

## OPTIMALISASI CONTENT MARKETING BUMDES “TIRTA ARUM” DALAM UPAYA PENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN

Danang Satrio<sup>1\*</sup>, Dewi Yuniar Magetana<sup>2</sup>, Ahmad Khanafi<sup>3</sup>

Universitas Pekalongan<sup>1,2,3</sup>  
email: [\\*danangsatrio3003@yahoo.com](mailto:*danangsatrio3003@yahoo.com)

### Abstrak

Pemasaran masih menjadi salah satu persoalan yang dihadapi pelaku usaha desa, termasuk BUM Desa atau BUMDes. BUMDes Pemerintah Desa Sumurjomblangbogo memiliki Badan Usaha Milik Desa (BumDesa) yang mengelola Kolam Renang “Tirta Arum dengan tujuan meningkatkan perekonomian desa dan meningkatkan pengelolaan potensi desa serta meningkatkan pembangunan desa dan memberdayakan masyarakat. Namun seiring dengan berjalannya waktu, kolam renang tersebut mengalami permasalahan yaitu kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke kolam renang tersebut. Tujuan dalam pendampingan ini adalah manajemen BUMDes mampu membuat content marketing berbasis digital. Strategi yang dikembangkan yaitu dengan online marketing dengan fokus pada pemasaran yang memanfaatkan media sosial. Sebelum dilakukan online marketing, peserta di bekali dengan pembuatan konten-konten yang menarik dan kreatif agar dapat meningkatkan calon pengunjung. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan ini antara lain dengan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. PRA merupakan salah satu cara untuk dapat memahami desa secara partisipatif, informasi yang didapat merupakan informasi yang langsung dari masyarakat desa itu sendiri. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan melakukan pendampingan, pendidikan dan pelatihan sebagai upaya meningkatkan kemampuan mitra, dalam hal ini perangkat desa, pengurus lembaga desa, dan masyarakat pada umumnya dalam mengetahui dan memahami pembuatan konten kreatif pada media sosial. Hasil dari pelaksanaan PKM ini adalah anggota BUMDes dapat membuat content marketing yang lebih menarik dan kreatif serta dapat menjangkau audiens lebih luas.

**Kata Kunci:** BUMDes, *Content Marketing*, Pariwisata

### Abstract

*Marketing is still one of the problems faced by village business actors, including BUM Desa or BUMDes. BUMDes The Sumurjomblangbogo Village Government has a Village-Owned Enterprise (BumDesa) which manages the "Tirta Arum Swimming Pool with the aim of improving the village economy and improving management of village potential as well as increasing village development and empowering the community. However, as time went by, the swimming pool experienced problems, namely the lack of tourist interest in visiting the swimming pool. The aim of this assistance is that BUMDes management is able to create digital-based content marketing. The strategy developed is online marketing with a focus on marketing that utilizes social media. Before online marketing is carried out, participants are provided with creating interesting and creative content in order to increase potential visitors. The method used to achieve the objectives of this activity includes Participatory Rural Appraisal (PRA). PRA is one way to understand the village in a participatory manner, the information obtained is information directly from the village community itself. The approach used in this activity is to provide assistance, education and training as an effort to increase the ability of partners, in this case village officials, village institution administrators, and the community in general in knowing and understanding the creation of creative content on social media. The result of implementing this PKM is that BUMDes members can create more interesting marketing content that can reach a wider audience.*

**Keywords:** BUMDes, *Content Marketing*, Tourism

## PENDAHULUAN

Pemasaran masih menjadi salah satu persoalan yang dihadapi pelaku usaha desa, termasuk BUM Desa atau BUMDes. Banyak produk lokal desa yang sebenarnya sangat menarik dan potensial, namun tidak mendapat pasar yang tepat. Ini mengapa, strategi pemasaran produk BUMDes menjadi sangat perlu kita lakukan. Pada era digital seperti saat ini, berbagai model pemasaran dapat kita lakukan. Tidak hanya menjalankan model konvensional, namun lebih pada penguatan model pemasaran berbasis digital atau internet. Dalam era digital seperti saat ini, pasar yang tepat dapat kita targetkan melalui serangkaian strategi pemasaran yang tepat.

