

STRATEGI DIGITALISASI DALAM PEMASARAN: PEMBERDAYAAN TERHADAP KELOMPOK SADAR WISATA DESA WISATA DAN BUDAYA ARGOSARI DALAM RANGKA REVITALISASI OBJEK WISATA B-29

Anggraini Nawal¹, Devi Shinta², Fajar Nur³, Itsnayni Aniyah⁴, Muhammad Rofiq⁵, Nadidah Nur⁶, Rina Erfiana⁷, Rizki Ramadhan⁸, Machfud Bachtiyar^{9*}

¹Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

²Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,

³Hukum Tata Negara (Siyasah), Fakultas Syariah dan Hukum,

⁴Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,

⁵Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan,

⁶Jurusan Ilmu Alqur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat,

⁷Jurusan Pendidikan Islam Anak Dini, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,

⁸Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Indonesia

*Email Korespodensi : bachtiyar.machfud@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program pemberdayaan masyarakat melalui digitalisasi pemasaran pada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata dan Budaya Argosari, Lumajang. Metode yang digunakan adalah Asset Based Community Development (ABCD) melalui kuesioner evaluasi dengan skala Guttman, yang mencakup lima aspek: pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, dan sintesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas peserta dapat mengingat dan memahami informasi yang dipelajari dengan baik. Dalam aspek pengetahuan, 40% peserta dapat dengan baik mengingat informasi yang telah dipelajari dan 60% cukup mengingat informasi yang telah dipelajari. Dalam aspek pemahaman 67% peserta dapat dengan baik menjelaskan kembali informasi yang telah dipelajari melalui kata kata sendiri, dan 33% peserta menyatakan cukup dalam menjelaskan kembali informasi yang telah dipelajari melalui kata kata sendiri. Dalam aspek penerapan, 47% peserta dapat dengan baik menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan, dan 47% peserta dapat dengan cukup menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan, dan 6% peserta kurang bisa menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan. Pada aspek analisis, 60% peserta dapat dengan baik menemukan hubungan antara informasi yang telah dipelajari, dan 40% peserta dapat dengan cukup menemukan hubungan antara informasi yang telah dipelajari.

Kata kunci: Digitalisasi, Desa Wisata, POKDARWIS

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of the community empowerment program through marketing digitalization at the Tourism Awareness Group (POKDARWIS) of Argosari Tourism and Culture Village, Lumajang. The method used is Asset Based

Article History

Received: Februari 2025

Reviewed: Februari 2025

Published: Februari 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Community Development (ABCD) through an evaluation questionnaire with a Guttman scale, which includes five aspects: knowledge, understanding, application, analysis, and synthesis. The results showed that the majority of participants could remember and understand the information learned well. In the knowledge aspect, 40% of the participants could well remember the learned information and 60% could sufficiently remember the learned information. In the aspect of understanding, 67% of participants can well explain the information that has been learned through their own words, and 33% of participants stated that they were sufficient in explaining the information that has been learned through their own words. In the application aspect, 47% of the participants could well use the learned information for sustainability, and 47% of the participants could sufficiently use the learned information for sustainability, and 6% of the participants were less able to use the learned information for sustainability. In the analysis aspect, 60% of the participants could well find the relationship between the information that had been learned, and 40% of the participants could moderately find the relationship between the information that had been learned.

Keywords: Digitalization, Tourism Village, POKDARWIS

1. PENDAHULUAN

Desa wisata dan budaya merupakan bagian dari pengembangan pada bidang industri pariwisata di suatu daerah. Desa wisata merupakan sebuah integrasi yang menggabungkan atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung, disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang harmonis dengan adat dan tradisi setempat (Bantenese et al. 2024). Desa wisata dan budaya juga memiliki pengertian sebagai salah satu jenis kompleks pedesaan yang menawarkan ciri khas tersendiri dari berbagai aspek, mulai dari aspek sosial budaya, tradisi, kebiasaan, dan tatanan tradisional. Desa wisata menawarkan konsep *sustainable development* yang merupakan salah satu dari agenda global. Desa wisata dan budaya mempunyai empat komponen pembentuk yang terdiri atas edukasi wisatawan, manajemen dan keterlibatan masyarakat, peningkatan pendapatan masyarakat, dan kemitraan.

Salah satu desa wisata dan budaya yang menjadi pembahasan kali ini adalah Desa Argosari yang terletak di Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur, Indonesia. Desa Argosari ini terdiri atas empat dusun, yaitu Argosari atau Krajan, Bakalan, Gedok, dan Pusung Duwur. Karakteristik penduduk desa ini adalah mayoritas bersuku Tengger dan beragama Hindu, kecuali Dusun Gedok yang mayoritas menganut agama Islam. Mata pencaharian penduduk di desa ini adalah petani sayuran, seperti kubis, bawang, kentang, dan wortel.

Salah satu objek wisata di Desa Argosari yang menjadi surga bagi para pelancong adalah Puncak B-29, yang merupakan puncak tertinggi di kawasan lautan pasir Bromo dengan ketinggian +2.900 mdpl. Puncak B-29 ini menawarkan pemandangan yang indah yang diselimuti kabut dengan udara yang sangat sejuk. Selain itu, hamparan dataran tinggi dengan ditanami bawang pre, kubis kentang, wortel dan stroberi menambah keindahan yang sangat menawan dan luar biasa.

Dengan potensi keindahan wisata yang demikian, tentunya diharapkan pengelolaan pariwisata dapat dilakukan sebaik mungkin untuk mendorong minat wisatawan berkunjung, dan melihat maraknya antusias pengguna media sosial dalam memperoleh informasi secara mudah dan cepat, penggunaan strategi *branding* melalui video promosi yang ditawarkan di media sosial

diharapkan dapat meningkatkan kuantitas pengunjung. Melalui pendekatan *smart tourism* yang diterapkan sebagai *branding*, pengelolaan wisata terkait pemasaran dilakukan secara digital atau bisa disebut digitalisasi wisata.

Salah satu program yang bertujuan untuk mengaplikasikan teknologi dan ilmu pengetahuan secara langsung kepada masyarakat adalah Pengabdian kepada Masyarakat. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi sangat krusial untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Terutama dalam sektor pariwisata, yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam teknologi informasi guna mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada (Mardialina 2018).

