desa wisata, mengelola website dan media sosial desa wisata. Kerjasama antara masyarakat lokal dan pengelola desa wisata dapat membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Masyarakat lokal dapat memberikan masukan dan saran yang berguna untuk meningkatkan kualitas pemasaran digital.

- b) Apa dampak dari pelatihan digital marketing bagi masyarakat desa?

Pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kesadaran masyarakat desa tentang pentingnya digital marketing dalam mengembangkan dan mempertahankan desa wisata. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan, masyarakat desa dapat lebih mudah mengembangkan desa wisata, terutama melalui platform digital seperti e-commerce.

Pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kemandirian ekonomi desa. Dengan mengelola bisnis melalui platform digital, masyarakat

desa dapat lebih mandiri dalam mengembangkan ekonomi desa dan mengurangi ketergantungan pada bantuan dari luar.

Masyarakat desa yang telah mengikuti pelatihan digital marketing akan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan yang belum mendapatkan, mampu menghadapi perubahan pasar dan teknologi, serta memiliki pengetahuan yang cukup untuk terus mengembangkan bisnis mereka secara online.

- c) Bagaimana akademisi bisa membantu dalam memberikan pelatihan atau workshop kepada masyarakat setempat?

Akademisi dapat berperan dalam merancang dan memberikan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Akademisi dapat berkolaborasi dengan lembaga lokal, organisasi nirlaba, atau pemerintah daerah untuk memberikan pelatihan atau workshop.

## 5. Konten dan Interaksi

- a) Apa jenis konten digital yang paling efektif untuk promosi desa wisata?

- Konten berbasis foto dan video dapat menarik perhatian wisatawan, buat video *short content* Foto dan video yang menarik dapat dibagikan di media sosial dan website desa wisata.
- Konten yang berfokus pada lokasi-lokasi menarik di desa wisata dapat menarik perhatian wisatawan yang mencari tempat-tempat yang indah dan menarik.
- Konten testimonial dari wisatawan yang telah mengunjungi desa wisata dapat meningkatkan trust wisatawan dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap desa wisata.

- b) Bagaimana cara membuat konten yang autentik dan menarik untuk wisatawan?

- Menggunakan Fotografi dan Video yang Menarik
- Buat konten yang menonjolkan keunikan desa wisata
- Buat konten edukasi yang membahas sejarah, budaya lokal, dan tradisi desa wisata.

- c) Bagaimana pentingnya interaksi online (seperti respon cepat terhadap komentar) dalam membangun reputasi desa wisata?

Interaksi online, seperti respons cepat terhadap komentar, sangat penting dalam membangun reputasi desa wisata. Respons cepat terhadap komentar dapat meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap desa wisata. Respons cepat dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap desa wisata. Respons cepat dapat meningkatkan pengalaman wisatawan karena merasa bahwa desa

wisata peduli terhadap mereka akan merasa lebih dihargai dan akan lebih mungkin untuk mengunjungi desa wisata lagi.

6. Teknologi dan Inovasi

- a) Apa teknologi terbaru yang bisa diterapkan dalam pemasaran digital untuk desa wisata?

Teknologi terbaru yang bisa diterapkan dalam digital marketing untuk desa wisata yaitu Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning (ML), AI dan ML dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses pemasaran digital. Virtual dan Augmented Reality (VR/AR), VR/AR dapat digunakan untuk memberikan pengalaman virtual yang menarik kepada wisatawan. Internet of Things (IoT), IoT dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi dengan wisatawan melalui perangkat IoT seperti papan informasi digital, kamera, dan sensor. E-commerce Platforms, E-commerce dapat digunakan untuk mengelola penjualan produk wisata desa secara online. Customer Relationship Management (CRM) Systems, CRM dapat digunakan untuk mengelola hubungan dengan wisatawan.

- b) Bagaimana penggunaan teknologi seperti VR dan AR bisa meningkatkan pengalaman wisatawan?

VR dapat memberikan pengalaman virtual yang menarik kepada wisatawan. Wisatawan dapat mengunjungi tempat-tempat yang tidak dapat dilihat secara langsung. VR dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran wisatawan tentang aksesibilitas di desa wisata.

- c) Apa potensi pengembangan aplikasi mobile untuk Desa Ganggangpanjang?

- a. Pengembangan Aplikasi Reservasi dan Booking, Aplikasi reservasi dan booking dapat membantu wisatawan dalam membuat reservasi dan booking untuk tempat-tempat seperti restoran, dan aktivitas wisata.
- b. Pengembangan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS dapat membantu wisatawan dalam melakukan transaksi dengan mudah dan aman.
- c. Membuat aplikasi eko-wisata yang dapat diakses melalui playstore atau Appstore.

7. Evaluasi dan Pengukuran

- a) Apa indikator kinerja utama (KPI) yang harus diperhatikan dalam pemasaran digital desa wisata?

- a. Indikator Jumlah pengunjung website desa wisata yang dapat menunjukkan minat wisatawan dalam mengunjungi desa wisata.

