

PELATIHAN DAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DESA WISATA CANDIPARI, KABUPATEN SIDOARJO

Sultoni Fikri, Rahadyan Widarshadhika Wisnumurti, Narendra Putra Anugrah, Vanya
Agatha Hendarto, Cindi Widya Ningrum, Nabila Assegaff

Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

e-mail: vanyaagatha11@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah berdampak signifikan pada industri pariwisata, di mana media sosial menjadi alat penting dalam mempromosikan destinasi wisata. Artikel ini membahas program Pelatihan dan Pengelolaan Media Sosial yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya di Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat desa dalam menggunakan media sosial untuk promosi wisata. Melalui serangkaian kegiatan seperti pembuatan website, akun Instagram, Shopee, dan TikTok, serta pelatihan tentang pemasaran digital dan videografi, diharapkan desa wisata ini mampu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial dan e-commerce, yang berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan visibilitas Desa Wisata Candipari. Pelatihan ini juga mencakup materi tentang marketing mix, teknik pembuatan konten, dan analisis kinerja promosi, yang semuanya bertujuan untuk mengoptimalkan potensi pariwisata desa. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan individu tetapi juga memperkuat kolaborasi antarwarga dalam mengembangkan potensi desa mereka secara berkelanjutan.

Kata Kunci: media sosial, pemasaran digital, pariwisata, Desa Wisata Candipari,

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan industri pariwisata. Banyak objek atau destinasi wisata menjadi viral atau dikenal masyarakat luas karena masuk dalam konten di media sosial. Melihat fakta tersebut, kini media sosial seperti *Instagram*, *Shopee*, *Tiktok* bukan hanya sebagai sarana tempat berkreasi, berbisnis, promosi dan menunjukkan eksistensi diri atau membangun citra diri. Dengan sifatnya yang murah dan terbuka, media sosial telah tumbuh menjadi pasar yang luar biasa, sehingga semakin menarik perhatian. Berubahnya perilaku wisatawan dan perkembangan teknologi turut menjadi alasan mengapa pemasaran dengan bantuan teknologi menjadi penting untuk diterapkan oleh Desa Wisata. Dengan strategi pemasaran digital, desa wisata diharapkan mampu mengidentifikasi keunggulan serta memiliki daya saing dibandingkan dengan desa wisata lainnya.

Pemasaran digital juga memungkinkan desa wisata untuk mengukur keberhasilan pemasaran dengan baik karena mudah mengukur tingkat interaksi pelanggan dengan konten yang disediakan. Pemasaran digital dapat membantu masyarakat desa wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Ini juga dapat membantu desa wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo untuk mengetahui bagaimana konsumen menggunakan media sosial dalam keputusan pembelian mereka dan bagaimana menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut. Selain memahami bagaimana strategi pemasaran digital dan manfaat yang diterima, masyarakat desa wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo juga diharapkan mampu merencanakan dan mengimplementasi strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial.

Media sosial dijelaskan memiliki dampak positif terhadap minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi.

Permasalahan yang umum terjadi yang dihadapi oleh kebanyakan masyarakat pada umumnya yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo, adalah lemahnya pemahaman dan aplikasi dalam strategi pemasaran dan penggunaan metode pemasaran yang efektif dan tepat untuk mempromosikan desa wisata. Digitalisasi yang berkembang tidak dipahami sebagai suatu peluang yang cukup efektif dalam memperkenalkan desa wisata yang dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital. Bisa dikatakan permasalahan yang dihadapi oleh Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo: (1) Kurangnya pemahaman mengenai promosi pemasaran; (2) Tidak memahami konsep digitalisasi dalam pemasaran; (3) Kurangnya pemahaman manfaat promosi pemasaran melalui media sosial; (4) Tidak dimanfaatkannya media internet dan smartphone sebagai sarana efektif dalam mempromosikan desa wisata.

Pelaksanaan program Pelatihan dan Pengelolaan Media Sosial Desa Wisata Candipari dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata-Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN-MBKM) dengan dasar pemikiran bahwa teknologi informasi dan komunikasi sudah berkembang sedemikian rupa, bahwa internet memiliki peran yang cukup signifikan dalam komunikasi pemasaran di era digital, dimana informasi tersedia dan bisa diakses kapan dan dimanapun secara langsung. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pemasaran desa wisata mutlak untuk dilakukan, sebagai media untuk mendekatkan kepada pasar potensial. Tujuan dari kegiatan KKN-MBKM ini memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang media sosial dan untuk mengembangkan Desa Candipari sebagai destinasi wisata yang dikenal di kalangan luar. Pelatihan ini diperlukan untuk optimalisasi peluang serta potensi yang dimiliki oleh Desa Candipari, Kabupaten Sidoarjo sebagai Desa Wisata.