Salah satu cara untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi pariwisata adalah melalui program workshop digital marketing pariwisata. Dalam workshop ini, peserta akan mendapatkan pelatihan mengenai penggunaan media digital untuk promosi pariwisata, seperti media sosial, website, dan platform digital lainnya. Diharapkan melalui pelatihan ini, masyarakat dapat memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dan efisien untuk mempromosikan objek wisata yang ada (Fajri 2024).

Adanya transformasi digital di era perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat dijadikan sebagai terobosan untuk membidik pasar industri khususnya melihat potensi objek wisata yang telah disebutkan sebelumnya. Digitalisasi wisata dapat memberikan berbagai opsi dalam hal pemasaran, opsi tersebut dapat memberikan kemudahan pengunjung dalam memperoleh informasi terkait destinasi wisata yang ditawarkan. Selain itu, juga dapat membantu para pengunjung dalam hal mempersiapkan estimasi biaya yang dikeluarkan. Digitalisasi wisata juga merupakan strategi yang penting dalam mempromosikan objek wisata yang dapat berdampak terhadap pengembangan potensi wisata, dalam hal ini adalah Puncak B-29 di Desa Wisata dan Budaya Argosari.

Konsep digitalisasi wisata di Desa Argosari sebenarnya sudah tersedia baik itu media sosial dan *platform online* berupa *website*. Namun, pada penerapannya masih belum bisa diterapkan secara maksimal karena beberapa hal, baik itu permasalahan sumber daya manusia maupun permasalahan pengetahuan dan teknologi. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu anggota Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) ditemukan fakta bahwa masih banyak ditemukan beberapa kekurangan dalam hal pengelolaan dan pemasaran wisata Puncak B-29, masalah tersebut bermula karena adanya penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat virus COVID-19, kondisi yang demikian semakin kompleks karena kurangnya komunikasi dan koordinasi antar anggota Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan kurangnya keterlibatan oleh pihak-pihak yang berkepentingan seperti komunitas ojek, karang taruna, bumdes, dan masyarakat setempat yang selama ini cenderung bersikap individual.

Berdasarkan pemaparan masalah dan pemetaan aset yang dijelaskan sebelumnya, peneliti dapat merumuskan beberapa masalah dari penelitian ini adalah bagaimana upaya pemberdayaan kepada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) berbasis *Asset Based Community Development* (ABCD) terhadap penerapan strategi digitalisasi dalam pemasaran objek wisata B-29?

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh (Endah 2020) terkait pemberdayaan masyarakat dapat disimpulkan sebagai upaya untuk menghidupkan kembali potensi yang ada dalam individu atau kelompok. Hal ini dilakukan melalui pemberian dorongan dan kesadaran terhadap potensi yang dimiliki, dengan tujuan mencapai perubahan positif dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pemberdayaan ini bertujuan agar masyarakat memiliki kemampuan untuk merubah dan memperbaiki kondisi kehidupan mereka, sehingga masyarakat yang lebih berdaya guna. Melalui program pemberdayaan terhadap Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), perubahan sosial atau tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Pengelolaan Desa Wisata berupa peningkatan daya tarik wisata dengan strategi *branding* melalui video promosi yang ditawarkan di media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengakuan *brand* desa wisata, meningkatkan pendapatan ekonomi local, meningkatkan kompetensi digital masyarakat desa.
2. Program ketersediaan infrastruktur berupa pembenahan akses jalan yang baik dan perbaikan fasilitas, bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas pengunjung dan daya saing desa wisata, menyediakan fasilitas wisata yang memadai, juga meningkatkan pelayanan dan kepuasan wisatawan, serta mendukung kelancaran operasional dan keamanan, dan mendorong perwujudan pariwisata berkelanjutan.
3. Program digitalisasi wisata berupa pembuatan video promosi online, ketersediaan informasi pada *platform online* dan pembuatan *website*, bertujuan untuk meningkatkan eksposur dan promosi desa wisata, dan menyediakan informasi yang mudah diakses oleh para wisatawan.
4. Pengelolaan digitalisasi wisata berupa pembentukan tim pengelola wisata B-29 yang terstruktur dengan baik dan terdapat pelatihan dan sosialisasi mengenai digitalisasi wisata pada masyarakat, bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan koordinasi serta meningkatkan kualitas layanan wisata yang disediakan oleh pengelola wisata.

Secara keseluruhan, program pemberdayaan masyarakat pada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang, bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata melalui strategi *branding* dengan video promosi di media sosial, yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengakuan *brand* desa wisata, serta meningkatkan pendapatan ekonomi lokal dan kompetensi digital masyarakat desa. Program ketersediaan infrastruktur, meliputi pembuatan akses jalan yang baik, perbaikan fasilitas, dan peningkatan pelayanan wisatawan, bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas pengunjung, daya saing desa wisata, serta mendukung pariwisata berkelanjutan melalui penyediaan fasilitas yang memadai dan peningkatan kepuasan wisatawan. Program digitalisasi wisata, termasuk pembuatan video promosi *online*, dan ketersediaan informasi pada *platform online*, bertujuan untuk meningkatkan eksposur dan promosi desa wisata, menyediakan informasi yang mudah diakses wisatawan, serta mengurangi antrian dan meningkatkan efisiensi operasional. Pengelolaan digitalisasi wisata juga mencakup pembentukan tim pengelola wisata B-29 yang terstruktur dengan baik serta pelatihan dan sosialisasi digitalisasi wisata pada masyarakat, untuk meningkatkan efisiensi dan koordinasi serta kualitas layanan wisata yang disediakan

2. BAHAN DAN METODE

Kegiatan KKN ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*) yaitu sebuah pendekatan dalam membantu masyarakat dengan melihat serta mengetahui kekuatan dan aset yang ada (*Half full half empty*) tanpa berfokus pada kekurangan untuk mewujudkan masyarakat yang lebih unggul. Aset yang dimiliki masyarakat dan program yang berkelanjutan adalah sebuah modal untuk melakukan perubahan agar wisata B-29 dapat kembali ramai seperti sedia kala. Digitalisasi ini merupakan salah satu dari proses perubahan tersebut. Kemudian, kegiatan pengabdian ini berupa pendampingan kepada pihak POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) agar dapat mewujudkan program tersebut dan mencapai hasil yang diimpikan atas potensi yang dimiliki.

