DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

Digitalization of Tanjung Tourism (DIGITAN) to Improve Management and Online Marketing of Sinar Numfor Tourism Business in Sorong City

Digitalisasi Wisata Tanjung (DIGITAN) Guna Meningkatkan Manajemen Dan Pemasaran Online Usaha Wisata Sinar Numfor Kota Sorong

Melda Agnes Manuhutu*[1], Lulu Jola Uktolseja[2], Jalmjin Tindage[3]
[1,2,3] Universitas Victory Sorong
E-mail: melda.a.manuhutu@gmail.com[1], lulujola39@gmail.com[2], jalmijn@unvicsorong.ac.id[3]

Abstract

The tourism industry in Sorong City, Southwest Papua Province, has great potential as a driver of the local economy, but still faces limitations in human resource capacity and the use of digital technology, particularly at Sinar Numfor Tourism Enterprise. This Community Service activity aims to empower tourism stakeholders through the implementation of DIGITAN (Digitalization of Tanjung Tourism) to improve digital-based tourism management and promotion. The implementation methods include socialization, training, technology application, mentoring, and sustainability evaluation. The results of the activity show an increase in the capacity of the local community in digital visitor recording, report management, and bilingual tourism promotion through websites and social media. The implementation of DIGITAN has had an impact on increasing the efficiency of destination management and promotion reach. This program confirms that digital-based empowerment plays an important role in supporting independent and sustainable local tourism management.

Keywords*: Digitalization, Management, Tourism, Marketing*

Abstrak

Industri pariwisata di Kota Sorong, Provinsi Papua Barat Daya, memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal, namun masih menghadapi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya pada Usaha Wisata Sinar Numfor. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan memberdayakan pelaku wisata melalui penerapan DIGITAN (Digitalisasi Wisata Tanjung) untuk meningkatkan manajemen dan promosi wisata berbasis digital. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta evaluasi keberlanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas masyarakat lokal dalam pencatatan pengunjung secara digital, pengelolaan laporan, serta promosi wisata dua bahasa melalui situs web dan media sosial. Penerapan DIGITAN berdampak pada peningkatan efisiensi pengelolaan dan jangkauan promosi destinasi. Program ini menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis digital berperan penting dalam mendukung pengelolaan pariwisata lokal yang mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci*: Digitalisasi, Manajemen, Pariwisata, Pemasaran*

1. PENDAHULUAN

Kota Sorong merupakan ibu kota Provinsi Papua Barat Daya (PBD), provinsi termuda di Indonesia yang terbentuk pada tahun 2022 (Pristianto et al., 2024; UU RI Nomor 29 Tahun 2022). Kota Sorong merupakan kota yang potensial dalam berbagai sektor. Salah satu sektor utama yang menjadi tumpuan Pembangunan Kota Sorong adalah Pariwisata (Sitompul, 2012). Hal ini didukung oleh letaknya yang strategis sebagai pintu masuk ke Tanah Papua dengan tingginya arus wisatawan domestik maupun mancanegara. Pemerintah saat ini sedang menggalakan sektor ini (Damayanti & Puspitasari, 2024; Rendayani & Priyadi, 2018) karena kontribusinya tinggi terhadap keberlanjutan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat (Ahmadin, 2022; Alsabhan et al., 2025; Athallah et al., 2024; Fan & Ha, 2025; Godara et al., 2020; Sun et al., 2025; Surgawati et al., 2025). Salah satu destinasi wisata di Kota Sorong adalah Tanjung, sebuah kawasan wisata Bahari dengan berbagai lokasi usaha wisata. Salah satu usaha wisata di Tanjung adalah Sinar

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

Numfor yang dimiliki oleh Orang Asli Papua (OAP) dan telah dibangun sejak 2022 dan menawarkan pemandangan alam yang menawan serta fasilitas pendukung yang memadai.

Gambar 1. Pemandangan dan Fasilitas Wisata Sinar Numfor

Meskipun sangat potensial, usaha wisata Sinar Numfor masih menghadapi kendala utama dalam aspek manajemen dan pemasaran. Dalam sisi manajemen, pencatatan pengunjung masih dilakukan secara manual dengan menghitung jumlah kendaraan atau sekedar menulis di buku, yang kemudian dijadikan dasar laporan bulanan. Metode ini tidak efisien, rentan kesalahan, dan sulit dikontrol secara fleksibel (Ndoloe & Sudarmadji, 2025). Di sisi pemasaran, promosi masih dilakukan secara konvensional (lisan) sehingga kurang efektif dalam menjangkau wisatawan dari luar Sorong. Padahal pemasaran digital justru memberikan dampak yang siginifikan terhadap peningkatan promosi destinasi wisata lokal. Selanjutnya, pemasaran digital pula mampu memperluas jangkauan promosi dan menarik wisatawan (Kawi & Suprihadi, 2023; Oka et al., 2024; Pamuji et al., 2024; Situs et al., 2024; Torabi et al., 2023; Sugianto, 2023; Setiawan, 2024).

