Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan **e-ISSN: 2620-942X**
Vol 7, No. 2, 2024

PENDAMPINGAN *DIGITAL MARKETING* DAN PEMBUATAN *EVENT* BERBASIS PARIWISATA PADA KARYAWAN HOMESTAY

Dewi Gita Kartika[1*], Syifa Rahmah[2], Ismayanti[3], Nayla Rizkysayudi[4]
[1-4]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jl.Soepomo No. 84, Jakarta
Email Correspondence: dewigitakartika@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan kegiatan untuk meningkatkan kompetensi digital marketing dan kemampuan manajemen event berbasis Pendampingan Digital Marketing dan pembuatan event berbasis pariwisata pada karyawan homestay di Kecamatan Anyer, Banten. Tahap awal kegiatan dimulai dengan sosialisasi dan pemetaan kebutuhan mitra, yang memperlihatkan rendahnya literasi digital, terbatasnya pemanfaatan data media sosial dalam pengambilan keputusan pemasaran, serta minimnya pengalaman dalam merancang event kreatif berbasis atraksi wisata pesisir. Berdasarkan temuan tersebut, tim PKM melaksanakan pelatihan melalui kombinasi sesi teori dan praktik yang mencakup analitik media sosial, strategi pembuatan konten, SEO dasar, penggunaan iklan digital, serta konsep, tren, dan perencanaan event kreatif. Tahap penerapan teknologi dilakukan melalui pendampingan langsung di tempat kerja, di mana peserta mempraktikkan penyusunan kalender konten, analisis performa digital, serta perancangan event skala kecil yang relevan dengan karakter destinasi Anyer. Evaluasi program menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta, yang terlihat dari kenaikan nilai post-test, meningkatnya kualitas konten promosi, serta keberhasilan beberapa penginapan menyelenggarakan event internal yang mampu menarik minat wisatawan. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil memperkuat daya saing digital mitra, meningkatkan kapasitas SDM pariwisata lokal, dan menyediakan model pendampingan yang dapat direplikasi untuk pengembangan industri penginapan di era digital.

Kata Kunci: Data Analytics, Event Kreatif, Digitalisasi, Pariwisata, Anyer.

ABSTRACT

The objective of the program was to improve digital marketing competency and event management skills based on Digital Marketing Mentoring and tourism-based event creation for homestay employees in Anyer District, Banten. The initial phase of the program began with outreach and mapping of partner needs, which revealed low digital literacy, limited use of social media data in marketing decision-making, and minimal experience in designing creative events based on coastal tourism attractions. Based on these findings, the PKM team conducted training through a combination of theory and practice sessions covering social media analytics, content creation strategies, basic SEO, digital advertising usage, and creative event concepts, trends, and planning. The technology implementation phase was carried out through direct on-the-job mentoring, where participants practiced creating content calendars, analyzing digital performance, and designing small-scale events relevant to the character of the Anyer destination. The program evaluation showed significant improvements in participant knowledge and skills, as evidenced by increased post-test scores, improved promotional content quality, and the success of several accommodations in organizing internal events that attracted tourists. Overall, this PKM activity successfully strengthened the digital competitiveness of partners, increased the capacity of local tourism human resources, and provided a replicable mentoring model for the development of the lodging industry in the digital era.

Keywords: *Data Analytics, Creative Event, Digitalization, Tourism, Anyer.*

PENDAHULUAN

Kecamatan Anyer di Kabupaten Serang, Banten, merupakan salah satu destinasi wisata pesisir yang memiliki potensi besar dalam sektor penginapan. Penginapan merupakan komponen penting dalam produk pariwisata karena menyediakan layanan akomodasi beserta makanan, minuman, dan fasilitas pendukung lainnya, serta berfungsi sebagai basis aktivitas wisatawan sekaligus kontributor bagi perekonomian lokal (Kolesárová, 2024). Jenis penginapan umumnya terbagi menjadi dua kategori, yaitu usaha berskala besar seperti hotel atau resor, dan usaha berskala kecil seperti homestay atau *bed and breakfast*, di mana kategori terakhir lebih dominan ditemukan di Anyer (ASEAN Secretariat, 2021).