Pemerintah Desa Sumurjomblangbogo memiliki Badan Usaha Milik Desa (BumDesa) yang mengelola Kolam Renang “Tirta Arum”. Tujuan pembentukan BUMDes antara lain meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan pengelolaan potensi desa serta meningkatkan pembangunan desa dan memberdayakan masyarakat. Wirsa & Prena (2020) menyatakan bahwa keberadaan BUMDes menjadi harapan masyarakat desa untuk dapat meningkatkan ekonomi desa melalui pengelolaan keuangan desa yang di dasarkan pada Anggaran Pembangunan serta Belanja Desa (APBDes). Nugrahaningsih et al., (2021) menyatakan bahwa masyarakat desa dalam melaksanakan pengelolaan BUMDes dengan asas dari desa, untuk desa, dan oleh desa. Rangkaian kerja dilakukan untuk mewadahi kegiatan ekonomi masyarakat untuk kelembagaan secara professional yang berlandas pada potensi sumber asli dari desa. Oleh karenanya, desa wajib untuk meningkatkan kesejahteraan kehidupan masyarakat di dalamnya dengan dilakukannya pembangunan dalam bentuk fisik maupun SDM yang terdapat di desa.

Badan Usaha Milik Desa atau BUMDes merupakan amanat dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, terutama pasal 1 angka 6. Keberadaan BUMDes bagi perekonomian di desa merupakan upaya menstimulasi dan menggerakkan roda perekonomian masyarakat di desa. Lebih lanjut, Permendagri Nomor 39 Tahun 2010 tentang Pembentukan BUMDes menyatakan bahwa pemerintah kabupaten berdasarkan peraturan daerah dapat menyusun pedoman tata cara pembentukan dan pengelolaan BUMDes, untuk kemudian pada tingkat pemerintah desa membentuk BUMDes berdasarkan peraturan desa dengan tetap mengacu pada peraturan daerah tersebut.



Gambar 1. Kondisi Bumdes “Tirta Arum”

Berdasarkan pengamatan dilapangan terdapat permasalahan dalam yaitu kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke kolam renang yang dikelola bumdes kolam renang tirta arum, maka dari itu promosi kolam renang sangat dibutuhkan guna menarik wisatawan baik lkal maupun luar kota. Dalam pengelolaannya, Kolam Renang “Tirta Arum” masih kurang dalam hal promosi. Hal tersebut dapat dilihat dari postingan di akun Instagram milik BumDes “Tirta Arum” yang kurang aktif dalam mengeksplere kegiatan ataupun kegiatan dalam Kolam Renang “Tirta Arum” sebagai media promosi. Padahal, dengan segala kemudahan yang ada, Kolam Renang “Tirta Arum” sangat berpotensi menjadi lebih dikenal masyarakat jika mampu memanfaatkan sosial media sebagai media promosi.

Instagram menjadi salah satu platform digital masa kini yang dimanfaatkan untuk mengiklankan suatu usaha karena pengguna aktifnya yang kian hari semakin meningkat. Peralihan penggunaan media konvensional ke media digital sosial Instagram menjadi salah satu bentuk dampak dari era disruptif. Adanya disruptif memunculkan digital marketing. Hal tersebut menyebabkan perkembangan media pada sebuah medium komunikasi visual dalam era revolusi industri 4.0, menghasilkan 'feed back' yang mengacu pada perubahan pola hidup dan interaksi audiens yang mengarah pada fenomena disruptive innovation (Julianto, 2019). Usaha besar maupun baru merintis mulai memasuki dunia digital marketing di Instagram sehingga menjadikan Instagram yang semula sebagai tempat mempublikasi foto berganti sebagai tempat berniaga. Beragam fitur disediakan oleh pihak Instagram untuk mempermudah proses niaga para pelaku usaha tetapi tidak semua pelaku usaha menggunakan fitur yang tersedia tersebut secara maksimal.

Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian (Rukmana et al., 2023) bahwa peluang digitalisasi dapat membantu BUM Desa meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, sehingga membantu memperkuat kepercayaan masyarakat pada BUM Desa. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga dapat membantu BUM Desa mematuhi peraturan dan persyaratan hukum yang berlaku. Lebih lanjut, (Nani et al., 2023) mengedukasi pengurus BUMDes dari dua desa, Pemerintah Desa, Tokoh Masyarakat, UMKM, dan kelompok anak muda untuk meningkatkan pengetahuan usaha di desa tentang pentingnya digital marketing untuk peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha yang dilaksanakan. Hal ini bertujuan agar membantu para pemangku kepentingan dapat meningkatkan pendapatan dan menambah pengetahuan di era digital agar tidak tergerus oleh perubahan zaman