Tahapan dalam pendekatan ABCD meliputi:

1. Tahap inkulturasi yang dimana pada tahap ini dilakukan survei lapangan serta melakukan pengenalan dengan seluruh petinggi desa. Pada saat yang bersamaan juga dilakukan pengenalan tradisi budaya oleh warga setempat;
2. Tahap *discovery* yang dimana tahap ini dilakukannya identifikasi masalah serta memetakan aset dan potensi yang dimiliki oleh desa. Aset yang dimiliki dapat berupa sumber daya

manusia maupun alam yang indah nan elok. Tahapan ini juga kerap dilakukan melalui wawancara dengan Kepala Desa atau pihak-pihak terkait;

3. Tahap *design* yang dimana berdasarkan hasil identifikasi aset pada tahap inkulturasi dan *discovery*, maka dapat merancang beberapa program yang relevan dengan masyarakat desa seperti pengembangan media sosial, pengembangan laman, sekaligus video promosi;
4. Tahap *define* kerap kali disebut dengan tahapan finalisasi produk atau proses pelaksanaan program yang telah dirancang pada tahap *design*;
5. Tahap *destiny* atau tahapan hasil dari program yang berjalan, tim POKDARWIS juga menerima umpan balik dari anggota KKN sehingga program-program yang dijalankan dapat berkelanjutan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Argosari merupakan desa yang terletak di Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Desa Argosari bisa ditempuh dalam kurun waktu kurang lebih 2 jam perjalanan darat dari Alun-Alun Lumajang. Desa Argosari tidak hanya memiliki pemandangan yang indah dan suasana sejuk, tetapi juga memiliki kehidupan masyarakat yang masih memegang teguh pada adat dan budaya leluhur yang bisa menjadi daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Desa yang terletak di dataran tinggi dan dekat Kaldera Tengger ini menjadi salah satu desa yang ditinggali oleh Suku Tengger atau biasa disebut wong (orang) Tengger dengan mayoritas beragama Hindu yang masih kental dengan adat dan budaya. Agama Hindu yang dianut suku Tengger mengalami akulturasi dengan budaya asli Tengger. Seperti dalam penggunaan kalimat sapaan "hong ulun basuki langgeng" yang memiliki arti yakni Tuhan tetap memberikan keselamatan yang kekal kepada kita. Masyarakat Tengger menganggap Gunung Bromo atau Gunung Brahma adalah gunung suci sehingga setiap hari-hari tertentu akan diadakan upacara khusus untuk menghormati gunung tersebut. Dalam menjalankan setiap upacara adat, Masyarakat Tengger akan dipimpin oleh pemuka agama hindu yang dijuluki dengan sebutan "Romo Dukun".

Desa Argosari memiliki luas wilayah 3366,89 Ha dengan penduduk sekitar 4780 jiwa, Desa Argosari terbagi menjadi 4 dusun yang terdiri dari:

- Dusun Krajan
- Dusun Bakalan
- Dusun Gedog
- Dusun Pusung Duwur

Berdasarkan letak geografisnya yang berada di dataran tinggi, Penduduk di Desa Argosari mayoritas bermata pencaharian sebagai petani atau pekebun dengan menanam kentang, bawang prei, dan kubis. Di Desa Argosari terdapat Petilasan yang merupakan tempat pusat ibadah masyarakat hindu yang terletak di Puncak B-29. Petilasan ini juga merupakan pintu gerbang setiap masyarakat hindu yang akan pergi ke gunung bromo untuk mengikuti Ritual Kasada yang dilaksanakan satu tahun satu kali. Jadwal pelaksanaan ritual Yadnya Kasada terjadi pada Bulan Kasada (Kesepuluh) hari ke 15 berdasarkan penanggalan Tengger. Upacara Kasada atau Yadnya Kasada merupakan sebuah ritual yang dilaksanakan sebagai rasa syukur dan pengharapan agar dihindarkan dari malapetaka. Upacara ini dilaksanakan dengan melarung hasil bumi ke dalam kawah Gunung Bromo. Ritual Yadnya Kasada diadakan sebagai perwujudan rasa syukur kepada Sang Hyang Widi, yang merupakan perwujudan dari Batara Brahma. Upacara adat ini diadakan di pura yang terletak di bawah kaki Gunung Bromo bagian utara yakni Pura Luhur Poten Bromo yang kemudian dilanjutkan ke puncak Gunung Bromo.

Dari sisi kebudayaan, pada mulanya Tengger merupakan tanah adat yang berasal dari tanah nenek moyang. Rumah adat yang ada di Tengger itu ada lima, namun dengan berkembangnya zaman, tiga rumah adat tersebut menjadi rumah modern sehingga menghilangkan unsur adat yang sangat kental di Tengger. Tengger terkenal dengan adat yang sangat kental sebelum adanya wisata-wisata modern seperti wisata Puncak B-29. Kebudayaan

yang masih ada terus dijaga dan dikembangkan oleh Masyarakat Tengger yang membuat perhatian masyarakat dari berbagai penjuru tertarik datang untuk melihat kebudayaan atau kesenian yang ada. Meski destinasi wisata seperti Puncak B-29 ini sudah banyak dikunjungi oleh orang, baik itu masyarakat dalam negeri maupun luar negeri.

Berdasarkan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan kebudayaan yang dimiliki oleh Desa Argosari, maka pada tahun 2024 Desa Argosari menjadi lokasi kelompok 33 dalam melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA). Kelompok 33 KKN UINSA telah melakukan survey untuk menggali informasi mengenai potensi Desa Argosari yang dapat dikembangkan. Berdasarkan hasil survei desa yang telah dilakukan, Kelompok 33 KKN UINSA menemukan berbagai potensi unggul Desa Argosari yang dapat dikembangkan salah satunya adalah desa itu sendiri sebagai desa wisata dan desa budaya.