Selain itu, belum ada platform berbahasa Inggris membatasi akses wisatawan mancanegara, membuat Sinar Numfor belum dikenal secara luas. Padahal Kota Sorong saat ini, banyak sekali dikunjungi wisatawan mancanegara. Ketersediaan informasi dalam dua Bahasa dapat menjadi peluang penguatan branding Sinar Numfor sebagai usaha wisata OAP dengan promosi digital dua bahasa. Hal ini juga didukung Khan dan Khan (2024) yang menjelaskan bahwa penggunaan multilingual content dalam promosi pariwisata berperan penting dalam memperluas segmentasi pasar global dan meningkatkan keterlibatan wisatawan asing. Multibahasa dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman wisatawan (Artawa et al., 2023; Khorsheed & Saleh, 2024). Usaha wisata ini sebelumnya belum memiliki website untuk manajemen maupun pemasaran, bahkan belum memiliki media sosial resmi yang seharusnya dapat membantu meningkatkan daya tarik dan visibilitasnya. Dilihat dari kondisi kewilayahan PBD dan Kota Sorong sangat terkenal dengan wisatanya. Maka, pengembangan potensi wisata Sinar Numfor menjadi sangat penting untuk dilakukan. Apalagi Sinar Numfor merupakan usaha yang dikembangkan oleh OAP dan mempekerjakan masyarakat lokal yang ada di sekitar wilayah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yunus Kafiar sebagai pengelola, diperoleh informasi bahwa ada kesulitan dalam mencatat jumlah kunjungan wisatawan karena waktu kedatangan yang tidak tentu dan tingkat kunjungan yang sulit diprediksi. Selain itu, sering terjadi kondisi seperti pengunjung yang menyatakan telah membayar tiket masuk, ternyata belum melakukan pembayaran. Pencatatan kunjungan masih dilakukan secara manual dengan menulis pada buku secara sederhana atau mengingat misalnya 1 mobil Rp. 100.000 atau 1 motor Rp. 30.000. Hal ini menjadi tantangan dalam manajemen karena minimnya data yang terdokumentasi, sangat sulit untuk dilacak kembali dan menyulitkan proses rekapitulasi serta tidak dapat dikontrol dari mana dan kapan saja. Kondisi serupa juga ditemukan Widiastuti, Endrawati, et al.,

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

(2022) yang menjelaskan bahwa sistem pencatatan manual pada obyek wisata menimbulkan inefisiensi dan rawan kehilangan data. Selain itu, pemasaran usaha Sinar Numfor masih dilakukan dari mulut ke mulut, sehingga belum dikenal luas, terutama oleh wisatawan luar daerah atau mancanegara. Sebagian besar yang pernah datang karena diajak teman di Sorong, bukan karena menemukan informasi secara mandiri, sehingga jumlah pengunjung pun terbatas. Padahal pemasaran secara digital pula dapat meningkatkan kepuasan wisatawan (Torabi et al., 2022; Astuti et al. (2024).

Melalui pengkajian latar belakang tersebut ditemukan masalah utama bahwa proses manajemen yang ada belum efektif dan efisien serta proses pemasaran masih konvensional dan terbatas. Diperlukan digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi manajemen dan memperluas pemasaran. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pengelola Usaha Wisata Sinar Numfor, maka disepakati beberapa permasalahan prioritas dalam kegiatan PKM ini yang berfokus pada bidang manajemen dan pemasaran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bidang Manajemen
   Rendahnya kemampuan dan efisiensi manajerial pada Usaha wisata Sinar Numfor. Hal ini menyebabkan proses pelayanan pengunjung yang belum optimal, pencatatan yang belum terdokumentasi dengan baik serta menghambat pertumbuhan usaha.
   Sub-permasalahan:
   a. Belum adanya teknologi manajemen yang efektif dan efisien
   b. Pendataan pengunjung serta laporan masih manual, sehingga tidak efisien, rentan kesalahan dan sulit dianalisis.
   c. Pelatihan kapasitas SDM yang minim
   d. Pekerja membutuhkan pelatihan untuk pengelolaan secara digital.
2. Bidang Pemasaran
   Rendahnya daya jangkauan pemasaran disebabkan oleh minimnya pemanfaatan media digital dan kurangnya pemahaman serta keterampilan dalam strategi pemasaran digital, termasuk penyediaan platform dua bahasa (Indonesia-Inggris) untuk menjangkau wisatawan domestik maupun mancanegara.
   Sub-permasalahan:
   a. Belum adanya promosi secara digital dan website dalam dua bahasa (Indonesia-Inggris) sehingga pasar terbatas
      Usaha wisata Sinar Numfor masih menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut belum memanfaatkan platform digital sehingga akses wisatawan masih sangat terbatas. Sinar Numfor juga belum dapat memaksimalkan potensi untuk menarik wisatawan mancanegara yang sering mengunjungi Kota Sorong. Wisatawan mancanegara yang membutuhkan informasi promosi dalam Bahasa Inggris kesulitan karena belum tersedia platform dua bahasa (Indonesia-Inggris).
   b. Usaha wisata belum memiliki keunggulan dari segi branding
      Wisata yang ditawarkan Sinar Numfor belum tersorot secara optimal serta belum memiliki branding yang kuat untuk dikenal secara luas.
   c. Keterbatasan kemampuan untuk memasarkan secara digital
      Pekerja belum memiliki kemampuan dalam pemasaran online, pembuatan konten digital serta strategi pemasaran.