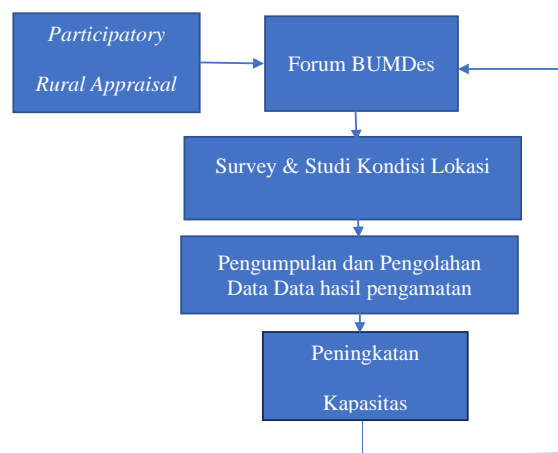
Berdasarkan latar belakang di atas, maka dibutuhkan upaya pendampingan pelatihan kepada pengurus BUMDes agar memiliki kemampuan dalam melakukan membuat konten kegiatan promosi online dalam rangka melakukan digital marketing di BUMDes. Tujuan dalam pendampingan ini adalah manajemen BUMDes mampu membuat content marketing berbasis digital. Strategi yang dikembangkan yaitu dengan online marketing dengan fokus pada pemasaran yang memanfaatkan media sosial. Sebelum dilakukan online marketing, peserta di bekali dengan pembuatan konten-konten yang menarik dan mengena untuk mengena pada target calon pengunjung. Setelah adanya konten promosi media sosial, selanjutnya memilih media sosial untuk menjadi sarana dalam melaksanakan strategi online marketing. Dari banyaknya media sosial yang tersedia, maka mengaju pada tren penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Media sosial yang selanjutnya di gunakan adalah Instagram, facebook dan WhatsApp. potensi desa serta meningkatkan pembangunan desa dan memberdayakan masyarakat desa dan memberdayakan masyarakat

## **METODE**

Kegiatan PKM menerapkan model pemberdayaan masyarakat partisipatif (*Participatory Rural Appraisal*). *Participatory Rural Appraisal* PRA merupakan salah satu cara untuk dapat memahami desa secara partisipatif, informasi yang didapat merupakan informasi yang langsung dari masyarakat desa itu sendiri. Proses penggalian informasi yang partisipatif ditunjukkan dengan keikutsertaan masyarakat dalam penyusunan informasi terarah sehingga memungkinkan masyarakat desa dapat saling berbagi dan sekaligus menambah dan menganalisis pengetahuan tentang kehidupannya untuk selanjutnya dapat digunakan untuk membuat perencanaan dan tindakan (Chambers, 1996).

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan melakukan pendampingan, pendidikan dan pelatihan sebagai upaya meningkatkan kemampuan mitra, dalam hal ini perangkat desa, pengurus lembaga desa, dan masyarakat pada umumnya dalam mengetahui dan memahami pembuatan konten kreatif pada media sosial. Pelatihan yang diberikan kepada

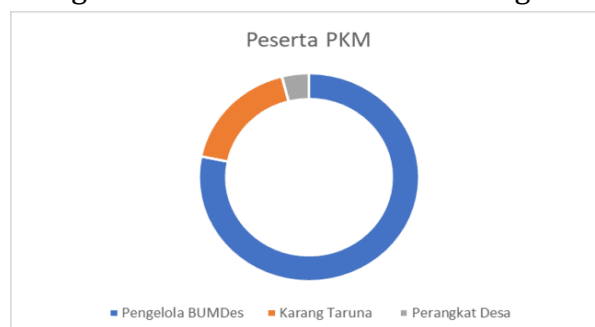
mitra antara lain penyusunan strategi marketing yang efektif, cara mengelola akun media social facebook, Instagram dan tiktok, pembuatan konten yang menarik untuk media sosial, termasuk teks, gambar, dan video dan cara berinteraksi dengan pengikut dan membangun komunitas online. Dengan memberikan pendampingan, pendidikan dan pelatihan mengenai pengelolaan bencana pada mitra, diharapkan kapasitas atau kemampuannya dalam mengetahui dan memahami pengelolaan media sosial sehingga tujuan untuk memperluas informasi terkait pariwisata yang dapat dilaksanakan dengan menyesuaikan potensi yang dimiliki. Beberapa rencana kegiatan pengabdian disesuaikan dengan jenis luaran penguatan kapasitas bagi Masyarakat yang diperuntukan bagi perangkat desa, pengurus lembaga desa, tim relawan desa, dan masyarakat setempat dengan tawaran solusi atas persoalan yang dihadapi dalam pengelolaan pariwisata.