Dari sisi pariwisata, Desa Argosari memiliki pemandangan yang indah serta suasana yang sejuk dan dingin karena letak desa tersebut yang berada di lereng Kaldera Tengger atau Gunung Bromo. Desa Argosari juga memiliki julukan yakni “Negeri di Atas Awan” karena pada saat mendung atau menjelang hujan, desa ditutupi oleh kabut tebal yang apabila dilihat menyerupai awan sehingga seakan-akan Desa Argosari berada di atas awan-awan tersebut. Pada saat perjalanan menuju Desa Argosari, para pelancong akan disugahi keindahan hutan-hutan yang berada di samping jalan dan bila beruntung bisa melihat Gunung Semeru secara jelas.

Di titik tertinggi dari Desa Argosari terdapat sebuah wisata yang sangat potensial yakni Puncak B-29. Puncak B-29 adalah puncak tertinggi di Kaldera Tengger dengan ketinggian sekitar 2.900 mdpl yang mana ketinggian Puncak B-29 lebih tinggi dari Gunung Bromo yang memiliki ketinggian 2393 mdpl. Di lokasi wisata Puncak B-29, para pelancong akan disugahi pemandangan perkebunan di sekitar tebing Kaldera Tengger serta beragam bunga di setiap tapak menuju Puncak B-29. Pemandangan Gunung Bromo terlihat sangat jelas di Puncak B-29 sehingga para pelancong bisa melihat keindahannya dan bersua foto yang estetik. Di Puncak B-29, para pelancong juga bisa melihat gunung semeru secara jelas meskipun jarak antara Puncak B-29 dengan Gunung Semeru sekitar 18 Km. Bagi yang ingin menginap untuk bisa melihat matahari terbit di Gunung Bromo, Puncak B-29 menyediakan lahan datar yang luas untuk dijadikan area perkemahan sehingga para pelancong bisa menikmati indahnya malam dan suasana dingin di area tersebut. Fasilitas yang ada di Puncak B-29 antara lain: parkir kendaraan yang luas di rest area, tukang ojek, warung makan, spot foto yang *instagrammable*, musholla, area perkemahan, dan kamar mandi. Pengelolaan wisata Puncak B-29 ditangani oleh masyarakat Desa Argosari melalui Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) bersama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang.

Meskipun wisata Puncak B-29 sangat potensial untuk dikunjungi banyak wisatawan tapi pada realitanya saat ini wisata tersebut sangat sepi pengunjung. Menurut survei yang kami lakukan dengan cara mendatangi tempat wisata tersebut dan bertanya kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai tempat wisata tersebut, kami mendapatkan kesimpulan mengenai penyebab Puncak B-29 sepi pengunjung. Penyebab Puncak B-29 sepi pengunjung antara lain: kualitas jalan yang kurang memadai, medan jalan yang berliku-liku yang mana tidak semua orang bisa melalui jalan tersebut, kurangnya promosi yang dilakukan POKDARWIS, disharmonisasi antara Pemerintah Desa Argosari dengan POKDARWIS dalam pengelolaan Puncak B-29, dan fasilitas di Puncak B-29 banyak yang kurang terawat dengan baik. Melihat realita yang telah disampaikan pada paragraf sebelumnya, maka Kelompok KKN 33 UINSA menawarkan Program Kerja (Proker) mengenai desa wisata dan desa budaya yakni revitalisasi obyek wisata Puncak B-29 di Desa Argosari melalui digitalisasi pemasaran. Selain itu, kami juga melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat seperti penanaman bibit pohon cemara di lereng pinggir jalan Desa Argosari yang rawan longsor dan mengadakan bimbingan belajar pada saat liburan sekolah.

Digitalisasi pemasaran yang dimaksud disini adalah perubahan bentuk promosi objek wisata dari yang sebelumnya berbentuk analog menjadi digital. Contoh perubahan dari analog ke digital adalah bentuk promosi objek wisata yang awalnya melalui pamflet, spanduk, dan

media sosial diubah menjadi promosi objek wisata melalui *website* dan media sosial. Keuntungan dari digitalisasi pemasaran adalah menghemat biaya promosi dan jangkauan promosi yang lebih luas daripada promosi secara analog. Pelaksanaan dilakukan dengan membuat video promosi mengenai Puncak B-29 yang menarik perhatian penonton dan menyebarkan ke seluruh penjuru media sosial. Selain itu, kami juga membuat *website* tentang Desa Argosari dan memperbarui tampilan akun-akun media sosial milik Desa Argosari yang menyediakan informasi tentang Puncak B-29 dan Desa Argosari secara terpadu.

Pelaksanaan Program Kerja tersebut diawali dengan meminta izin dan memaparkan Program Kerja kami kepada Perangkat Desa seperti Kepala Desa, Kepala Dusun Krajan dan Kepala Dusun Gedok, Sekretaris Desa, dan Perangkat Desa yang lain. Kemudian, kami memaparkan Program Kerja dan mengajak kerjasama dengan POKDARWIS dalam menjalankan Program Kerja tersebut. Setelah mendapatkan persetujuan dari pemangku kepentingan, kami mengunjungi Puncak B-29 untuk melihat kondisi obyek wisata tersebut. Dari kunjungan tersebut, kami mendapati bahwa kondisi jalan menuju Puncak B-29 rusak sehingga dengan sukarela kami membenahi jalan tersebut sesuai kemampuan kami. Selain itu, kami juga melakukan penanaman berbagai jenis bunga di lokasi wisata Puncak B-29. Kemudian kami memulai membuat video tentang Puncak B-29 mulai dari rute jalan menuju obyek wisata tersebut, panorama keindahan alam saat perjalanan menuju Puncak B-29, dan panorama sekitar obyek wisata B-29. Selain membuat video tentang Puncak B-29, kami juga membuat video tentang kegiatan budaya di Desa Argosari sebagai penunjang video tentang Puncak B-29. Kemudian, kami melakukan proses edit video untuk menghasilkan video yang bisa menarik perhatian penonton. Setelah video sudah siap diunggah, kami mengunggahnya di media sosial milik Desa Argosari serta mempromosikan di akun-akun media sosial lain yang memiliki jumlah pengikut yang tinggi dan dapat mempengaruhi penontonnya untuk mengunjungi Puncak B-29.