Dalam konteks ekonomi kreatif dan perkembangan inovasi digital, kajian terbaru menegaskan bahwa keterhubungan antara kreativitas, teknologi digital, dan sektor pariwisata dapat menghasilkan nilai tambah yang signifikan (Varotsis, 2022; Rachmat et al., 2023). Di sisi lain, perkembangan pariwisata yang bergerak menuju era digital menghadirkan tantangan tambahan bagi pelaku usaha (Kartika et al., 2024), terutama bagi pekerja penginapan yang terlibat langsung dalam pelayanan dan pengelolaan operasional. Meski jumlah kunjungan wisatawan nasional meningkat dalam lima tahun terakhir, perubahan tersebut tidak serta-merta berpengaruh pada tingkat hunian penginapan di Banten (BPS Banten, 2024). Kesenjangan ini mencerminkan adanya persoalan struktural berupa rendahnya kapasitas digital, kurang optimalnya strategi pemasaran berbasis data, serta minimnya inovasi event yang dapat mendorong wisatawan untuk memperpanjang masa tinggal di Anyer. Situasi ini semakin mendesak karena perilaku wisatawan modern sangat dipengaruhi oleh informasi digital, ulasan daring, dan konten media sosial, yang kini menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan perjalanan.

Urgensi peningkatan kompetensi karyawan penginapan semakin relevan ketika dikaitkan dengan tuntutan industri pariwisata yang ditandai oleh integrasi teknologi pada hampir seluruh proses layanan. Dalam konteks global, digitalisasi telah menjadi fondasi utama peningkatan daya saing destinasi. Buhalis dan Sinarta (2020) menjelaskan bahwa penggunaan data analitik, kanal digital, dan teknologi interaktif menjadi instrumen strategis untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal dan responsif. Di sisi lain, studi Gretzel (2022) mengenai ekosistem pariwisata cerdas menegaskan bahwa keberhasilan adaptasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan SDM dalam memahami, mengelola, dan memanfaatkan teknologi tersebut sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Pada konteks lokal, karyawan penginapan masih belum terbiasa menggunakan data dari media sosial maupun event kreatif sebagai dasar dalam perencanaan pemasaran. Rendahnya literasi digital ini menyebabkan strategi promosi cenderung sporadis dan tidak terukur, sehingga visibilitas usaha di ranah online tidak berkembang secara optimal.

Selain aspek digital marketing, berbagai studi menunjukkan bahwa kemampuan dalam merancang dan mengelola event kreatif, baik di dalam maupun di luar hotel, mampu meningkatkan daya tarik destinasi serta mendorong kunjungan dan tingkat hunian akomodasi pariwisata (Mahadewi, 2022). Event berperan sebagai pemicu kunjungan, perpanjangan masa tinggal wisatawan, serta alat strategis untuk memperkuat identitas dan citra destinasi. Menurut Getz dan Page (2020), event yang dikelola secara profesional mampu meningkatkan nilai tambah destinasi melalui pengalaman berbasis budaya dan interaksi sosial, sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi industri lokal. Namun, banyak pengelola penginapan di Anyer belum memiliki pengalaman dan

pemahaman terkait desain event yang relevan dengan karakter wisata pesisir. Keterbatasan ini berdampak pada kurangnya variasi atraksi pendukung yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk memilih penginapan tertentu dan memperpanjang durasi kunjungan.

