

**Pemanfaatan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Potensi Wisata  
Kampung Gambut Siantan Hilir**

**Zhakia Putri Amanda<sup>1</sup>, Wendy<sup>2</sup>, Carviena Alia Rosari<sup>3</sup>, Nanda Novita<sup>4</sup>, Astrid  
Oviska<sup>5</sup>, Welly Putri Ningsih<sup>6</sup>**

<sup>123456</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Tanjungpura

b1021221056@student.untan.ac.id<sup>1</sup>, wendy@ekonomi.untan.ac.id<sup>2</sup>,  
b1021221045@student.untan.ac.id<sup>3</sup>, b1021221028@student.untan.ac.id<sup>4</sup>,  
b1021221039@student.untan.ac.id<sup>5</sup>, b1021221031@student.untan.ac.id<sup>6</sup>

**ABSTRACT**

*This study investigated the development of identity and promotional strategies for tourism in Kampung Gambut Siantan Hilir, aiming to enhance local tourism awareness among residents of Pontianak city. A significant challenge identified is the insufficient information and promotional efforts regarding local tourism, particularly among urban populations unaware of nearby attractions, such as “vegetable picking”, located just a few kilometers from the city center. The research employs sosial media and visual content as primary tools for disseminating information about Kampung Gambut’s attractions. Additionally, the creation of informative tour packages, visual booklets, and brochures seeks to broaden public understanding of various available tourism offerings. Methodological approaches include developing engaging content, strategically planning educational tour packages, and producing unique merchandise that reflects the village’s positive image. The involvement of local communities in promotional activities is emphasized to enhance engagement and participation. Findings indicate that targeted promotion through sosial media and visual content effectively highlights tourism potential, while merchandise plays a crucial role in positioning Kampung Gambut Siantan Hilir as an appealing educational tourism destination, ultimately fostering increased community visit and participation.*

**Keywords:** *tourism development, vegetable picking, sosial media promotion, visual content*

**ABSTRAK**

Pengembangan identitas dan promosi wisata Kampung Gambut Siantan Hilir bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat Kota Pontianak terhadap potensi wisata lokal. Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya informasi dan promosi mengenai wisata ini, terutama di kalangan masyarakat perkotaan yang belum menyadari adanya destinasi seperti “petik sayur” yang terletak hanya beberapa kilometer dari pusat kota. Program ini memanfaatkan media sosial dan konten visual sebagai sarana utama untuk mengenalkan daya tarik wisata Kampung Gambut. Selain itu, disusun paket wisata informatif serta *booklet* dan brosur visual untuk memperluas pemahaman masyarakat tentang aneka paket wisata yang tersedia. Metode yang digunakan mencakup pembuatan konten kreatif, perencanaan paket wisata edukatif, serta produksi *merchandise* unik yang mencerminkan citra positif kampung. Kegiatan ini juga melibatkan komunitas lokal dalam proses promosi untuk meningkatkan keterlibatan mereka. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial dan konten visual efektif dalam memperkenalkan potensi wisata, semetara *merchandise* berperan penting dalam membangun citra positif Kampung

Gambut Siantan Hilir sebagai destinasi wisata edukatif yang menarik bagi warga Kota Pontianak, sehingga dapat meningkatkan kunjungan dan partisipasi masyarakat.

**Kata kunci:** promosi wisata, petik sayur, media sosial, konten visual

## **PENDAHULUAN**

Kampung Gambut Siantan Hilir, yang terletak di Kecamatan Pontianak Utara, memiliki potensi besar dalam bidang pertanian, konversi lahan gambut, dan pengembangan pariwisata berbasis lingkungan. Potensi ini mencakup pengelolaan lahan gambut yang unik, yang dapat dimanfaatkan untuk pertanian sayuran dan peternakan terpadu, serta keindahan alam dan budaya lokal yang mendukung pengembangan sektor wisata. *Digital marketing* memungkinkan pelaku usaha untuk memantau kebutuhan konsumen dan menyediakan informasi yang diperlukan, sehingga memudahkan proses pembelian produk (Dolega et al., 2021). Penggunaan teknologi digital tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga membantu citra positif daerah.

Saat ini Kampung Gambut Siantan Hilir menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan ekonomi lokal, terutama di sektor pariwisata dan produk olahan lokal. Salah satu masalah utama adalah kurangnya pengetahuan tentang peran media sosial dan *digital marketing*, yang mengakibatkan terbatasnya promosi untuk wisata dan produk lokal (Waskita, n.d.). Hal ini menghambat penggunaan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Selain itu, ketidaktersediaan paket wisata yang terstruktur dapat menghalangi peningkatan pendapatan masyarakat setempat dari sektor pariwisata. Paket wisata merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Adwimurti et al., 2023).

