

DOI: <https://doi.org/10.70285/g3nw1619>

Pengabdian kepada Masyarakat Melalui Digitalisasi Destinasi Wisata: Strategi Peningkatan Daya Saing Pariwisata Kota Tangerang Selatan

Keisya Aulia Az-zahra¹, Fahry Septyandri², Muhammad Fahdan³, Muhamad Gandung⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang^{1,2,3}keisyaaulia10110@gmail.com¹, fahryseptyandri@gmail.com², muhamadfahdan28@gmail.com³,
dosen02020@unpam.ac.id⁴

Received 6 Juli 2025 | Revised 13 Juli 2025 | Accepted 24 Juli 2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk pariwisata. Industri pariwisata tidak lagi hanya bergantung pada promosi konvensional melalui brosur, pameran, atau iklan cetak, melainkan bertransformasi ke arah digital yang lebih efektif dan efisien. Transformasi ini menjadikan digitalisasi sebagai kunci untuk membangun destinasi pariwisata yang kompetitif, terutama dalam menghadapi persaingan global. Namun, tantangan yang muncul adalah kurangnya keterampilan generasi muda dalam memanfaatkan digitalisasi sebagai sarana promosi dan pengembangan destinasi pariwisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan di SMKN 8 Kota Tangerang Selatan dengan fokus pada peningkatan pemahaman serta keterampilan siswa dalam digitalisasi pariwisata. Program ini melibatkan beberapa metode, antara lain sosialisasi, workshop, praktik pembuatan konten digital, serta evaluasi pembelajaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep digital marketing, media sosial, dan strategi branding destinasi wisata. Selain itu, siswa mampu menghasilkan produk berupa akun promosi wisata lokal yang berisi konten kreatif seperti video, poster, dan artikel singkat. Dampak positif dari kegiatan ini tidak hanya dirasakan siswa, tetapi juga membuka peluang kerja sama antara sekolah dengan industri pariwisata. Kegiatan PKM ini membuktikan bahwa pendidikan vokasi memiliki peran penting dalam menyiapkan sumber daya manusia yang kompetitif, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, pengembangan digitalisasi pariwisata di sekolah kejuruan dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam mendukung pembangunan destinasi wisata yang berdaya saing tinggi.

Kata Kunci : Destinasi Pariwisata; Digitalisasi; Daya Saing; Pendidikan Vokasi; Pariwisata ; SMKN 8 Kota Tangerang Selatan

Abstract

The development of digital technology has had a significant impact on various sectors, including tourism. The tourism industry no longer relies solely on conventional promotion through brochures, exhibitions, or print advertisements, but has transformed toward a more effective and efficient digital approach. This transformation has made digitalization the key to building competitive tourism destinations, especially in the face of global competition. However, the challenge that arises is the lack of skills among the younger generation in utilizing digitalization as a means of promotion and development of tourism destinations. This community service activity (PKM) was conducted at SMKN 8 Kota Tangerang Selatan with a focus on enhancing students' understanding and skills in tourism digitalization. The program involved several methods, including socialization, workshops,

practical digital content creation, and learning evaluations. The results of the activity showed that students experienced a significant improvement in their understanding of digital marketing concepts, social media, and destination branding strategies. Additionally, students were able to produce promotional accounts for local tourism destinations containing creative content such as videos, posters, and short articles. The positive impact of this activity was not only felt by the students but also opened opportunities for collaboration between the school and the tourism industry. This PKM activity proves that vocational education plays an important role in preparing human resources who are competitive, creative, and adaptive to technological developments. Thus, the development of tourism digitalization in vocational schools can be an effective strategy in supporting the development of highly competitive tourist destinations.

Keywords: *Tourism Destinations; Digitalization; Competitiveness; Vocational Education; Tourism; SMKN 8 South Tangerang City*