Gambar 2. Diagram Alur

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya minat pengunjung kolam renang “Tirta Arum” sehingga perlu dilakukan upaya pendampingan pelatihan kepada pengurus BUMDes agar memiliki kemampuan dalam melakukan membuat konten kegiatan promosi online dalam rangka melakukan digital marketing di BUMDes. Maka diharapkan dengan adanya pendampingan dan pelatihan kepada pengurus BUMDes dapat meningkatkan pengunjung di kolam renang “Tirta Arum” sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan pengelolaan potensi desa serta meningkatkan pembangunan desa dan memberdayakan Masyarakat. Peserta adalah mitra pengabdian dari Pengelola BUMDes Kolam Renang Tirta Arum SumurJomblangBogo, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan, dan beberapa tamu undangan. Rincian Peserta Kegiatan PkM tercantum dalam diagram berikut:



Gambar 3. Diagram Peserta Kegiatan PkM

Desa Sumurjomblangbogo Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan merupakan mitra binaan kerjasama yang telah dijalin oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan. Kegiatan PkM ini diawali dengan pengidentifikasian permasalahan mitra yaitu BUMDes Tirta Arum yaitu berkurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Kolam Renang “TirtaArum” . Setelah mengidentifikasi , dari pihak Tim PKM menganalisis solusi apa saja yang dibutuhkan oleh mitra BUMDes “Tirta Arum” . Tim PKM mulai menyusun dan merancang kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dibutuhkan oleh desa tersebut.

Kegiatan PkM yang kami lakukan di Gazebo Kolam Renang “Tirta Aarum” Desa Sumurjomblangbogo, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan dengan target peserta adalah pengelola BUMDes Kolam Renang “Tirta Arum” dilaksanakan dengan penyampaian materi terkait konten marketing. Materi ini dimaksudkan memperkenalkan peserta kegiatan tentang pentingnya pengaruh pembuatan konten kegiatan promosi online dalam rangka melakukan digital marketing di BUMDes. Pengelola harus selalu update dalam konten-konten marketing yang akan di tampilkan di media sosial baik instragram ataupun facebook. Pembuatan konten marketing tersebut dilakukan agar dapat meningkatkan pengunjung di kolam renang “Tirta Arum” sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan pengelolaan potensi desa serta meningkatkan pembangunan desa dan memberdayakan masyarakat.

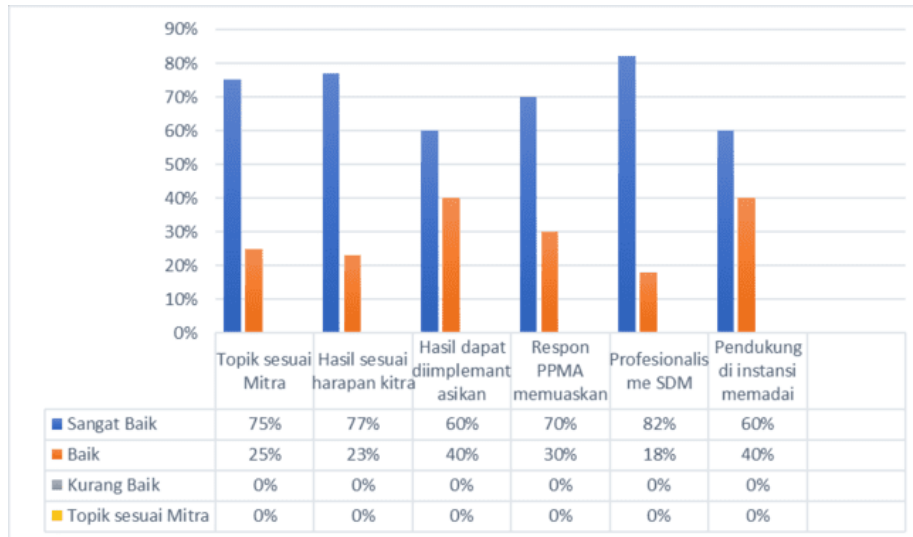
Selain itu kegiatan yang kami berikan kepada mitra Untuk mengoptimalkan content marketing dan meningkatkan daya tarik wisatawan ke BUMDes “Tirta Arum”, pelatihan yang diberikan harus mencakup berbagai aspek pemasaran digital dan keterampilan terkait. Pelatihan yang dimaksud yaitu dengan cara penyusunan rategi konten yang efektif, termasuk perencanaan dan penjadwalan konten, pengelolaan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok. Selain itu Teknik pembuatan konten sosial media yaitu membuat konten yang menarik untuk media sosial, termasuk teks, gambar, dan video. Dan yang terakhir adalah ara berinteraksi dengan pengikut dan membangun komunitas online. Hasil dari pelaksanaan PKM ini adalah anggota BUMDes dapat membuat content marketing yang lebih menarik dan kreatif serta dapat menjangkau audiens lebih luas.



