

PENGEMBANGAN BUKU SAKU *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI MEDIA EDUKASI UNTUK PEMILIK *HOMESTAY* DESA CISAAT, SUBANG, JAWA BARAT

Elvira Damayanti^{1*}, Muhammad Faesal², Mulyati Mulyati³

^{1,2,3}Universitas Negeri Jakarta

*Korespondensi: elviradamayanti31@gmail.com

| Diajukan | Direvisi | Diterima |
|------------|------------|------------|
| 05-01-2024 | 29-01-2024 | 07-03-2024 |

ABSTRACT

Purpose: This research aims to produce a digital homestay marketing pocketbook as an educational medium for homestay owners in the Cisaat Tourism Village.

Methods: The research method used in this research is Research and Development (R&D) using the ADDIE (Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation) development model, but in this research, it only reaches the development stage.

Implication: The assessment results for the Digital Marketing Homestay pocketbook obtained from validation results by material experts were 4.8, and by media experts were 4.27, with the conclusion that it was very suitable for testing. Meanwhile, the results of the individual trials obtained an average score of 4.4, included in the very feasible category, and the results of the small group trials received a result of 4.1, included in the possible category. This shows that this Homestay Digital Marketing Pocket Book is suitable for homestay owners' use as a digital educational medium for homestay marketing. The development of the Digital Marketing Homestay Pocket Book can guide homestay owners in marketing homestays using digital marketing by utilizing social media so potential tourists can better know them.

Keywords: pocketbook, digital marketing, homestay

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan buku saku *digital marketing homestay* sebagai media edukasi kepada pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat.

Metode: Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Research and Development* (R&D) dengan menggunakan model pengembangan ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation*), akan tetapi dalam penelitian ini hanya sampai pada tahap *Development*.

Implikasi: Adapun hasil penilaian buku saku *Digital marketing Homestay* yang diperoleh dari hasil validasi oleh ahli materi sebesar 4,8 dan oleh ahli media sebesar 4,27 dengan kesimpulan sangat layak untuk diuji cobakan. Sedangkan pada hasil pada uji coba perorangan diperoleh rata-rata skor 4,4 yang termasuk dalam kategori sangat layak dan pada hasil uji coba kelompok kecil memperoleh hasil sebesar 4,1 yang termasuk dalam kategori layak. Hal ini menunjukkan bahwa buku saku *Digital marketing Homestay* ini layak digunakan oleh pemilik *homestay* sebagai media edukasi *digital marketing* untuk sarana pemasaran *homestay*. Dengan adanya pengembangan buku saku *Digital Marketing Homestay* dapat menjadi pedoman pemilik *homestay* dalam memasarkan *homestay* secara *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial agar dapat lebih dikenal oleh calon wisatawan.

Kata Kunci : Buku Saku, *Digital marketing, Homestay*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak potensi pariwisata. Pesona keindahan alam, keberagaman budaya dan adat istiadat merupakan faktor pendukung seorang wisatawan dalam berkunjung ke suatu daerah wisata. Para wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata bertujuan untuk melepas penat akibat kesibukan dan tugas sehari-hari. Hal ini sesuai dengan tujuan kepariwisataan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi guna kesejahteraan masyarakat. Adapun tujuan dari kepariwisataan yang tertuang dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah untuk meningkatkan pertumbuhan

ekonomi, mensejahterakan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, melestarikan lingkungan, melestarikan sumber daya, memajukan kebudayaan, meningkatkan rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, serta mempererat persahabatan antar bangsa. Adanya usaha jasa pariwisata ini selain dapat meningkatkan pendapatan daerah wisata juga dapat mengatasi pengangguran karena dapat memberdayakan masyarakat sekitar daerah wisata dan juga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung seperti dalam penyediaan akomodasi penginapan, transportasi, jasa makanan dan minuman, pemandu wisata, dll. (Mistriani et al., 2021). Dengan adanya usaha jasa wisata ini dapat mengembangkan potensi sumber daya manusia dan juga dapat dijadikan sebagai pendapatan bagi masyarakat sekitar objek wisata, sehingga memiliki potensi menjadi daya tarik wisata untuk menarik wisatawan berkunjung. Dalam hal ini, desa wisata bisa dikatakan masih menjunjung tinggi tradisi daerah yang ada, sehingga wisatawan yang berkunjung dapat menikmati atraksi, akomodasi, serta fasilitas yang tersedia.