Di sisi lain, produk olahan lokal juga menghadapi masalah terkait desain kemasan yang kurang menarik. Kemasan produk merupakan elemen penting, karena konsumen cenderung mengingat dan mengenali produk melalui kemasan. Desain kemasan yang tidak menarik dapat memengaruhi citra produk dalam menarik perhatian pelanggan (Gd et al., 2022). Promosi yang masih bergantung pada metode *word of mouth (WOM)* juga menjadi kendala dalam memperluas pasar produk lokal. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital di kalangan masyarakat semakin membatasi perkembangan usaha lokal dan optimalisasi potensi yang ada (Fatkhullah et al., 2021). Oleh karena itu, peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, pengembangan paket wisata yang menarik, serta perbaikan desain dan promosi produk olahan lokal sangat penting untuk meningkatkan ekonomi lokal di Kampung Gambut Siantan Hilir. Hal ini dikarenakan paket wisata memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan dengan memenuhi berbagai kebutuhan perjalanannya (Nurdiawan et al., 2020).

Melalui strategi pemasaran yang efektif dan pendekatan edukatif yang terintegrasi, potensi Kampung Gambut Siantan Hilir dapat dioptimalkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Edukasi dan pelatihan bagi masyarakat sangat diperlukan untuk memberdayakan mereka dalam memanfaatkan peluang yang ada. Pemberdayaan ekonomi lokal melalui peningkatan

kapasitas dalam pemasaran digital dan pengelolaan potensi wisata serta produk lokal diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan di Kampung Gambut Siantan Hilir.

## METODE PENELITIAN

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam proses pengabdian kepada masyarakat melalui wawancara, observasi, dan pelaksanaan program secara langsung. Pengabdian masyarakat tersebut dilaksanakan di POKDARWIS Kampung Gambut Siantan Hilir, Kelurahan Siantan Hilir, Kecamatan Pontianak Utara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Penerima manfaat yang dituju dari kegiatan ini adalah masyarakat lokal, termasuk tim pengelola pariwisata.

### a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber kunci, termasuk ketua POKDARWIS Kampung Gambut Siantan Hilir yaitu Misra'i, Ketua RT (Bapak Isgiono), Ketua RW (Bapak Irwan), *CDO Integrated Terminal Pontianak* (Bapak Waskito Nugroho), mahasiswa magang di *CSR Pertamina Kampung Gambut Siantan Hilir* (Saudara Moyo dan Citra), serta Ketua Kelompok Tani Mandiri setempat (Bapak Ali). Wawancara ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang mereka hadapi dalam mempromosikan wisata serta untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat terkait pengembangan wisata di Kampung Gambut Siantan Hilir.

### b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi untuk mengevaluasi aspek-aspek internal yang dimiliki oleh pengelola pariwisata Kampung Gambut. Observasi ini bertujuan untuk menilai fasilitas yang ada, sumber daya manusia, serta aktivitas yang berlangsung di lokasi pariwisata. Observasi melalui dimensi *SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, & Threats)* ini dilakukan agar dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada, serta memahami potensi yang bisa dikembangkan melalui strategi pemasaran digital (Sudrajat, n.d.).

### c. Pelaksanaan Program

Berdasarkan wawancara dan observasi dengan berbagai pihak terkait pengembangan wisata di Kampung Gambut Siantan Hilir, ditemukan bahwa potensi wisata di kampung ini masih belum optimal. Kampung Gambut Siantan Hilir sudah memiliki akun Instagram, Facebook, YouTube namun tampilan dan kontennya tidak optimal serta tidak memiliki *contact person* yang jelas, sehingga menyulitkan calon wisatawan untuk mendapatkan informasi. *Platform* TikTok yang efektif untuk promosi belum dimanfaatkan oleh pengelola. Selain itu, tidak adanya paket wisata membuat wisatawan yang berkunjung dianggap sebagai tamu tanpa dipungut biaya, yang menghambat kontribusi terhadap omset (Adwimurti et al., 2023). Tidak adanya *booklet* pada tempat wisata ini mengakibatkan calon wisatawan tidak bisa mengetahui informasi mengenai Kampung Gambut Siantan Hilir. *Merchandise* sebagai cenderamata belum tersedia karena kurangnya pemahaman pengelola dan keterbatasan kemitraan produksi. Dengan demikian dilakukanlah pendampingan bersama pengelola wisata

Kampung Gambut Siantan Hilir dan masyarakat yang dilakukan secara bertahap dalam proses edukasi dan literasi berikut ini.