Gambar 4. Kegiatan Pengabdian Bumdes “Tirta Arum”

Dari hasil evaluasi, dapat dilihat bahwa sebanyak 75% mitra menyatakan topik/materi sangat baik dan sangat sesuai dengan kebutuhan mitra, 25% mitra menyatakan materi baik dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada penilaian hasil Pkm yang diharapkan dari kerjasama sesuai dengan harapan mitra, sebanyak 77% mitra menyatakan sangat baik, 23% mitra menyatakan baik. Pada penilaian hasil Pkm dapat diimplementasikan di bumdes secara

memuaskan, sebanyak 60% mitra menyatakan sangat baik dan 40% mitra menyatakan baik. Dari penilaian Respon terkait administrasi sebanyak 70% mitra menyatakan sangat baik, 30% mitra menyatakan baik. Sebanyak 82% mitra menganggap bahwa sumber daya manusia yang terlibat dalam kerja sama ini bersikap profesional, sedangkan 18% mitra menyatakan baik. Dan hasil penilaian pendukung jalannya pkm menyatakan sangat baik sebanyak 60% dan 40% mitra menyatakan baik.



Gambar 5. Hasil dan Evaluasi kegiatan PkM

## KESIMPULAN

Simpulan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sumurjomblangbogo Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan dengan tema “optimalisasi *content marketing* bumdes “Tirta Arum” sumur jomblangbogo dalam upaya meningkatkan daya tarik wisatawan” melalui strategi pemasaran dengan pendekatan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra pengabdian tentang pemasaran kolam renang “Tirta Arum” dengan cara optimalisasi *content marketing* untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Kegiatan pengabdian memberikan manfaat pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya *content marketing* dalam menarik wisatawan. Pengelola juga dilatih untuk membuat konten yang menarik dan relevan sesuai dengan karakteristik wisata Desa Sumurjomblangbogo. Hasil dalam kegiatan pelaksanaan PKM ini adalah pengelola dapat membuat dan mengunggah konten marketing yang mereka buat ke sosial media dengan menarik.

## REFERENSI

- Blumenthal, N Chakti GA (2019) *The book of digital marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Julianto. I. N. L. (2019) , “Nilai Interaksi Visual Dalam Perkembangan Medium Komunikasi Pada Era Revolusi Industri 4.0,” *Pros. Semin. Nas. Desain dan Arsit.*, vol. 2, hal. 26–30, 2019, [Daring]. Tersedia pada: <https://eprosiding.stdbali.ac.id/index.php/senada/article/view/249>.
- Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Boelan, E. G., Baunsele, A., & ... (2023). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa*. *Bakti*, 06, 77– 84.



**GLOBAL ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

---

Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada BUMDes Blulukan Gemilang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 8–14. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>.

Lieb R. (2011). *Content Marketing: Think Like a Publisher-How to Use Content to Market Online and in Social Media*. Indianapolis: Que Publishing.

Rukmana, N. S., Umar, N. F., Aina, A. N., & Darmayanti, D. P. (2023). Tantangan dan Peluang dalam Digitalisasi Badan Usaha Milik Desa. *Ruang Komunitas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(April), 42–48.

Steven. (2021), “A Six Step Content Marketing Model,” InSites Consulting.

Wirsa, N., & Prena, G. Das. (2020). Keberadaan Bumdes Sebagai Pilar Pertumbuhan Ekonomi Desa Di Desa Telagatawang, Kecamatan Sidemen Karangasem. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 7– 12.

