

STRATEGI PEMASARAN WISATA DESA PADAK GUAR LOMBOK TIMUR  
BERBASIS EKONOMI BIRU MELALUI PEMBUATAN VIDEO COMPANY  
PROFILE

*Tourism Marketing Strategy for Padak Guar Village, East Lombok Based On Blue  
Economy Through Creating A Video Company Profile*

Aini Ati, Annisa Cahaya Maharani Lombok Prihatini, Baiq Nafila Husna,  
Gaisha Shofia Putri<sup>4</sup>, Kiagus Bagas Sanjaya, Olga Salsabila Kiasatina, Pelin  
Pebbri, Saiful Sa'ban, Septyani Nanda Dewi, Tika Hardiyanti

Universitas Mataram

*Jalan Majapahit No.62, Mataram, Nusa Tenggara Barat*

---

Informasi artikel

---

Korespondensi : Annisaputry37@gmail.com

Tanggal Publikasi : 5 September 2024

DOI : <https://doi.org/10.29303/wicara.v2i5.5535>

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini melakukan uji strategi pemasaran desa wisata berbasis ekonomi biru melalui video company profile sebagai upaya peningkatan daya tarik pariwisata. Penelitian ini dilakukan di Desa Guar Kecamatan Sambelia, kabupaten Lombok Timur dan penelitian dilakukan pada bulan Juni-Agustus 2024 yang dihadiri oleh 29 orang melibatkan warga Desa Padak Guar. Adapun pelaksanaan dari kegiatan ini yaitu pembuatan video company profile Desa Padak Guar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah dilakukan sosialisasi ini masyarakat yang hadir memberikan pendapat bahwa mereka sadar akan pentingnya penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam mempromosikan desa wisata Padak Guar agar dapat meningkatkan perekonomian di Desa Padak Guar. Serta kolaborasi antara masyarakat dan tim Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat Desa Padak Guar berhasil membuat video Profile Company yang diupload di Instagram Desa Padak Guar.

**Kata Kunci:** strategi pemasaran, ekonomi biru, video company profile, Padak Guar

### **ABSTRACT**

*The study ran a blue economy based tourist marketing strategy through a company profile video as an effort to boost tourist attraction. The study is carried out in guar district samogata, east lombok district, and research is carried out in August 2024 with 29 people engaging the village of padak guar. As for the conduct of this activity, the production of the company profile video village on padak gaur. This study suggests that after the performance of these social events, people in attendance have suggested that they are aware of the importance of using technology in daily life, primarily promoting the tourist village of padak guar, in order to boost the economy of padak guar village. And the collaboration between the community and the real-life work team working on the community outreach section on the village's instagram feed on padak guar has been successful.*

**Keywords:** Marketing strategies, the blue economy, video company profile, Padak Guar

## PENDAHULUAN

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang dikembangkan menjadi destinasi wisata dengan mengoptimalkan potensi alam, budaya, dan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Konsep ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang unik dan autentik kepada para wisatawan, sekaligus mempromosikan kearifan lokal yang ada di desa tersebut. Pengembangan desa wisata semakin meningkat seiring dengan kebutuhan akan diversifikasi destinasi wisata ramah lingkungan dan berkelanjutan. Desa wisata tidak hanya menjadi alternatif bagi wisatawan yang mencari suasana tenang dan alami, tetapi juga menjadi solusi bagi desa-desa yang ingin meningkatkan perekonomian dan mencegah migrasi penduduk ke kota. Pengembangan desa wisata dapat menjadi katalis bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan pelestarian lingkungan. Manfaat adanya desa wisata sangat beragam, mulai dari peningkatan pendapatan masyarakat lokal, pemberdayaan ekonomi pedesaan, hingga pelestarian budaya dan tradisi yang mungkin terancam punah. Selain itu, desa wisata juga dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja baru, serta mempromosikan kerja sama komunitas dalam pengelolaan dan pengembangan desa mereka.

Desa wisata dengan wisata bahari memiliki daya tarik tersendiri karena potensi keindahan alam bawah laut, pantai yang eksotis, serta aktivitas air yang beragam seperti snorkeling, diving, dan berlayar. Potensi ekonomi dari wisata bahari ini sangat signifikan karena mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara yang mencari pengalaman wisata alam yang unik dan autentik. Dengan pengelolaan yang tepat, desa wisata bahari dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui sektor pariwisata, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong berkembangnya industri pendukung kuliner, kerajinan tangan, serta layanan akomodasi. Selain itu, pengembangan wisata bahari yang berkelanjutan dapat berkontribusi pada konservasi lingkungan laut, sehingga menjadi sinergi antara ekonomi dan ekologi.