## 1) Pembuatan *Feed* Instagram

Dalam program pengembangan wisata Kampung Gambut Siantan Hilir, dilakukanlah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik kampung melalui media sosial. Salah satu kegiatan utama adalah pembuatan *feed* Instagram yang dibagi menjadi beberapa *template* spesifik, seperti: *template* khusus kegiatan untuk mendokumentasikan acara, *template* edukasi untuk memberikan informasi tentang ekosistem dan pelestarian lingkungan, *template* promosi dan apresiasi untuk menyoroti produk lokal, serta *template* khusus untuk *reels* yang menampilkan video singkat menarik tentang keindahan alam dan kegiatan di Kampung Gambut.

Penggunaan *feed* Instagram sebagai media promosi visual untuk menampilkan keindahan alam dan wisata lokal yang menekankan estetika dan konsistensi visual (Lucia et al., n.d.). Dalam dimensi dan spesifikasi, foto-foto diambil menggunakan kamera dengan resolusi tinggi untuk menghasilkan gambar yang tajam dan profesional, dengan ukuran dan aspek rasio yang sesuai dengan format Instagram (4:5 untuk *feed*).



Gambar 1 Desain *Feed* Instagram Kampung Gambut Siantan Hilir

Keterlibatan masyarakat lokal dalam pembuatan konten juga memberikan nuansa otentik yang lebih mendalam, memperkuat koneksi antara pengunjung dan komunitas. Berkat promosi yang efektif di TikTok, semakin banyak orang mengetahui keberadaan Kampung Gambut Siantan Hilir, yang berdampak positif terhadap minat wisatawan untuk mengunjungi lokasi ini. Dengan konten yang konsisten dan menarik, kami berharap dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta mempromosikan potensi wisata yang dimiliki Kampung Gambut kepada audiens yang lebih luas.

## 2) Pembuatan Konten Sosial Media

Pembuatan konten sosial media di TikTok dan Instagram menjadi strategi utama dalam mempromosikan Kampung Gambut Siantan Hilir sebagai destinasi wisata. Dengan memanfaatkan TikTok, kami berhasil menciptakan video menarik yang menampilkan keindahan alam dan kekayaan budaya lokal. Melalui penggunaan musik yang sedang tren dan efek visual yang kreatif, video-video ini mampu menarik perhatian pengguna dan meningkatkan *engagement* secara signifikan (Urva et al., 2022).



Gambar 2 Konten TikTok Kampung Gambut Siantan Hilir

Keterlibatan masyarakat lokal dalam pembuatan konten juga memberikan nuansa otentik yang lebih mendalam, memperkuat koneksi antara pengunjung dan komunitas. Berkat promosi yang efektif di TikTok, semakin banyak orang mengetahui keberadaan Kampung Gambut Siantan Hilir, yang berdampak positif terhadap minat wisatawan untuk mengunjungi lokasi ini. Dengan konten yang konsisten dan menarik, kami berharap dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta mempromosikan potensi wisata yang dimiliki kampung ini kepada audiens yang lebih luas.

## 3) Pembuatan Bio dan *Link*

Pembuatan bio dan *link* kontak di media sosial Kampung Gambut Siantan Hilir merupakan langkah strategis yang mengadopsi konsep "*digital business card*". Dengan mengintegrasikan tautan langsung ke *platform* komunikasi seperti WhatsApp, pengunjung dapat dengan mudah menghubungi pengelola untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai destinasi wisata ini. Keunggulan dari pendekatan ini adalah kemudahan akses bagi calon wisatawan, yang meningkatkan interaksi langsung antara pengelola dan

pengunjung. Namun, tantangan muncul dari kebutuhan akan keterampilan dasar dalam mengelola komunikasi digital secara responsif dan efektif, yang bisa menjadi hambatan bagi pengelola yang belum terbiasa dengan teknologi ini.



Gambar 3 Bio dan *Link* Kampung Gambut Siantan Hilir

Meskipun tingkat kesulitan implementasi bio dan *link* tergolong rendah, pengelolaan kontak yang cepat dan tepat waktu tetap diperlukan untuk memaksimalkan potensi komunikasi. Dengan aksesibilitas yang lebih baik, diharapkan jumlah pengunjung yang menghubungi kampung untuk informasi langsung dapat meningkat, sehingga mendukung pertumbuhan wisata di Kampung Gambut Siantan Hilir.