Ketiga persoalan tersebut, rendahnya kemampuan pemanfaatan data, minimnya kapasitas event management, dan resistensi terhadap teknologi, menunjukkan perlunya intervensi pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada peningkatan daya saing di era digital. Agar intervensi menjadi lebih adaptif, berkelanjutan, dan inklusif, pendekatan yang menggabungkan perspektif teknologi digital, ekonomi kreatif, dan pariwisata sangatlah diperlukan (Ghaly et al., 2024). Program pendampingan menjadi relevan karena menggabungkan penguatan literasi digital, peningkatan kemampuan interpretasi analitik media sosial, pelatihan perancangan event berbasis atraksi lokal, serta pendampingan adaptasi teknologi sesuai kebutuhan industri penginapan. Pendekatan ini selaras dengan kerangka teori *Destination Competitiveness* yang menekankan bahwa keunggulan destinasi tidak hanya ditentukan oleh daya tarik alam, tetapi juga oleh kapasitas industri, inovasi, dan kualitas sumber daya manusia (Crouch & Ritchie, 2020). Melalui peningkatan kompetensi karyawan penginapan, daya saing daerah dapat diperkuat secara berkelanjutan dan memberikan dampak langsung pada peningkatan kualitas layanan, visibilitas digital, serta keberlanjutan usaha.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupaya menjawab kebutuhan mendesak sektor perhotelan di Anyer untuk bertransformasi secara digital dan adaptif. Pendampingan dilakukan melalui pelatihan analitik pemasaran, perancangan event, dan penguatan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi utama meningkatkan kinerja usaha. Upaya ini diharapkan mampu menghasilkan kelompok karyawan penginapan yang lebih kompeten, inovatif, dan siap bersaing dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini berlangsung selama Maret hingga Oktober 2024 dan berlokasi di Desa Cikoneng, Kecamatan Anyer, Kabupaten Serang, Banten. Lokasi ini dipilih karena menjadi pusat aktivitas kelompok karyawan penginapan serta kawasan wisata pesisir yang membutuhkan peningkatan kapasitas digital. Kegiatan dilaksanakan secara luring untuk sesi pelatihan dan praktik, sementara monitoring dan konsultasi dilakukan secara daring untuk memudahkan evaluasi berkelanjutan.

Kegiatan didukung oleh perangkat teknologi dalam digital marketing seperti laptop, proyektor, internet, serta berbagai aplikasi digital termasuk Google Analytics, Meta Business Suite, Canva, dashboard analitik media sosial, SEO tools, dan aplikasi manajemen event seperti Trello atau Notion. Seluruh peserta memanfaatkan perangkat masing-masing untuk praktik pembuatan konten, membaca data digital, dan menerapkan strategi pemasaran yang dipelajari.

Tahap awal implementasi meliputi sosialisasi dan pemetaan kebutuhan melalui observasi lapangan, wawancara, dan kuesioner untuk menilai literasi digital dan kemampuan analitik peserta. Pelatihan kemudian diberikan melalui kombinasi teori dan praktik mengenai analitik media sosial, perencanaan pemasaran berbasis data, konsep event, SEO, konten kreatif, serta iklan digital. Setelah itu, peserta didampingi secara

intensif dalam penerapan di lapangan, termasuk menyusun kalender konten, menganalisis performa unggahan, serta merancang event sederhana sesuai karakter penginapan.

Evaluasi dilakukan secara formatif selama pendampingan, sumatif pada akhir kegiatan, serta evaluasi lanjutan beberapa minggu setelah implementasi. Evaluasi mencakup perubahan kompetensi digital, kualitas konten promosi, pemahaman analitik, dan kemampuan merancang event. Kegiatan ini diperkuat oleh kolaborasi aktif antara mitra, dosen, dan mahasiswa, sehingga metode implementasi yang diterapkan mampu meningkatkan kompetensi karyawan penginapan secara berkelanjutan serta memperkuat daya saing usaha penginapan di Kecamatan Anyer dalam era digital. Lebih rinci, kegiatan PKM untuk peningkatan kemampuan digital kelompok karyawan penginapan Kec. Anyar dijelaskan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kegiatan dan Target Luaran