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah membawa dampak signifikan dalam industri pariwisata, baik dalam hal perancangan, pemasaran, maupun pengelolaan tempat wisata. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berperan dalam meningkatkan efektivitas operasional, memperluas pangsa pasar, dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para pelancong. Dalam bidang pariwisata, digitalisasi mencakup lebih dari sekedar penggunaan platform media sosial atau aplikasi untuk pemesanan, tetapi juga mencakup sistem manajemen destinasi, analisis data pengunjung, hingga layanan yang terintegrasi antar sektor. Ernawati dan Hananto (2022) mengemukakan bahwa pariwisata digital adalah suatu sistem yang menyatukan alat-alat transformasi digital beragam, seperti big data, kecerdasan buatan, realitas virtual, dan Internet of Things (IoT) untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih responsif. Dengan hadirnya teknologi ini, wisatawan dapat mengakses informasi sebelum, selama, dan setelah perjalanan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan serta kesetiaan terhadap tempat wisata tersebut. Di samping itu, Sadat (2024) menegaskan bahwa digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan promosi, tetapi juga mendukung manajemen tempat wisata secara keseluruhan, contohnya dengan memantau aliran pengunjung, mengatur kapasitas kunjungan, dan merumuskan strategi pemasaran yang berbasis data yang relevan dalam mengatasi masalah keberlanjutan setelah pandemi. Namun, implementasi digitalisasi di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan, termasuk kesenjangan infrastruktur teknologi, kurangnya literasi digital, dan kesiapan sumber daya manusia. Hal ini juga dialami oleh siswa/siswi SMKN 8 Kota Tangerang Selatan saat mengikuti kegiatan "Membangun Destinasi Wisata yang Kompetitif melalui Digitalisasi." Beberapa tantangan yang muncul berkaitan dengan kesulitan dalam mengembangkan konten promosi wisata yang berbasis teknologi serta sejauh mana pemahaman siswa mengenai konsep digitalisasi dalam pengembangan destinasi pariwisata. Melihat hal tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada siswa mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan destinasi pariwisata, melatih kemampuan mereka dalam membuat konten digital seperti poster, video, dan artikel promosi wisata, serta mendorong mereka untuk menggunakan media sosial dan platform digital sebagai alat produktif dalam promosi pariwisata. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk menjembatani pendidikan vokasi dengan kebutuhan industri pariwisata modern yang berbasis digital, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata sekaligus memberdayakan generasi muda sebagai agen utama dalam transformasi digital di sektor ini.

METODE

Metode pelaksanaan PKM ini disusun dengan pendekatan partisipatif pada keterlibatan aktif siswa dalam setiap tahap kegiatan. Kegiatan dimulai dengan sesi sosialisasi yang bertujuan untuk membangun pemahaman mendalam mengenai peran digitalisasi dalam pengembangan pariwisata local. Dalam sesi ini, siswa dikenalkan pada tren promosi

pariwisata berbasis digital, potensi manfaatnya, serta contoh penerapan nyata dalam industri pariwisata kontemporer. Selanjutnya, sesi diskusi interaktif diadakan sebagai ruang refleksi dan evaluasi. Siswa diberi kesempatan untuk bertanya, berbagi pengalaman, serta mendiskusikan tantangan yang dihadapi selama praktik. Sesi ini juga berfungsi untuk menilai sejauh mana pemahaman siswa terhadap materi yang telah disampaikan, sekaligus memperkuat aspek pemberdayaan dalam kegiatan. Tahap berikutnya berupa praktik langsung, di mana siswa dibimbing untuk membuat konten digital sederhana yang dapat dipublikasikan melalui media sosial. Aktivitas ini mencakup pembuatan desain poster destinasi wisata dan pengelolaan akun media sosial. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis yang mengasah kreativitas mereka. Sebagai penutup, kegiatan dilengkapi dengan sesi ice breaking berupa permainan ringan dan kuis singkat seputar pariwisata dan digitalisasi. Tujuannya adalah untuk menciptakan suasana yang lebih cair, meningkatkan semangat, dan menjaga antusiasme siswa agar tetap aktif dan terlibat sepanjang rangkaian kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul "Membangun Destinasi Pariwisata yang Kompetitif Melalui Digitalisasi" telah dilaksanakan di SMKN 8 Tangerang Selatan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa dan guru dalam memanfaatkan teknologi digital guna mendukung pengembangan destinasi pariwisata yang lebih bersaing. Melalui kegiatan ini, siswa mendapatkan pemahaman tentang konsep digital tourism, yang merupakan penggunaan internet, media sosial, aplikasi perjalanan, dan platform daring dalam sektor pariwisata. Di samping itu, siswa juga mampu menjelaskan berbagai keuntungan dari digitalisasi, seperti kemudahan dalam mempromosikan destinasi via media sosial, akses informasi yang lebih cepat terkait tiket, akomodasi, dan ulasan wisata, serta peningkatan visibilitas usaha lokal seperti homestay, transportasi, dan UMKM. Selanjutnya, siswa mempelajari strategi untuk membangun destinasi pariwisata digital yang kompetitif, termasuk kolaborasi dengan startup atau platform digital, pelatihan keterampilan digital bagi pelaku industri pariwisata, pengintegrasian budaya lokal dengan teknologi, dan penerapan pemasaran berbasis storytelling dan konten visual. Penyampaian materi dalam kegiatan PKM ini memberikan efek positif, di mana siswa tidak hanya memahami konsep digital tourism dan perannya dalam pariwisata, tetapi juga mampu mengenali manfaat serta strategi penerapannya untuk mendukung pengembangan destinasi pariwisata yang kompetitif di era digital



