

OPTIMALISASI PROMOSI VILLA DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN AKATARA VILLA DI UBUD GIANYAR

Ni Made Dwi Puspitawati^{1,*}, Ni Kadek Sumartini², Rini Anggriani³

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: dwipuspitawati10@unmas.ac.id

ABSTRAK

Villa merupakan tempat penginapan yang biasanya digunakan untuk beristirahat dan bersantai, baik sendiri maupun bersama keluarga. Villa di Bali memiliki persaingan yang ketat, dengan ratusan agen penyewaan villa yang terus berusaha menarik pelanggan. Persaingan bisnis ini mendorong para pemilik villa untuk menawarkan berbagai keunggulan, yang semakin memanjakan pelanggan dalam memilih villa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Akatara Villa merupakan salah satu Villa yang terletak di Ubud, Gianyar, sebuah lokasi yang terkenal dengan keindahan alam, budaya, dan ketenangan spiritualnya. Villa ini dirancang untuk menjadi destinasi ideal bagi mereka yang mencari ketenangan dan privasi, jauh dari keramaian kota. Hasil observasi menunjukkan terdapat beberapa permasalahan yang dialami yaitu, 1) Strategi promosi media sosial Akatara Villa yang terbatas hanya berfokus pada Facebook, 2) Pengelolaan rekapitulasi data tamu yang kurang efektif menghambat optimasi layanan dan strategi pemasaran, 3) Keluhan dari pihak luar Villa telah menciptakan persepsi negatif, yang berpotensi merusak reputasi Akatara Villa. Adapun solusi yang dapat diberikan yaitu, 1) Menambahkan media sosial visual seperti Instagram dan TikTok, 2) Membuat basis data yang terstruktur dengan membuat sistem pencatatan data tamu yang lebih terstruktur, dengan menggunakan *spreadsheet* sederhana seperti Excel, 3) Membuat sistem penanganan keluhan terbuka dengan menyediakan saluran komunikasi yang jelas bagi masyarakat umum untuk menyampaikan keluhan, misalnya, menyediakan *Formulir Google* (Gform) yang mudah diakses untuk keluhan. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini berupa observasi, pelatihan dan evaluasi. Kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan target yang direncanakan.

Kata Kunci : villa, sosial media, excel, google formulir

ANALISIS SITUASI

Sektor pariwisata memainkan peran penting dalam ekonomi nasional dan internasional, jadi perhatian khusus harus diberikan kepada sektor ini karena sangat menentukan jalan dan masa depan masyarakat. Seperti halnya Bali, budayanya yang unik dan pemandangan alamnya yang indah selalu menarik wisatawan. Tidak diragukan lagi betapa pentingnya Bali dalam industri pariwisata karena reputasinya sebagai salah satu destinasi wisata dunia (Landra & Dewi, 2024). Pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan yang sesuai dengan tujuan dan luaran yang ingin dicapai, seperti: pendidikan masyarakat, pengabdian masyarakat, pelaksanaan dan pengembangan hasil penelitian, penelitian tindakan, pengembangan wilayah, kuliah kerja praktek (Ali, 2021). Hal ini terbukti bahwa kunjungan wisatawan

asing maupun wisatawan domestik ke Bali dari tahun ke tahun semakin meningkat. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke pulau Bali ini membuat masyarakat bali khususnya pengelola objek wisata di pulau Bali juga harus meningkatkan atau mengembangkan objek wisata yang ada, tidak hanya di satu daerah di Bali saja namun juga di seluruh wilayah yang ada di pulau Bali. Pada era kontemporer seperti saat ini, industri pariwisata hotel dan villa terus berkembang untuk memenuhi permintaan masyarakat. Kemajuan sektor pariwisata telah memanfaatkan bisnis seperti perhotelan atau villa. (Ayu et al., 2020).