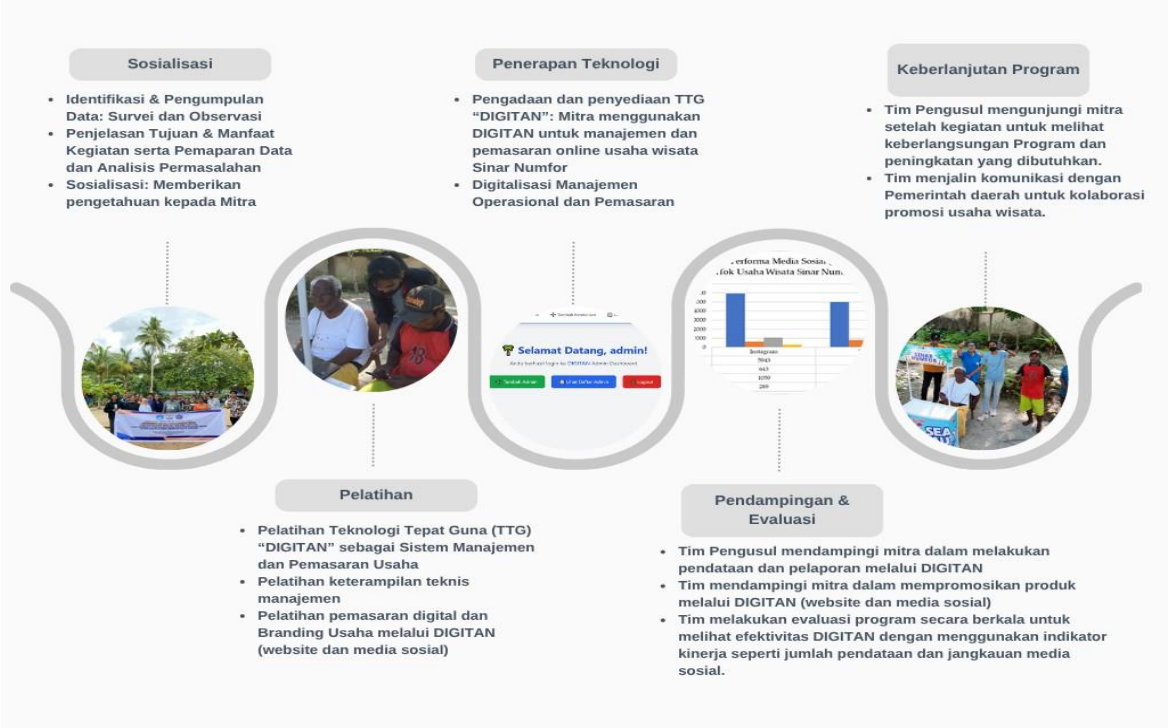
Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan pemasaran dan manajemen dalam usaha wisata Sinar Numfor dengan memperkuat literasi digital sebagai landasan pengembangan ekonomi lokal yang merupakan aspek penting dalam mendukung daya saing, terutama dalam menghadapi keterbatasan akses pasar, informasi, dan teknologi, yang masih menjadi tantangan.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memperluas Pemasaran dan meningkatkan efektifitas Manajemen usaha wisata.

2. METODE

Kegiatan PKM ini dilakukan karena pemberdayaan masyarakat, edukasi dan penerapan bisnis digital berperan penting dalam pengembangan tempat wisata (Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020; Luh Supartini et al., 2024; Suparyanto et al., 2024). Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh Tim Pengabdi dari Universitas Victory Sorong. Tim terdiri dari 3 orang dosen, yaitu 1 ketua dan dua anggota bersama 2 orang mahasiswa. Mitra dalam kegiatan ini ada Usaha Wisata Sinar Numfor yang terletak di Jalan Tanjung, Kota Sorong, Provinsi Papua Barat Daya. Program dilaksanakan mulai dari tahap persiapan Bulan Mei-Juni, pelaksanaan kegiatan Juli-Oktober dan penguatan keberlanjutan program November-Desember, dengan durasi keseluruhan delapan bulan. Adapun proses pelaksanaan kegiatan yang diterapkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Proses Pelaksanaan Kegiatan PKM

1. Sosialisasi
   Dalam kegiatan sosialisasi terdapat 3 kegiatan utama yaitu identifikasi-analisis kebutuhan dan pengumpulan data, penjelasan tujuan dan manfaat kegiatan, serta sosialisasi (memberi pengetahuan kepada mitra). Kegiatan ini membantu Tim Pengabdi untuk menelaah permasalahan yang dihadapi serta merancangkan tindakan yang hendak dikerjakan. Kegiatan pada tahap sosialisasi ini bertujuan untuk menumbuhkan pemahaman mitra tentang pentingnya digitalisasi untuk pengembangan usaha wisata Sinar Numfor. Kegiatan ini dimulai dengan survei dan observasi oleh tim. Di mana Tim berjumpa langsung dengan mitra, serta turun langsung untuk memantau proses bisnis yang berlangsung. Kemudian tim menjelaskan tujuan dan manfaat kegiatan serta memaparkan analisis permasalahan, mensosialisasikan pentingnya melakukan digitalisasi manajemen dan pemasaran pada usaha wisata Sinar Numfor.
2. Pelatihan
   Meningkatkan keterampilan pekerja dalam memanfaatkan DIGITAN sebagai Teknologi Tepat Guna (TTG) dalam manajemen usaha, pemasaran digital dan branding usaha Tim pengusul yang berasal dari multidisiplin ilmu memberikan pelatihan untuk menguatkan kapasitas

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

pekerja Usaha Wisata Sinar Numfor dalam memanfaatkan DIGITAN sebagai alat untuk manajemen dan pemasaran. Tim juga melatih penggunaan Instagram dan TikTok untuk promosi melalui media sosial.

3. Penerapan Teknologi
   Memadukan teknologi DIGITAN dalam proses manajemen dan pemasaran yang disebut Digitan Visit untuk pendataan kunjungan dan Digitan Explore untuk promosi wisata Pantai Sinar Numfor. Tim menyediakan DIGITAN sebagai alat TTG yang kemudian diterapkan langsung pada Usaha Wisata Sinar Numfor. Selain itu, tim juga membuat tautan ke media sosial yaitu Instagram dan TikTok pada website. Tim kemudian menerapkan penggunaan media sosial yaitu Instagram dan TikTok, spanduk dan video promosi dalam dua bahasa yaitu Indonesia-Inggris untuk promosi serta *booth* untuk pendataan.
4. Pendampingan dan Evaluasi
   Mengonfirmasi bahwa mitra telah dapat menggunakan DIGITAN dan memberikan kebermanfaatan. Tim melakukan pendampingan selama Usaha Wisata Sinar Numfor menggunakan TTG kemudian juga melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan tersebut.
5. Keberlanjutan Program
   Memastikan program memberikan dampak jangka panjang. Tim melakukan kunjungan kembali ke Sinar Numfor untuk memastikan DIGITAN berjalan dengan baik. Kemudian, Tim juga membangun komunikasi dengan pemerintah setempat untuk memastikan Usaha Wisata Sinar Numfor dapat berkembang secara maksimal khususnya dalam bidang manajemen dan pemasaran.