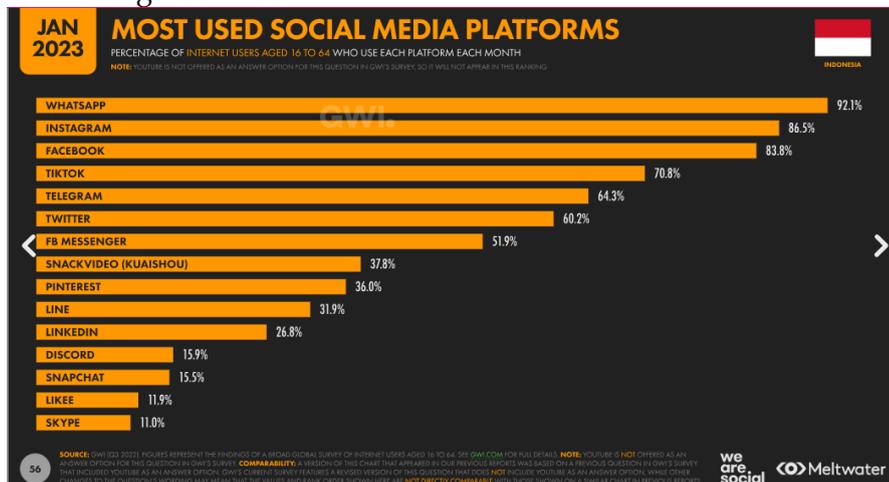
Kepala Bidang Strategi Pemasaran Pariwisata Mancanegara Wilayah Amerika dan Afrika di Direktorat Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara (DP3M) Kementerian Pariwisata, Dadang Djatnika mengatakan bahwa masyarakat dilibatkan secara aktif dalam menyediakan akomodasi penginapan berupa *homestay* atau *guesthouse*, kebutuhan konsumsi, pemandu wisata, akomodasi transportasi, pertunjukan, hiburan, dan kesenian untuk para wisatawan dalam mengembangkan desa wisata (Sumiati et al., 2022). Salah satu desa wisata yang telah mengembangkan *homestay* yaitu Desa Cisaat. Desa Wisata Cisaat adalah sebuah desa yang berada di selatan Kabupaten Subang yang menjadi penggerak ekonomi masyarakat setempat, dalam desa wisata ini terdapat 10 kampung dengan 6 Rukun Warga serta terdapat 80 *homestay* yang terbagi di 8 RT (Noviyanti et al., 2022). Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 9 Tahun 2014, *homestay* merupakan usaha bidang akomodasi. *Homestay* merupakan sebuah penginapan yang memanfaatkan kamar di rumah masyarakat setempat untuk di sewakan oleh wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. *Homestay* menjadi akomodasi penginapan pilihan wisatawan yang sedang berkunjung ke sebuah desa wisata, karena wisatawan dapat melihat secara langsung kebiasaan masyarakat dan kebudayaan di daerah tersebut, hal ini yang menjadikan wisatawan mendapatkan ilmu baru setelah pulang dari kegiatan wisatanya.

Universitas Negeri Jakarta membuat program pengembangan edukasi wisata yang bertujuan sebagai layanan dan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Cisaat. Dengan jumlah penduduk Desa Wisata Cisaat sebanyak 4.268 Jiwa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang, 2022). Desa Cisaat ini memiliki potensi wisata yang dikembangkan oleh desa yang melibatkan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Sehingga Desa Wisata Cisaat menjadi salah satu destinasi edukasi wisata. Dalam mengembangkan edukasi wisata, masyarakat diberikan berbagai pelatihan dan pengembangan media edukasi, seperti pelatihan pembuatan website desa wisata (Abidin et al., 2022), pelatihan akuntansi desa untuk meningkatkan akuntabilitas dana desa (Ulupui et al., 2022), pendampingan pembuatan media promosi pariwisata internasional berbasis digital (Bahtiar et al., 2023), pengembangan buku saku *homestay Asean Standard* berbasis CHSE (Trisnawati et al., 2021), dan sampai pada pengembangan buku saku *digital marketing* untuk pemilik *homestay* yang dilakukan oleh peneliti.

Seiring berkembangnya teknologi saat ini menjadikan informasi digital penting digunakan dalam pemasaran *homestay* di desa wisata, hal ini bertujuan agar pemasaran *homestay* dapat meluas. Meskipun saat ini Desa Wisata Cisaat telah memiliki website, akan tetapi di dalam website tersebut tidak menjelaskan secara detail terkait penginapan di desa tersebut. Hal itu tentu membuat akomodasi penginapan berupa *homestay* di Desa Wisata Cisaat kurang diketahui calon wisatawan yang membuka website tersebut untuk tujuan mencari informasi tentang desa wisata tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya pemasaran *homestay* melalui pemasaran digital. *Digital marketing* merupakan suatu cara yang efektif dalam mempromosikan produk melalui internet, seperti di *youtube*, *Facebook*, *Instagram*, dan sosial media lainnya. Penggunaan media digital saat ini merupakan keharusan, karena calon wisatawan saat ini banyak yang mencari destinasi wisata dan akomodasi penginapan melalui internet yaitu dengan menggunakan media sosial.