Desa Padak Guar terletak di Kecamatan Sambelia, Kabupaten Lombok Timur adalah salah satu destinasi yang memiliki potensi wisata bahari. Wisata bahari yang dimiliki oleh desa ini adalah gili atau pulau kecil. Terdapat 4 gili dengan ciri khasnya masing-masing. Pertama, Gili Lampu yang memiliki daya tarik berupa Mercusuar yang sudah ada sejak Zaman Belanda. Kedua, Gili Kondo yang memiliki pasir putih dan hutan mangrove yang dapat dijadikan sebagai tempat camping ground. Ketiga, Gili Bidara dengan keindahan alam bawah lautnya menjadi tempat favorite snorkeling dan diving bagi wisatawan dan yang keempat yaitu Gili Petagan dengan luas 60 Ha memiliki pesona hutan mangrove dan keindahan alam bawah laut. Namun potensi wisata bahari yang ada disana belum dimanfaatkan secara optimal karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang penggunaan teknologi khususnya dalam hal memaksimalkan media promosi, disisi lain untuk menjamin eksistensi wisata diperlukan pengiklanan yang baik. Di era digital yang semakin berkembang saat ini promosi desa wisata memerlukan pemasaran yang efektif untuk menjangkau audiens yang luas. Salah satu strategi pemasaran yang efektif adalah dengan menggunakan video company profile. (Saputri *et al.*, 2021).

Video Profil Company adalah teknologi yang digunakan untuk pemrosesan sinyal elektronik yang mewakili gambar yang bergerak (Apriliani, 2019). Tujuannya untuk membuat wisatawan tertarik pada layanan dan pengalaman yang pelaku wisata tawarkan (Ismayani, 2018). Sebagai strategi pemasaran yang efektif, video ini mampu menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi yang memikat untuk menyampaikan pesan secara lebih kuat dan emosional dibandingkan dengan media promosi lainnya.

Dengan memanfaatkan platform digital, video profile memiliki jangkauan yang luas dan dapat disebarluaskan melalui saluran media sosial, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens global. Selain itu, video profil dapat berfungsi sebagai alat edukatif yang memperkenalkan nilai-nilai budaya, keunikan alam, dan pentingnya kelestarian lingkungan kepada khalayak luas, khususnya wisatawan yang berminat mengunjungi destinasi seperti Desa Wisata Bahari Padak Guar. Melalui video, calon pengunjung dapat mendapatkan gambaran yang jelas dan inspiratif mengenai potensi wisata, sehingga mendorong minat mereka untuk berkunjung dan merasakan pengalaman. Video Company profile ini nantinya akan dimuat di beberapa media seperti Instagram dan Youtube karena melihat perilaku generasi Z yang hampir setiap hari mengakses media sosial. Melalui video yang diupload di media sosial diharapkan mampu membuat wisata yang ada di Desa Padak Guar menjadi terkenal sekaligus mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Vindi Putri (2018) menunjukkan bahwa sumberdaya alam yang dijadikan obyek wisata mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat disekitarnya.

### **METODE KEGIATAN**

Berdasarkan tujuan dan permasalahan yang ada serta output yang hendak dicapai oleh tim KKN PMD Universitas Mataram maka kami menyusun tahapan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

#### 1. Tahap Persiapan

- Observasi pada tahapan ini kami melakukan pengamatan langsung di lapangan dimana kami mewawancarai kepala Desa mengenai permasalahan yang ada di Desa Padak Guar sekaligus kami mengamati kondisi dan lokasi yang akan dijadikan tempat pengabdian kepada masyarakat terutama pengamatan wisata dimana kami diajak berkunjung ke 4 gili. Hasil observasi ini yang kami jadikan sebagai acuan dalam pembuatan program kerja selama KKN.
- Pengurusan izin  
Pengurusan izin kepada pemerintah Desa Padak Guar dalam hal ini kepala Desa Padak Guar sebelum kami memulai kegiatan di Desa ini. Pengurusan izin ini perlu dilakukan untuk memperlancar selama kami melakukan kegiatan dan menggunakan fasilitas yang ada di Desa Padak Guar.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

##### Sosialisasi Program Kerja

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan informasi dan pengenalan program kegiatan, tujuan, sasaran, dan manfaat kegiatan sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Sosialisasi ini kami harapkan mampu menyamakan persepsi antara kami dengan masyarakat yang terlibat. Metode pendekatan adalah metode yang dilakukan untuk mendekati diri kepada masyarakat yang dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- Menjalin kerjasama antara Tim KKN PMD Universitas Mataram dengan Pemerintah setempat (Kepala Desa, Kepala Dusun, Pokmaswas dan Masyarakat) untuk kelancaran kegiatan.
- Penyuluhan Smart Village kepada Kepala Dusun dan masyarakat berupa pemberian materi bagaimana penggunaan teknologi dalam pembuatan video company profile Desa Padak Guar diharapkan masyarakat memiliki pengetahuan akan penggunaan teknologi untuk

mewujudkan smart village Desa Padak Guar.

- **Pembuatan Video**

Pada proses ini kami melakukan survey mengenai spot-spot wisata yang akan kami ambil dan masukkan kedalam video profil company Desa Padak Guar. Kami juga melibatkan secara maksimal Pemerintah Desa Padak Guar yaitu Bapak Kepala Desa dan Kepala Dusun serta Pokdarwis Padak Guar. Pada tahap ini akan dihasilkan Video Company Profile Desa yang sesuai dengan keinginan mitra.