Selama proses pendampingan, tim pengabdi secara aktif melakukan pemantauan terhadap perkembangan penerapan DIGITAN melalui interaksi langsung dengan mitra. Pemantauan dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama pengelola wisata untuk memperoleh gambaran mengenai perubahan pada aspek manajemen dan pemasaran setelah sistem diterapkan. Selain itu, perkembangan penggunaan sistem juga terlihat dari data operasional yang dihasilkan secara rutin, seperti catatan jumlah pengunjung harian, laporan bulanan, serta aktivitas dan interaksi pada media sosial wisata. Tim juga melakukan fungsional secara bersama-sama untuk memastikan sistem berjalan sesuai kebutuhan mitra serta mendorong terjadinya perubahan perilaku digital dalam pengelolaan wisata. Dampak kegiatan kemudian terlihat dari meningkatnya kerapian pengelolaan data, kemudahan dalam penyusunan laporan, serta adanya peningkatan jumlah pengunjung dan interaksi digital sebagai indikator keberhasilan pendampingan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penerapan DIGITAN (Digitalisasi Wisata Tanjung) di Usaha Wisata Sinar Numfor, PKM Universitas Victory Sorong telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam manajemen dan pemasaran. Sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, pendampingan, dan monitoring evaluasi, serta keberlanjutan program merupakan lima tahap pelaksanaan kegiatan ini. Observasi, wawancara, pengumpulan data digital, dan pengujian sistem *(blackbox testing)* adalah analisa yang digunakan untuk mencapai kesimpulan.

Kegiatan pada tahap pertama yaitu sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mitra akan nilai digitalisasi dalam mengelola usaha wisata. Sistem manajemen sebelumnya masih manual dan rentan terhadap ketidakakuratan pencatatan, menurut pengamatan. Mitra menunjukkan pemahaman yang meningkat dan kesiapan untuk menggunakan sistem digital setelah tahap sosialisasi. Menurut wawancara, mitra mengakui digitalisasi sebagai langkah kritis menuju peningkatan promosi dan efektivitas manajemen. Hal ini sesuai dengan Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003), yang menekankan bahwa fase awal penyebaran informasi dan pembentukan sikap positif terhadap inovasi sangat penting bagi keberhasilan implementasi inovasi.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

Gambar 3. Sosialisasi Penggunaan DIGITAN di Sinar Numfor

Tahap kedua yaitu pelatihan. Tujuan tahap ini adalah untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam menggunakan DIGITAN Visit, sistem pendataan pengunjung dan pelaporan, serta DIGITAN Explore, situs web promosi multibahasa (Indonesia-Inggris) dan penggunaan sosial media yaitu Instagram dan TikTok.

Gambar 4. Pelatihan Penggunaan DIGITAN di Sinar Numfor

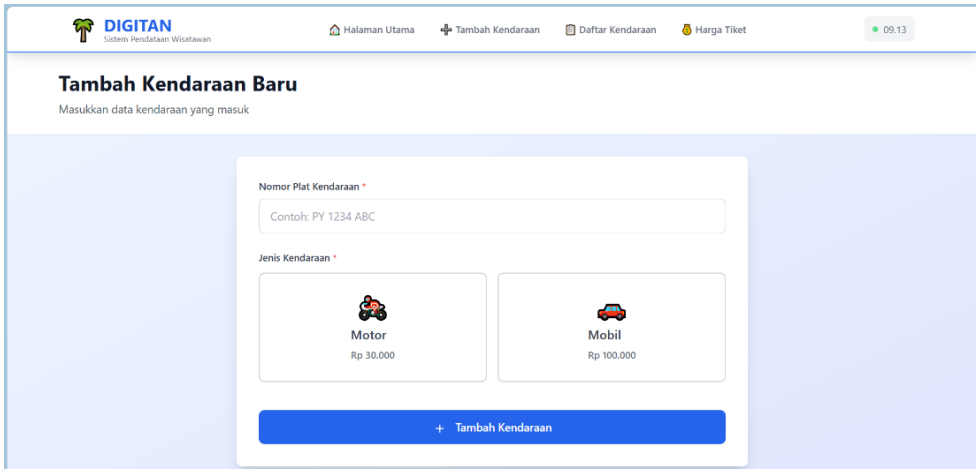
Tahap ketiga yaitu Penerapan teknologi. Dalam tahap ini mitra menggunakan DIGITAN untuk promosi dan manajemen data kunjungan. Berdasarkan hasil pemantauan mitra menunjukkan tingkat kepercayaan teknologi. Kemampuan peserta dalam menghasilkan laporan digital dan memasukkan data pengunjung menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan mereka. Hasil wawancara juga menunjukkan peningkatan kepercayaan teknologi. Hasil ini mengonfirmasi bahwa pelatihan digital dan kemampuan pemilik usaha kecil untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi memiliki dampak langsung terhadap peningkatan kesiapan digital dan produktivitas mereka (Vial, 2019).