- b. Engagement media sosial seperti jumlah like, share, dan comment dapat menunjukkan sejauh mana wisatawan terlibat dengan konten desa wisata.
  - c. Conversion rate, merupakan jumlah wisatawan yang melakukan reservasi atau pembelian produk, dapat menunjukkan sejauh mana pemasaran digital berhasil dalam mengubah minat wisatawan menjadi tindakan.
  - d. Search Engine Optimization (SEO ranking, yaitu posisi website desa wisata dalam mesin pencarian, dapat menunjukkan sejauh mana pemasaran digital berhasil dalam meningkatkan visibilitas desa wisata.
  - e. Jumlah followers di media sosial desa wisata dapat menunjukkan sejauh mana desa wisata berhasil dalam meningkatkan trust dan kesadaran wisatawan.
- b) Bagaimana cara mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital?
- Untuk mengukur kampanye pemasaran digital dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang datang, jika pengunjung peningkatan kurang signifikan itu artinya pemasaran digital kurang efektif. Maka perlu di evaluasi kembali dalam menggunakan media digital.
- c) Seberapa penting analisis data dalam evaluasi strategi pemasaran digital?
- Analisis data membantu dalam memahami perilaku konsumen, membantu dalam mengidentifikasi tren, preferensi, dan kebutuhan pelanggan potensial, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

## 8. Kolaborasi dan Kemitraan

- a) Bagaimana akademisi bisa berkolaborasi dengan pemerintah dan pengelola desa wisata untuk mengembangkan strategi digital marketing?
- Akademisi berkolaborasi dengan pemerintah daerah untuk memberikan pelatihan atau dukungan teknis dalam pengembangan strategi digital marketing.
- b) Apa manfaat dari kemitraan dengan platform booking online atau agen travel?
- Kemitraan dengan platform booking online atau agen travel dapat meningkatkan aksesibilitas desa wisata bagi wisatawan dari berbagai tempat. Kemitraan dengan agen travel dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan dapat meningkatkan pendapatan desa wisata.

- c) Bagaimana cara yang efektif untuk melibatkan influencer atau blogger dalam promosi desa wisata?
  - a. Desa wisata harus mengidentifikasi influencer atau blogger yang tepat untuk kolaborasi. Ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi influencer atau blogger yang memiliki audience yang sesuai dengan target market desa wisata.
  - b. Desa wisata menyediakan konten yang menarik dan relevan untuk influencer atau blogger. Konten ini dapat berupa foto, video, atau cerita yang menunjukkan keunggulan desa wisata.
- 9. Tantangan dan Solusi
  - a) Apa tantangan terbesar dalam implementasi strategi digital marketing di desa wisata?
    - a. Desa wisata mungkin memiliki anggaran yang terbatas untuk mengimplementasikan strategi digital marketing yang berbayar atau ads. Biaya yang diperlukan untuk membeli perangkat lunak, perangkat keras dan biaya iklan.
    - b. Desa wisata sepertinya belum memiliki akses ke platform digital yang diperlukan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing, seperti Google Ads, Facebook Ads, dan Instagram Ads, tiktok ads dll.
  - b) Bagaimana cara mengatasi tantangan tersebut dengan pendekatan akademis?
    - a. Mencari investor untuk pengembangan digital marketing
    - b. Menggunakan platform digital yang gratis misa menggunakan sosial media yang bukan ads.
  - c) Apa pembelajaran penting dari studi kasus desa wisata lain yang berhasil dalam pemasaran digital?

Desa wisata dapat mengembangkan produk digital seperti video promosi, foto, dan konten-konten wisata digital lainnya yang menarik untuk dipublikasikan di media sosial. Produk-produk ini dapat meningkatkan kesadaran wisatawan tentang keunikan desa wisata dan akhirnya berkunjung dan loyal kepada desa wisata.



#### 10. Rencana Masa Depan

- a) Bagaimana tren pemasaran digital di sektor pariwisata akan berkembang dalam beberapa tahun ke depan?

Beberapa tahun kedepan tren pemasaran digital di sektor pariwisata diharapkan akan berkembang dengan pesat. Teknologi seperti kecerdasan buatan, realitas virtual, dan augmented reality akan terus digunakan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Aplikasi perjalanan yang dilengkapi dengan panduan virtual atau penggunaan VR dalam tur virtual destinasi wisata akan menjadi lebih populer.

- b) Apa rekomendasi Anda untuk pengembangan jangka panjang Desa Ganggangpanjang sebagai desa wisata berbasis digital?

- a. Desa Ganggangpanjang dapat mengembangkan aplikasi wisata digital yang memudahkan para wisatawan dalam memperoleh informasi tentang tempat wisata, kuliner.
- b. Desa Ganggangpanjang dapat menyediakan jasa fotografi dan videografi untuk para wisatawan yang ingin mengabadikan momen saat berkunjung di desa tersebut.
- c. Desa Ganggangpanjang dapat mengelola data dengan baik untuk pengambilan keputusan.
- d. Desa Ganggangpanjang membuat user pengguna untuk menggambarkan demografi pengunjung yang nantinya digunakan untuk mengambil keputusan dalam menentukan sosial media yang digunakan untuk promosi.

- c) Bagaimana akademisi dapat terus berkontribusi dalam mendukung inovasi dan keberlanjutan desa wisata?

Akademisi melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di desa wisata, untuk mendukung inovasi dan pengembangan desa wisata agar dapat bersaing dengan competitor dan go internasional.