

## UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DIGITAL MARKETING DAN SOSIALISASI ATURAN KERJA PADA UBUD GREEN RESORT VILLAS

Bagus Nyoman Kusuma Putra<sup>1,\*</sup>, Ni Luh Putu Yuniantari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: [bgskusumaputra@unmas.ac.id](mailto:bgskusumaputra@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Pada era globalisasi perusahaan berlomba lomba menggunakan media digital sebagai media promosi untuk penjualan produk maupun jasa, begitu juga pada Perusahaan Ubud Green Resort Villas. Ubud Green Resort Villas menyediakan akomodasi penginapan, restoran, maupun spa, dengan jumlah karyawan sebanyak 35 orang karyawan. Banyaknya pesaing di usaha yang sejenis menjadi tantangan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk maupun jasa, maka Ubud Green Resort Villas perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga meningkatnya kunjungan wisatawan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat pelayanan yang diharapkan wisatawan baik melalui media social maupun pelayanan secara langsung oleh karyawan. Maka dari itu, sangat diperlukan pengembangan promosi penjualan guna meningkatkan kunjungan wisatawan melalui media social dan penyuluhan aturan kerja kepada karyawan Ubud Green Resort Villas.

**Kata Kunci:** Meningkatkan Kunjungan, Digital Marketing, Aturan Kerja, Disiplin Kerja.

### ANALISIS SITUASI

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Aspek ekonomi pariwisata berhubungan dengan kegiatan ekonomi yang langsung berkaitan dengan kegiatan pariwisata, seperti usaha perhotelan, transportasi, telekomunikasi, bisnis eceran, dan penyelenggaraan paket pariwisata

Ubud Green Resort Villas merupakan perusahaan yang bergerak pada industri perhotelan yang berdiri pada tahun 2011 yang beralamat di Jl. Sriwedari, No. 8, Tegallantang, Ubud. Ubud Green Resort Villas menyediakan akomodasi penginapan, restoran, maupun spa, dengan jumlah karyawan sebanyak 35 orang karyawan.

Pada era globalisasi perusahaan berlomba lomba menggunakan media digital sebagai media promosi untuk penjualan produk maupun jasa, begitu juga pada Perusahaan Ubud Green Resort Villas. Perusahaan belum optimal memanfaatkan media social sebagai media penjualan produk maupun jasanya, perusahaan lebih memfokuskan pengenalan perusahaan pasca terjadinya pandemi. Selain itu karyawan pada perusahaan kurang mematuhi aturan kerja seperti tidak memakai atribut yang ditetapkan dan tata rias yang kurang.

---

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil analisis situasi yang sudah dilakukan, maka perumusan permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan Ubud Green Resort Villas adalah Perusahaan Ubud Green Resort Villas belum optimal dalam mempromosikan produk atau jasa guna meningkatkan kunjungan wisatawan di perusahaan tersebut pada media sosial yang mengakibatkan belum banyak wisatawan mengetahui tentang perusahaan serta beberapa karyawan pada Perusahaan Ubud Green Resort Villas masih ada yang belum mentaati aturan kerja yang ditetapkan pada bagian operasional perusahaan dimana karyawan harus tetap dalam keadaan rapi, bersih, dan wangi.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Adapun solusi yang diberikan yang sesuai dengan permasalahan yang ditentukan dalam observasi yang telah dilakukan, antara lain :

1. Meningkatkan promosi produk maupun jasa melalui strategi digital marketing sebagai media pemasaran agar dapat lebih luas dijangkau wisatawan sehingga kunjungan wisatawan semakin meningkat.
2. Memberikan sosialisasi tentang aturan kerja kepada karyawan sehingga kualitas pelayanan perusahaan semakin meningkat dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada wisatawan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan program kerja ini adalah sebagai berikut :

1. Pada tahap persiapan, mempersiapkan bahan yang akan dijadikan bahan promosi seperti foto dan video di sosial media dan mempersiapkan buku panduan tentang aturan kerja yang akan disosialisasikan kepada karyawan.
2. Pada tahap pelaksanaan penulis melakukan kerjasama bersama koordinator bagian marketing dan para staf lainnya untuk melakukan promosi dengan menggunakan sosial media dan melakukan sosialisasi aturan kerja kepada karyawan yang belum optimal dalam mentaati aturan kerja, serta melakukan pendampingan dalam setiap pelaksanaan program yang telah dibuat.
3. Pada tahap evaluasi, melihat feedback yang dihasilkan dari promosi di sosial media dimana dapat melihat persepsi wisatawan terhadap promosi serta melihat bagian mana yang perlu ditingkatkan di masa mendatang. Dan menilai keoptimalan karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Upaya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dengan strategi promosi melalui digital marketing serta meningkatkan kesadaran karyawan terhadap aturan kerja sudah berjalan dengan baik dari pelaksanaan yang telah dilakukan serta karyawan mampu meningkatkan kesadaran diri masing-masing akan aturan yang ada

di perusahaan dengan sosialisasi yang telah dilakukan. Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan dimaksud adalah:

1. Pemimpin perusahaan di department masing-masing yang mendukung penuh kegiatan ini.
2. Semangat karyawan yang mendukung kegiatan ini.



**Gambar 1.** Penyuluhan promosi secara digital marketing melalui *website*.



**Gambar 2.** Penyuluhan tentang aturan kerja kepada rekan karyawan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan sosialisasi aturan kerja kepada karyawan dan promosi melalui digital marketing perlu dilakukan pada era globalisasi saat ini guna meningkatkan kualitas pelayanan serta kunjungan wisatawan sehingga membantu meningkatkan penjualan perusahaan dengan program kerja yang dilaksanakan.

Saran berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama pelaksanaan kegiatan promosi melalui digital marketing dan sosialisasi aturan kerja yaitu diharapkan kepada pihak yang berkaitan pada bidang pemasaran ini selalu rutin meng-*upload* postingan produk maupun jasanya pada media promosi digital melalui aplikasi *instagram* maupun *website* guna memperkenalkan produk dan jasa di perusahaan kepada wisatawan luas dan meningkatkan penjualan serta kunjungan wisatawan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat UNMAS Denpasar. (2024).

*Buku Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat.* Universitas Mahasaraswati Denpasar: LPPM Denpasar.

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017, May 17). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1 - 17.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Sutrisno, E. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.