Villa merupakan tempat penginapan yang biasanya digunakan untuk beristirahat dan bersantai, baik sendiri maupun bersama keluarga. Villa di Bali memiliki persaingan yang ketat, dengan ratusan agen penyewaan villa yang terus berusaha menarik pelanggan. Persaingan bisnis ini mendorong para pemilik villa untuk menawarkan berbagai keunggulan, yang semakin memanjakan pelanggan dalam memilih villa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. (Prana & Setiawan, 2025). Akatara Villa merupakan salah satu Villa yang terletak di Ubud, Gianyar, sebuah lokasi yang terkenal dengan keindahan alam, budaya, dan ketenangan spiritualnya. Villa ini dirancang untuk menjadi destinasi ideal bagi mereka yang mencari ketenangan dan privasi, jauh dari keramaian kota. Dikelilingi oleh hamparan sawah hijau, pepohonan tropis, dan suara alam yang menenangkan, setiap sudut Akatara Villa menawarkan pemandangan yang memukau. Suasana ini menciptakan pengalaman menginap yang tak hanya mewah, tetapi juga menyatu dengan alam Bali yang otentik. Meskipun Akatara Villa memiliki potensi besar berkat lokasinya yang indah di Ubud dan fasilitasnya yang memukau, perkembangannya terhambat. Salah satu kendala utama adalah media promosi yang kurang efektif, sehingga Villa ini tidak dikenal luas oleh calon pelanggan potensial dan hanya mengandalkan pemasaran melalui Facebook. Ketergantungan pada satu platform ini membatasi jangkauan audiens, padahal social media marketing dapat membuka peluang baru untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

Social media marketing adalah sebuah proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial online dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional (Darmawan & Setiawan, 2024). Maka dari itu, sangat penting untuk menambahkan media sosial lainnya guna membantu promosi villa. Mengandalkan satu platform saja membatasi potensi jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok yang sedang ramai digunakan saat ini, Akatara Villa dapat menjangkau audiens yang jauh lebih luas dan beragam. Kedua platform ini menawarkan fitur visual yang menarik dan interaktif, sehingga sangat efektif untuk menampilkan keindahan villa dan fasilitasnya kepada calon pelanggan potensial secara lebih modern. Pemasaran produk melalui media digital sering disebut dengan digital marketing. Digital marketing adalah

kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya media sosial (Puspitawati & Muliani, 2022).

Selain itu, pengelolaan internal juga menunjukkan kelemahan, terutama dalam rekap data dan pencatatan yang kurang terstruktur. Hal ini berdampak pada pengambilan keputusan yang tidak akurat, sulitnya memantau kinerja staf, serta perencanaan bisnis yang tidak efisien. Selain itu, banyak keluhan sering muncul dari para tamu. Keluhan-keluhan yang sering muncul, seperti pelayanan staf yang kurang responsif dan kebersihan yang tidak konsisten, secara langsung menyoroti area mana yang memerlukan perbaikan. Dengan demikian, masukan dari para tamu ini menjadi petunjuk penting bagi manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperbaiki standar operasional, demi membangun reputasi Villa yang lebih baik.

PERUMUSAN MASALAH

Sesuai dengan pengamatan serta observasi yang telah dilakukan adapun masalah yang dihadapi mitra yaitu:

1. Strategi promosi media sosial Akatara Villa yang terbatas hanya berfokus pada Facebook
2. Pengelolaan rekapitulasi data tamu yang kurang efektif menghambat optimasi layanan dan strategi pemasaran internal.
3. Keluhan dari pihak luar Villa telah menciptakan persepsi negatif, yang berpotensi merusak reputasi Akatara Villa di mata publik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang sedang dialami oleh mitra, berikut beberapa solusi yang dapat diberikan tim pengabdian untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Akatara Villa adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan media sosial visual seperti Instagram dan TikTok. Kedua platform ini sangat efektif untuk memamerkan keindahan Villa melalui foto dan video pendek yang menarik
2. Membuat basis data yang terstruktur dengan membuat sistem pencatatan data tamu yang lebih terstruktur, dengan menggunakan *spreadsheet* sederhana seperti Excel.
3. Membuat sistem penanganan keluhan terbuka dengan menyediakan saluran komunikasi yang jelas bagi masyarakat umum untuk menyampaikan keluhan, misalnya, menyediakan *Formulir Google* (Gform) yang mudah diakses untuk keluhan.

METODE PELAKSANAAN

Dalam tahap pelaksanaan ini, adapun kegiatan untuk menjalankan program kerja di Akatara Villa, sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan

Pada tahap ini dilakukan tahap observasi secara langsung dan melakukan wawancara kepada pemilik Akatara Villa mengenai permasalahan yang sedang dihadapi kemudian berdiskusi tentang program yang akan dilaksanakan di Akatara Villa

2. Tahap Persiapan

Dalam Tahap Persiapan ini, dilakukan koordinasi kepada pemilik Akatara Villa mengenai program kerja yang akan dilaksanakan nantinya. Bertujuan agar pemilik Akatara Villa tidak kebingungan dan mengganggu aktivitas pemilik Villa saat program dilakukan. Pelaksanaan disini menyiapkan materi dan bahan yang akan digunakan saat program kerja dilaksanakan.

