

Peran Generasi Muda Karang Taruna Desa Sukarame Dalam Pengembangan Desa Wisata Dengan Teknologi Pemasaran Digital

¹Fahrul Nurzaman, ²Agus Wismo, ³Dian Gustina, ⁴Nafisah Yuliani, ⁵I Gede Agus Suwartane, ⁶Jhonny Z.A,

^{1,4}Teknik Informatika, Universitas Persada Y.A.I, Jakarta
^{2,3,5,6}Sistem Informasi, Universitas Persada Indonesia, Jakarta

E-mail: ¹fahrul.nurzaman@upi-yai.ac.id, ²agus.wismo@upi-yai.ac.id,
³dian.gustina@upi-yai.ac.id, ⁴nafisah.yuliani@upi-yai.ac.id,
⁵agus.suwartane@upi-yai.ac.id, ⁶jhonny.za@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Desa Sukarame, Kecamatan Carita, Kabupaten Pandeglang memiliki potensi wisata yang beragam, meliputi wisata alam, budaya, kuliner, dan industri kerajinan lokal. Namun, pemanfaatan teknologi digital dalam promosi wisata masih belum optimal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas generasi muda Karang Taruna dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital untuk pengembangan desa wisata. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung dalam pembuatan konten promosi berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep pemasaran digital, mengelola akun media sosial, serta memproduksi konten promosi yang menarik dan relevan. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan digital pemuda desa dan memperluas jangkauan promosi wisata lokal. Dengan demikian, pemberdayaan Karang Taruna melalui teknologi pemasaran digital menjadi strategi efektif dalam mendukung pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

Kata kunci : Pemasaran Digital , Media Sosial , Website , Internet

ABSTRACT

Sukarame Village, located in Carita Subdistrict, Pandeglang Regency, possesses diverse tourism potential, including natural attractions, cultural heritage, culinary experiences, and local handicrafts. However, the utilization of digital technology for tourism promotion remains suboptimal. This community service program aims to enhance the capacity of youth members of Karang Taruna in leveraging social media as a digital marketing tool to develop village tourism. The methods employed include training sessions, mentoring, and hands-on practice in creating digital promotional content. The results indicate that participants gained a solid understanding of digital marketing concepts, successfully managed social media accounts, and produced engaging and relevant promotional materials. This initiative positively impacted the digital skills of local youth and expanded the reach of tourism promotion. Therefore, empowering Karang Taruna through digital marketing strategies proves to be an effective approach in supporting sustainable village tourism development.

Keywords: Karang Taruna, village tourism, digital marketing, social media, community service

1. PENDAHULUAN

Desa Sukarame, yang terletak di Kecamatan Carita, Kabupaten Pandeglang, memiliki potensi wisata yang sangat menjanjikan, mencakup kekayaan budaya, keindahan alam, serta industri kerajinan lokal. Potensi wisata yang dimiliki desa ini sangat beragam, mulai dari wisata alam, kuliner, seni budaya, religi, hingga berbagai bentuk wisata berbasis komunitas yang masih dapat dikembangkan lebih lanjut.

Dalam upaya memperkenalkan potensi tersebut kepada masyarakat luas, Karang Taruna Desa Sukarame memanfaatkan teknologi pemasaran digital sebagai strategi utama. Media sosial menjadi kanal promosi yang paling dominan digunakan, diikuti oleh pemanfaatan website, aplikasi, dan marketplace sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi produk maupun destinasi wisata lokal.

Sebagai organisasi kepemudaan yang berperan aktif dalam pembangunan desa, Karang Taruna memiliki peran strategis dalam memasarkan produk-produk lokal dan destinasi wisata melalui pendekatan digital. Fenomena transaksi bisnis berbasis internet telah membuka peluang baru dalam dunia usaha, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk sekaligus memberikan dampak positif terhadap peningkatan laba usaha.