No.	Kegiatan	Tujuan
1	Sosialisasi	Memberi pemahaman awal, memetakan kebutuhan mitra, dan menetapkan peserta.
2	*Pre-test*	Mengetahui kemampuan peserta sebelum dilaksanakannya pelatihan.
3	Pelatihan a. Gambaran umum analitik pemasaran media sosial b. Teknologi dan alat analitik c. Strategi pemasaran digital d. Event berbasis pariwisata	Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar terkait analitik, digital marketing dan penerapannya pada event berbasis pariwisata.
4	*Post-test*	Mengetahui kemampuan peserta setelah dilaksanakannya pelatihan dan pendampingan.
5	Pendampingan & Evaluasi	Memastikan implementasi berjalan efektif melalui observasi, umpan balik, dan perbaikan.
6	Keberlanjutan Program	Menjamin kelanjutan praktik digital melalui modul, pelatihan lanjutan, dan kerja sama berkelanjutan.
7	Publikasi Kegiatan	Menghasilkan dan menerbitkan artikel ilmiah dari hasil kegiatan PKM.

Sumber: Hasil Olahan, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal pelaksanaan program dimulai dengan kegiatan sosialisasi kepada mitra, yaitu kelompok karyawan penginapan di Kecamatan Anyer. Sosialisasi ini bertujuan memberikan penjelasan mengenai tujuan, manfaat, serta alur program yang akan dijalankan. Pada pertemuan awal, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan mitra, khususnya terkait kemampuan digital, pemanfaatan data analitik, dan pengalaman mereka dalam penyelenggaraan event. Proses pemetaan kebutuhan ini menghasilkan temuan awal bahwa sebagian besar karyawan belum memahami penggunaan analitik media sosial, memiliki pengalaman terbatas dalam merancang event berbasis atraksi

lokal, serta masih kesulitan beradaptasi dengan teknologi pemasaran digital. Informasi awal tersebut menjadi dasar penyusunan materi dan strategi pendampingan yang lebih relevan bagi mitra.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan secara tatap muka pada Kamis, 24 Oktober 2024 di Mambruk Hotel & Convention, Jl. Raya Karang Bolong, Cikoneng, Kec. Anyar, Kab. Serang, Banten. Kegiatan dihadiri oleh 25 peserta yang berasal dari berbagai penginapan di Kecamatan Anyer. Pelatihan dibagi menjadi dua pokok materi utama, yaitu analitik pemasaran digital dan manajemen event. Pada sesi pertama, peserta diperkenalkan pada konsep pentingnya analitik media sosial dan cara membaca data dari platform seperti Instagram Insights, Google Analytics, dan Meta Business Suite. Melalui contoh kasus dari destinasi wisata lain, peserta diajak untuk melihat bagaimana pola interaksi audiens, jam unggah terbaik, dan minat pengguna dapat menjadi dasar perencanaan strategi pemasaran. Aktivitas pemasaran merupakan bagian dari kegiatan bisnis yang penting untuk dilakukandan disusun langkah strateginya (Widiati et al., 2024; Utami et al., 2024). Peserta kemudian mempraktikkan cara mengukur performa unggahan, menganalisis tren harian, serta mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial.



Gambar 1. Pelatihan dan Materi

Pada sesi kedua, pelatihan difokuskan pada pengenalan konsep event kreatif berbasis wisata pesisir dan tren terkini dalam event hospitality. Peserta mendapatkan pemahaman dasar mengenai jenis event yang relevan dengan karakteristik wisata pesisir Anyer, seperti event kuliner lokal, kegiatan keluarga, olahraga pantai, hingga pertunjukan budaya. Melalui simulasi sederhana, peserta dilatih menyusun alur event, kebutuhan logistik, kolaborasi vendor, serta strategi promosi digital untuk meningkatkan partisipasi wisatawan. Salah satu hasil pelatihan adalah kemampuan peserta merancang konsep event skala kecil yang dapat dengan mudah diterapkan pada penginapan mereka masing-masing.



