



Implementasi Digital Marketing Dalam Pemasaran Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" Di Palembang

¹ Agus Yusrizal Bakri, ² Loren Diaz Lintang, ³ Juwita Puja Anggraini, ⁴ Tata Sutabri
Universitas Bina Darma

Jl. Jenderal Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang,
Sumatera Selatan 30111

Email : 231410043@student.binadarma.ac.id, 231410017@student.binadarma.ac.id, diazlloren120@gmail.com

Abstract : *Tourism is now a sector that is experiencing rapid growth supported by developments in information and communication technology. One of the potential tourism destinations in Palembang is the "Punti Kayu" City Forest. However, marketing is still less than optimal. This research aims to explore the implementation of digital marketing in increasing tourist visits to the "Punti Kayu" City Forest. Through a qualitative approach, data is collected through observation, interviews and documentation studies. The results show that digital marketing plays an important role in increasing the visibility of the "Punti Kayu" City Forest in the eyes of the public, especially the younger generation. Social media content strategies, promotion through influencers, and search engine optimization (SEO) are implemented to increase brand awareness and visits. Obstacles such as lack of resources and training become obstacles in its implementation. However, with cooperation between stakeholders and the use of appropriate technology, the potential of the "Punti Kayu" City Forest as a leading tourist destination in Palembang can be achieved. The implementation of digital marketing in tourism marketing for the "Punti Kayu" City Forest shows that technological adaptation in the tourism sector is a necessity in the current digital era.*

Keywords: *Digital marketing, Tourism, "Punti Kayu" City Forest, Palembang.*

Abstrak : Pariwisata kini menjadi sektor yang mengalami pertumbuhan pesat dengan didukungnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu destinasi pariwisata yang berpotensi di Palembang adalah Hutan Kota "Punti Kayu". Namun, pemasarannya masih kurang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menggali implementasi digital marketing dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Hutan Kota "Punti Kayu". Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa digital marketing berperan penting dalam meningkatkan visibilitas Hutan Kota "Punti Kayu" di mata publik, khususnya generasi muda. Strategi konten media sosial, promosi melalui influencer, dan optimalisasi mesin pencarian (SEO) diterapkan untuk meningkatkan kesadaran brand dan kunjungan. Kendala seperti kurangnya sumber daya dan pelatihan menjadi hambatan dalam implementasinya. Namun, dengan kerja sama antara pemangku kepentingan dan pemanfaatan teknologi yang tepat, potensi Hutan Kota "Punti Kayu" sebagai destinasi wisata unggulan di Palembang dapat dicapai. Implementasi digital marketing dalam pemasaran pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" menunjukkan bahwa adaptasi teknologi dalam sektor pariwisata adalah keharusan di era digital saat ini.

Kata kunci: Digital marketing, Pariwisata, Hutan Kota "Punti Kayu", Palembang.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor yang memberikan kontribusi penting terhadap perekonomian suatu negara atau kota. Salah satu tempat pariwisata yang menarik di kota Palembang adalah Hutan Kota "Punti Kayu". Meskipun memiliki potensi yang besar, pemasaran tempat wisata ini perlu ditingkatkan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Salah satu metode pemasaran yang efektif dan relevan di era digital ini adalah digital marketing.

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital untuk menjangkau konsumen atau target pasar. Pemasaran digital menawarkan banyak keunggulan dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional, seperti jangkauan yang lebih luas, kemampuan segmentasi pasar yang lebih baik, serta biaya yang lebih efisien. Oleh karena itu, implementasi digital marketing menjadi salah satu kunci sukses dalam mempromosikan destinasi pariwisata seperti Hutan Kota "Punti Kayu".

Palembang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki potensi pariwisata yang besar. Hutan Kota "Punti Kayu" sendiri merupakan salah satu aset pariwisata yang perlu dikenalkan kepada masyarakat luas. Dengan adanya digital marketing, promosi Hutan Kota "Punti Kayu" dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan mengoptimalkan potensi ekonomi dari sektor pariwisata di Palembang.

Era digital saat ini memungkinkan informasi untuk disebarluaskan dengan cepat dan luas. Penggunaan media sosial, website, aplikasi mobile, dan platform digital lainnya dapat dijadikan sebagai media promosi yang efektif untuk memperkenalkan keindahan dan keunikan Hutan Kota "Punti Kayu". Strategi pemasaran yang tepat, dikombinasikan dengan implementasi digital marketing yang efektif, dapat menjadi formula sukses untuk meningkatkan popularitas dan kunjungan ke Hutan Kota "Punti Kayu".