Pemerintah Indonesia juga terus mendorong pemberdayaan UMKM sebagai solusi dalam mengatasi persoalan pengangguran dan kemiskinan. Di era digital saat ini, akses terhadap internet semakin mudah dijangkau oleh berbagai kalangan, termasuk pelaku UMKM yang memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka secara online.

Tulisan ini membahas bagaimana Karang Taruna Desa Sukarame memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan

produk UMKM dan destinasi wisata lokal. Tujuan utamanya adalah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik wisata desa. Namun, masih terdapat kendala dalam pemanfaatan media sosial secara optimal, terutama terkait keterampilan teknis dan strategi konten. Oleh karena itu, melalui program pengabdian masyarakat yang ditujukan kepada Karang Taruna Desa Sukarame, diharapkan para pemuda desa dapat dibekali pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan berkelanjutan.

2. PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan dari Desa Sukarame adalah :

- Belum memahami jangkauan pasar yang lebih luas.
- Belum mengetahui cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.
- Belum mengetahui strategi digital marketing.

Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia, perusahaan, keuangan serta tenaga
- Untuk meningkatkan profit dengan menawarkan berbagai pilihan jenis produk UMKM yang berasal dari Desa Sukarame.
- Untuk memanfaatkan peluang pemasaran secara maksimal.
- Untuk mendapat menstabilkan pendapatan Desa Sukarame.
- Memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam.

Manfaat dari kegiatan yang diadakan sebagai berikut:

- Melatih kreatifitas Karang Taruna Desa Sukarame dalam memanfaatkan social media.

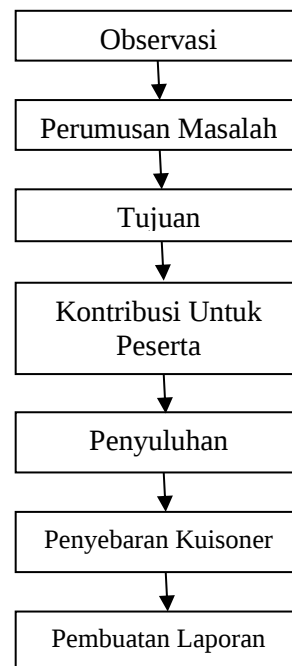
- b. Karang Taruna dapat meningkatkan pendapatan / omset dan jangkauan pasar lebih luas.
- c. Mampu memenuhi kebutuhan segmen pasar tertentu.
- d. Karang Taruna warga Desa Sukarame dapat menggunakan social media sebagai media promosi Mampu menandingi produk baru pesaing.
- e. Karang Taruna Desa Sukarame dapat memahami strategi digital marketing.

Target dan luaran yang diadakan adalah sebagai berikut:

- a. Karang Taruna Desa Sukarame dapat memahami strategi digital marketing.
- b. Karang Taruna Desa Sukarame dapat memanfaatkan Pemasaran Digital dan Platform Marketplace sebagai media promosi
- c. Mengembangkan Keterampilan Karang Taruna dan UMKM di Desa Sukarame
- d. Mendorong Semangat dan Motivasi bagi Pelaku UMKM dan Karang Taruna
- e. Meningkatkan pendapatan / omset dan jangkauan pasar lebih luas.

3. METODOLOGI

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilakukan secara tatap muka di di Desa Sukarame, Pandeglang, pada tanggal 25 – 26 April 2025 pukul 09.00 WIB sampai selesai. Pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan dan penyuluhan dengan judul: “Peran Generasi Muda Karang Taruna Desa Sukarame Dalam Pengembangan Desa Wisata Dengan Teknologi Pemasaran Digital”. Adapun tahapan kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat digambarkan pada roadmap berikut:



Gambar 1. Tahap Kegiatan PKM

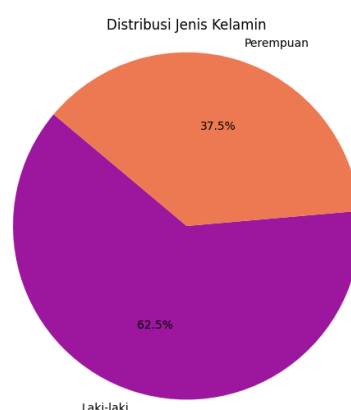
Rincian kegiatan PKM dan Capaian Kegiatan PKM dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini

Tabel 1. Rincian Kegiatan PKM dan Capaian Kegiatan PKM

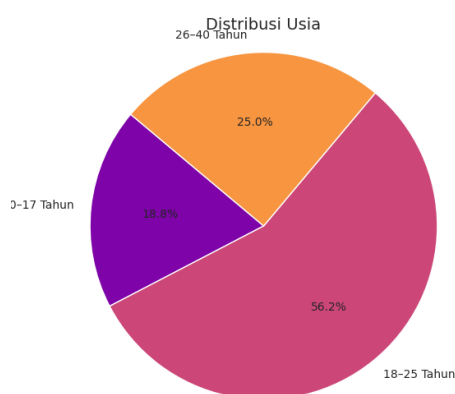
Tahap	Kegiatan	Capaian	Status Capaian
Observasi	Survey Lokasi Kegiatan	Diperoleh gambaran mitra UMKM Desa Sukarame Kec. Carita Pandeglang	Sudah dilaksanakan
		Penemuan dan perumusan Masalah PKM	Sudah dilaksanakan
		Rencana pelaksanaan kegiatan dan target peserta PKM	Sudah dilaksanakan
Pelaksanaan	Penyuluhan dan Sosialisasi	Strategi Transformasi Digital	Sudah dilaksanakan
		Motivasi UMKM untuk Sukses dengan Strategi Pemasaran Digital	Sudah dilaksanakan
	Evaluasi dan monitoring	Hasil dari penyebaran kuisioner kegiatan pasca penyuluhan dan sosialisasi	Sudah dilaksanakan
Pembuatan Laporan	Pembuatan Laporan akhir PKM	Tersimpan di repository kampus	Sudah dilaksanakan
	Publikasi Jurnal	Publish online	Sedang dilaksanakan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta Karang Taruna Desa Sukarame yang mengikuti kegiatan penyuluhan dan sosialisasi sebanyak 16 orang. Berikut di bawah ini hasil pengamatan awal terkait profiling peserta kegiatan penyuluhan dan sosialisasi dapat dilihat pada gambar grafik dibawah ini.



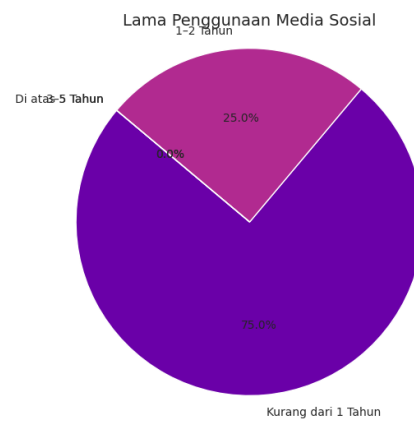
Gambar 2. Profiling berdasarkan Jenis Kelamin



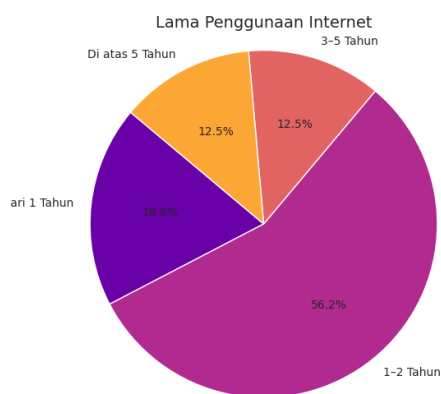
Gambar 3. Profiling berdasarkan Usia



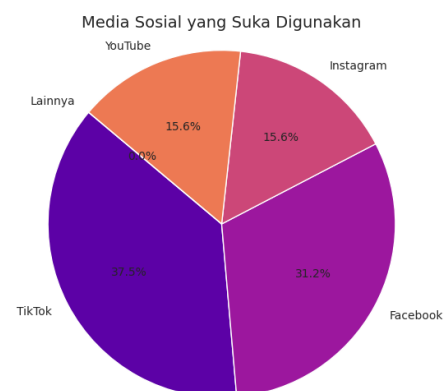
Gambar 4. Profiling berdasarkan Pendidikan Terakhir