3. Tahap Pelaksana

Dalam tahap pelaksanaan ini, adapun kegiatan-kegiatan yang dijalankan sebagai berikut:

- a. Pengenalan tentang media sosial visual tambahan serta melakukan pelatihan tentang pembuatan media sosial tambahan seperti Instagram dan Tiktok dilakukan selama 3 hari, tanggal 23 s/d 26 Juli 2025. Kegiatan pertama dimulai dari pengenalan media sosial seperti Instagram dan tiktok, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan akun dari kedua media sosial tersebut.
- b. Pengenalan dan pelatihan pembuatan Basis Data dengan membuat sistem pencatatan data tamu dengan menggunakan *spreadsheet* sederhana seperti Excel dilakukan selama 11 hari pada tanggal 28 Juli–8 Agustus 2025. Kegiatan dimulai dari pengenalan penggunaan excel memahami fitur yang ada di google spreadsheet, dan mempelajari rumus-rumus yang umum digunakan dalam spreadsheet, kemudian dilakukan pelatihan bagaimana mengoperasikan sistem excel yang akan digunakan untuk membuat data tamu.
- c. Pengenalan dan pelatihan bagaimana cara mengoperasikan *Formulir Google* (Gform) dan membuat *Formulir Google* (Gform) untuk keluhan para tamu dilakukan selama 9 hari pada tanggal 11-20 Agustus 2025. Kegiatan dimulai dari pengenalan penggunaan *Formulir Google* (Gform), kemudian membuat pertanyaan/pernyataan yang sesuai, kemudian dilakukan pelatihan bagaimana mengoperasikan *Formulir Google* (Gform) yang akan digunakan untuk membuat data tamu

4. Tahap Evaluasi

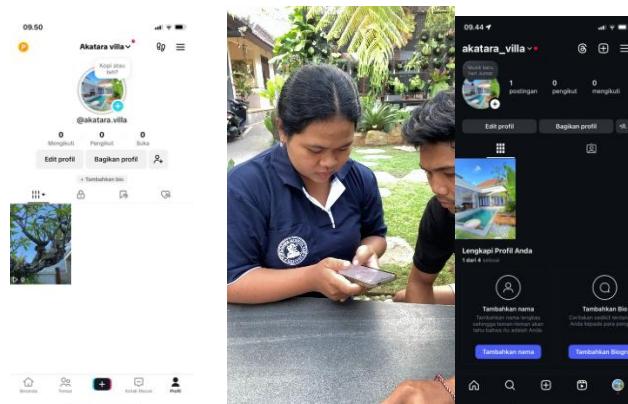
Kegiatan pendampingan dan evaluasi dilakukan selama 3 hari, yaitu pada 21-23 Agustus 2025. Setelah ketiga kegiatan tersebut telah selesai, Tahap ini merupakan tahap terakhir yaitu dilakukan monitoring dan diskusi dengan staff admin purchasing yang bertujuan untuk melihat dampak yang dirasakan oleh para karyawan setelah diadakannya kegiatan pengabdian kepada Akatara Villa.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Optimalisasi Promosi Villa Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Akatara Villa Di Ubud Gianyar telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program kerja yang telah dilaksanakan. Adapun ralisasi pencapaian program kerja dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Spesifikasi Hasil Kegiatan

No.	Jenis Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Pengenalan serta pembuatan media sosial tambahan, pengenalan serta pelatihan penggunaan excel dan <i>formulir google</i> (gform)	Pembuatan media sosial visual tambahan seperti Instagram dan TikTok	100%
		Pelatihan pembuatan Basis Data dengan membuat sistem pencatatan data tamu dengan menggunakan <i>spreadsheet</i> sederhana seperti Excel	100%
		Pelatihan pembuatan sistem penanganan keluhan terbuka dengan menyediakan saluran komunikasi yang jelas bagi masyarakat umum untuk menyampaikan keluhan, misalnya, menyediakan <i>Formulir Google</i> (Gform) yang mudah diakses untuk keluhan.	100%
		Pendampingan dan evaluasi	100%



Gambar 1. Pembuatan akun Tiktok dan Instagram serta membuat konten untuk melakukan promosi

Menambahkan media sosial visual seperti Instagram dan TikTok. Kedua platform ini sangat efektif untuk memamerkan keindahan Villa melalui foto dan video pendek yang menarik



Gambar 2. Membuat sistem pencatatan Data Tamu

Membuat basis data yang terstruktur dengan membuat sistem pencatatan data tamu yang lebih terstruktur, dengan menggunakan spreadsheet sederhana seperti Excel.



