



Aktivitas Pelatihan Pengembangan Marketing pada Destinasi Ekowisata Mangrove Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip, Batam

Marketing Development Training Activities at Mangrove Ecotourism Destinations, Kampung Tua Bakau Serip Tourism Village, Batam

Lia Fitria Anugrah¹, Joseph Aldo Irawan^{2*}, Nevina Risha Artania³, Reyhan
Pramananda Hanureksa⁴, Wisnu Bawa Tarunajaya⁵, Herlan Suherlan⁶, Acep Unang
Rahayu⁷, Atang Sabur Safari⁸

¹⁻⁸Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Indonesia

Alamat: Jl. Dr. Setiabudi No. 186 Bandung

*Korespondensi penulis: josephaldo99@gmail.com

Article History:

Received: September 24, 2024;

Revised: Oktober 20, 2024;

Accepted: November 18, 2024;

Published: November 21, 2024

Keywords: Marketing, SMEs,
Training, Tourism.

Abstract: Training in a tourist village is something that many universities do in community service programs. The implementation of this program is located in the Kampung Tua Bakau Serip Tourism Village, Batam in the form of training with the theme of human resources, marketing and packaging. The method of implementing the program focuses on online material training and offline practice. This method was chosen because it can increase efficiency in terms of limited time and is able to increase opportunities for development in a short time. After the training, the participants felt very helped by this activity and got a lot of new information that would be useful for the development of the destinations they managed. This training provider does not stop at 1 university, but it is hoped that there will be new collaborations with other universities, local governments and ministries to private entrepreneurs through the CSR programs.

Abstrak

Pelatihan pada sebuah desa wisata merupakan hal yang banyak dilakukan oleh para perguruan tinggi dalam program pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan program kali ini bertempat di Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip, Batam dalam wujud pelatihan bertemakan sumber daya manusia, marketing dan packaging. Metode pelaksanaan program berfokus pada pelatihan materi secara online dan praktek secara offline. Metode ini dipilih dikarenakan dapat meningkatkan efisiensi dari segi waktu yang terbatas serta mampu meningkatkan kesempatan untuk berkembang dalam waktu singkat. Setelah pelatihan, para peserta merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan ini dan mendapatkan banyak informasi baru yang sekiranya berguna untuk perkembangan destinasi yang mereka kelola. Pemberi pelatihan ini tidak berhenti pada 1 perguruan tinggi saja, namun diharapkan adanya kolaborasi-kolaborasi baru baik dengan perguruan tinggi lain, pemerintah setempat maupun kementerian hingga pengusaha swasta melalui program-program CSR.

Kata kunci: Marketing, Pariwisata, Pelatihan, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Pergerakan dunia pariwisata zaman sekarang ini telah terdampak banyak oleh faktor-faktor teknologi dan digitalisasi. Pertumbuhan yang pesat dalam perkembangan teknologi digital akan mempengaruhi pula model marketing menjadi digital marketing (Choirina et al., 2022). Dalam dunia pariwisata tentunya berkaitan sangat erat bersama dengan UMKM yang bernaung didalamnya. Kedua sektor ini tentunya merasakan dampak yang sama karena pengaruh adanya digitalisasi marketing. Hampir seluruh sektor pariwisata telah dituntut untuk menggunakan peranan teknologi sebagai media publikasi maupun promosi (irawan et al., 2022). Pada era sekarang, kita dituntut untuk selalu meningkatkan daya saing agar dapat terus eksis dan berkembang (Abdurrahman et al., 2020).

Didasari oleh permasalahan yang ada, tim perguruan tinggi melangsungkan beragam program kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud kolaborasi serta sosialisasi ilmu kepada para masyarakat. Perlu diketahui bahwa selain pengaruh teknologi, sumber daya yang berkualitas juga akan menentukan produktivitas kerja dalam setiap jenis pekerjaan yang dilakukan (Purnomo, 2020). Pelatihan digital marketing sangat diperlukan guna meningkatkan pengetahuan serta wawasan sehingga nantinya dapat meningkatkan penjualan serta penghasilan (Raharjo & Andini, 2022).

Dengan menimbang serta pemilihan materi yang tepat guna, pelatihan digital marketing akan lebih bermanfaat sesuai dengan kebutuhan dari mitra sehingga dapat langsung diaplikasikan terhadap keperluan mitra. Keperluan-keperluan ini nantinya akan menjadi masalah yang dipecahkan oleh ilmu-ilmu baru yang didapatkan. Melalui kegiatan paparan materi dan praktek langsung (*hands on*) dipercaya masyarakat akan lebih mudah memahami materi yang dibawakan karena akan berpengaruh pada pengalaman individu dalam menyelesaikan perkara dalam situasi pelatihan.

2. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan studi yang digunakan dalam proyek ini lebih mengarah pada *focus group discussion* (FGD) dan diikuti dengan observasi mendalam sebagai tahapan awal guna memahami secara menyeluruh permasalahan yang terjadi pada lokus. Pendekatan langsung ini digunakan karena dinilai lebih efektif dalam proses pengumpulan data hingga analisis mendalam yang dilakukan dalam waktu singkat.

Lokasi Offline	: Gedung Serbaguna Ekowisata Mangrove Kampung Tua Bakau Serip
Waktu Pelaksanaan kegiatan	: Senin, 11 November 2024
Peserta	: 10 orang dan 7 panitia



Sumber: Dokumentasi, 2024

Gambar 1. FGD dan Observasi

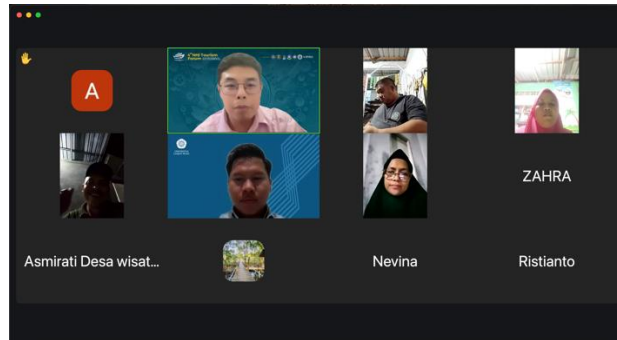
Tahapan Pelaksanaan:

- 1) Melakukan FGD dan observasi awal sebagai tahapan memahami kebutuhan dari mitra.
- 2) Observasi tahap 2 lebih mendalam baik secara pengumpulan data dan dokumentasi.
- 3) Pelatihan-pelatihan penunjang kebutuhan mitra.
- 4) Penilaian dan evaluasi berkala pasca pelatihan.
- 5) Evaluasi tim pelaksana oleh mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan bagi masyarakat desa wisata khususnya di Desa Wisata Ekowisata Mangrove Kampung Tua Bakau Serip merupakan hal yang sudah beberapa kali dilakukan oleh beragam perguruan tinggi. Kesempatan ini kami bermaksud untuk melakukan pelatihan-pelatihan dibidang sumber daya manusia, digital marketing dan pengembangan UMKM agar semakin berkembang kearah yang lebih baik. Kami melakukan kegiatan-kegiatan tersebut yang terbagi I dua bagian kategori yaitu kegiatan *online* dan *offline*.

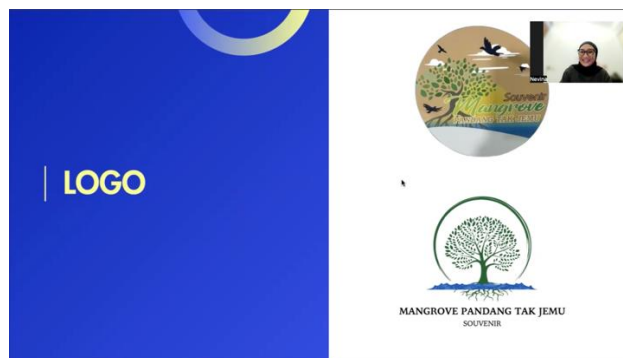
Program pelatihan-pelatihan teori, kami berikan secara *online* dengan bantuan media zoom sebagai wadahnya. Pelatihan teori 1 diberikan mengenai peranan digital marketing dalam kegiatan wisata dan media apa saja yang dapat digunakan sebagai bahan marketing digital. Materi kedua yaitu bagaimana *personal branding* dari sebuah destinasi agar dapat menarik minat dari calon wisatawan yang semakin banyak untuk penasaran sehingga pergi mengunjungi sebuah destinasi.



Sumber: Dokumentasi, 2024

Gambar 2. Pelatihan Sumber Daya Manusia dan *Personal Branding* Melalui Zoom Online

Setelah itu, dilaksanakan kegiatan berikutnya yang masih dalam pelatihan online berupa pelatihan pengembangan UMKM. Pelatihan ini berisikan informasi serta pemahaman baru bagi para peserta mengenai bagaimana sebuah UMKM dapat dikemas dengan menarik agar para wisatawan memiliki rasa ingin tahu dari sebuah produk sehingga membelinya. Dalam pelatihan ini dipaparkan beragam inovasi-inovasi baru yang sekiranya dapat dijadikan sebuah gambaran yang positif bagi pengembangan UMKM di destinasi Desa Wisata Ekowisata Mangrove Kampung Tua Bakau Serip.



Sumber: Dokumentasi, 2024

Gambar 3. Pelatihan Pengembangan UMKM Melalui Zoom Online

Setelah selesai pelaksanaan program pelatihan *online*, tim mempersiapkan untuk pelaksanaan pelatihan *offline* yang berlokasi di gedung serbaguna Ekowisata Mangrove Kampung Tua Bakau Serip. Pelaksanaan program pelatihan *offline* dilaksanakan selama 1 hari. Kegiatan ini meliputi pelatihan *digital marketing* membuat konten *marketing*, paparan materi mengenai *homestay* dan konsultasi produk *packaging* UMKM. Kegiatan pertama berfokus

pada mengajarkan setiap peserta untuk dapat mengenali sebuah aplikasi guna membuat konten foto dan video melalui *handphone* masing-masing.