Gambar 6. Profiling berdasarkan Pengalaman penggunaan Media Sosial



Gambar 5. Profiling berdasarkan Pengalaman penggunaan Internet



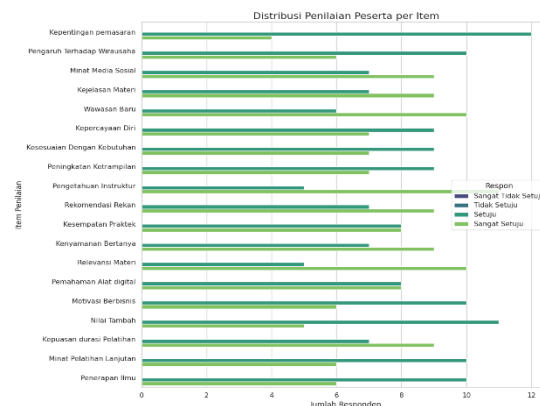
Gambar 7. Profiling berdasarkan Media Sosial yang suka digunakan

Berikut dibawah data profiling peserta Kegiatan penyuluhan dan sosialisasi dari Karang Taruna Desa Sukarama :

Tabel 2. Data Profiling Peserta Penyuluhan dan Sosialisasi Kegiatan PKM

Klasifikasi Profiling	Item Klasifikasi	Jumlah Orang	Prosenase
Jenis Kelamin	Laki-laki	10	62.5%
	Perempuan	6	37.5%
Distribusi Usia	10–17 Tahun:	3	18.75%
	18–25 Tahun:	9	56.25%
	26–40 Tahun:	4	25.00%
Pendidikan Terakhir	SMP:	0	0.00%
	SMA/SMK/STM:	16	100.00%
	Sarjana:	0	0.00%
Media Sosial yang Suka Digunakan *) 1 orang bisa memilih lebih dari 1 pilihan	TikTok:	12	37.50%
	Facebook:	10	31.25%
	Instagram:	5	15.63%
	YouTube:	5	15.63%
	Lainnya:	0	0.00%
Lama Penggunaan Internet	Kurang dari 1 Tahun:	3	18.75%
	1–2 Tahun:	9	56.25%
	3–5 Tahun:	2	12.50%
	Di atas 5 Tahun:	2	12.50%
Lama Penggunaan Media Sosial	Kurang dari 1 Tahun:	12	75.00%
	1–2 Tahun:	4	25.00%
	3–5 Tahun:	0	0.00%
	Di atas 5 Tahun:	0	0.00%

Hasil penilaian evaluasi dapat dilihat dibawah ini :



Gambar 8. Penilaian Hasil Penyuluhan dan Sosialisasi Kegiatan PKM

Dari Grafik di atas dapat di analisa Tren Penilaian Peserta, sebagai berikut

Aspek yang Paling Diapresiasi

- Pengetahuan Instruktur (68.75% Sangat Setuju)
- Relevansi Materi (66.67% Sangat Setuju)
- Wawasan Baru (62.5% Sangat Setuju)

Ini menunjukkan bahwa peserta sangat menghargai kualitas penyampaian materi dan relevansi konten pelatihan terhadap kebutuhan mereka.

Aspek dengan Dominasi “Setuju”

- Nilai Tambah (68.75% Setuju)
- Kepentingan Pemasaran (75% Setuju)

Artinya, meskipun aspek ini dianggap penting, peserta belum sepenuhnya merasa sangat puas—bisa jadi peluang untuk peningkatan kualitas atau pendekatan.