Gambar 3. Membuat formulir Goggle from untuk penanganan keluhan tamu yang menginap

Membuat sistem penanganan keluhan terbuka dengan menyediakan saluran komunikasi yang jelas bagi masyarakat umum untuk menyampaikan keluhan, misalnya, menyediakan Formulir Google (Gform) yang mudah diakses untuk keluhan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Akatara Villa telah berhasil mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah utama yang menghambat perkembangannya, yaitu promosi yang terbatas, pengelolaan data internal yang kurang terstruktur, dan reputasi negatif. Tim pelaksana memberikan solusi konkret dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memperluas jangkauan pasar, mengimplementasikan sistem pencatatan data tamu menggunakan Excel untuk manajemen yang lebih efisien, dan membuat Google Form untuk penanganan keluhan. Pelaksanaan program yang berjalan dari 21 Juli hingga 23

Agustus 2025 ini mencapai keberhasilan 100% berkat dukungan penuh dari pihak manajemen. Dengan adanya intervensi ini, Akatara Villa kini memiliki fondasi yang lebih kuat untuk meningkatkan visibilitas, efisiensi operasional, dan reputasinya di kalangan wisatawan.

Dalam Program pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar ini dengan baik kami harap Akatara Villa disarankan untuk memprioritaskan optimalisasi media sosial dengan rutin mengunggah konten visual yang menarik di Instagram dan TikTok serta berinteraksi aktif dengan calon tamu untuk meningkatkan jangkauan dan kepercayaan. Selain itu, pemanfaatan data tamu yang sudah terkumpul melalui Excel dapat digunakan untuk analisis pasar dan personalisasi penawaran, sementara implementasi Google Form harus dimaksimalkan dengan menanggapi setiap keluhan secara proaktif. Mendorong tamu yang puas untuk meninggalkan ulasan positif di platform seperti Google Maps atau TripAdvisor juga sangat penting untuk membangun reputasi daring yang kuat, sehingga Akatara Villa bisa meningkatkan tingkat hunian dan bersaing lebih efektif di industri pariwisata yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102.
- Ayu, M. P., Kemalasari, A. S., & Sofia, M. (2020). Pengembangan Pariwisata Budaya di Kawasan Dataran Tinggi Dieng dalam Satu Dasawarsa Dieng Culture Festival. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2).
- Imbayani, I. G. A., Safitri, N. W. N., & Nopianti, N. K. (2023, May). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSP Klenting Amertha Mesari. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)* (Vol. 2, No. 1, pp. 382-388).
- Landra, N., & Dewi, N. K. S. (2024, December). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Penerapan Standard Operating Procedure (Sop) Karyawan Pada Baliwid Villa Ubud Gianyar Bali. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (Senema)* (Vol. 3, No. 2, pp. 1231-1237).
- Prana, I. G. B. M. A., & Setiawan, P. Y. (2025). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi pada Kubu Manggala Villa Seminyak). *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 12(2), 322-339.
- Puspitawati, N. M. D., & Muliani, N. K. (2022). PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM PENJUALAN PRODUK ARDITA GOLD DI DESA BATUBULAN, KABUPATEN GIANYAR. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 3(2), 68-76.
- Wibawa, G., Sumaryana, F. D., & Firohmatillah, A. R. (2024). Pengabdian masyarakat melalui pelatihan marketing berbasis digitalisasi bagi para pelaku UMKM

di Desa Cilembu dan Desa Cigendel. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 1670-1676.

Yasa, I. P. N. A. P., Cahyani, N. K. I. D., Pratama, I. P. A. M. P., & Puspitawati, N. M. D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Promosi Serta Konservasi Budaya Lokal Nusantara. Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR), 4, 179-189.