Mengingat pengembangan potensi wisata membutuhkan keseriusan yang melibatkan semua aspek kepariwisataan yang salah satunya adalah *digital marketing*, khususnya bagi pemilik atau pengelola *homestay* yang ada di Desa Wisata Cisaat. Pemanfaatan sosial media sebagai strategi *digital marketing* saat ini sudah banyak digunakan oleh pelaku usaha, hal ini dikarenakan penggunaan sosial media mudah digunakan dan dapat mengurangi pengeluaran pelaku usaha dalam hal promosi. Saat ini media sosial banyak digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi, tak terkecuali dalam mencari rekomendasi akomodasi penginapan. Bahkan menurut laporan SiteMinder (2023) bahwa dalam hal menemukan pilihan akomodasi, sebanyak 97% wisatawan Indonesia dipengaruhi oleh sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa sosial media memiliki pengaruh yang besar di bidang pariwisata. Sosial media *Instagram* yang saat ini banyak digunakan oleh pengguna *smartphone* menjadi media yang baik untuk mempromosikan *homestay*. *Instagram* sangat berperan besar dalam mempromosikan akomodasi penginapan dengan jumlah pengikut yang lebih banyak daripada sosial media lainnya (Yanti, 2019). Adapun survey pengguna sosial media di Indonesia adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Pengguna Sosial Media di Indonesia

(Sumber: We Are Social, 2023)

Gambar diatas menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan *platform* media sosial kedua yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia setelah *platform Whatsapp*. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* dapat menjadi pilihan media sosial yang tepat dalam mempromosikan *homestay* secara digital. Menurut (Handayani & Adelvia, 2020) *Instagram* tidak hanya digunakan oleh *agent travel* dalam mempromosikan paket *tour*, hotel, dan tiket saja, namun juga membantu menyebarkan informasi tentang wisata, seperti Ranu Manduro (Damaik, 2020) dan Hutan Pinus Mangunan (Anggara, 2017) yang dulunya tidak populer, akan tetapi dengan *instagram*, wisata ini dapat menjadi destinasi yang populer. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang dapat membantu pelaku usaha dalam mempromosikan usaha yang mereka miliki.

Adapun kelebihan *Instagram* sebagai media sosial untuk promosi dan pemasaran wisata yakni aksesibilitas, efektifitas, efisiensi, dan jangkauan yang sangat luas tanpa terbatas ruang dan waktu (Wijayanti, 2021). Dengan memanfaatkan *Instagram* sebagai media promosi tentu saja dapat menjadikan pemilik *homestay* dapat dengan mudah mempromosikan *homestay* yang mereka miliki karena dapat memasarkan dengan mudah dan juga tidak memakan biaya yang besar, selain itu jangkauan calon pembeli sangat luas karena tidak terbatas.

Dengan memberdayakan Sumber Daya Manusia sebagai penggerak dan mengembangkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay* secara digital untuk memajukan Desa Wisata Cisaat, diharapkan dapat meningkatkan kualitas Desa Wisata Cisaat sebagai desa wisata agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. *Digital marketing* dapat diaplikasikan kepada masyarakat dengan menggunakan buku saku *digital marketing* sebagai media edukasi pemilik *homestay* dalam mempelajari cara penggunaan sosial media untuk memasarkan *homestay* secara digital. Penggunaan buku saku dilakukan untuk mengedukasi pemilik *homestay* tentang penggunaan media sosial sebagai pemasaran digital *homestay*. Melalui strategi *digital marketing* diharapkan banyak wisatawan yang berkunjung, pemilik *homestay* dapat melakukan penerapan *digital marketing* dengan cara membuat *website* terkait desa wisata, membuat akun sosial media, membuat video profil *homestay* sebagai ajang promosi dan pengambilan gambar yang harus sesuai agar dapat menarik minat masyarakat yang ingin berwisata.