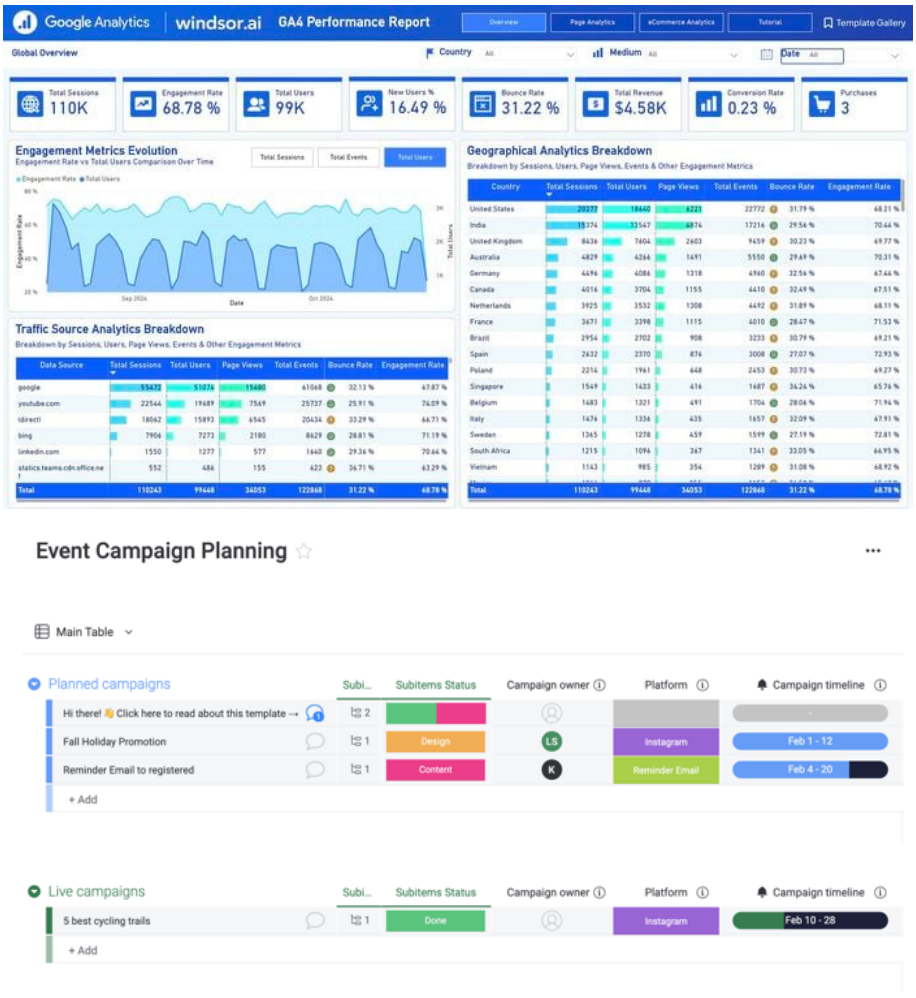
Gambar 2. Pelatihan dan Materi Sesi 2

Tahap penerapan teknologi menjadi komponen penting dalam program ini. Pada tahap ini, peserta didampingi secara intensif dalam mengimplementasikan hasil pelatihan di lingkungan kerja mereka. Pendampingan meliputi praktik pembuatan kalender konten bulanan, penggunaan fitur SEO dasar untuk meningkatkan visibilitas pencarian, serta pengoperasian iklan berbayar menggunakan Facebook Ads dan Google Ads. Peserta juga diarahkan untuk memanfaatkan fitur-fitur digital seperti template konten promosi, analitik performa unggahan, dan integrasi WhatsApp Business dalam komunikasi dengan tamu. Melalui praktik langsung ini, peserta mulai memahami bagaimana teknologi dapat menjadi alat strategis untuk menarik lebih banyak wisatawan sekaligus meningkatkan peluang konversi pemesanan kamar.