Gambar 5. Penerapan Teknologi DIGITAN di Sinar Numfor

Setelah itu, tahap keempat pendampingan dan evaluasi dilakukan. Pemantauan rutin menganalisis dampak pemasaran digital melalui media sosial dan memastikan mitra dapat menggunakan sistem dengan efisien. Ringkasan evaluasi setelah proses PKM berdasarkan aspek yang ditingkatkan disajikan di bawah ini:

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

1. Aspek Manajemen



Gambar 6. DIGITAN Visit

Sistem DIGITAN menyediakan laporan pengunjung dan pendapatan harian dan bulanan untuk periode September–Desember 2025, yang dirangkum dalam data bulanan dan ditampilkan sebagai tren kunjungan dan pendapatan. Fitur ini memungkinkan perbandingan antar bulan, perhitungan rata-rata, dan analisis peningkatan dan penurunan kinerja, yang berfungsi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan berbasis data. DIGITAN memudahkan pengelola untuk melihat laporan bulanan dan data pengunjung harian. Berdasarkan pengujian fungsional sistem, setiap fungsi bekerja dengan baik. Selain itu, mitra dapat mengakses dan mengubah data secara mandiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa tahap transfer teknologi dan pelatihan telah berhasil. Hasil pengujian blackbox menunjukkan bahwa setiap fitur utama DIGITAN Visit beroperasi sesuai dengan yang direncanakan. Informasi data pengunjung dapat diperoleh secara real-time tanpa pencatatan manual, menurut pengamatan lapangan. Berdasarkan pengamatan, DIGITAN Visit mengelola data pengunjung harian dan pelaporan bulanan secara efisien. Setelah pelatihan, mitra dapat mengoperasikan sistem secara mandiri. Berdasarkan hasil pendataan secara digital melalui statistik pengunjung dan laporan pengunjung, dapat dilihat bahwa pada bulan pertama pengamatan (September 2025) tingkat kunjungan dan pendapatan masih berada pada fase awal, kemudian menunjukkan peningkatan pada bulan-bulan berikutnya hingga Desember 2025. Selama periode pengamatan, data menunjukkan adanya fluktuasi kunjungan dan pendapatan secara harian, namun secara keseluruhan memperlihatkan tren peningkatan. Berdasarkan data periode September–Desember 2025, sepeda motor mendominasi kunjungan sebesar 61,2%, sedangkan mobil sebesar 38,8%. Namun, dari sisi pendapatan, mobil memberikan kontribusi lebih besar yaitu 67,9%, sementara sepeda motor menyumbang 32,1%, yang menunjukkan bahwa mobil memiliki kontribusi pendapatan yang lebih signifikan secara proporsional. Pendapatan secara umum menunjukkan tren peningkatan yang signifikan selama periode pengamatan.

Menurut observasi dan wawancara, sistem ini meningkatkan akurasi pendataan dan mempermudah tugas manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan transfer teknologi telah dilaksanakan dengan baik. Selain itu, selama proses PKM, tim dan mitra memeriksa fungsi-fungsi DIGITAN melalui praktik langsung dalam kegiatan operasional. Mitra mencoba mengakses sistem, mencatat data pengunjung, menampilkan ringkasan berdasarkan tanggal, dan memantau data pengunjung secara real-time. Selain itu, mitra juga dibantu dalam mengelola dan menyesuaikan harga tiket sesuai kebutuhan. Hasilnya menunjukkan bahwa semua fitur utama sistem dapat digunakan dengan baik. Data pengunjung berhasil dicatat dan ditampilkan dengan akurat, ringkasan data berjalan sesuai kebutuhan, dan perubahan harga tiket dapat dilakukan tanpa hambatan. Hal ini menunjukkan bahwa DIGITAN mampu mendukung pengelolaan pariwisata yang efektif dan dapat dioperasikan secara mandiri oleh mitra.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

Berdasarkan pengamatan lapangan dan wawancara dengan mitra, sistem DIGITAN Visit dapat dioperasikan secara mandiri dan aktif tanpa bergantung pada tim PKM. Sistem ini secara efektif mengelola data pengunjung harian dan laporan bulanan dengan cara yang efisien. Setelah pelatihan, mitra dapat mengoperasikan sistem secara mandiri, menunjukkan transfer pengetahuan yang sukses dan peningkatan keterampilan digital. Menurut hasil wawancara, sistem ini meningkatkan akurasi data dan efisiensi kerja, terutama dalam mencatat jumlah pengunjung dan mengelola laporan keuangan, dibandingkan dengan sistem manual sebelumnya yang cenderung tidak konsisten dan rentan terhadap kesalahan pencatatan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan transfer teknologi telah dilaksanakan secara efektif.

2. Aspek Pemasaran Digital

Gambar 7. *DIGITAN Explore*

Selama proses pendampingan, tim pengabdi bersama mitra melakukan pengecekan penggunaan situs web DIGITAN Explore melalui praktik langsung. Mitra mencoba antarmuka dua bahasa, melakukan pembaruan dan penghapusan data, serta mengunggah konten promosi terbaru, yang seluruhnya dapat ditampilkan secara instan tanpa mengganggu tampilan situs. Seluruh menu navigasi dapat diakses dengan lancar dan responsif, sementara sistem keamanan mampu membatasi akses pengguna yang tidak berwenang. Selain itu, situs dapat digunakan secara konsisten pada berbagai peramban dan tetap berfungsi dengan baik saat terjadi gangguan koneksi sementara, sehingga mendukung pengelolaan informasi wisata secara efektif dan berkelanjutan.

Hasil pengujian blackbox menunjukkan bahwa semua fitur utama *DIGITAN Explore* berfungsi sesuai dengan yang direncanakan. Dengan kecepatan yang konsisten dan navigasi yang cepat, antarmuka multibahasa, tampilan data real-time, dan alat pembaruan admin berfungsi sesuai rencana. Sistem berfungsi dengan sempurna di semua browser, dan fitur keamanan berhasil mencegah akses yang tidak diinginkan. Secara keseluruhan, *DIGITAN Explore* dapat diandalkan untuk pemasaran digital.