Setelah melakukan observasi di Desa Wisata Cisaat, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Peneliti menemukan bahwa pemasaran *homestay* di Desa Wisata Cisaat masih belum menggunakan pemasaran digital, yang dimana pemilik *homestay* masih belum maksimal dalam memasarkan *homestay* yang mereka miliki. Pemasaran *homestay* di Desa Wisata Cisaat masih mengandalkan pada Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) setempat dalam pemasarannya. Kepala Dusun Desa Wisata Cisaat mengatakan bahwa masyarakat desa setempat masih belum fasih dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan *homestay* mereka, maka dari itu belum adanya digitalisasi dalam proses pemasaran *homestay*. Selain itu, wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cisaat masih terhitung sedikit. Menurut penuturan Kang Deden selaku Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Wisata Cisaat, mengatakan bahwa wisatawan yang berkunjung setiap bulannya berkisar 150-250 orang yang rata-rata pengunjung berasal dari instansi pendidikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Cisaat masih belum banyak dikenal oleh calon wisatawan diluar dari instansi pendidikan, angka tersebut juga menunjukkan bahwa pengunjung di desa tersebut masih rendah.

Maka dari itu peneliti ingin memberikan media edukasi kepada para pemilik *homestay* berupa media edukasi buku saku dalam menggunakan sosial media khususnya *Instagram* sebagai sarana pemasaran digital *homestay*. Dengan adanya buku saku ini, pemilik *homestay* dapat secara mandiri dalam memasarkan *homestay* yang mereka miliki dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini buku saku yang dikembangkan peneliti sangat dibutuhkan media untuk menunjang proses pemberian edukasi terkait *digital marketing*. Saat ini terdapat beberapa media yang dapat digunakan sebagai media edukasi, akan tetapi dari banyaknya media yang dapat digunakan, pada penelitian ini peneliti ingin mengembangkan buku saku sebagai media edukasi. Hal ini dikarenakan buku saku merupakan buku yang memuat materi yang ringkas dan juga berisi gambar-gambar yang dapat mewakili penjelasan, selain itu buku saku juga mudah dibawa kemana pun dan kapan pun sehingga memudahkan pembaca. Buku saku dipilih oleh peneliti dikarenakan saat melakukan observasi ke Desa Wisata Cisaat, masih terdapat beberapa pemilik *homestay* yang penggunaan *handphone* nya masih bersama suami, sehingga hanya memiliki satu *handphone* saja. Hal itu yang membuat peneliti memilih buku saku, karena buku saku dapat digunakan secara bersamaan saat menggunakan *handphone*, sehingga dalam mempraktikkan menggunakan sosial media tidak harus membuka dan menutup aplikasi yang akan membuat sulit pemilik *homestay* dalam penggunaannya.

Kegunaan buku saku *digital marketing* ini adalah untuk dipelajari lebih mendalam oleh pemilik *homestay* agar dapat mempromosikan lebih mendalam terkait *homestay* yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Pemilihan buku saku sebagai media edukasi dikarenakan setelah peneliti melakukan observasi, ditemukan bahwa beberapa pemilik *homestay* di desa tersebut, dalam penggunaan *handphone* masih berdua dengan suami, sehingga masih memiliki satu *handphone*. Maka dari itu buku saku akan membantu pemilik *homestay* dalam mempelajari

cara penggunaan media sosial dengan melihat tutorial yang ada, karena jika pemilik *homestay* melihat tutorial di internet akan membuat pemilik *homestay* sulit karena harus membuka dan menutup aplikasi. Dengan adanya buku saku *digital marketing* ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait penggunaan sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan *homestay*, serta diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang menginap di *homestay* yang ada di Desa Wisata Cisaat.

METODE

Tempat pelaksanaan penelitian pengembangan media ini dilaksanakan di Desa Wisata Cisaat, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini adalah pada bulan Juni sampai September 2023. Penelitian ini menggunakan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode riset dan pengembangan (*Research and Development*) dengan model pengembangan ADDIE melalui 3 tahapan yakni *Analyze*, *Design*, dan *Development*. Tahap *Implementation* dan *Evaluation* tidak digunakan karena tujuan dari penelitian ini hanya mengembangkan dan menghasilkan produk buku saku yang valid serta layak digunakan.

Subjek pada penelitian ini adalah 13 (tiga belas) orang pemilik *homestay* yang terbagi menjadi uji coba perorangan (*one to one*) dengan 3 (tiga) orang dan uji kelompok kecil (*small group*) dengan 10 (sepuluh) orang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan pengisian angket (kuisisioner). Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan turun lapang tatap muka secara langsung (*offline*). Kemudian untuk mengetahui hasil validasi dari para responden, peneliti memberikan lembar penilaian kepada pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat.