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

PEMBAHASAN

Penyampaian materi di SMKN 8 Tangerang Selatan menunjukkan bahwa pendidikan mengenai pariwisata digital dapat meningkatkan kesadaran generasi muda tentang pentingnya teknologi di sektor pariwisata. Siswa SMK yang ingin menjadi tenaga kerja di bidang ini perlu memiliki kemampuan digital agar dapat bersaing di era modern. Dalam kegiatan ini, mereka tidak hanya belajar teori, tetapi juga dapat melihat peluang nyata untuk mengembangkan pariwisata lokal di daerah mereka dengan memanfaatkan alat digital. Dengan kata lain, kegiatan ini merupakan langkah awal untuk mendorong siswa berpikir kreatif, inovatif, dan siap menghadapi tantangan dalam dunia pariwisata di era digital. Hasil diskusi PKM menunjukkan bahwa digitalisasi sangat relevan dengan kebutuhan siswa SMK sebagai calon pelaku industri pariwisata, dapat meningkatkan daya saing destinasi melalui perluasan promosi dan layanan, memberikan kesempatan bagi pelaku lokal untuk berkembang melalui marketplace, peta digital, dan sistem pemesanan online, serta mendorong kreativitas siswa untuk mengintegrasikan teknologi dengan identitas budaya lokal sehingga pariwisata menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, PKM dengan judul "Membangun Destinasi Pariwisata yang Kompetitif melalui Digitalisasi" di SMKN 8 Tangerang Selatan telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan kemampuan siswa untuk memanfaatkan teknologi digital dalam sektor pariwisata. Dengan pemahaman ini, siswa diharapkan dapat mengembangkan keterampilan digital, berpikir kreatif, serta siap untuk berperan dalam menciptakan pariwisata yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Membangun Destinasi Pariwisata yang Kompetitif melalui Digitalisasi" di SMKN 8 Tangerang Selatan telah berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa tentang penggunaan teknologi digital dalam bidang pariwisata. Melalui berbagai kegiatan sosialisasi, diskusi interaktif, serta praktik pembuatan konten digital, siswa dapat memahami konsep digital tourism, mengidentifikasi keuntungan dari digitalisasi, serta mempelajari cara untuk mengembangkan destinasi wisata yang kompetitif dengan memanfaatkan teknologi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya menguasai teori, tetapi juga memiliki keterampilan praktis dalam menciptakan konten promosi wisata menggunakan media digital. Digitalisasi terbukti sesuai dengan kebutuhan pendidikan vokasi dan sektor pariwisata yang modern, karena dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya saing destinasi, memberikan kesempatan bagi pelaku lokal untuk tumbuh, serta mendorong kreativitas dalam menggabungkan budaya lokal dengan teknologi. Dengan demikian, PKM ini tidak hanya meningkatkan pemahaman digital siswa, tetapi juga menumbuhkan sikap kreatif, inovatif, dan adaptif, sehingga mereka siap menjadi agen perubahan digital di industri pariwisata. Ke depan, kesinambungan kegiatan serupa sangat penting untuk memperkuat keterampilan digital generasi muda dan mendukung pengembangan pariwisata Indonesia yang lebih kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan.

PENGHARGAAN

Atas nama seluruh tim pengabdian, kami menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada SMKN 8 Tangerang Selatan atas kesediaannya menjadi mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Kepercayaan dan kerja sama yang telah diberikan sangat berarti bagi pengembangan keberhasilan program sekaligus kontribusi nyata dalam memajukan dunia pendidikan dan menebarkan manfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing. Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40-48.
- Nugroho, W. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Steak Ranjang Bandung. 12–33.
- Ernawati, H., & Hananto, K. (2022). Pariwisata Digital: Perspektif dan Agenda Riset Masa depan STIPRAM Yogyakarta. (<https://www.ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataan/article/viewFile/215/178>)
- Sadat, A. (2024). Pariwisata Digital. *Eureka Media Aksara*. (<https://repository.penerbiteureka.com/publications/579670/pariwisata-digital-digital-tourism>)