

Nama: M. Adenan

Jabatan : Kepala Desa

Umur :

Pendidikan: SMA

Daftar pertanyaan untuk Kepala Desa terkait strategi pengembangan desa wisata berbasis digital marketing di Desa Ganggangpanjang, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo:

1. Bagaimana Desa Ganggangpanjang saat ini memanfaatkan pemasaran digital untuk promosi destinasi wisata lokal?
 - Saat ini kita benar benar memanfaatkan pemasaran digital yang mudah dan murah dan sangat bermanfaat. Karena memang saat ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi medos benar benar sangat membantu dalam promosi destinasi wisata kita
2. Apa rencana pengembangan infrastruktur digital yang telah dipersiapkan untuk mendukung promosi pariwisata di Desa Ganggangpanjang?
 - Kalau untuk saat ini pengembangan infrastruktur digital masih belum, kita saat ini masih memanfaatkan platform yang ada terutama medsos. Mungkin kalau semua wahana permainan sudah selesai kita baru merencanakan untuk pengembangan infrastruktur digital di destinasi wisata kita
3. Bagaimana strategi spesifik yang Direncanakan untuk meningkatkan kehadiran Desa Ganggangpanjang di platform online dan media sosial?
 - Strategi spesifik yang disiapkan dengan munculnya destinasi wisata ini adalah mempersiapkan lokasi wisata dengan baik agar pengunjung tidak kecewa dan akan kembali berkunjung lagi. Untuk saat ini kita masih pakai influencer untuk memviralkan dan alhamdulillah berhasil
4. Apakah telah ada kerjasama dengan pihak eksternal atau ahli digital marketing untuk mendukung pengembangan desa wisata ini?
 - Belum ada, masih sebatas influencer

5. Bagaimana rencana peningkatan keterlibatan masyarakat setempat dalam inisiatif pemasaran digital untuk desa wisata?
 - Keterlibatan masyarakat sangat tinggi karena saat ini hampir semua orang pegang handphone jadi kita tinggal buat video dan kita share ke group-group whatsapp, udah masyarakat jalan sendiri entah dibuat story atau dikirim ke group lainnya
6. Apa langkah-langkah konkret yang diambil untuk memastikan keberlanjutan strategi pemasaran digital ini dalam jangka panjang?
 - Untuk langkah konkret pemasaran digital ya kita masih tetap menggunakan medsos instagram, whatsapp dan tiktok untuk saat ini karena kita juga masih menunggu pihak ketiga untuk pengembangan wahana permainan anak. Mungkin kedepannya kita bisa pengembangan tiket wahana menggunakan booking online
7. Bagaimana cara mengukur kesuksesan dari upaya pemasaran digital yang dilakukan untuk desa wisata Ganggangpanjang?
 - Indikator yang kita pakai sederhana yaitu jumlah pengunjung, alhamdulillah setiap hari selalu ramai dan terutama weekend pengunjung sampai penuh kita kekurangan tempat duduk
8. Apakah ada rencana khusus untuk memperluas jangkauan audiens dan menarik wisatawan dari luar daerah melalui strategi pemasaran digital?
 - Iya pastinya seperti itu, karena kalau konsumen atau pengunjung kita sebatas warga lokal desa atau kecamatan maka seiring berjalannya ada wisata baru maka kita akan tergerus, maka dari itu harus selalu ada pergerakan dari pengembangan dan promosi digital sehingga kita tetap bisa eksis dan azas manfaat untuk warga terus bertambah
9. Bagaimana koordinasi antara pemerintah desa, stakeholders lokal, dan pelaku usaha dalam implementasi strategi digital marketing untuk desa wisata ini?
 - Sejauh ini kita melakukan pendampingan pada seluruh stakeholders lokal dan pelaku usaha yang ada di desa wisata ini, apalagi di era

digital sekarang ini edukasi akan teknologi online sangat berpengaruh bagi kelangsungan desa wisata ini. Tahap pendampingan dilakukan dengan praktik pembuatan dan pengimplementasikan platform pemasaran digital seperti instagram, facebook dan google maps.

10. Apa rencana mitigasi risiko yang telah disiapkan terkait implementasi strategi pemasaran digital ini untuk desa wisata Ganggangpanjang?

- Kita sudah mempersiapkan program tersebut, baik mempersiapkan pembangunan fisik (tempat evakuasi) maupun pelatihan pada stakeholders terkait untuk meningkatkan kemampuan untuk menghadapi berbagai ancaman yang mungkin terjadi.