Berdasarkan hasil pendampingan dan interaksi langsung dengan mitra, penerapan DIGITAN Explore menunjukkan dampak positif pada aspek promosi wisata. Mitra secara rutin memanfaatkan situs web untuk menampilkan informasi layanan wisata, harga masuk, serta fasilitas yang tersedia. Keberadaan situs web ini dinilai membantu memperluas jangkauan promosi dan menarik calon pengunjung baru.

DIGITAN Explore melalui situs web, Instagram, dan TikTok-nya, terbukti digunakan secara luas untuk pemasaran online. Pembaruan yang sering dilakukan meningkatkan kesadaran tentang destinasi dan partisipasi publik. Menurut wawancara, sistem ini

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033

berkontribusi pada peralihan ke pemasaran berbasis digital dengan memperkuat citra profesional situs wisata dan memperluas jangkauan promosinya.

Tabel 1. Performa Instagram (6 Juli – 3 Oktober 2025)

Indikator Yang Diukur	Hasil
Total tayangan konten	5.943 kali
Komposisi audiens	68,3% pengikut, 31,7% non-pengikut
Rata-rata tontonan video	349–937 tayangan
Jangkauan satu bulan terakhir	1.059 akun baru (+105.800%)
Kunjungan profil mingguan	289 Kunjungan (+50,5%)

Instagram menjadi platform utama untuk meningkatkan kesadaran destinasi, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 5. Dengan 68,3% tampilan berasal dari pengikut dan 31,7% dari non-pengikut, jumlah total impresi konten mencapai 5.943, menunjukkan peningkatan eksposur di luar audiens saat ini. Dalam sebulan terakhir, posting video rata-rata mendapatkan 349–937 tampilan, dan jangkauannya meningkat sebesar +105.800%, menarik 1.059 akun baru. Selain itu, tampilan profil mingguan meningkat sebesar 50,5%, menunjukkan bahwa minat publik terhadap lokasi wisata yang diiklankan oleh DIGITAN Explore semakin berkembang.

Tabel 2. Performa TikTok (29 Juni – 2 Oktober 2025)

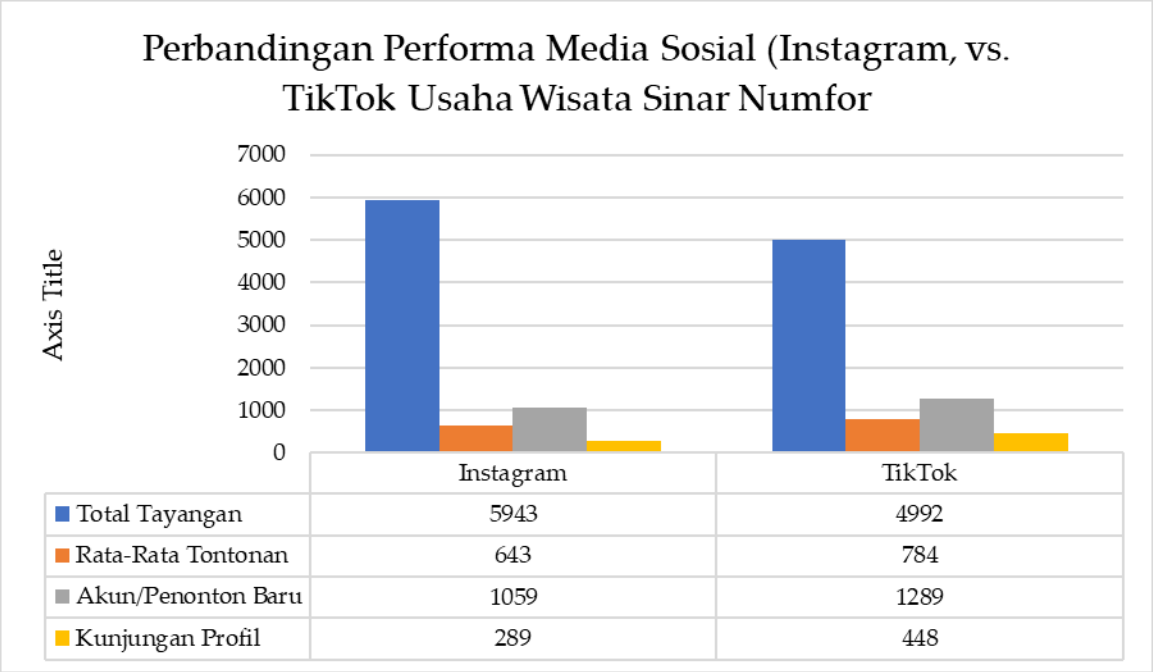
Indikator Yang Diukur	Hasil
Total tayangan postingan	4.992 kali
Tampilan profil	448 kali
Interaksi pengguna	761 suka, 153 komentar, 45 kali dibagikan
Sumber trafik	For You Page (48,9%), profil pribadi (35,9%), pencarian (15,3%)
Total penonton	1.403 orang (1.289 penonton baru)
Demografi	60% perempuan, 40% laki-laki
Rata-rata tontonan video	358–1.211 tayangan

TikTok menghasilkan interaksi pengguna lebih banyak daripada Instagram, seperti yang terlihat pada Tabel 2. Total 4.992 tampilan, 761 suka, 153 komentar, dan 45 bagikan tercatat di platform tersebut; Halaman Untuk Anda *(For You Page)* menyumbang 48,9% dari lalu lintas. Dari 1.403 penonton, 1.289 di antaranya adalah penonton baru, menunjukkan visibilitas organik yang tinggi. Dengan 60% penonton adalah perempuan dan 40% laki-laki, demografi audiens menunjukkan bahwa perempuan lebih aktif berinteraksi. Kemampuan TikTok dalam mempromosikan interaksi dan viralitas dikonfirmasi oleh kinerja rata-rata video, yang bervariasi antara 358 dan 1.211 tayangan.