#### 4) Pelatihan Pembuatan Konten Sosial Media

Pelatihan pembuatan konten media sosial di Kampung Gambut Siantan Hilir mengadopsi model “pengembangan keterampilan digital” dengan pendekatan pelatihan personal bagi pengelola media sosial. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam pembuatan konten jejaring sosial, sehingga pengelola dapat lebih mandiri dalam pembuatan materi promosi (Siswanto et al., 2024) Selain itu, program ini juga dilengkapi dengan seminar *digital marketing* yang menghadirkan narasumber dari Dosen Universitas Tanjungpura (Karsim, S.Kom., M.M., Endah Mayasari, S. Pd., M.M., Ikram Yakin, S.E., M.M., dan Pramana Saputra, S.E., M.M.) yang menyediakan materi strategi pemasaran yang efektif.



Gambar 4 Pelatihan bersama Pengelola Akun Media Sosial Kampung Gambut Siantan Hilir

Salah satu manfaat program ini adalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) lokal yang berdampak jangka panjang terhadap kemampuan pengelola dalam memproduksi konten secara mandiri. Seminar ini juga memperkaya pengetahuan pengelola mengenai tren pasar dan teknik pemasaran yang relevan, yang dapat diterapkan dalam praktik sehari-hari.



Gambar 5 Seminar Edukasi Digital Marketing

Para peserta terlihat sangat antusias dan bersemangat mengikuti seminar tersebut. Sehingga diharapkan dapat menerapkan ilmunya untuk menarik lebih banyak wisatawan ke Kampung Gambut. Dengan bekal keterampilan yang memadai, pengelola lokal diharapkan mampu secara mandiri meningkatkan kualitas konten dan memperluas jangkauan promosi Kampung Gambut Siantan Hilir di media sosial.

## 5) Pembuatan Paket Wisata

Pembuatan paket wisata Kampung Gambut Siantan Hilir meliputi tiga jenis paket, yaitu *Gold*, *Platinum*, dan *Bronze*. Setiap paket dirancang untuk menawarkan pengalaman berbeda, memenuhi berbagai preferensi dan anggaran wisatawan.



Gambar 6 Brosur Paket Wisata Kampung Gambut Siantan Hilir

Keuntungan dari pengelompokan paket wisata ini adalah kemampuannya untuk meningkatkan pendapatan pariwisata, karena dimungkinkan untuk menjangkau lebih banyak wisatawan melalui berbagai pilihan yang disesuaikan dengan preferensi mereka. Namun tantangan yang mereka hadapi antara lain kurangnya persiapan dalam mengelola tempat wisata, kondisi jalan yang kurang memadai, dan terbatasnya akses. Selain itu, sejumlah perlengkapan yang diperlukan untuk perjalanan terorganisir harus dipesan terlebih dahulu (tidak selalu tersedia) sehingga dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan. Dengan desain paket yang tepat dan strategi pemasaran yang baik, diharapkan Kampung Gambut Siantan Hilir dapat meningkatkan daya tarik wisata dan potensi pendapatan dari sektor pariwisata (Lucia et al., n.d.)

## 6) Pembuatan *Booklet* Wisata

Pembuatan *booklet* wisata Kampung Gambut Siantan Hilir merupakan langkah strategis untuk mempromosikan potensi wisata setempat. *Booklet* ini berfungsi sebagai panduan wisata yang lengkap, menyajikan informasi penting dan menarik tentang keindahan alam, produk dan daya tarik tanah air. Dengan desain yang menarik dan isi yang ringkas, brosur ini bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungannya ke Kampung Gambut Siantan Hilir.



Gambar 7 Booklet Wisata Kampung Gambut Siantan Hilir

Salah satu keunggulan *booklet* ini adalah kemampuannya dalam menyajikan informasi yang komprehensif dan mudah diakses. Wisatawan dapat menemukan banyak detail penting. Seperti lokasi, aktivitas yang ditawarkan, dan kontak pengelola. Dengan adanya informasi ini, kami berharap wisatawan dapat merencanakan perjalanan yang lebih baik dan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. *Booklet* ini juga dicantumkan pada *link* bio akun Instagram Kampung Gambut untuk meningkatkan aksesibilitas yang lebih mudah bagi pengguna media sosial.