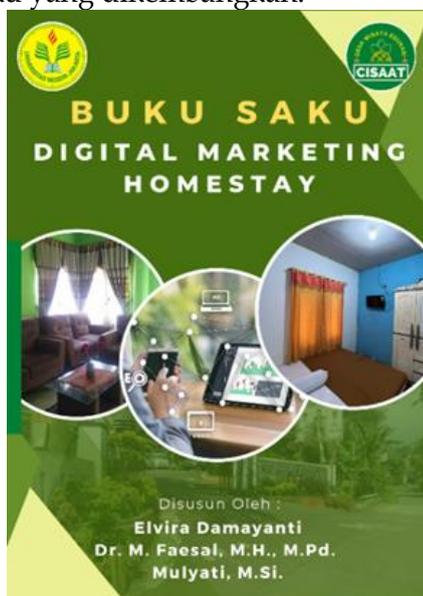
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan buku saku *digital marketing homestay* merupakan media edukasi berbentuk buku saku yang akan menjadi media pembelajaran pemilik *homestay* dalam memasarkan *homestay* secara *digital marketing*. Dengan buku saku ini, pemilik *homestay* dapat memanfaatkan sosial media sebagai wadah dalam memasarkan *homestay* secara digital. Pemilihan buku saku sebagai media edukasi karena buku saku mudah untuk dibawa kemana saja dan juga berisi materi yang sudah ringkas. Menurut Husain & Puspasari (2015) Buku saku sebagai bahan ajar memiliki konsep materi yang ringkas, padat, dan jelas yang disertai dengan gambar yang menarik sehingga dapat meningkatkan motivasi pembaca untuk membaca dimanapun dan kapanpun. Buku saku *digital marketing homestay* yang dikembangkan memuat materi ringkas yang mudah dipahami oleh pembaca dan juga disertai dengan gambar yang menarik. Selain itu, pemilihan buku saku sebagai media ini dapat menyampaikan informasi tentang materi pembelajaran dan lainnya ini bersifat satu arah, sehingga hal ini membuat pembaca menjadi pembelajar yang mandiri (Mustari & Sari, 2017).

Pengembangan produk buku saku *Digital marketing Homestay* memiliki tujuan antara lain: (1) Memberi edukasi kepada pemilik *homestay* tentang pentingnya *digital marketing* dalam pemasaran *homestay* di era digitalisasi saat ini; (2) Meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait penggunaan sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan *homestay*. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wistaa Cisaat, Subang, Jawa Barat. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan turun lapang tatap muka secara langsung (*offline*). Kemudian untuk mengetahui hasil validasi dari para responden, peneliti memberikan lembar penilaian kepada pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat. Adapun prosedur penelitian dan pengembangan ini dilakukan dengan Langkah-langkah dari metode pengembangan ADDIE namun hanya sampai pada tahap *Development* (Pengembangan). Tahap *Implementation* dan *Evaluation* tidak dilaksanakan dikarenakan penelitian ini hanya bertujuan untuk menghasilkan produk serta diuji kelayakan oleh ahli materi dan ahli media, serta dengan uji coba perorangan (*one to one*) dan uji coba kelompok kecil (*small group*).

Pada tahap analisis ini, peneliti menganalisis berdasarkan analisis masalah serta analisis kebutuhan. Analisis masalah akan menjelaskan hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti terkait masalah yang ada di Desa Wisata Cisaat khususnya pada pemasaran *homestay*. Sedangkan pada analisis kebutuhan akan menjelaskan hasil Analisa yang dilakukan oleh peneliti terkait solusi yang dibutuhkan oleh pemilik *homestay* Desa Wisata Cisaat dalam mengatasi permasalahan yang ada. Analisis kebutuhan, berdasarkan analisis masalah yang ada, peneliti memiliki solusi yaitu dengan mengembangkan produk berupa media buku saku *Digital marketing Homestay*. Pengembangan media buku saku ini memiliki kelebihan yaitu memiliki isi materi yang ringkas, terdapat gambar yang membuatnya lebih menarik, serta mudah dipelajari karena ukurannya yang kecil sehingga mudah dibawa kemanapun. Buku saku ini dikembangkan karena dapat dibaca dengan mudah oleh pemilik *homestay* karena buku ini berisikan materi yang mudah dipahami. Buku saku yang dikembangkan peneliti berisikan materi-materi terkait desa wisata, *homestay*, syarat-syarat sebuah *homestay*, *digital marketing*, dan strategi *digital marketing*. Selain itu, buku saku ini berisi materi terkait tata cara pembuatan akun Google, Instagram, Facebook, dan juga tata cara upload konten berupa foto, video, reels, ataupun video story. Sehingga buku saku ini bisa menjadi pedoman untuk pemilik *homestay* dalam memasarkan *homestay* secara *digital marketing*. Buku saku ini berisikan materi-materi terkait *Digital marketing Homestay*. Buku saku ini dapat menjadi media alternatif yang dapat membantu pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat dalam memahami materi yang dipelajari, serta dapat dijadikan sebagai panduan dalam melakukan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram.