Tabel 3. Perbandingan Engagement Instagram dan TikTok

Platform	Total Tayangan	Rata-rata Tontonan	Kunjungan Profil	Penonton Baru
Instagram	5.943	349–937	289/minggu	1.059 akun baru
TikTok	4.992	358–1.211	448 total	1.289 penonton baru

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30033



	Instagram	TikTok
Total Tayangan	5943	4992
Rata-Rata Tontonan	643	784
Akun/Penonton Baru	1059	1289
Kunjungan Profil	289	448

Gambar 8. Perbandingan Performa Media Sosial

Saat membandingkan kedua platform, Tabel 3 dan gambar 8 menunjukkan bahwa TikTok unggul dalam hal interaksi dan rata-rata tayangan per video (358–1.211), sedangkan Instagram memiliki total tayangan yang lebih tinggi (5.943). Meskipun TikTok lebih unggul dalam mendorong keterlibatan pengguna aktif dan partisipasi audiens, Instagram lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan eksposur profil. Ketika digabungkan, kedua platform memiliki pengaruh yang seimbang dalam pemasaran digital. TikTok untuk koneksi dan keterlibatan audiens, dan Instagram untuk jangkauan dan ketenaran.

Pada tahap terakhir atau kelima yaitu keberlanjutan program, mitra dapat menjalankan DIGITAN secara mandiri, membuktikan kelayakan program tersebut. Setelah program, situs web Digital Explore dan Digitan Visit serta Instagram dan TikTok tetap digunakan dan menjadi sumber promosi dan laporan pengunjung. Keunggulan platform ini terletak pada kemampuannya menggabungkan pemasaran digital dan manajemen data menjadi sistem yang ramah pengguna, meskipun masih memerlukan pemeliharaan server dan akses internet. Secara keseluruhan, implementasi DIGITAN menunjukkan bagaimana strategi digital untuk administrasi dan pemasaran pariwisata dapat meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Hasilnya meningkatkan kemampuan teknis mitra dan membuka peluang promosi yang lebih luas dan manajemen yang lebih teratur.

4. KESIMPULAN

Dengan memenuhi kebutuhan mitra dalam manajemen dan pemasaran digital, Program PKM Universitas Victory Sorong telah mengimplementasikan DIGITAN (Digitalisasi Wisata Tanjung) di Usaha Wisata Pantai Sinar Numfor dan berhasil mencapai hasil yang diinginkan. Strategi yang digunakan yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi dan keberlanjutan program berhasil meningkatkan jangkauan pemasaran dan efisiensi operasional. Melalui alat akses *real-time*, *DIGITAN Visit* meningkatkan manajemen data dan laporan, sementara *DIGITAN Explore* secara signifikan meningkatkan eksposur promosi, dengan TikTok menarik lebih banyak penonton dan Instagram mencapai 5.943 impresi (+105.800%). Temuan ini menunjukkan bahwa tantangan manajemen dan pemasaran mitra telah diatasi melalui pendekatan digitalisasi, yang menghasilkan peningkatan kinerja dan kompetensi yang dapat diukur. Secara keseluruhan, inisiatif ini menghasilkan lingkungan pariwisata digital yang berkelanjutan yang meningkatkan daya saing dan pemberdayaan regional. Untuk memfasilitasi

transformasi digital yang lebih luas dalam pariwisata berbasis komunitas, disarankan agar upaya PKM di masa depan mengadopsi pendekatan ini di situs-situs wisata lain di Papua Barat Daya. Secara keseluruhan, implementasi DIGITAN telah menghasilkan ekosistem pariwisata digital yang suportif untuk pemasaran *online* dan manajemen data dalam satu platform. Hasil ini menunjukkan bahwa, di era transformasi digital, digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan pengenalan usaha dan daya saing pariwisata lokal. Untuk memastikan bahwa DIGITAN sejalan dengan rencana pengembangan pariwisata wilayah, tim PkM sedang memperkuat komunikasi dan kerja sama dengan Dinas Pariwisata Kota Sorong. Untuk meningkatkan dampak pemberdayaan digital dan meningkatkan daya saing pariwisata berbasis teknologi di Indonesia Timur, replikasi model DIGITAN dalam program PkM berikutnya mungkin akan difokuskan pada destinasi wisata lain yang berpotensi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini, yang mana kegiatan ini merupakan salah satu Pemenang Hibah Pendanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2025. Selain itu, Tim Pengabdi ingin mengucapkan terima kasih kepada Usaha Wisata Sinar Numfor yang sudah semangat dan terbuka menerima dan mengikuti kegiatan ini. Selanjutnya, ucapan terima kasih kepada Universitas Victory Sorong yang telah mendorong pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadin, F. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Jumlah Kunjungan Ahmadin, F. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan promosi terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Panrita Lopi Kecamatan Muara Badak. eJournal Administrasi Bisnis, 10(1). https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i1.6484.

Alsabhan, T. H., Tahir, M., Burki, U., Abuhulaibah, T. F., Alnahedh, Z. K., & Jaboob, M. (2025). International tourism and economic growth: Exploring the unexplored for the ASEAN region. Economies, 13(10), 291. https://doi.org/10.3390/economies13100291.

Artawa, K., Mulyanah, A., Atmawati, D., Paramarta, I. M. S., Satyawati, M. S., & Purnawati, K. W. (2023). Language choice and multilingualism on restaurant signs: A linguistic landscape analysis. International Journal of Society, Culture and Language, 11(3), 258–271. https://doi.org/10.22034/ijscl.2023.2007382.3106.

Astuti, D., Kisworo, B., Shogbesan, Y. O., & Herwina, W. (2024). *The Effect of Local Community Empowerment on Digital Transformation in Cultural and Tourism Preservation*. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat, 11*(1)). https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72325

Athallah, A. R., Sri, M., Suliswanto, W., & Sari, N. P. (2024). Peran sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di ASEAN 4. Jurnal Ekonomi Sinergi (JES), 7(1). https://doi.org/10.36441/pariwisata.v7i1.2059.