Namun, beberapa kelemahan harus dipertimbangkan. Pendistribusian *booklet* ini mungkin terbatas jika tidak didukung oleh *platform* digital atau tidak tersedia di banyak tempat wisata lainnya (kasus di Desa Bedulu & Batuh, n.d.). Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan upaya penyebaran *booklet* di tempat-tempat strategis dan pada saat acara-acara promosi. Walaupun pembuatan *booklet* tergolong mudah dan tidak membutuhkan sumber daya, namun proses ini tetap memerlukan kandungan informasi yang menarik. *Booklet* tersebut mampu menjangkau dan menarik perhatian wisatawan.

## 7) Pembuatan dan Penyebaran Brosur Wisata

Pembuatan brosur sebagai sarana promosi Kampung Gambut Siantan Hilir ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan potensi wisata yang ada kepada masyarakat umum, khususnya melalui *Car Free Day (CFD)*. Brosur ini dirancang untuk menarik perhatian pengunjung dengan menampilkan informasi tentang berbagai objek wisata, keindahan alam dan budaya lokal yang ditawarkan Kampung ini. Dengan menggunakan ini, kami berharap dapat menjangkau audiens secara efektif dalam menyampaikan promosi.



Gambar 8 Brosur Wisata Kampung Gambut Siantan Hilir

Salah satu manfaat dari mendistribusikan brosur di *CFD* adalah kemampuan untuk melakukan promosi langsung ke target pasar potensial. Melalui interaksi tatap muka, pengunjung mempunyai kesempatan untuk bertanya dan mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai Kampung Gambut. Selain itu komitmen waktu *CFD* memungkinkan penyebaran brosur ke berbagai kelompok masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, sehingga meningkatkan potensi kesadaran masyarakat terhadap destinasi wisata ini.



Gambar 9 Penyebaran Brosur di *Car Free Day*

Aspek penting yang perlu diperhatikan adalah memastikan desain brosur memiliki tampilan yang menarik dengan isi yang informatif sehingga

menggugah minat pembaca untuk berkunjung ke Kampung Gambut. Kegiatan ini juga tergolong sederhana dan tidak membutuhkan banyak sumber daya, namun memberikan dampak yang besar.

## 8) Pembuatan *Merchandise*

Produksi produk berupa tas, botol, dan stiker merupakan langkah strategis dalam promosi Kampung Gambut Siantan Hilir. *Merchandise* ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, namun juga sebagai oleh-oleh yang bisa dibawa pulang oleh pengunjung. Barang-barang tersebut akan dimasukkan dalam paket wisata untuk menambah daya tarik dan kesan positif para pengunjung (Wijaya et al., 2022). Wisatawan sering kali memanfaatkan produk dan layanan lokal, seperti membeli kerajinan tangan penduduk lokal atau menggunakan pemandu wisata lokal, sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat lokal (Kesehatan et al., 2020). Dengan menciptakan produk yang bernilai estetika dan fungsi praktis, kami berharap dapat meningkatkan awareness terhadap brand Kampung Gambut di masyarakat luas sehingga destinasi wisata semakin kuat.



Gambar 10 *Merchandise* Kampung Gambut Siantan Hilir

Masalah biaya produksi dan distribusi dapat membatasi kuantitas produk, sementara desain yang menarik dan kolaborasi dengan produsen lokal penting untuk menjamin kualitas. Ada peluang bagus untuk menjadikan barang tersebut sebagai oleh-oleh dan sumber pendapatan tambahan, dengan dukungan percetakan lokal yang diharapkan dapat memenuhi ekspektasi kualitas. Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan popularitas Kampung Gambut Siantan Hilir dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan potensi wisata di Kampung Gambut Siantan Hilir bertujuan untuk memanfaatkan potensi lingkungan dan budaya setempat, khususnya melalui edu-agrowisata yang memadukan aspek pertanian, perlindungan lingkungan dan pariwisata berbasis lahan gambut. Daya tarik keindahan alam dan keunikan ekosistem gambut memberikan wisatawan pengalaman edukasi sekaligus membantu

menjaga lingkungan. Keunikan budaya lokal juga membawa nilai tambah dalam mempromosikan Kampung Gambut Sebagai destinasi wisata yang menarik. *Digital marketing* memainkan peran penting di dalam memperluas promosi di media sosial, *website*, dan *marketplace*, sehingga Kampung Gambut Siantan Hilir dapat menjangkau banyak wisatawan, termasuk dari luar daerah.

