

Nama: Tondo

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

## 1. Pengenalan dan Latar Belakang

### a) Apa visi dan misi Desa Wisata Ganggangpanjang?

- Visi misi kita sederhana bu, '*urip iku urup*' berarti nyala atau menyala. Maka, *urip iku urup* dapat diartikan sebagai hidup itu menyala. Maksud dari pesan ini adalah untuk memberitahu masyarakat bahwa dalam hidup kita harus dapat memberi manfaat bagi orang lain, dengan kata lain, bermanfaat bagi orang lain. Ibarat lilin yang menyala dengan terang menyinari sekitarnya.

### b) Sejak kapan desa ini mulai mengembangkan potensi wisatanya?

- Sebenarnya Potensi sudah ada sejak jaman dahulu bu, baru kepala desa ini Bapak Adenan yang melihat potensi Punden ini dengan mengikuti lomba sidoresik dan pak carik yang merencanakan penataan lokasi dan publikasi dari situlah wisata ini mulai Ramai pengunjung setiap harinya

### c) Apa saja potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Ganggangpanjang?

- Potensi kita adalah alam pedesaan karena topografi kita adalah daratan rendah pedesaan, sehingga pengembangan wisata kita ke arah desa wisata dengan konsep pedesaan.

## 2. Strategi Pemasaran Digital

### a) Apa saja platform digital yang saat ini digunakan untuk mempromosikan desa wisata? (misalnya, website, media sosial, blog)

- Setahu saya saat ini paling sering adalah Whatsapp dan instagram, terkadang kita upload juga di google karena platform yang orang belum pernah kesini pasti bukanya adalah google "punden mbah Retjo" kalau untuk memviralkan kita pakai influencer

### b) Bagaimana strategi konten yang diterapkan di platform digital tersebut?

- Strategi konten kita sederhana, bagaimana konten itu membuat orang penasaran

### c) Apakah desa memiliki tim khusus yang menangani pemasaran digital? Jika ya, bagaimana struktur dan tugasnya?

- Dalam pokmas ada yg bertugas sebagai operator konten dan dibantu oleh pak carik

### 3. Target Pasar dan Promosi

- a) Siapa target utama dari wisatawan yang ingin dicapai melalui pemasaran digital?
  - Target utama adalah pengunjung ramai sehingga ada perputaran ekonomi
- b) Bagaimana cara mengidentifikasi dan menganalisis pasar target?
  - Target pasar kita bisa terbilang luas karena tempat kita sudah didesain sedemikian rupa untuk segala usia, ada permainan anak gratis, ada kereta sawah, ada spot kuliner untuk orang tua dan anak.
- c) Apakah ada kampanye atau program promosi khusus yang telah dilakukan atau sedang direncanakan?
  - Kampanye atau promosi khusus ya kita dulu ikut branding programnya sidoresik walaupun kita tidak lolos 10 besar tapi kita sampai saat ini masih terus eksis dan semakin berkembang, untuk rencana kedepan kita brandingnya ke dinas pariwisata kabupaten sidoarjo.

### 4. Keterlibatan Komunitas

- a) Bagaimana masyarakat setempat dilibatkan dalam kegiatan pemasaran digital?
  - Kegiatan pemasaran digital melalui whatsapp group dan story merupakan salah satu cara pemasaran kita
- b) Apakah ada pelatihan atau workshop untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat?
  - Sampai saat ini belum ada, jadi masyarakat terima video editing dari pak carik
- c) Bagaimana pengelola desa wisata memastikan bahwa masyarakat setempat merasakan manfaat dari peningkatan wisata?
  - Secara ekonomi masyarakat meningkat adalah indikator keberhasilan program

### 5. Konten dan Interaksi

- a) Jenis konten apa yang paling sering dipublikasikan? (misalnya, foto, video, artikel)
  - Konten paling sering adalah foto dan video sedangkan artikel di media cetak memang ada beberapa kali seperti Jawapos, Radar dan media elektronik lainnya
- b) Bagaimana cara mengelola interaksi dan feedback dari wisatawan di platform digital?

- Dengan adanya 3 operator medsos kita bisa cepat apabila ada post di story yang menandai kita dan untuk balas pesan juga lbh cepat
- c) Apakah ada cerita sukses atau testimoni yang dibagikan secara online?
- Cerita sukses kita adalah ketika jumlah pengunjung stabil dan selalu ramai, kalau untuk dibagikan secara online itu pasti di story Instagram

## 6. Teknologi dan Inovasi

- a) Apakah desa telah menggunakan teknologi terbaru dalam pemasaran digital, seperti VR (Virtual Reality) atau AR (Augmented Reality)?
- Untuk saat ini kita masih menggunakan Medsos, mungkin setelah pengembangan area permainan anak selesai bisa kita rencanakan untuk diaplikasikan
- b) Bagaimana peran teknologi dalam meningkatkan pengalaman wisatawan?
- Sangat membantu untuk promosi dan penunjukan arah untuk wisatawan baru
- c) Apakah ada rencana untuk mengembangkan aplikasi khusus untuk Desa Wisata Ganggangpanjang?
- Masih dalam tahap rencana kedepan

## 7. Evaluasi dan Pengukuran

- a) Bagaimana cara mengukur efektivitas strategi digital marketing yang sudah dijalankan?
- Kalau pengunjung ramai ya berarti efektif dan suksse karena hanya digital marketing yang kita pakai untuk promosi
- b) Apa saja indikator kinerja utama (KPI) yang digunakan?
- Cost flow dan jumlah pengunjung
- c) Seberapa sering dilakukan evaluasi dan apa tindakan yang diambil berdasarkan hasil evaluasi tersebut?
- Rapat bulanan dana apabila ada permasalahan pengurus segera lapor ke saya kalau untuk segera diambil tindakan atau perubahan kalau perlu musyawarah ya menunggu akhir bulan sekalian sama laporan pengurus

## 8. Kolaborasi dan Kemitraan

- a) Apakah ada kemitraan dengan agen travel atau platform booking online?
- Belum ada karena
- b) Bagaimana hubungan dengan pemerintah daerah dalam hal pengembangan dan promosi wisata?

- Hubungan kita sangat bagus karena memang desa kita punya potensi dan sudah dirintis
- c) Apakah ada kerja sama dengan influencer atau blogger dalam mempromosikan desa wisata?

- Iya, awal yang memviralkan adalah influencer

#### 9. Tantangan dan Solusi

- a) Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam mengembangkan strategi digital marketing?
- Spot baru sebagai bahan untuk video medsos
- b) Bagaimana cara mengatasi tantangan tersebut?
- Membuat spot baru atau bekerjasama dengan pihak ketiga untuk membuat wahana baru
- c) Apakah ada pembelajaran atau insight penting yang didapatkan selama implementasi digital marketing?
- Banyak sekali mulai dari komentar baik atau buruk kita tidak bisa memfilter

#### 10. Rencana Masa Depan

- a) Apa rencana jangka panjang untuk pengembangan desa wisata berbasis digital marketing?
- Perbaikan dan pengembangan berkelanjutan dengan menggandeng pihak ketiga
- b) Bagaimana strategi untuk tetap relevan dan menarik di tengah perubahan tren digital?
- Dengan tetap menggandeng influencer untuk memviralkan
- c) Apa harapan dan tujuan utama yang ingin dicapai dalam 5-10 tahun ke depan
- Harapan berkembang untuk semua wilayah bukan dusun luwung saja tetapi satu desa ganggangpanjang seperti desa ketetapan rame trawas