Target dari program KKN-MBKM Mahasiswa/i Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya pada masyarakat Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo adalah: (1) Pembuatan website, akun *Instagram*, *shopee*, dan *tiktok* desa wisata sebagai media *branding* dan promosi, karena hingga saat ini promosi daya tarik wisata yang ada di Desa Wisata candipari Sidoarjo belum optimal. Oleh karena itu perlu adanya website, *Instagram*, *shopee*, *tiktok* khusus yang terkait dengan keberadaan candipari sebagai Desa Wisata yang bertujuan sebagai media informasi, administrasi dan promosi. (2) Pemberian materi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada para pengelola Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo, serta pelatihan kepada pengelola Desa Wisata Candipari mengenai pemanfaatan media sosial untuk promosi pemasaran. Dalam pelaksanaannya diawali dengan identifikasi penggunaan media promosi pemasaran untuk produk Desa Wisata Candipari, seperti produk Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sudah lama dimiliki oleh masyarakat, ataupun produk langsung Lembaga desa wisata seperti paket wisata edukasi di Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo.

Pelatihan ini meliputi materi mengenai dasar-dasar promosi pemasaran dan pemasaran digital. Materi yang terkait dalam pelatihan ini adalah marketing mix atau yang disebut pemasaran yang merupakan variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh lembaga penyelenggara jasa, termasuk dalam hal jasa pariwisata yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Harga merupakan salah satu bagian pemasaran yang penting dalam pemasaran produk. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, terlebih lagi dalam penentuan harga jual untuk produk desa wisata. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membelinya. Pemaparan materi mengenai konsep pemasaran digital dan berbagai media online untuk pemasaran digital. Materi dalam pelatihan ini adalah pengambilan gambar dan video yang kemudian dilakukan proses pengeditan, penyuntingan, pemotongan dan penggabungan beberapa video yang kemudian video atau gambar tersebut untuk menjadi konten dalam media promosi online seperti Instagram, Shopee, tiktok.

METODE

Saat ini penggunaan media sosial khususnya di Indonesia melejit dengan pesat, maka kini promosi digital melalui media sosial banyak dilakukan. Kita mengenal profesi baru seperti content creator dan influencer. Mereka kini banyak digunakan sebagai ajang promosi aneka produk dan jasa. Profesi ini bahkan kini lebih populer dibandingkan artis televisi. Untuk itu saat ini promosi via media sosial bisa dilakukan oleh berbagai produk dan jasa. Untuk itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini mengambil judul “Pelatihan Dan Pengelolaan Media Sosial Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo”.

Kegiatan ini dilakukan berbentuk sosialisasi yang berlangsung kurang lebih selama 2 jam dan akan diikuti dengan penyelenggaraan *Coaching Session* pada Jumat 26 April 2024. Sasaran sosialisasi dan coaching session pengelolaan media sosial merupakan masyarakat desa wisata candipari. Desa Wisata ini merupakan bentuk swadana dan swadaya dari masyarakat kabupaten Sidoarjo. *Coaching Session* dilakukan karena banyak dari peserta ternyata belum memahami secara keseluruhan terkait mekanisme dan sistem kerja sosial media dalam promosi.

Materi pelatihan dan pengelolaan media sosial desa wisata candipari Sidoarjo terbagi dalam tempat (4) bagian yaitu