Dalam konteks pemasaran digital untuk sektor perhotelan, Facebook Ads dan Google Ads berperan strategis dalam membangun kesadaran merek dan meningkatkan konversi pemesanan kamar, khususnya ketika dikombinasikan dengan fitur-fitur digital seperti template konten promosi visual, analitik performa unggahan, dan integrasi WhatsApp Business untuk komunikasi langsung dengan tamu. Facebook Ads sangat efektif dalam menarik perhatian calon tamu melalui visual storytelling yang ditargetkan secara demografis dan minat, sedangkan Google Ads memaksimalkan kehadiran hotel saat calon tamu melakukan pencarian aktif terkait akomodasi (Bagaskara et al., 2023). Penggunaan WhatsApp Business membantu menciptakan komunikasi real-time dengan tamu, meningkatkan personalisasi dan loyalitas selama masa menginap. Selain itu, analisis performa konten melalui insight media sosial memungkinkan hotel menyesuaikan promosi sesuai preferensi audiens (Maheswari et al., 2024). Praktik-praktik ini terbukti mendorong peningkatan okupansi kamar karena tamu merasa lebih terhubung secara digital sebelum, selama, dan setelah menginap (Suarmika, 2024).

Setelah proses promosi melalui Facebook Ads dan Google Ads serta pemanfaatan fitur-fitur digital, langkah lanjutan yang krusial dalam strategi pemasaran digital adalah Search Engine Optimization (SEO) dan Event Management**.** SEO membantu website hotel atau akomodasi tampil di peringkat atas hasil pencarian organik melalui pengoptimalan kata kunci, konten, dan struktur situs, sehingga meningkatkan visibilitas dan potensi pemesanan tanpa biaya iklan langsung. Menurut Maheswari et al. (2024), SEO yang konsisten mampu meningkatkan trafik website hingga 40% dalam periode tiga bulan pada industri perhotelan. Selain itu, praktik Event Management seperti penyelenggaraan event internal hotel (misalnya: live music, kelas yoga, atau festival

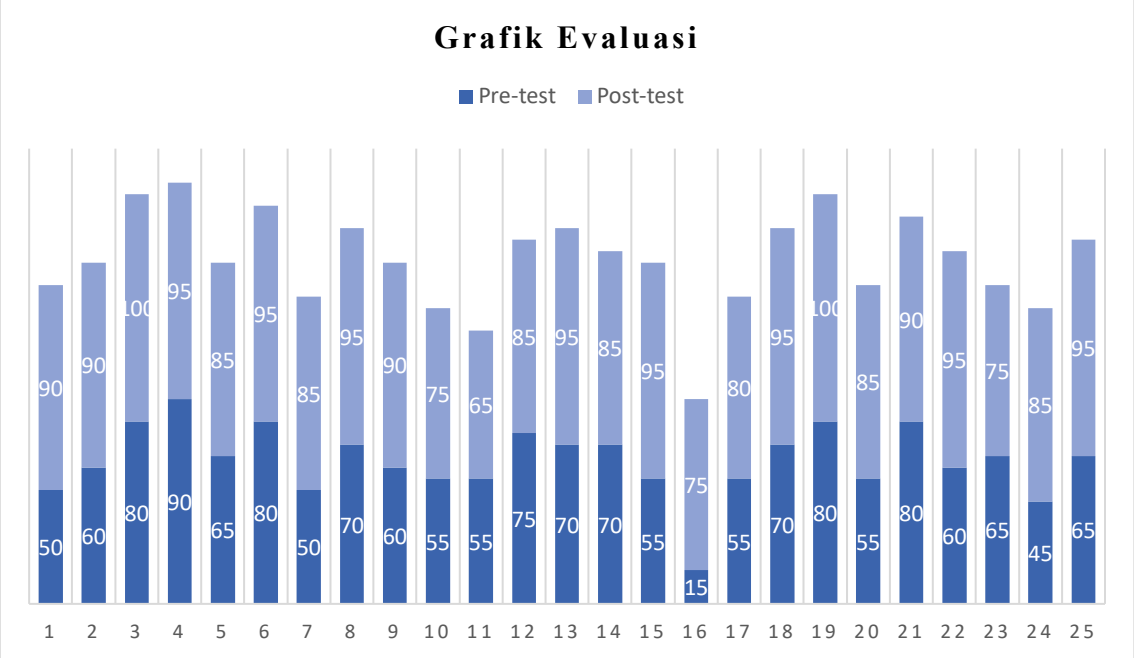
kuliner lokal) menjadi daya tarik tambahan yang dapat membujuk calon tamu untuk memilih tempat menginap tertentu. Penelitian Putri & Lestari (2024) menekankan bahwa hotel yang rutin mengadakan event memiliki tingkat retensi tamu lebih tinggi karena pengalaman yang ditawarkan lebih unik dan berkesan. Kolaborasi antara praktik SEO dan event hospitality ini saling memperkuat; konten-konten event yang dioptimalkan dengan teknik SEO bisa menjadi magnet digital yang menarik perhatian audiens di mesin pencari dan media sosial secara bersamaan.