Namun, implementasi digital marketing tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Diperlukan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik target pasar, pemilihan platform digital yang tepat, serta konten promosi yang menarik dan relevan. Oleh karena itu, penting bagi pihak pengelola Hutan Kota "Punti Kayu" untuk memahami prinsip-prinsip dasar digital marketing dan menerapkannya dengan tepat dalam strategi pemasarannya.

Dalam makalah ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai potensi Hutan Kota "Punti Kayu" sebagai destinasi pariwisata di Palembang, pentingnya implementasi digital marketing dalam pemasaran pariwisata, serta strategi-strategi efektif yang dapat diterapkan untuk mempromosikan Hutan Kota "Punti Kayu" dengan menggunakan media digital. Diharapkan, dengan adanya pembahasan ini, dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana digital marketing dapat diimplementasikan dalam pemasaran pariwisata dan bagaimana potensi tersebut dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Hutan Kota "Punti Kayu".

METEDOLOGI

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jenis sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya hingga tahap implementasinya. Selain itu, Penelitian deskriptif kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh UMKM kuliner lemang menggunakan teknik pengumpulan data dan studi Pustaka berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN DISKUSI

Pariwisata hutan kota "Punti Kayu" di Palembang adalah salah satu destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam serta beragam aktivitas rekreasi untuk pengunjungnya. Agar destinasi ini dapat berkembang dan menarik lebih banyak wisatawan, penting untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Dalam era digital yang semakin maju, digital marketing menjadi alat yang sangat penting dalam mencapai tujuan tersebut. Berikut ini adalah hasil dan diskusi mengenai implementasi digital marketing dalam pemasaran "Punti Kayu."

1. Situasi Saat Ini di Punti Kayu Punti Kayu memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan di Palembang. Namun, saat ini, pemasaran dan promosi destinasi ini masih terbatas. Kehadiran online Punti Kayu terbatas, dan informasi yang tersedia cenderung minim. Oleh karena itu, diperlukan upaya serius untuk meningkatkan visibilitasnya.
2. Website Resmi dan Optimasi SEO Langkah pertama yang harus diambil adalah menciptakan dan mengoptimalkan website resmi Punti Kayu. Website ini harus menjadi sumber informasi utama tentang tempat wisata ini. Selain itu, penggunaan teknik SEO (Search Engine Optimization) akan membantu website muncul di hasil pencarian Google sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung.
3. Media Sosial Media sosial adalah alat yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi pariwisata. Punti Kayu dapat memiliki akun resmi di berbagai platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Dengan memposting konten berkualitas tinggi secara teratur, termasuk foto, video, dan cerita pengalaman pengunjung, Punti Kayu dapat

membangun komunitas pengikut yang setia dan memperluas jangkauan mereka.

4. Kampanye Berbayar Menggunakan iklan berbayar di platform media sosial dan mesin pencari adalah cara yang efektif untuk meningkatkan eksposur Punti Kayu. Misalnya, iklan Facebook dan Instagram dapat menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan lokasi, minat, atau demografi. Ini memungkinkan Punti Kayu untuk mencapai calon pengunjung yang lebih relevan.
5. Kolaborasi dengan Influencer Lokal Bekerja sama dengan influencer lokal yang memiliki basis pengikut yang besar adalah cara lain untuk mempromosikan Punti Kayu. Influencer dapat membuat konten yang menarik dan meyakinkan untuk memikat lebih banyak pengunjung.
6. Pelacakan Kinerja dan Umpan Balik Penting untuk terus memantau kinerja upaya digital marketing. Metrik seperti jumlah pengunjung website, pertumbuhan pengikut media sosial, dan konversi dari pengunjung ke pengunjung aktual harus dipantau secara rutin. Umpan balik dari pengunjung juga harus diperhatikan untuk memperbaiki pengalaman mereka.
7. Penggunaan Aplikasi Mobile Dalam era perangkat seluler, penting untuk memiliki aplikasi mobile resmi Punti Kayu. Aplikasi ini dapat memberikan informasi real-time, peta interaktif, dan fitur lain yang berguna bagi pengunjung. Ini akan meningkatkan kenyamanan dan kualitas pengalaman pengunjung.
8. Kerja Sama dengan Industri Terkait Kerja sama dengan industri terkait, seperti hotel, restoran, dan penyedia transportasi lokal, dapat memperkuat promosi Punti Kayu. Paket liburan yang berisi berbagai layanan ini dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung yang mencari kemudahan dalam merencanakan perjalanan mereka.