Langkah selanjutnya adalah membuat *website* tentang Desa Argosari dan memperbarui postingan di akun-akun media sosial milik Desa Argosari yang berguna untuk menunjang promosi Puncak B-29. Pada *website* ini terdapat Informasi seputar Desa Argosari serta artikel-artikel yang membahas tentang aktivitas yang dilakukan di Desa Argosari, kegiatan budaya Desa Argosari, dan tentang obyek wisata Puncak B-29. Setelah semua kegiatan pelaksanaan Program Kerja telah dikerjakan, kami melaksanakan pelatihan tentang penggunaan *website* dan media sosial yang diikuti oleh pengelola obyek wisata di Desa Argosari yakni POKDARWIS. Harapan setelah diadakan pelatihan ini adalah POKDARWIS bisa melanjutkan jalannya Program Kerja agar bermanfaat bagi seluruh masyarakat Argosari.

Pada sela-sela kegiatan Program Kerja desa wisata dan desa budaya, kami melaksanakan kegiatan penanaman pohon dan pembersihan bekas tanah longsor di lereng jalan Desa Argosari. Kegiatan ini kami lakukan sebagai upaya preventif dalam penanggulangan bencana. Mayoritas sisi jalan di Desa Argosari merupakan lereng bukit yang dijadikan kebun dan minim adanya pohon penyangga tanah sehingga lereng tersebut mudah mengalami longsor. Selain itu, ada beberapa bagian jalan yang masih terdapat bekas longsor sehingga mengganggu lalu lintas pengguna jalan. Oleh karena itu, dilakukan tindakan pembersihan jalan dari bekas longsor yang dilanjutkan dengan penanaman bibit pohon cemara di lereng bekas longsor sisi jalan Desa Argosari sehingga diharapkan dapat meminimalisir terjadinya tanah longsor.

Di bidang pendidikan, kami mengadakan bimbingan belajar pada saat liburan sekolah. Kegiatan bimbingan belajar ini diadakan untuk menaikkan minat belajar bagi anak-anak Desa Argosari karena berdasarkan survei yang kami lakukan, akses Desa Argosari mendapatkan buku sangatlah terbatas dan kekurangan tenaga pengajar yang berasal dari desa itu sendiri. Anak-anak Desa Argosari sangat antusias dengan adanya bimbingan belajar ini sehingga pada masa liburan sekolah ini, anak-anak mendapat ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi masa depan. Sebagai penutup dari kegiatan KKN ini, pada hari Rabu, tanggal 17 Juli 2024 kami mengadakan sosialisasi tentang Program Kerja yang dikerjakan selama di Desa Argosari. Sosialisasi ini dihadiri oleh perangkat desa mulai dari Ketua RT hingga Kepala Desa, POKDARWIS, dan masyarakat desa.

Sosialisasi ini menjelaskan pencapaian Program Kerja yang dikerjakan di Desa Argosari yang disertai dengan tanya jawab mengenai pelaksanaan Program Kerja tersebut, mulai dari penjelasan terkait dua program terkait tema tangguh bencana dan tema desa wisata.



Gambar 1. Pemaparan Hasil Program Kerja Tema Tangguh Bencana

Sosialisasi tersebut juga menjelaskan terkait digitalisasi, pentingnya digitalisasi, dan manfaat digitalisasi bagi pengembangan promosi atau pemasaran digitalisasi. Kemudian pemaparan materi dilanjutkan mengenai penggunaan *platform online* berupa *website* sebagai media promosi yang diharapkan dapat menjangkau wisatawan lebih luas lagi dari konten konten yang disebarluaskan dan berita terkini seputar destinasi wisata.



Gambar 2. Pemaparan Hasil Program Kerja *Platform Online Website*



Gambar 3. Pemaparan Hasil Program Kerja Digitalisasi dalam Pemasaran Desa Wisata

Setelah proses pemaparan materi, dilanjutkan dengan kegiatan tanya jawab dengan para peserta sosialisasi, Hasil sosialisasi dan diskusi program kerja KKN 33 UINSA di Desa Argosari, Kec. Senduro, Kab. Lumajang, membahas berbagai masalah dan solusi terkait pengembangan wisata B-29. Dalam sesi tanya jawab, penanya pertama, Bapak Sukrimat selaku Kepala Urusan mengusulkan pelatihan penanaman pohon, yang ditanggapi dengan jawaban bahwa bisa melakukan kerjasama dengan dinas lingkungan hidup di masa mendatang. Kemudian mengenai

tarif ojek yang melebihi kesepakatan, KKN 33 UINSA menyarankan untuk menerapkan sistem *e-ticketing* untuk memastikan tarif yang sesuai.

Penanya kedua, Bagus dari perwakilan KKN Universitas Jember bertanya terkait tips membuat video untuk masyarakat, yang ditanggapi dengan memanfaatkan teknologi sederhana dan memaksimalkan peran anak muda dalam mengelola media sosial. Anak-anak muda di desa Argosari sudah familiar dengan media sosial seperti TikTok dan Instagram, sehingga mereka dapat dilibatkan dalam proses digitalisasi.

Penanya ketiga, Bapak Sulistiyo menyoroti terkait penurunan jumlah pengunjung wisata B-29, atas keluhan tersebut KKN 33 UINSA mengusulkan promosi melalui media sosial dengan akun populer seperti @wisatalumajang dan @wisata_jatim untuk menaikkan *branding* dari objek wisata Puncak B-29. Selain itu, pelayanan dan pengelolaan oleh POKDARWIS perlu ditingkatkan, terutama dalam masalah tarif ojek. Disarankan juga untuk membuat sistem paket wisata untuk menarik lebih banyak pengunjung.