Aspek dengan Penilaian Seimbang

- Kesempatan Praktek dan Pemahaman Alat Digital masing-masing mendapat 50% di kedua kategori.

Menunjukkan persepsi yang cukup merata, tapi bisa ditingkatkan agar lebih banyak peserta merasa sangat puas.

Hasil dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 9. Kegiatan Bersama peserta PKM



Gambar 10. Kegiatan Penyuluhan dan Sosialisasi

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sukarame menunjukkan bahwa generasi muda Karang Taruna memiliki potensi besar sebagai motor penggerak pengembangan desa wisata, khususnya melalui pemanfaatan teknologi pemasaran digital.

Beberapa poin penting yang dapat disimpulkan:

- Peningkatan Literasi Digital: Pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan pemahaman anggota Karang Taruna tentang

strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, dan pengelolaan platform digital.

- Pemanfaatan Teknologi: Generasi muda mulai aktif menggunakan media digital untuk mempromosikan potensi wisata lokal, seperti spot alam, budaya, dan produk UMKM, melalui Instagram, TikTok, dan Google Maps.

- Kolaborasi dan Kemandirian: Terjalin sinergi antara Karang Taruna, perangkat desa, dan pelaku wisata lokal dalam menyusun rencana promosi yang berkelanjutan, menunjukkan kemandirian dan inisiatif yang kuat dari pemuda desa.

- Dampak Sosial dan Ekonomi: Aktivitas ini membuka peluang peningkatan kunjungan wisata, yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat identitas budaya desa.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa penguatan kapasitas generasi muda melalui teknologi digital adalah langkah strategis dalam membangun desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat dan kebanggaan, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) UPI YAI di Desa Sukarame.

Terima kasih kami sampaikan kepada:

- Pemerintah Desa Sukarame atas sambutan hangat, dukungan penuh, dan kerja sama yang luar biasa selama kegiatan berlangsung.

- Warga Desa Sukarame yang telah menerima kami dengan tangan terbuka dan ikut aktif dalam setiap sesi kegiatan.

- Tim Dosen dan LPPM UPI YAI yang telah menunjukkan dedikasi, semangat, dan kepedulian sosial dalam mewujudkan program ini.

- Seluruh panitia dan relawan yang telah bekerja keras di balik layar demi kelancaran dan kesuksesan acara.

Kegiatan ini bukan hanya menjadi wujud nyata dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, tetapi juga menjadi jembatan silaturahmi dan kolaborasi antara dunia akademik dan masyarakat.

Semoga ilmu, pengalaman, dan kebersamaan yang terjalin selama kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi Desa

Sukarame dan menjadi inspirasi bagi kegiatan-kegiatan serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Al Amin, I. H., Handayani, D., Handoyo, J., Lutfi, M., Lusiana, V., & Hartono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata. *Jurnal Tomaega*, 7(3), 573–583. <https://ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega/article/download/2862/1323>

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1). <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr/article/download/19790/6406>

Sujana, B. J., Nursetiawan, I., & Sujai, I. (2023). Digitalisasi Desa dan Pengembangan Desa Wisata di Kalurahan Sambirejo. Universitas Galuh. <http://repository.unigal.ac.id/bitstream/handle/123456789/3142/19.pdf>

Susilo, H., Widodo, W., Mardiyah, S., Nusantara, W., & Mustakim, M. (2025). Pelibatan Karang Taruna dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Kabupaten Gresik. *Sosio Konsepsia*, 14(3). <https://e-journal.kemensos.go.id/index.php/jsk/article/view/3338>

Yuniarti, A., Faisal, F., Nur, A. W., Prayudhi, P., & Pratiwi, F. (2024). Mengoptimalkan Potensi Pariwisata di Desa Waetuwo Melalui Pemasaran Digital. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(4), 2130–2139. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i4.1174>