3. **Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan untuk menilai hasil video company profile yang telah dibuat dan apakah video company profile yang telah dibuat sesuai dengan keinginan mitra yaitu Pemerintah Desa dan Pokdarwis Desa Padak Guar.

4. **Tahap Dokumentasi**

Pada tahap ini kami mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Padak Guar. Dokumentasi ini akan dijadikan sebagai bukti telah dilaksanakannya pengabdian di Desa Padak Guar sekaligus diharapkan dokumentasi ini dapat dijadikan sebagai referensi kegiatan pengabdian periode selanjutnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Smart village adalah desa-desa yang ditetapkan oleh Kementerian Desa untuk menjadi model pembangunan desa yang inovatif dengan memanfaatkan teknologi digital. Tujuan dari Smart Village adalah untuk memecahkan berbagai permasalahan desa melalui pendekatan yang cerdas dan berbasis teknologi, mencakup enam pilar utama: masyarakat cerdas, ekonomi cerdas, tata kelola cerdas, mobilitas cerdas, lingkungan cerdas, dan kehidupan cerdas (Ozie, 2022). Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap smart village dan promosi digital menjadikan kami tergerak untuk mengadakan Program Sosialisasi Smart Village dan Promosi Digital: Strategi Meningkatkan Potensi Pariwisata Desa Padak Guar. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Kamis, 18 Juli 2024 di Aula Kantor Desa Padak Guar yang dihadiri oleh 29 orang dengan melibatkan perwakilan warga disetiap dusun. Setelah dilakukan sosialisasi ini masyarakat yang hadir memberikan pendapat bahwa mereka sadar akan pentingnya penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam mempromosikan desa wisata Padak Guar agar dapat meningkatkan perekonomian di Desa Padak Guar

- **Pembuatan Video Company Profile**

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat Desa Padak Guar ini memiliki tujuan utama yaitu untuk membuat sebuah video company Profile Desa Wisata Padak Guar yang dapat digunakan oleh Pemerintah Desa dan Pokdarwis Desa Padak Guar untuk memasarkan obyek wisata yang ada di Wilayah Desa Padak Guar.



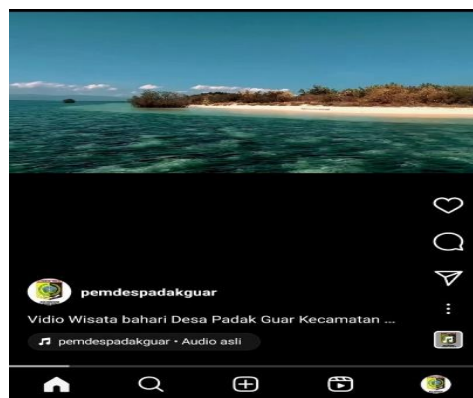
Gambar. 1 Dashboard Video Profile

Pengambilan gambar dari Video Company Profile desa wisata di desa ini dilakukan di lima spot wisata yang ada di Desa Padak Guar. Empat spot diantaranya Gili Kondo, Gil Bidara, Gili Petagan dan Gili Lampu. 1 Spot lainnya di Pantai Pelangi dekat Makan Kramat Ental Tunggal spot ini merupakan spot wisata spiritual.



Gambar 2. Spot Wisata

Video Company Profile yang telah dibuat dari kegiatan pengabdian masyarakat Desa padak Guar telah diupload di Instagram Desa Padak Guar oleh Pemerintah Desa Padak Guar.



Gambar 3. Instagram Desa Padak Guar

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

- Berdasarkan tujuan dan hasil pengabdian dapat disimpulkan bahwa
1. Kegiatan sosialisasi Smart Village mendapatkan respon positif dari masyarakat saat pelaksanaan kegiatan dihadiri 29 masyarakat yang ada di Desa Padak

Guar.

2. Video company profile Desa Padak Guar telah berhasil dibuat dan digunakan sebagai media promosi bagi pemerintah Desa Padak Guar.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kami nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga kami dapat menyelesaikan pengabdian ini. Kami berterima kasih atas dukungan berbagai pihak yang telah berkontribusi menyumbangkan waktu, tenaga dan pikirannya. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

- a. Universitas Mataram
  - b. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada masyarakat Universitas Mataram
  - c. Pemerintah Desa Padak Guar Kecamatan Sambelia Kabupaten Lombok Timur
- Semoga kebaikan yang diberikan dibalas oleh Allah SWT dengan kelimpahan rezeki dan keberkahan dalam hidup.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfiyan, F. (2021). Pembuatan Video Profil Desa Wisata Untuk Sarana Publikasi Di Pokdarwis Gombongsari-Banyuwangi. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)* 2(2), 1–6.
- Aristoteles, A., Safe'i. R., Syarif, R., Muludi, A., & Lumbanraja, F. R. (1981). Pendampingan Pengembangan E-Commerce Di KWTH Kartini, Desa Kubu Baru, Kabupaten Pasawaran Pada Era Digitalisasi Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 32–38.
- Saputri, R. D., Muhfiatun, & Syarifah, L. (2021). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Memajukan Wisata Alam Kalibiru Dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21(2), 89–98. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v21i2.2385>