Penanya terakhir dari Bapak Buasan selaku ketua POKDARWIS menyampaikan bahwa mereka tidak kekurangan anggota tetapi memerlukan jejaring antar kota/provinsi dan penataan UMKM di sekitar wisata B-29. Masalah ojek yang tidak menaati peraturan juga menjadi perhatian utama, dan POKDARWIS menunggu pembentukan PERDES untuk menyelesaikan masalah ini. Kemudian Bapak Markatun selaku kepala desa menambahkan bahwa wisata B-29 akan segera ditata ulang, melakukan pertemuan dengan dinas pariwisata dan mengundang ketua POKDARWIS untuk membahas solusi lebih lanjut.

Harapannya setelah diadakan sosialisasi ini adalah masyarakat Desa Argosari mengetahui hasil dari Program Kerja ini dan melanjutkannya demi tercapainya kemakmuran di Desa Argosari, khususnya pemahaman terkait digitalisasi dalam pemasaran desa wisata. Perubahan yang diharapkan setelah diadakannya Program Kerja ini adalah kembalinya popularitas dari Puncak B-29 di kalangan wisatawan dan komunitas-komunitas pecinta alam sehingga Puncak B-29 kembali ramai seperti sedia kala dan bisa bersaing dengan wisata serupa. Dampak yang dapat ditimbulkan apabila Program Kerja berjalan dengan lancar adalah menaikkan taraf perekonomian masyarakat Desa Argosari dan semakin dikenalnya budaya yang dimiliki oleh Desa Argosari.

Selain itu, dengan adanya kegiatan lingkungan di lereng sekitar jalan di Desa Argosari diharapkan masyarakat menjaga kelestarian lingkungannya sehingga risiko terjadinya tanah longsor bisa berkurang. Di bidang pendidikan, pelaksanaan kegiatan bimbingan belajar memiliki harapan agar anak-anak di Desa Argosari memiliki minat belajar yang tinggi sehingga dapat melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi. Program Kerja revitalisasi objek wisata Puncak B-29 di Desa Argosari yang dilaksanakan oleh kelompok KKN 33 UINSA menunjukkan dampak signifikan dalam beberapa aspek pemberdayaan masyarakat. Program Kerja ini berfokus pada digitalisasi pemasaran sebagai solusi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Puncak B-29 yang selama ini sepi pengunjung. Melalui pembuatan dan pemasaran video promosi, pembuatan website, dan memperbaiki akun media sosial, upaya ini berhasil menciptakan jangkauan promosi yang lebih luas dan menghemat biaya promosi. Keterlibatan masyarakat lokal, terutama melalui Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), menjadi kunci keberhasilan dari program ini.

Dengan memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial dan *website*, program kerja ini tidak hanya menghasilkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tetapi juga memberdayakan masyarakat lokal dalam mengelola dan mempromosikan destinasi wisata mereka sendiri. Kegiatan penunjang seperti penanaman bibit pohon dan bimbingan belajar juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik dari aspek lingkungan maupun pendidikan. Pengelolaan potensi kepariwisataan B-29 ini diikuti dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Menurut G.R Terry dalam Malayu (2014:92) perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan

asumsi-asumsi mengenai masa datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan (Damayu 2015)

Pendekatan pemberdayaan masyarakat dalam program kerja digitalisasi ini dianalisis melalui 4 Teori yang relevan seperti Teori partisipasi masyarakat yang terlibat dalam proses pemberdayaan ekowisata terhadap destinasi wisata lokal, Teori ekonomi kreatif yang menunjukkan adanya pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan potensi lokal Seperti pariwisata dan budaya. Teori pengembangan berkelanjutan juga menekankan pendekatan yang mempertimbangkan aspek sosial ekonomi dan lingkungan, seperti penanaman pohon dan membersihkan bekas longsor. Teori manajemen destinasi yang mencakup strategi untuk mengelola wisata B-29 secara efektif.

Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang dianalisis melalui berbagai teori sosial dapat dikaitkan dengan metode ABCD (*Asset-Based Community Development*), yang menitikberatkan pada pengembangan berdasarkan aset-aset yang dimiliki oleh masyarakat. Metode ABCD fokus pada pemanfaatan keterampilan, sumber daya alam, dan budaya lokal untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan.

Dalam program kerja digitalisasi ini, Teori Partisipasi Masyarakat sangat sesuai dengan prinsip ABCD, karena masyarakat ikut terlibat aktif dalam pembangunan, termasuk dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan aset yang ada untuk mengembangkan destinasi wisata lokal (Pitaloka and Hariyoko 2023). Teori Ekonomi Kreatif juga sejalan dengan metode ABCD, di mana pemberdayaan ekonomi dilakukan dengan mengembangkan potensi lokal yang dianggap sebagai aset utama, seperti pariwisata dan budaya, sementara promosi digital membuka peluang ekonomi baru dengan memanfaatkan aset tersebut (Muhammad and Habib 2021).

Teori Pengembangan Berkelanjutan, yang menekankan keseimbangan antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, juga bisa diintegrasikan dengan metode ABCD. Aset lingkungan seperti lahan dan sumber daya alam dimanfaatkan secara bijak untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, seperti melalui kegiatan penanaman pohon dan pembersihan bekas tanah longsor (Mudana 2015). Terakhir, Teori Manajemen Destinasi yang mencakup strategi pengelolaan destinasi secara efektif dapat dikaitkan dengan metode ABCD dalam hal pemanfaatan aset-aset lokal. Penggunaan media sosial dan website sebagai alat promosi adalah contoh konkret bagaimana aset digital dan keterampilan teknologi dimaksimalkan untuk mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Metode ABCD memastikan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam program ini berakar pada potensi dan kekuatan yang sudah ada di komunitas, sekaligus mendukung teori-teori sosial yang relevan (Zetra 2018).

Proses pemberdayaan masyarakat di Desa Argosari menggambarkan perubahan sosial yang berkelanjutan. Awalnya, desa ini mengalami penurunan kunjungan wisatawan karena berbagai faktor seperti kondisi jalan yang kurang memadai dan kurangnya promosi. Melalui intervensi digitalisasi pemasaran, proyek ini berhasil mengubah dinamika tersebut dengan meningkatkan jumlah kunjungan dan memberdayakan masyarakat lokal. Hal ini mencerminkan bagaimana pendekatan partisipatif dan pemanfaatan teknologi dapat menciptakan dampak positif yang signifikan. Pemberdayaan ini diperkuat oleh literatur yang menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Studi menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan destinasi wisata sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan promosi. Dengan demikian, proyek ini tidak hanya berhasil dalam mencapai tujuan langsungnya tetapi juga menciptakan landasan bagi pemberdayaan berkelanjutan yang mendukung kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat Desa Argosari (Wibowo and Mardiyono 2023).

