

Pengabdian Kepada Masyarakat: Penguatan Kapasitas Siswa SMK Pariwisata Melalui Pelatihan Strategi Promosi Digital Destinasi Wisata Lokal

Fahrezy Dwiky Al Rasyid¹, Devicky Herdiputra Hascal², Nur Hidayatulloh³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2,3}
rezyrasyid69@gmail.com¹, vckyputra15@gmail.com², hidayat882@gmail.com³,

Received 6 Juli 2025 | Revised 13 Juli 2025 | Accepted 23 Juli 2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa SMKN 8 Tangerang Selatan dalam mengembangkan strategi promosi digital untuk destinasi wisata lokal. Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan kepada siswa tentang penggunaan media digital untuk promosi destinasi wisata, yang mencakup aspek-aspek seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan konten marketing. Pelatihan ini dirancang untuk membantu siswa memahami bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata lokal di era digital saat ini. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan bahwa siswa memiliki peningkatan kemampuan yang signifikan dalam mengembangkan strategi promosi digital untuk destinasi wisata lokal. Peningkatan ini tidak hanya terbatas pada pemahaman teoritis tetapi juga diimplementasikan dalam proyek-proyek promosi digital yang dikembangkan oleh siswa. Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan kontribusi pada peningkatan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata, yang sangat penting dalam meningkatkan potensi pariwisata lokal di Tangerang Selatan. Dengan demikian, Pengabdian Kepada Masyarakat "Strategi Promosi Digital untuk Destinasi Wisata Lokal" di SMKN 8 Tangerang Selatan berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kemampuan siswa dalam promosi digital, yang diharapkan dapat mendukung pengembangan pariwisata lokal secara lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci: Ekosistem pariwisata cerdas; Era digital; Teknologi digital; Pengalaman wisatawan; SMK pariwisata.

Abstract

This Community Service Program (PKM) aims to improve the ability of students at SMKN 8 Tangerang Selatan to develop digital promotion strategies for local tourist destinations. The Community Service Program is carried out through training and mentoring for students on the use of digital media for promoting tourist destinations, covering aspects such as the use of social media, search engine optimization (SEO), and content marketing. This training is designed to help students understand how digital technology can be used to increase the visibility and attractiveness of local tourist destinations in today's digital era. The results of Community Service Program show that students have significantly improved their ability to develop digital promotion strategies for local tourist destinations. This improvement is not only limited to theoretical understanding but also implemented in digital promotion projects developed by students. This Community Service Program contributes to improving students' skills in utilizing digital technology for tourism promotion, which is very important in enhancing the potential of local tourism in South Tangerang. Thus, the Community Service Program "Digital Promotion Strategies for Local Tourist Destinations"

at SMKN 8 Tangerang Selatan has successfully achieved its goal of improving students' digital promotion skills, which is expected to support the development of local tourism more effectively and efficiently.

Keywords: *Smart tourism ecosystem; Digital era; Digital technology; Tourist experience; Vocational high school for tourism.*

PENDAHULUAN

Destinasi wisata lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan dipromosikan melalui strategi digital di era informasi saat ini. Dengan kemajuan teknologi digital, promosi destinasi wisata dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. SMKN 8 Tangerang Selatan sebagai lembaga pendidikan kejuruan memiliki peran penting dalam menyiapkan siswa untuk berkontribusi pada pengembangan pariwisata lokal dengan memanfaatkan teknologi digital. Pemanfaatan strategi promosi digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata lokal, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan berdampak positif pada perekonomian lokal. Oleh karena itu, Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) "Strategi Promosi Digital untuk Destinasi Wisata Lokal" di SMKN 8 Tangerang Selatan dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan strategi promosi digital yang efektif untuk destinasi wisata lokal. Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata dan mendukung pengembangan pariwisata lokal di Tangerang Selatan.

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Strategi Promosi Digital untuk Destinasi Wisata Lokal" di SMKN 8 Tangerang Selatan dilaksanakan dengan metode sebagai berikut:

1. Melakukan Pelatihan terhadap siswa dalam mengembangkan strategi promosi digital untuk destinasi wisata lokal. Pelatihan mencakup topik-topik seperti penggunaan media sosial, SEO, konten marketing, dan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.
2. Setelah pelatihan, siswa didampingi dalam mengembangkan strategi promosi digital untuk destinasi wisata lokal. Pendampingan dilakukan untuk membantu siswa dalam mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan dan untuk memastikan bahwa strategi promosi digital yang dikembangkan efektif dan sesuai dengan tujuan.
3. Siswa diminta untuk mengembangkan proyek promosi digital untuk destinasi wisata lokal sebagai bagian dari proses pembelajaran. Proyek ini mencakup pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial, dan strategi lainnya untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata.
4. Evaluasi untuk menilai kemampuan siswa dalam mengembangkan strategi promosi digital setelah pelatihan dan pendampingan. Evaluasi mencakup penilaian terhadap proyek promosi digital yang dikembangkan oleh siswa dan kemampuan mereka dalam mengaplikasikan strategi promosi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan strategi promosi digital di SMKN 8 Tangerang Selatan menunjukkan hasil yang sangat memuaskan, baik dari sisi pelaksanaan maupun dampak terhadap peserta. Secara umum, berdasarkan hasil evaluasi kuesioner, kegiatan PKM ini mendapatkan predikat Sangat Baik dengan rata-rata skor kepuasan mencapai 4.40 dari skala maksimum 5. Detail penilaian menunjukkan bahwa komponen Materi Pelatihan meraih skor rata-rata tertinggi sebesar 4.48, yang mengindikasikan bahwa topik-topik seperti penggunaan media sosial, SEO, dan content marketing dinilai sangat relevan dan mudah dipahami oleh siswa. Kualitas Fasilitator juga mendapatkan apresiasi tinggi dengan rata-rata 4.39, sementara aspek Tempat Pelatihan bahkan mencapai 4.54. Tingginya skor kepuasan ini merefleksikan bahwa seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari persiapan materi, penyampaian, hingga fasilitas pendukung, telah terlaksana secara optimal.



**Gambar : Pelatihan PKM Prodi Manajemen
(Sumber: Dokumentasi)**

PEMBAHASAN

Keberhasilan program ini didukung oleh pendekatan dua tahap, yaitu pelatihan dan pendampingan, yang memungkinkan siswa tidak hanya mendapatkan pemahaman teoritis tetapi juga keterampilan praktis dalam mengembangkan strategi promosi digital. Strategi yang diajarkan, yang mencakup teknik content marketing dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan visibilitas, terbukti efektif dalam menjembatani gap masalah yang selama ini dihadapi destinasi wisata lokal, yaitu kurangnya optimalisasi promosi digital. Peningkatan kemampuan siswa ini sejalan dengan temuan penelitian lain yang menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan digital secara berkelanjutan sangat penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan promosi di sektor pariwisata (Panduwinata et al., 2025; Sijabat, 2022). Oleh karena itu, PKM ini berhasil menghasilkan local champion baru yang siap mengaplikasikan pengetahuan mereka, sekaligus memberikan dukungan nyata pada pengembangan pariwisata lokal di Tangerang Selatan dengan meningkatkan visibilitas destinasi melalui proyek promosi digital yang dikembangkan oleh siswa. Peningkatan kapasitas SDM lokal ini sangat krusial, mengingat adopsi teknologi dan inovasi adalah kunci agar destinasi wisata lebih tahan terhadap berbagai krisis dan fluktuasi pasar, sesuai dengan rekomendasi dari World Tourism Organization (2020).

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Strategi Promosi Digital untuk Destinasi Wisata Lokal" di SMKN 8 Tangerang Selatan telah berhasil meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan strategi promosi digital untuk destinasi wisata lokal. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, siswa dapat memahami dan mengaplikasikan strategi promosi digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata lokal. PKM ini memberikan kontribusi pada pengembangan pariwisata lokal di Tangerang Selatan dengan meningkatkan kemampuan siswa dalam promosi digital, yang sangat penting dalam era digital saat ini. Hasil PKM menunjukkan bahwa siswa memiliki peningkatan signifikan dalam kemampuan mereka untuk mengembangkan strategi promosi digital yang sesuai dengan kebutuhan destinasi wisata lokal.

PENGHARGAAN

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada ingin seluruh pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan ini. Terima kasih secara khusus kepada Bapak/Ibu guru dan staf SMKN 8 Tangerang Selatan atas kerja sama dan dukungannya, sehingga kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada siswa- siswi SMKN 8 Tangerang Selatan yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Selain itu, penghargaan yang setinggi-tingginya disampaikan kepada tim pelaksana yang sudah bekerja dengan sangat baik secara kolaboratif, sehingga dapat mengsucceskan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Gantina, D., Lintangkawuryan, Y., & Setiawan, C. (2025). Peningkatan Kapasitas Promosi Digital dan Layanan Wisatawan melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Wisata Cibuntu, Kabup. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 7(1), 41–50.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211–239.
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., Novedliani, R., Utami, E. Y., & Mahmudin, T. (2024). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2), 1-13.
- Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2016). Conceptualization of smart tourism destination competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 18, 45–53.
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3–22.

Maudiarti, S., Achmadi, M., & Pramanik, P. D. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Peningkatan Potensi Pariwisata Desa Kaduella Kuningan-Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 6(1), 35–45.

Puspita, T. D., & Ismail, V. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.