Pada tahap *development*, peneliti merelisasikan seluruh materi yang sudah dirancang pada kerangka buku saku serta rancangan desain gambar, ilustrasi, dan warna. Berikut adalah tampilan depan dari buku saku yang dikembangkan.



Gambar 1. Tampilan sampul buku saku

(Sumber: Olah data Pribadi, 2024)

Buku saku yang dikembangkan berisi edukasi kepada pemilik *homestay* dalam memanfaatkan *digital marketing* sebagai media pemasaran di era digitalisasi saat ini. Buku ini berisi tentang *digital marketing*, tata cara pembuatan akun sosial media, pembuatan Pin Google Maps, serta tata cara upload foto atau video di sosial media khususnya Instagram. Hal ini dikarenakan, sebelumnya para pemilik *homestay* belum memanfaatkan media sosial dalam memasarkan *homestay*. Studi pendahuluan yang dilakukan kepada pemilik *homestay* bahwa mereka belum memanfaatkan sosial media sebagai media pemasaran *homestay*, sehingga pemilik *homestay* masih mengandalkan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) setempat dalam memasarkan *homestay*. Selain itu Kepala Dusun Desa Wisata Cisaat mengatakan bahwa

masyarakat desa setempat masih belum fasih dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan *homestay* mereka, maka dari itu belum adanya digitalisasi dalam proses pemasaran *homestay*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk membuat media edukasi berupa buku saku yang berjudul *Digital marketing Homestay*. Peneliti berharap pemilik *homestay* dapat secara mandiri dalam memasarkan *homestay* dengan memanfaatkan sosial media, serta pemilik *homestay* dapat mengimplementasikan materi yang ada di buku saku.

Adapun hasil penilaian buku saku *Digital marketing Homestay* yang diperoleh dari hasil validasi oleh ahli materi dan ahli media, serta uji coba perorangan (*one to one*) dan uji coba kelompok kecil (*small group*) adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil penilaian rata-rata skor ahli materi dari 4 aspek

| No. | Aspek | Rata-rata Skor |
|----------------|-------------------------|----------------|
| 1 | Relevansi Materi | 5 |
| 2 | Pengorganisasian Materi | 5 |
| 3 | Bahasa | 4,75 |
| 4 | Kemanfaatan | 4,6 |
| Total | | 19,3 |
| Rata-rata Skor | | 4,8 |

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa media buku saku ini memperoleh rata-rata skor sebesar 4,8 yang dilihat dari 4 aspek. Buku saku ini dilihat dari skor kelayakan media termasuk kedalam kategori sangat layak. Maka dari itu buku saku ini sangat layak digunakan sebagai media edukasi oleh pemilik *homestay* dalam menerapkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay*.

Tabel 2. Hasil penilaian rata-rata skor ahli media dari 4 aspek

| No. | Aspek | Rata-rata Skor |
|----------------|---------------|----------------|
| 1 | Kelayakan Isi | 4 |
| 2 | Penyajian | 4,1 |
| 3 | Bahasa | 4,8 |
| 4 | Kegrafikan | 4,2 |
| Total | | 17,1 |
| Rata-rata Skor | | 4,27 |

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa media buku saku ini memperoleh rata-rata skor sebesar 4,27 yang dilihat dari 4 aspek. Buku saku ini dilihat dari skor kelayakan media termasuk kedalam kategori sangat layak. Maka dari itu buku saku ini layak digunakan sebagai media edukasi oleh pemilik *homestay* dalam menerapkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay*.

Tabel 3. Hasil penilaian rata-rata skor uji coba perorangan dari 5 aspek

| No. | Aspek | Rata-rata Skor |
|----------------|---------------|----------------|
| 1 | Kelayakan Isi | 4 |
| 2 | Penyajian | 4,7 |
| 3 | Bahasa | 4 |
| 4 | Kegrafikan | 4 |
| 5 | Kemanfaatan | 4 |
| Total | | 20,7 |
| Rata-rata Skor | | 4,1 |

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa media buku saku ini memperoleh rata-rata skor sebesar 4,1 yang dilihat dari 5 aspek. Buku saku ini dilihat dari skor kelayakan media termasuk kedalam kategori layak. Maka dari itu buku saku ini layak digunakan sebagai media edukasi oleh pemilik *homestay* dalam menerapkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay*.