Diskusi mengenai hasil pemberdayaan masyarakat di Desa Argosari melalui kegiatan KKN menunjukkan bahwa pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*) telah berhasil digunakan untuk memanfaatkan aset dan potensi yang ada di desa. Melalui tahapan *inkulturasi*, *discovery*, *design*, dan *define*, masyarakat Desa Argosari mampu meningkatkan kelestarian lingkungan serta memulai revitalisasi objek wisata Puncak B-29. Hal ini sejalan dengan teori

pemberdayaan masyarakat yaitu teori partisipasi masyarakat, yang menekankan pada penguatan aset dan potensi lokal untuk mencapai perubahan sosial yang berkelanjutan. Dalam konteks teoritis, proses pemberdayaan masyarakat ini mencerminkan konsep *sustainable development* dan pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Melalui kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya, konsep-konsep ini didukung oleh teori-teori tentang partisipasi masyarakat, pengembangan lokal, dan pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat di Desa Argosari tidak hanya menciptakan perubahan sosial yang positif, tetapi juga menggambarkan implementasi teori-teori pembangunan komunitas yang relevan dan berkelanjutan.

Untuk mengetahui tingkat efektivitas dari program pemberdayaan masyarakat yang telah dilaksanakan, dilakukan pembagian kuesioner evaluasi untuk kinerja program pemberdayaan. Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala *guttman* yang memiliki tiga skala yaitu baik, cukup, dan kurang. Kuesioner dibagikan kepada 15 peserta yaitu anggota kelompok sadar wisata dalam program pemberdayaan ini. Terdapat lima aspek yang digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman atas informasi seputar digitalisasi dalam pemasaran menurut (Darsini, Fahrurrozi, and Cahyono 2019). Pada aspek pengetahuan, indikator yang digunakan yaitu pengetahuan dalam mengingat informasi dan pengertian atau istilah yang telah dipelajari. Hasil indikator pertama terkait pengetahuan dalam mengingat informasi yang telah dipelajari terdapat 40% peserta menyatakan dapat dengan baik mengingat informasi yang telah dipelajari dan 60% peserta menyatakan cukup mengingat informasi yang telah dipelajari. Hasil indikator kedua terkait pengetahuan dalam mengingat pengertian atau istilah yang telah dipelajari terdapat 73% peserta menyatakan dapat dengan baik mengingat informasi dan pengertian atau istilah yang telah dipelajari, 20% peserta menyatakan cukup mengingat informasi dan pengertian atau istilah yang telah dipelajari, dan 7% peserta menyatakan kurang mengingat informasi dan pengertian atau istilah yang telah dipelajari.

Pada aspek pemahaman indikator yang digunakan yaitu pemahaman dalam menjelaskan kembali informasi yang telah dipelajari melalui kata-kata sendiri dan dapat memberikan contoh yang sesuai untuk menjelaskan informasi yang telah dipelajari. Hasil indikator pertama terkait pemahaman dalam menjelaskan kembali informasi yang telah dipelajari melalui kata-kata sendiri terdapat 67% peserta menyatakan dapat dengan baik menjelaskan kembali informasi yang telah dipelajari melalui kata-kata sendiri dan 33% peserta menyatakan cukup dalam menjelaskan kembali informasi yang telah dipelajari melalui kata-kata sendiri. Hasil indikator kedua terkait pemahaman dalam memberikan contoh yang sesuai untuk menjelaskan informasi yang telah dipelajari, terdapat 60% peserta menyatakan dapat dengan baik memberikan contoh yang sesuai untuk menjelaskan informasi yang telah dipelajari, 33% peserta menyatakan dapat dengan cukup memberikan contoh yang sesuai untuk menjelaskan informasi yang telah dipelajari, dan 7% peserta menyatakan kurang bisa memberikan contoh yang sesuai untuk menjelaskan informasi yang telah dipelajari.

Pada aspek penerapan indikator yang digunakan yaitu penerapan dalam menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan dan dapat memecahkan masalah dengan menggunakan informasi yang telah dipelajari. Hasil indikator pertama terkait penerapan dalam menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan terdapat 47% peserta menyatakan dapat dengan baik menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan, 47% peserta dapat dengan cukup menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan. Dan 6% peserta menyatakan kurang bisa menggunakan informasi yang telah dipelajari untuk keberlanjutan. Hasil indikator kedua terkait penerapan dalam memecahkan masalah dengan menggunakan informasi yang telah dipelajari, terdapat 67% peserta menyatakan dapat dengan baik memberikan penerapan dalam memecahkan masalah dengan menggunakan informasi yang telah dipelajari 33% peserta menyatakan dapat dengan cukup memberikan penerapan dalam memecahkan masalah dengan menggunakan informasi yang telah dipelajari.

Pada aspek analisis indikator yang digunakan yaitu analisis dalam menemukan hubungan antara informasi yang telah dipelajari dan dapat membedakan berbagai informasi yang telah dipelajari. Hasil indikator pertama terkait analisis dalam menemukan hubungan antara informasi yang telah dipelajari terdapat 60% peserta menyatakan dapat dengan baik menemukan hubungan antara informasi yang telah dipelajari, 40% peserta dapat dengan cukup menemukan hubungan antara informasi yang telah dipelajari. Hasil indikator kedua terkait analisis dalam membedakan berbagai informasi yang telah dipelajari, terdapat 80% peserta menyatakan dapat dengan baik memberikan analisis dalam membedakan berbagai informasi yang telah dipelajari. 20% peserta menyatakan dapat dengan cukup membedakan berbagai informasi yang telah dipelajari.