Gambar 3. Dashboard Search Engine Optimization (SEO) (atas) dan Event Management (bawah)

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan untuk memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan baru secara mandiri. Evaluasi dilakukan melalui observasi lapangan, peninjauan dashboard performa digital peserta, serta wawancara singkat untuk mengetahui tantangan dan keberhasilan selama implementasi. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan signifikan dalam kualitas konten promosi, kemampuan membaca data digital, serta keberanian peserta dalam mencoba fitur-fitur baru seperti iklan berbayar dan promosi berbasis insight. Selain itu, beberapa penginapan mitra berhasil membuat konsep event kreatif berskala kecil, seperti "Acoustic with Sunset", "Ulin di Basisir", dan "Jelajah Rasa", yang diharapkan dapat menarik minat tamu dan meningkatkan interaksi di media sosial setelah terimplementasikan.

Secara keseluruhan, kemampuan peserta setelah mengikuti program mengalami peningkatan yang terlihat dari hasil pre-test dan post-test yang digunakan sebagai alat ukur pemahaman. Rata-rata nilai post-test meningkat sebesar 40% dibandingkan dengan pre-test. Peserta menunjukkan pemahaman lebih baik mengenai pemanfaatan data digital, pengelolaan event, serta integrasi teknologi untuk meningkatkan daya saing penginapan. Selain itu, peserta juga mampu menyusun strategi pemasaran sederhana yang berbasis pada data analitik, serta menerapkan teknik pembuatan konten yang lebih menarik dan tepat sasaran. Hasil pendampingan membuktikan bahwa pendekatan digital dan event-based strategy dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing penginapan dalam menghadapi perubahan perilaku wisatawan di era digital.



Gambar 4. Grafik Evaluasi Pemahaman Materi

Program ini juga memberikan dampak positif terhadap manajemen operasional penginapan. Penggunaan analitik membantu pelaku usaha mengetahui waktu kunjungan yang paling potensial, preferensi wisatawan, dan jenis konten apa yang paling diminati. Sementara itu, praktik penyusunan event sederhana memberikan nilai tambah bagi pengalaman tamu dan meningkatkan peluang kunjungan ulang. Pendampingan digital memungkinkan mitra memperoleh pemahaman baru tentang strategi promosi yang efisien dan berbiaya rendah. Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dan kompetensi event management merupakan kunci dalam membangun penginapan yang lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di Kecamatan Anyer.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang difokuskan pada peningkatan literasi digital, pemanfaatan analitik media sosial, serta penguatan kemampuan manajemen event bagi kelompok karyawan penginapan di Kecamatan Anyer telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak signifikan bagi mitra. Berdasarkan rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, hingga pendampingan dan evaluasi, dapat disimpulkan bahwa kompetensi digital peserta

mengalami peningkatan yang nyata. Peserta mampu memahami konsep analitik, memanfaatkan data untuk perencanaan pemasaran, serta mengimplementasikan praktik digital seperti pembuatan konten, SEO, dan penggunaan iklan berbayar. Selain itu, kemampuan peserta dalam merancang event sederhana yang sesuai dengan karakter destinasi pesisir menunjukkan peningkatan kreativitas dan pemahaman terhadap kebutuhan wisatawan. Tingginya antusiasme peserta dan meningkatnya nilai post-test dibandingkan pre-test menjadi indikator keberhasilan program ini. Secara keseluruhan, PKM ini berkontribusi pada peningkatan daya saing penginapan di Anyer serta mendorong adaptasi terhadap tuntutan industri pariwisata di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada mitra PKM, yaitu Kelompok Karyawan Penginapan Kecamatan Anyar, Banten, Mambruk Hotel & Convention yang telah memfasilitasi dalam penyediaan tempat pelaksanaan kegiatan PKM (*in-kind*), serta LPPM Universitas Sahid atas dukungan dan kontribusinya sehingga kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