1. Pemaparan materi pelatihan dan pengelolaan media sosial melalui power point yang dibawakan oleh mahasiswa/i.
2. Tanya jawab serta diskusi antar pemateri dan peserta setelah sesi materi yang dibimbing oleh dosen.
3. Evaluasi tingkat ketercapaian kegiatan sosialisasi.
4. Tim sosialisasi terdiri dari mahasiswa KKN dan Dosen Fakultas Hukum Untag.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Candipari di Sidoarjo benar-benar menawarkan potensi besar sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan. Dengan menggabungkan keindahan alamnya, warisan budayanya, serta upaya pelestarian dan pengelolaan yang baik, desa ini memiliki pondasi yang kuat untuk menjadi tujuan wisata yang diminati oleh banyak orang. Keberhasilan Desa Candipari sebagai destinasi wisata tidak bisa dilepaskan dari penjagaan dan pelestarian warisan budayanya. Dengan mempertahankan keaslian dan keindahan dari Candi Candipari dan Candi Sumur, desa ini menarik minat tidak hanya dari wisatawan lokal, tetapi juga dari wisatawan mancanegara yang tertarik dengan sejarah dan budaya Jawa Timur. Upaya pelestarian yang berkelanjutan akan menjadi kunci untuk memastikan bahwa warisan budaya ini tetap lestari dan menarik bagi generasi mendatang. Aksesibilitas menuju lokasi candi juga sangat penting. Fasilitas yang memadai untuk kendaraan pribadi maupun transportasi umum akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi Desa Candipari. Hal ini juga menciptakan kesempatan bagi pengusaha lokal untuk menawarkan layanan transportasi atau penyewaan kendaraan kepada pengunjung. Keberadaan wisata juga menjadi pendorong utama. Peluang usaha di sekitar candi menunjukkan potensi ekonomi yang besar bagi masyarakat desa. Namun, untuk memaksimalkan manfaat ekonomi ini, diperlukan pendekatan yang terencana dan berkelanjutan. Misalnya, pelatihan dalam pengelolaan media sosial dapat membantu mengembangkan bisnis lokal dengan cara yang lebih efektif, mengingat perdagangan elektronik mendukung desain dan konsep efisien, seperti “*just-in-time, quick response dan concurrent engineering*” (Purnastuti 2004). Yang mana semua hal tersebut berorientasi pada koordinasi dan integrasi berbagai aspek pada proses produksi dan distribusi. Dengan memanfaatkan platform seperti *Instagram* dan *TikTok*, pemilik usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan menarik lebih banyak pengunjung ke Desa Candipari. Program pelatihan media sosial juga

tidak hanya bermanfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi masyarakat desa secara keseluruhan. Dengan memperoleh keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik dan strategi pemasaran yang tepat, mereka dapat turut berkontribusi dalam mempromosikan desa mereka sebagai destinasi wisata yang menarik. Ini juga menciptakan peluang kerja lokal dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan ekonomi mereka sendiri. Secara keseluruhan, melalui upaya bersama dalam pelestarian warisan budaya, penyediaan aksesibilitas yang baik, dan pengembangan ekonomi lokal melalui pemanfaatan media sosial, Desa Candipari memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata yang lebih dikenal baik di tingkat regional maupun nasional. Dengan pendekatan yang terencana dan berkelanjutan, desa ini dapat terus berkembang sebagai tujuan wisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat lokalnya. Selain *Instagram*, *Tiktok* juga dianggap sebagai media yang tepat untuk mempromosikan pariwisata, bahkan Kementerian Pariwisata telah memperkenalkan *Tiktok Wonderful Indonesia* sebagai bentuk promosi wisata era *tourism* (Arkansyah, Prasetyo, and Amina 2021).

Tim KKN telah meluncurkan serangkaian program pengembangan yang bertujuan untuk meningkatkan potensi ekonomi dan pariwisata lokal di desa wisata Candipari Sidoarjo. Program pengembangan yang diluncurkan oleh Tim KKN di desa wisata Candipari Sidoarjo mencakup tiga aspek utama yang bertujuan untuk meningkatkan potensi ekonomi dan pariwisata lokal. Adapun materi utama dari pelatihan dan pengelolaan media sosial desa wisata Candipari Sidoarjo adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan E-Commerce

Menurut Fahmayanti, manajemen waktu setiap individu menyesuaikan pada kebutuhan utama masing-masing individu. Motivasi turut mendukung subjek dalam mengatur waktu. Memilih mendahulukan sesuatu yang menurut kebutuhan yang paling dasar sebagai individu dalam mengatur waktu menjadi hal yang sulit ketika individu memilih untuk berwirausaha sebagai prioritas utamanya (Fahmayanti 2016). Dalam pelatihan *e-commerce*, UMKM lokal diberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep dasar *e-commerce*, termasuk cara pembuatan toko online, manajemen inventaris, dan strategi pemasaran. Melalui praktik langsung menggunakan platform *e-commerce* populer seperti Tokopedia atau Shopee dan Instagram, UMKM dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam pasar online, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dan daya saing bisnis mereka.

- a. Program ini memberikan pelatihan yang komprehensif kepada UMKM lokal mengenai konsep dasar *e-commerce*.
- b. Peserta akan belajar cara membuat toko online, manajemen inventaris, dan strategi pemasaran yang efektif.
- c. Penggunaan langsung platform *e-commerce* populer seperti Tokopedia, Shopee, dan Instagram memberikan kesempatan kepada UMKM untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam pasar online.