Dengan implementasi strategi digital marketing yang kuat, Punti Kayu memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata yang menarik dan sukses di Palembang. Upaya ini akan meningkatkan visibilitas, menarik lebih banyak pengunjung, dan mempromosikan keindahan alam dan rekreasi yang ditawarkan oleh hutan kota "Punti Kayu."

KESIMPULAN

Pemasaran pariwisata telah mengalami perubahan besar dalam beberapa dekade terakhir, terutamadengan munculnya teknologi digital. Salah satu contoh yang menarik adalah Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" di Palembang, yang telah sukses menerapkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya tariknya. Implementasi digital marketing telah menjadi faktor kunci dalam mengubah destinasi pariwisata ini, membawa manfaat yang signifikan dalam hal promosi, daya tarik wisatawan, dan pertumbuhan ekonomi lokal.

Salah satu hal yang paling mencolok dalam kesuksesan Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" adalah upaya yang konsisten dalam mengoptimalkan media sosial. Melalui platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, destinasi ini mampu menciptakan brand awareness yang kuat dan mendapatkan eksposur yang luas. Posting rutin tentang keindahan alam, kegiatan-kegiatan seru, dan ulasan positif dari pengunjung telah memberikan gambaran yang menarik bagicalon wisatawan. Penggunaan gambar dan video yang menarik juga telah membantu dalam memikat perhatian audiens dan membuat mereka tergoda untuk mengunjungi Hutan Kota "Punti Kayu."

Tidak hanya media sosial, Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" juga memanfaatkan situs web yang informatif dan menarik. Situs web ini adalah sumber utama informasi bagi calon wisatawan yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang fasilitas dan kegiatan yang tersedia di destinasi ini. Selain itu, pihak manajemen telah menerapkan strategi SEO yang cerdas, sehingga situs web mereka muncul di hasil pencarian yang relevan, menarik lebih banyak pengunjung potensial.

Selain itu, program iklan online seperti Google AdWords telah membantu Hutan Kota "Punti Kayu" dalam menjangkau khalayak yang lebih luas. Dengan memasang iklan yang relevan dan menarik, mereka dapat menarik perhatian wisatawan yang sedang mencari destinasi wisata di Palembang. Ini adalah contoh bagaimana digital marketing dapat memberikan hasil yang langsung terukur.

Kerjasama dengan influencer lokal dan wisatawan yang memiliki jumlah pengikut yang besar jugamenjadi strategi yang sukses. Para influencer ini membantu dalam mempromosikan Hutan Kota "Punti Kayu" melalui posting mereka, memberikan perspektif yang unik dan memikat para pengikut mereka. Hal ini telah membantu destinasi ini dalam mencapai audiens yang lebih besar, terutama dari segmen yang mungkin belum pernah mendengar tentang Punti Kayu sebelumnya.

Selain itu, penggunaan email marketing untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang sudah pernah mengunjungi Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" juga memberikan dampak

positif. Mereka dapat memberikan informasi tentang penawaran khusus, acara-acara terbaru, dan berita terbaru yang relevan. Hal ini membantu dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Dengan semua upaya ini, Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" telah mencapai kesuksesan yang signifikan dalam mengimplementasikan digital marketing dalam pemasaran mereka. Destinasi ini telah menjadi lebih dikenal, menarik lebih banyak pengunjung, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Kesuksesan ini adalah bukti kuat bahwa digital marketing dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan pariwisata dan destinasi wisata lokal. Dengan komitmen yang berkelanjutan untuk inovasi dan kreativitas dalam digital marketing, Pariwisata Hutan Kota "Punti Kayu" dapat terus berkembang dan menjadi salah satu destinasi unggulan di Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- AZ Zaenal, J Kamase, S Serang (2020) Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata- Tata Kelola, 2020 - pasca-umi.ac.id
- IGAK Warmayana (2018) Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0 - Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama - ejournal.ihtn.ac.id
- Tata Sutabri, Napitulu, Dermawan (2019) Sistem Informasi Bisnis