ASEAN Secretariat. (2021). ASEAN Guidelines on Hygiene and Safety for Tourism Professionals and Communities in the Tourism Industry. Jakarta: The ASEAN Secretariat. https://asean.org/wp-content/uploads/2022/01/Final-ASEAN-Guidelines-_ACCOMMODATION_V1.1.pdf

Bagaskara, N. L., Mudana, I. G., & Susyarini, N. P. W. A. (2023). *Implementasi Google Ads untuk Meningkatkan Brand Image di Hotel Nikko Bali Benoa Beach* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).

Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2020). Real-time co-creation and nudge tourism marketing: Conceptual framework and future research directions. *Tourism Management*, 77, 104004. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104004

BPS Banten. (2024). Perkembangan Pariwisata Banten.

Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (2020). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Travel Research*, 59(1), 3–15. https://doi.org/10.1177/0047287519883034

Getz, D., & Page, S. J. (2020). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (4th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315147974

Ghaly, N. A., Lumban Raja, P. S., Rahmah, S., & Djamhur, I. G. (2024). Optimalisasi Peran Perempuan Pelaku UMKM dalam Ekonomi Kreatif Digital Melalui Pengembangan SDM Inklusif dan Berkelanjutan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, *1*(6), 108–117. https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i6.1809

Gretzel, U. (2022). Smart tourism and the development of tourist destinations: Current issues and future challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100689. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100689

Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 1 tahun 2024 tentang Efisiensi Belanja dalam Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran

Kartika, D. G., Sunarsi, D., Widaningsih, T. T., & Soemardjo, H. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Usaha Homestay di Desa Wisata

Cikolelet. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, *8*(2), 289–297. https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i2

Kolesárová, S., Šenková, A., Kormaníková, E., & Šambronská, K. (2024). Customer reviews of accommodation as an important factor in choosing and booking accommodation: Analysis of conditions in V4 countries. Administrative Sciences, 14(12), 308. https://doi.org/10.3390/admsci14120308

Mahadewi, N. M. E. (2022). Inovasi Industri Hospitaliti di Destinasi Wisata Perkotaan. In *Inovasi Dalam Hospitality* (pp. 64–77). Politeknik Pariwisata Bali.

Maheswari, A. A. I. A., Gavryla, A., Latupeirissa, J. J. P., & Paramartha, I. G. N. D. (2024). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Sosial Media Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Occupancy. *Media Bina Ilmiah*, *18*(10), 2643-2656.

PHRI. (2024). Banyak Hotel Terdampak Kebijakan Efisiensi Anggaran, Pemkot Cilegon Akan Support. https://phri.or.id/media/detail/4602

Rachmat, Z., Rukmana, A. Y., Nurendah, Y., Ashari, D. R. W., Donoriyanto, D. S., Bait, J. F., ... & Kasmita, M. (2023). Strategi Bisnis Digital Dan Implementasinya.

Suarmika, K. G. A. (2024). *Analisis Strategi Digital Markteing Melalui Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menginap Pada Arshika Bali Sunset Road* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).

Utami, A. R., Ratnasari, K., & Amelia, J. R. (2024). Pelatihan Pembuatan Konten Berkualitas Dan Digital Marketing: Kunci Sukses Penjualan Digital Bagi Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *8*(6), 6149-6158.

Varotsis, N. (2022). Digital Entrepreneurship and Creative Industries in Tourism: A Research Agenda. In Economies (Vol. 10, Issue 7). https://doi.org/10.3390/economies10070167

Widiati, E., Ismayanti, & Sambas, M. (2024). Pengembangan Kemampuan Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial Instagram Bisnis dan Pelatihan Foto Produk Pada UMKM di Pasar Minggu. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, *8*(2), 321–328. https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i2