Pelatihan ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat para peserta untuk mau membuat konten-konten unik setiap harinya agar dapat saling membantu mengembangkan desa wisata yang dinaungi bersama sekarang. Melalui konten tersebut, tim memaparkan bahwa setiap konten akan berpotensi untuk menarik minat kunjungan dari calon wisatawan baik lokal maupun mancanegara.



Sumber: Dokumentasi, 2024

Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Konten *Digital Marketing*

Pada akhir sesi pertama, para peserta diberi kesempatan untuk bertanya-tanya seputar hasil konten yang telah dibuat secara mandiri dan diberi masukan-masukan membangun. Pelatihan berikutnya adalah mengenai penyelenggaraan *homestay* yang merupakan materi paparan tambahan. Pemilihan materi ini dikarenakan adanya permintaan oleh pengelola desa agar masyarakat mendapatkan pengetahuan tambahan disela-sela istirahat.

Paparan ini berangsur singkat saja dan menghasilkan masyarakat yang sebelumnya awam dan tidak mengetahui apa-apa mengenai *homestay* I lebih paham lagi serta terdapat beberapa respon yang berbunyi bahwa ingin membangun *homestay* setelah pelatihan usai. Selanjutnya, dilangsungkan sesi konsultasi UMKM yang merupakan program lanjutan daripada pelatihan UMKM *online* sebelumnya.



Sumber: Dokumentasi, 2024

Gambar 5. Konsultasi Luaran *Packaging* UMKM

Pada sesi ini, dipaparkan beberapa model *packaging* baru yang tim rancang beserta perhitungan biaya modal dan lain sebagainya agar peserta dapat menghitungnya secara langsung tanpa ada yang ditutup-tutupi. Dengan adanya sesi konsultasi ini, masyarakat dapat terbantu melalui pertukaran informasi yang lebih mendetail mengenai keadaan yang ada serta kebutuhan-kebutuhan yang sekiranya harus dipersiapkan demi menyambut calon wisatawan agar tertarik membeli produk UMKM yang dijual.



Sumber: Dokumentasi, 2024

Gambar 6. Foto Bersama Dengan Peserta Pelatihan

Diakhir acara, para peserta memberikan kesan dan pesan yang mereka rasakan melalui penyelenggaraan kegiatan ini. melalui kesan tersebut, tim mendapatkan beberapa masukan membangun yang sekiranya berguna bagi pelaksanaan program-program kedepannya. Sebagai penutup, dilakukan kegiatan foto bersama sebagai wujud kenang-kenangan kedua belah pihak. Dengan demikian, berakhir sudah rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh tim.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berlangsung di Desa Kampung Tua Bakau Serip khususnya di destinasi desa wisata Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu memperlihatkan hasil-hasil yang positif. Mulai dari pengadaan banyak hal yang sebelumnya tidak ada, peremajaan design-design lama hingga pencetusan *mascot* original baru. Pelatihan-pelatihan yang diberikan juga memberikan dampak positif khususnya terhadap perubahan pemahaman serta ilmu pengetahuan terkini di era digitalisasi.

Pemberi pelatihan ini tidak berhenti pada 1 perguruan tinggi saja, namun diharapkan adanya kolaborasi-kolaborasi baru baik dengan perguruan tinggi lain, pemerintah setempat maupun kementerian hingga pengusaha swasta melalui program-program CSR. Dengan demikian, perkembangan dari destinasi ini akan semakin cepat muncul kepermukaan karena melibatkan *stakeholders* yang banyak serta berdampak bagi destinasi maupun wilayah.

Melalui kontribusi para mahasiswa dan dosen politeknik pariwisata NHI Bandung diharapkan perubahan-perubahan positif yang telah diberikan dapat terus diaplikasikan, dipertahankan, dikembangkan lagi agar semakin luas penyampaian ilmunya sehingga tidak terhenti pada posisi sekarang saja. Promosi-promosi baru juga diharapkan akan bermunculan dengan konsistensi model konten baru yang telah disesuaikan serta fokus pada model pelayanan yang diikuti promosi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92.
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16.
- Irawan, J. A., Purnomo, D. J., & Septemuryantoro, S. A. (2022). Pembekalan keahlian digital marketing berbasis “BAS” bagi pengelola Kampung Dolanan Temanggung. *Semesta*, 2(2), 54–61.
- Purnomo, N. (2020). Peningkatan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376–381.
- Raharjo, K., & Andini, R. (2022). Meningkatkan pendapatan warga kampung tematik melalui pelatihan marketing online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 319–322.