Setelah mendapatkan penilaian dari ahli materi dan ahli media, kemudian buku saku ini di uji kelayakan pada uji perorangan (*one to one*) dengan 3 orang pemilik *homestay*, dan uji kelompok kecil (*small group*) kepada 10 orang pemilik *homestay*. Berikut adalah hasil penilaian pada uji coba perorangan.

Tabel 4. Hasil penilaian rata-rata skor uji coba perorangan (*one to one*) dari 5 aspek

| No. | Aspek | Rata-rata Skor |
|----------------|---------------|----------------|
| 1 | Kelayakan Isi | 4,3 |
| 2 | Penyajian | 4,7 |
| 3 | Bahasa | 4,3 |
| 4 | Kegrafikan | 4,2 |
| 5 | Kemanfaatan | 4,3 |
| Total | | 21,8 |
| Rata-rata Skor | | 4,4 |

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa media buku saku ini memperoleh rata-rata skor sebesar 4,4 yang dilihat dari 5 aspek. Buku saku ini dilihat dari skor kelayakan media termasuk kedalam kategori sangat layak. Maka dari itu buku saku ini layak digunakan sebagai media edukasi oleh pemilik *homestay* dalam menerapkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay*.

Tabel 5. Hasil penilaian rata-rata skor uji coba kelompok kecil (*small group*) dari 5 aspek

| No. | Aspek | Rata-rata Skor |
|----------------|---------------|----------------|
| 1 | Kelayakan Isi | 4 |
| 2 | Penyajian | 4,2 |
| 3 | Bahasa | 4,2 |
| 4 | Kegrafikan | 4,2 |
| 5 | Kemanfaatan | 4,1 |
| Total | | 20,7 |
| Rata-rata Skor | | 4,1 |

Berdasarkan hasil penilaian yang sudah dihitung dari keseluruhan aspek, pada uji coba kelompok kecil diperoleh rata-rata skor 4,1. Maka dari itu buku saku ini layak digunakan sebagai media edukasi oleh pemilik *homestay* dalam menerapkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay*. Penelitian pengembangan buku saku *Digital marketing Homestay* dalam pengembangannya menggunakan model ADDIE yang hanya dilakukan sampai tahap Development. Tahap *Implementation* dan tahap *Evaluation* tidak dilakukan karena tujuan penelitian ini berfokus pada pengembangan dan menghasilkan produk berupa buku saku yang valid serta layak untuk digunakan. Hasil penelitian berdasarkan penilaian oleh ahli materi mendapat perolehan rata-rata skor sebesar 4,8. Dapat disimpulkan bahwa materi yang terdapat dalam buku saku sudah sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu mengembangkan buku saku *Digital marketing Homestay* serta siap untuk diuji coba kelayakan. Sedangkan hasil penelitian berdasarkan penilaian oleh ahli media mendapat perolehan rata-rata skor sebesar 4,27. Dapat disimpulkan bahwa media buku saku yang dikembangkan sudah memenuhi kriteria dan siap untuk diuji coba kelayakan.

Dengan mengembangkan buku saku *digital marketing homestay*, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemandirian pemilik *homestay* dalam memasarkan *homestay* secara digital. Sehingga pemasaran *homestay* tidak hanya mengandalkan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), akan tetapi pemilik *homestay* dapat secara mandiri memasarkan *homestay* yang mereka miliki di sosial media. Selain itu, pemilik *homestay* juga dapat membantu Pokdarwis dalam memperkenalkan Desa Wisata Cisaat di sosial media. Menurut Biro Humas dan Kerja Sama Internasional (2020) media sosial memiliki daya jangkauan yang sangat luas, hal ini menjadikan sosial media menjadi salah satu sarana utama dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran digital saat ini.

SIMPULAN

Pengembangan buku saku *Digital marketing Homestay* yang telah dilakukan oleh peneliti dikembangkan atas dasar bahwa di Desa Wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat belum adanya proses digitalisasi dalam mempromosikan *homestay*. Tidak hanya itu, *homestay* di Desa Wisata Cisaat juga belum terdapat di *Google Maps*, hal tersebut membuat wisatawan yang berkunjung seringkali tidak menginap di desa tersebut, karena wisatawan belum banyak mengetahui bahwa di desa tersebut terdapat penginapan yang bisa digunakan wisatawan yang berkunjung melainkan di penginapan sekitar desa tersebut. Maka dari itu, peneliti mengembangkan buku saku *Digital marketing Homestay* ini dengan harapan para pemilik *homestay* dapat memasarkan *homestay* mereka melalui *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* dan *Google Maps*. Penelitian pengembangan ini menggunakan model ADDIE yang hanya sampai pada tahap *Development* dan melalui uji validasi oleh ahli materi dan ahli media, serta uji coba perorangan (*one to one*) dan uji coba kelompok kecil (*small group*)