Budhi Pamungkas Gautama, Y., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 355–369. https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414.

Damayanti, R. A., & Puspitasari, A. Y. (2024). Kajian potensi daya tarik wisata heritage di Indonesia. Jurnal Kajian Ruang, 4(1), 13–34. https://doi.org/10.30659/jkr.v4i1.36639.

Fan, F., & Ha, V. T. (2025). Tourism-led growth or economy-driven tourism growth in Southeast Asian countries. Humanities and Social Sciences Communications, 12(1). https://doi.org/10.1057/s41599-025-05594-1.

Godara, R. S., Fetrat, D. J., & Nazari, A. (2020). Contribution of tourism industry in Indian economy: An analysis. International Journal of Recent Technology and Engineering, 8(6), 1994–2000. https://doi.org/10.35940/ijrte.F8091.038620.

Kawi, R. G., & Suprihadi. (2023). Design of website-based tourism travel information system (Case study: Tenta Tour). International Journal Software Engineering and Computer Science, 3(3), 317–323. https://doi.org/10.35870/ijsecs.v3i3.1788.

Khan, A. S., & Khan, A. (2024). Impact of multilingualism on the development of tourism. Journal of International Crisis and Risk Communication Research.

Khorsheed, N. N., & Saleh, H. A. (2024). The language of hospitality: Linguistic strategies for improving tourist satisfaction. Qalaai Zanist Scientific Journal, 9(2). https://doi.org/10.25212/lfu.qzj.9.2.49.

Luh Supartini, N., Wayan Putra Aditya, I., Wayan Mega Sari Apri Yani, N., & Aprilia Arva Riyanti, T. (2024). Digitour: Pengabdian kepada masyarakat dan implementasi bisnis digital dalam paket wisata sejarah di Denpasar. JIPMAS: Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat, 1, 152–161. https://doi.org/10.51622/pengabdian.v5i1.1376.

Ndoloe, L. A., & Sudarmadji, P. W. (2025). Digitalisasi layanan reservasi wisata TTS melalui sistem informasi berbasis web. Hoaq: Jurnal Teknologi Informasi, 16(1). https://doi.org/10.52972/hoaq.vol16no1.

Oka, I. M. D., Darmayanti, P. W., Winia, I. N., & Pugra, I. W. (2024). The implementation of digital marketing in promoting Jatiluwih tourist village. Jurnal Kepariwisataan, 23(1), 48–60. https://doi.org/10.52352/jpar.v23i1.1182.

Pamuji, W. A., Sugandini, D., & Sutiono, H. T. (2024). Smart tourism technology and communication on rural destination: Analyze memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention. Jurnal Ilmu Komunikasi, 22(3). https://doi.org/10.31315/jik.v22i3.13416.

Pristianto, H., Rusdi, A., Butudoka, M. A., & Pamudjianto, A. (2024). Pembangunan ibu kota Provinsi Papua Barat Daya berbasis good watersheds management. Konstruksia, 15(2), 130–146. https://doi.org/10.24853/jk.15.2.130-146.

Rendayani, M., & Priyadi, U. (2018). Analisis potensi dan strategi pengembangan wisata syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung. *Proceedings of the National Conference on Applied Business*. Universitas Islam Indonesia.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.

Setiawan, A. (2024). The role of village government in digital-based community empowerment in tourism villages. Journal of Governance, 9(3), 461–475. https://doi.org/10.31506/jog.v9i3.28017.

Sitompul, A. (2012). *Landasan konseptual perencanaan dan perancangan hotel resor di kawasan obyek wisata Pantai Tanjung Kasuari Kota Sorong* (undergraduate thesis). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sugianto, S. (2023). The Role of Digital Villages in Tourism-Based Community Economic Empowerment Efforts in Sidomulyo Village, Silo District, Jember Regency. Wealth: Journal of Islamic Banking and Finance, 2(1), 59–72. https://doi.org/10.24090/wealth.v2i1.9454.

Sun, Z., Liu, L., Pan, R., Wang, Y., & Zhang, B. (2025). Tourism and economic growth: The role of institutional quality. International Review of Economics and Finance, 98. https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.103913.

Suparyanto, Hudori, H. A., Pebriani, L. S., Fauzi, R. A., & Mujahidin. (2024). Edukasi peduli pesisir dalam upaya membangun wisata bahari yang berkelanjutan. Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat, 10(3), 264–274. https://doi.org/10.30997/qh.v10i3.15087.

Surgawati, I., Darma, S., Putra, A. M., Sarifudin, S., Ariani, M., Ashari, I., & Darma, D. C. (2025). Dissecting the economics of tourism and its influencing variables: Facts on the national capital city (IKN). Tourism and Hospitality, 6(3). https://doi.org/10.3390/tourhosp6030125.

Torabi, Z. A., Pourtaheri, M., Hall, C. M., Sharifi, A., & Javidi, F. (2023). Smart tourism technologies, revisit intention, and word-of-mouth in emerging and smart rural destinations. Sustainability, 15(14). https://doi.org/10.3390/su151410911.

Torabi, Z. A., Shalbafian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. Sustainability, 14(5). https://doi.org/10.3390/su14052721.

Undang-Undang Republik Indonesia. (2022). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2022 tentang pembentukan Provinsi Papua Barat Daya.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118–144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003.

Widiastuti, D. U., Endrawati, H., & Artretyadiantari, R. (2022). Recommendations for the implementation of management information system on tourist attractions in Tegal Regency based on the web. Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi, 8(2). https://doi.org/10.33084/restorica.v8i2.3491.