Gambar 1: Pelatihan E-Commerce

2. Pelatihan Dan Pengelolaan Media Sosial Desa Wisata

Pelatihan dan pengelolaan media sosial Desa Wisata bertujuan untuk meningkatkan promosi pariwisata lokal secara lebih efektif dan efisien. Dalam pelatihan ini, peserta diberikan materi yang komprehensif tentang strategi penggunaan media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata mereka. Materi yang disampaikan mencakup berbagai aspek, mulai dari pembuatan konten yang menarik dan berkualitas, manajemen akun media sosial, hingga analisis kinerja untuk mengukur efektivitas dari upaya promosi yang telah dilakukan. Pembuatan konten yang menarik menjadi salah satu fokus utama dalam pelatihan ini, karena konten yang berkualitas dapat menarik perhatian lebih banyak wisatawan potensial. Selain itu, peserta juga diajarkan tentang pentingnya manajemen akun yang baik, termasuk bagaimana cara berinteraksi dengan pengikut, merespons komentar, dan memanfaatkan fitur-fitur terbaru di platform media sosial. Analisis kinerja juga menjadi bagian penting dari pelatihan, di mana peserta diajarkan cara menggunakan alat analisis untuk mengukur sejauh mana upaya promosi mereka berhasil. Dengan memahami data analitik, peserta dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam mengembangkan strategi promosi di masa mendatang. konsep kewirausahaan juga diperkenalkan sebagai langkah-langkah di mana individu maupun kelompok dapat memanfaatkan peluang usaha yang ada untuk menciptakan nilai tambah yang memenuhi kebutuhan serta keinginan pasar. Kewirausahaan ini melibatkan inovasi dan pendekatan yang unik, tanpa terlalu mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang ada saat ini. Dengan memperkuat keterampilan dalam pengelolaan media sosial dan kewirausahaan, para pengelola dan pelaku wisata dapat meningkatkan visibilitas destinasi mereka, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal.

Desa Wisata Candipari dan interaksi dengan pengikut di platform media sosial, sehingga dapat mensinergikan keterampilan dalam menggunakan media sosial dan kewirausahaan (Darwis et al. 2022). Adapun demikian, hal ini berhubungan dengan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menunjang efektivitas pengelolaan kewirausahaan, yaitu penggunaan infrastruktur digital pada kewirausahaan. Infrastruktur yang dimaksud adalah infrastruktur telekomunikasi Untuk itu diperlukan pelatihan berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia dan penyediaan sarana pendukung (nurmawati 2023). Terdapat 8 faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan, salah satu diantaranya merupakan kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi dalam kewirausahaan akan memberikan banyak manfaat positif bagi keberhasilan usaha dan dapat menyampaikan banyak kemudahan dan melakukan aktivitas berwirausaha, seperti kemudahan pada mengakses isu, ekspansi

jaringan dan juga untuk berkomunikasi. Maka itulah kemunculan media sosial bisa menjadi solusi yang efektif pada menjalankan perjuangan berbasis teknologi. (Addin 2022)

- a. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan promosi pariwisata lokal melalui media sosial.
- b. Peserta akan diajarkan strategi penggunaan media sosial yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata.
- c. Hal ini mencakup pembuatan konten menarik, manajemen akun, dan analisis kinerja.



Gambar 2: Pelatihan dan pengelolaan Media sosial desa wisata

3. Pelatihan Videografi

Pelatihan videografi juga memberikan manfaat besar bagi pengembangan komunitas, terutama dalam konteks promosi dan pemasaran destinasi wisata lokal. Materi yang disampaikan meliputi teknik dasar videografi, termasuk komposisi gambar yang baik, pencahayaan yang tepat, dan teknik editing sederhana yang dapat meningkatkan kualitas video yang dihasilkan. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, penting adanya motivasi agar setiap kegiatan dapat berjalan dengan lancar sesuai keinginan dan menghasilkan hasil yang maksimal. Oleh karena itu, dalam konteks pengembangan Desa Wisata Candipari, pelatihan videografi ini merupakan langkah penyempurna yang sangat diperlukan untuk melengkapi serta menyempurnakan strategi baru dalam berwirausaha dan meningkatkan kualitas promosi desa wisata. Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk berlatih langsung dalam pembuatan video promosi, sehingga mereka dapat mengaplikasikan teori yang telah dipelajari. Dengan keterampilan videografi yang mumpuni, masyarakat dapat memproduksi konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi. Konten ini kemudian dapat digunakan untuk memperluas pemasaran destinasi wisata secara online, menarik lebih banyak wisatawan, dan meningkatkan visibilitas desa wisata. Keterampilan ini tidak hanya bermanfaat untuk promosi pariwisata, tetapi juga membuka peluang baru bagi masyarakat dalam bidang kreatif dan digital.