Kolaborasi pengembangan wisata dan pemasaran digital secara bertahap mulai berhasil meningkatkan jumlah pengunjung Kampung Gambut Siantan Hilir dan mendongkrak perekonomian masyarakat setempat. Melalui strategi pemasaran digital yang efektif dan inovasi produk yang relevan, kampung gambut ini dapat memperkuat citranya sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan. Sinergi ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan konservasi masyarakat lokal.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Program KKM-PKM Kampung Gambut Siantan Hilir berhasil mencapai tujuannya yaitu meningkatkan promosi pariwisata melalui pemasaran digital yang berdampak langsung pada peningkatan kunjungan wisatawan. Melalui pelatihan penggunaan *platform* digital, masyarakat lokal dapat lebih mempromosikan keindahan alam dan potensi wisata di desanya. Wisatawan diharapkan semakin tertarik mengunjungi Kampung Gambut karena informasi mengenai paket wisata dan kegiatan ekowisata semakin mudah diakses dan menarik melalui *platform* digital. Manfaat berikut ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan di masa depan, yang tidak hanya memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat setempat tetapi juga memperkuat citra Kampung Gambut sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Sebaiknya kegiatan PKM selanjutnya berfokus pada pengembangan konten promosi yang lebih interaktif dan informatif, antara lain video tur virtual dan ulasan wisatawan untuk menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, perlu juga menjalin kerjasama dengan agen perjalanan dan *influencer* untuk memperluas cakupan promosi dan meningkatkan jumlah wisatawan dari luar wilayah. Edukasi dan kesadaran lingkungan dalam paket wisata juga penting untuk menjamin keberlanjutan pariwisata Kampung Gambut di masa depan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

530-Article Text-2971-1-10-20230627 (1) (1). (n.d.).

Adwimurti, Y., Selfiani, S., & Prihanto, H. (2023). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF AQU TOUR UMRAH PACKAGES. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(4), 2337–2353. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2337-2353>

Dolega, L., Rowe, F., & Branagan, E. (2021). Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102501>

Fatkhullah, M., Mulyani, I., & Imawan, B. (2021). Strategi Pengembangan Masyarakat Petani Lahan Gambut melalui Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan:

- Analisis Pendekatan Penghidupan Berkelanjutan. *Journal of Social Development Studies*, 2(2), 15–29. <https://doi.org/10.22146/jsds.2186>
- Gd, I., Partama, Y., Ayu, A. A., Andriyani, D., Made, I., Wijaya, W., & Denpasar, U. M. (2022). *PKM: Penyusunan Paket Wisata Lintas Desa Dalam Mewujudkan Desa Wisata Kerambitan Terintegrasi PKM: Preparation of Packages for Cross-Village Tours in Realizing an Integrated Kerambitan Tourism Village I Dewa Gede Agung Pandawana 2 Dewa Gede Agung Gana Kumara 3 Ni Made Dwi Puspitawati 4*. <https://doi.org/10.30645/.v1i1>
- Kasus di Desa Bedulu, S., & Batuh, B. (n.d.). *PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (COMMUNITY BASED TOURISM) DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*.
- Kesehatan, J., Rahma Sari, V., & Endah Werdiharini Politeknik Negeri Jember, A. (2020). Pengembangan Media Booklet dalam Membantu Pengaturan Diet Penderita DM Tipe 2. *Agustus*, 8(2), 71–77. <https://doi.org/10.25047/j-kes.v8i2>
- Lucia, M., Rizki Meiwinda, E., Kuswanto, J., & Yulistia, E. (n.d.). *POTENSI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI PARIWISATA BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT DESA BATTU WINANGUN*.
- Nurdiawan, O., Pratama, F. A., Kurnia, D. A., Kaslani, & Rahaningsih, N. (2020). Optimization of Traveling Salesman Problem on Scheduling Tour Packages using Genetic Algorithms. *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(5). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052037>
- Siswanto, R., Dewintari, P., Ramadhan, A., Rahmat, S., Sari, N. A., Rajiman, A., Lunak, R. P., Sains, F., Teknologi, D., Palopo, U. M., Digital, B., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan Canva, Capcut dan Website untuk Anggota Pokdarwis Buntu Todan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 1307–1315. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2014>
- STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH*. (n.d.).
- Urva, G., Pratiwi, M., Oemara Syarieff, A., Studi Teknik Informatika, P., & Studi Teknik Industri Sekolah Tinggi Teknologi Dumai, P. (2022). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing*. 2(1), 56–61.
- Wijaya, T. W., Muchlis, Z., Azizah, L. M., & Miftah, M. (2022). PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK LOKAL MELALUI DIGITAL BUSINESS DAN PEMBAHARUAN BRAND PRODUK. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.661>