Pada aspek sintesis indikator yang digunakan yaitu menggabungkan informasi yang telah dipelajari untuk membuat sesuatu yang baru dan dapat menghasilkan ide baru berdasarkan informasi yang telah dipelajari. Hasil indikator pertama terkait menggabungkan informasi yang telah dipelajari untuk membuat sesuatu yang baru terdapat 60% peserta menyatakan dapat dengan baik menggabungkan informasi yang telah dipelajari untuk membuat sesuatu yang baru, 33% peserta dapat dengan cukup menggabungkan informasi yang telah dipelajari untuk membuat sesuatu yang baru. Dan 7% peserta menyatakan kurang bisa menggabungkan informasi yang telah dipelajari untuk membuat sesuatu yang baru.. Hasil indikator kedua terkait dapat menghasilkan ide baru berdasarkan informasi yang telah dipelajari, terdapat 67% peserta menyatakan dapat dengan baik menghasilkan ide baru berdasarkan informasi yang telah dipelajari, 27% peserta menyatakan dapat dengan cukup menghasilkan ide baru berdasarkan informasi yang telah dipelajari, dan 6% peserta menyatakan kurang dapat menghasilkan ide baru berdasarkan informasi yang telah dipelajari.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan potensi sumber daya alam dan kebudayaan yang dimiliki Desa Argosari, dengan pemandangan yang indah dan suasana sejuk, potensi desa tersebut dapat dikembangkan sebagai desa wisata dan desa budaya. Terletak di lereng Kaldera Tengger atau Gunung Bromo, desa ini juga dikenal dengan julukan "Negeri di Atas Awan". Salah satu objek wisata potensial di desa ini adalah Puncak B-29, puncak tertinggi di Kaldera Tengger yang menawarkan pemandangan Gunung Bromo dan Gunung Semeru. Meskipun memiliki potensi besar, Puncak B-29 saat ini mengalami penurunan jumlah pengunjung atau wisatawan karena berbagai kendala, seperti kualitas jalan yang kurang memadai, kurang gencarnya promosi, dan kurangnya koordinasi antara pemerintah desa dan POKDARWIS selaku pengelola wisata Puncak B-29.

Program yang ditawarkan adalah revitalisasi Puncak B-29 melalui digitalisasi pemasaran. Program pemberdayaan ini mencakup pemberdayaan terkait pembuatan video promosi dan *website* tentang Desa Argosari, serta memperbarui akun media sosial desa. Selain itu, program penunjang dilakukan melalui penanaman bibit pohon cemara di lereng jalan yang rawan longsor dan mengadakan bimbingan belajar untuk anak-anak desa. Program digitalisasi pemasaran ini diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan memberdayakan masyarakat lokal dalam mengelola dan mempromosikan destinasi wisata mereka. Selain itu, kegiatan penunjang seperti penanaman pohon dan bimbingan belajar juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari aspek lingkungan dan pendidikan. Pendekatan pemberdayaan masyarakat ini mencakup teori partisipasi masyarakat, ekonomi kreatif, pengembangan berkelanjutan, dan manajemen destinasi. Keterlibatan masyarakat lokal, terutama melalui POKDARWIS, menjadi kunci keberhasilan program ini. Evaluasi menunjukkan bahwa program ini meningkatkan pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, dan sintesis informasi tentang digitalisasi pemasaran di kalangan peserta.

Secara keseluruhan, program kerja KKN 33 UINSA di Desa Argosari menunjukkan dampak signifikan dalam pemberdayaan masyarakat, revitalisasi objek wisata, dan penguatan pendidikan serta lingkungan. Harapannya, program ini dapat mengembalikan popularitas

Puncak B-29, meningkatkan perekonomian masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan di Desa Argosari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa, Perangkat Desa, Seluruh Masyarakat Desa Argosari, Lumajang. Khususnya kepada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai pihak pengelola wisata B-29 sekaligus sebagai peserta sosialisasi hasil program kerja KKN 33 UINSA dan pelatihan pemberdayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bantenese, J. P. M., E-marketing D. I. Desa Cibuntu, Aiza Nabilla Arifputri, Rifqi Abdul Aziz, and Yoka Pradana. 2024. "Digitalisasi Desa Wisata Melalui Pelatihan E-Marketing Di Desa Cibuntu." 6:47-54. doi: 10.30656/ps2pm.v6i1.7893.
- Damayu, Wike Tri. 2015. *Peran Pemerintah Desa Mengelola Potensi Kepariwisata B-29 Di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang*.
- Darsini, Fahrurrozi, and Eko Cahyono. 2019. "PENGETAHUAN ; ARTIKEL REVIEW." 12(1):95-107.
- Endah, Kiki. 2020. "Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa." *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 6(1):135-43.
- Fajri, Annisa. 2024. "Digitalisasi Desa Wisata Sebagai Peningkatan Perekonomian Desa Wonolopo Semarang."
- Mardialina. 2018. "Digitalisasi Desa Wisata Sebagai Peningkatan Perekonomian Desa Wonolopo Semarang." *Jurnal International of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 7(6):222-28.
- Mudana, I. Wayan. 2015. "Pemberdayaan Masyarakat Di Daerah Tujuan Wisata Desa Pemuteran Dalam Rangka Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan." 4(2):598-608.
- Muhammad, and Fuadilah Habib. 2021. "Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif." 1(2):82-110.
- Pitaloka, Afifah, and Yusuf Hariyoko. 2023. "Partisipasi Warga Sekolah Dalam Upaya Pelaksanaan Program Adiwiyata Di SDN Tembok Dukuh IV/8 Surabaya." *Policy and Maritime Review* 2(2):72-82.
- Wibowo, Agung, and Aris Mardiyono. 2023. "Rintisan Desa Wisata Melalui Kearifan Lokal Dan Digitalisasi Di Desa Sumber Sari / Wilayah Kayen Kabupaten Pati (Kajian Kearifan Lokal Dan Peningkatan Ekonomi Dalam Bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat)." *Journal of the Voice of Devotion* 45 2(3):1-5.
- Zetra, Aidinil. 2018. "Manajemen Program Pengembangan Destinasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata , Kebudayaan , Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Dosen Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Nomor : Tentang Penetapan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Kerinci ." *Jakp Unand III*(April).