- a. Program ini memiliki manfaat besar dalam pengembangan komunitas dalam hal produksi konten visual yang menarik.
- b. Peserta akan diberi pelatihan tentang teknik dasar videografi, termasuk komposisi gambar, pencahayaan, dan teknik editing sederhana.

Melalui ketiga program kerja ini, tim KKN berharap para peserta berhasil memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berharga dalam memanfaatkan teknologi dan media untuk

mengembangkan bisnis serta mempromosikan pariwisata lokal secara lebih efektif. Program-program tersebut dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai cara menggunakan alat digital dan platform media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata di Desa Candipari, Sidoarjo. Diharapkan bahwa penerapan praktik-praktik yang dipelajari selama program akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi di desa tersebut. Dengan pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan, peserta diharapkan mampu membuat konten promosi yang menarik dan berkualitas tinggi, memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Keterampilan dalam menggunakan teknologi juga diharapkan dapat membuka peluang baru bagi pengembangan usaha lokal, seperti kerajinan tangan, produk kuliner, dan layanan pariwisata yang dapat dipasarkan secara online. Tim KKN percaya bahwa dengan menguasai teknologi dan media, masyarakat Desa Candipari akan lebih siap menghadapi tantangan ekonomi masa depan dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Implementasi program-program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan individu peserta, tetapi juga untuk memperkuat kolaborasi antarwarga dalam mengembangkan potensi desa mereka. Keberhasilan program ini akan menjadi langkah penting menuju pembangunan desa yang berkelanjutan dan mandiri, sekaligus memperkuat identitas budaya dan keunikan lokal yang menjadi daya tarik wisata.



Gambar 3: Pelatihan videografis

KESIMPULAN

Melalui pelaksanaan program Pelatihan dan Pengelolaan Media Sosial Desa Wisata Candipari Sidoarjo, tim KKN telah memberikan kontribusi dalam pengembangan potensi ekonomi dan pariwisata lokal. Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Melalui pelatihan *e-commerce*, pengelolaan media sosial, dan videografi, peserta berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi dan media untuk mengembangkan bisnis serta mempromosikan pariwisata. Diharapkan bahwa hal ini akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan pendapatan dan daya saing masyarakat lokal. Dengan memperkuat strategi promosi melalui media sosial, Desa Wisata Candipari Sidoarjo diharapkan dapat meningkatkan visibilitasnya di kalangan wisatawan potensial. Melalui konten yang menarik dan interaktif, diharapkan dapat menarik minat lebih banyak pengunjung untuk mengunjungi dan mengenal potensi wisata yang dimiliki desa ini. Selanjutnya, pelatihan *e-commerce* memberikan peluang baru bagi UMKM lokal untuk terlibat secara aktif dalam pasar online. Dengan meningkatkan keterampilan dalam mengelola toko online dan memasarkan produk secara digital, diharapkan UMKM dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Addin, Syahrial. 2022. "Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)." *Jurnal Mitra Manajemen* 5(10): 718–35.
- Arkansyah, Mochammad, Dwi Prasetyo, and N. W. Ratna Amina. 2021. "Utilization of Tik Tok Social Media as A Media for Promotion of Hidden Paradise Tourism in Indonesia." *SSRN Electronic Journal* (2018).
- Darwis, Rudi Saprudin, Yurika Shafa Miranti, Shahnaz Raisya Saffana, and Shafa Yuandina. 2022. "Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat." *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 4(2): 135.
- Fahmayanti, Nufaila. 2016. "Motivasi Dan Manajemen Waktu Pada Mahasiswa Wirausaha." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 4(4): 586–95.
- nurmadewi, Dita. 2023. "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Desa Wisata Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso Jawa Timur ." *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* 2: 385–92.
- Purnastuti, Losina. 2004. "Perdagangan Elektronik: Suatu Bentuk... -- Losina Purnastuti." *PERDAGANGAN ELEKTRONIK: SUATU BENTUK PASAR BARU YANG MENJANJIKAN?* Oleh: 1(1): 1–13.