Berdasarkan penelitian pengembangan yang sudah dilakukan, tentunya media buku saku masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh sebab itu, dibutuhkan beberapa saran agar pengembangan produk dapat terlaksana dengan baik, yaitu Kepala desa memfasilitasi para pemilik *homestay* untuk mengadakan dan mengikuti pelatihan *digital marketing* dalam memasarkan *homestay*. Selain itu, media edukasi buku saku ini dapat mengalami pengembangan dengan materi dan bentuk media yang berbeda, sehingga pemilik *homestay* dapat menambah pengetahuan dalam memasarkan *homestay* secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., Fedrina, R., & A, R. A. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1-10.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang. (2022). *Kecamatan Ciater Dalam Angka 2022*. BPS Kabupaten Subang.
- Bahtiar, I. R., Kusuma, D. L., & Andika, Y. (2023). Pendampingan Pembuatan Media Promosi Pariwisata International Berbasis Digital Bagi Warga Desa Cisaat. *Journal of Human And Education*, 3(2), 185-190. <https://doi.org/10.31004/jh.v3i2.193>
- Biro Humas dan Kerja Sama Internasional. (2020). *Hasil Survei Kepuasan Masyarakat Atas Akun Instagram, Twitter, dan Facebook BPK*. <https://tinyurl.com/SurveiAkunInstagramBPK>
- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). Instagram Tourism: Menciptakan Hype Pada Destinasi Wisata (Studi Pada Akun @Indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 105-118. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2856>
- Husain, M., & Puspasari, D. (2015). Pengembangan Bahan Ajar Buku Saku Pada Kompetensi Dasar Mengidentifikasi Definisi Dan Ruang Lingkup Sarana Dan Prasarana Kantor Pada Siswa Kelas Xi Apk 1 Smkn 1 Surabaya. 1-16.
- Mistriani, N., Nasrullah, Lestari, N., Revida, E., Simarmata, M. M., Murdana, I. M., Suwandi, A., Utami, N. R., Lestari, Y., & Tristantie, N. (2021). *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan* (A. Karim & J. Simarmata, Eds.; I). Yayasan Kita Menulis.
- Mustari, M., & Sari, Y. (2017). Pengembangan Media Gambar Berupa Buku Saku Fisika SMP Pokok Bahasan Suhu dan Kalor. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-BiruNi*, 6(1), 113-123. <https://doi.org/10.24042/jpifalbiruni.v6i1.1583>
- Noviyanti, A., Mulyati, & Hamiyati. (2022). Analisis Service Experience Di Desa Wisata Cisaat. *Journal of Mandalika Review*, 1(2), 1-7. <https://doi.org/10.55701/mandalika>
- SiteMinder. (2023). *Global research by SiteMinder reveals travelers from Asia, and Latin America lead in intent, leisure, and digitization*. <https://www.siteminder.com/news/changing-traveller-report-2023-asia-latin->

america/

- Sumiati, S., Sugiarti, C., & Ramdani, R. (2022). Strategi Pengembangan SDM di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Melalui Program Desa Wisata Cibeusi Kabupaten Subang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 532–541. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7494778>
- Trisnawati, F., Nugraheni, P. L., Mashabi, N. A., & Mulyati. (2021). Pengembangan Buku Saku Homestay Asean Standard Berbasis Cleanliness, Health, Safety, And Environmental Sustainability (Chse) Sebagai Media Pengabdian Kepada Masyarakat Pengelola Homestay Di Desa Cisaat Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 141–153. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm>
- Ulupui, Ig. K. A., Indra, P., Hasanah, N., Nindito, M., Jaya, T. E., Sasmi, A. A., Yusuf, M., & Zairin, G. M. (2022). Pelatihan Akuntansi Desa Untuk Meningkatkan Akuntabilitas Dana Desa di Desa Cisaat Kab. Subang Jawa Barat. *Rahmatan Lil 'Alamin Journal of Community Services*, 2(2), 108–112. <https://doi.org/10.20885/rla.vol2.iss2.art6>
- Wijayanti, A. (2021). Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2(1), 26–39. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v2i1.138>
- Yanti, D. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Industri Perhotelan di Kota Medan. *Jurnal Akomodasi Agung*, 6(2).