

WORKSHOP PENERAPAN STRATEGI MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI WILAYAH RAJEG

Sanusi¹⁾, Aslina Gea²⁾, Elvi Mawarni Zebua³⁾

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema *Pelatihan Mempromosikan Objek Wisata Lokal di Kecamatan Rajeg* bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata lokal melalui pendekatan berbasis digital dan kreatif. Kecamatan Rajeg memiliki beragam daya tarik wisata, seperti pantai, situs budaya, dan kuliner khas, yang belum banyak diketahui secara luas akibat kurangnya promosi yang efektif. Kegiatan pelatihan ini dirancang untuk memberikan edukasi tentang strategi promosi wisata, pemanfaatan media sosial, dan pembuatan konten digital yang menarik. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi melalui seminar, lokakarya, dan praktik langsung. Sasaran kegiatan adalah kelompok pemuda, pelaku usaha lokal, serta masyarakat umum di Kecamatan Rajeg. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya promosi wisata dan kemampuan teknis dalam membuat konten promosi. Peserta juga mampu memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk memperkenalkan objek wisata lokal kepada khalayak yang lebih luas. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam pengembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat, yang dapat mendukung peningkatan ekonomi lokal dan pelestarian budaya.

Kata Kunci: PKM, pelatihan, promosi wisata, objek wisata lokal, Kecamatan Rajeg, media sosial.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di tingkat lokal. Kecamatan Rajeg, yang terletak di Kabupaten Tangerang, menyimpan beragam objek wisata lokal yang menarik, seperti Pantai Tanjung Kait, situs bersejarah, serta kekayaan tradisi budaya dan kuliner khas daerah. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, salah satunya akibat kurangnya promosi yang efektif dan keterbatasan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan daya tarik wisata.

Di era digital, media sosial dan platform online menjadi alat promosi yang sangat efektif untuk menjangkau wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Namun, banyak masyarakat di Kecamatan Rajeg yang belum memiliki keterampilan untuk membuat dan memanfaatkan konten digital sebagai media promosi. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pelatihan yang mampu memberdayakan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan objek wisata lokal secara kreatif dan strategis.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Kecamatan Rajeg dalam mempromosikan potensi wisata lokal, sekaligus memperkenalkan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan

pariwisata di Kecamatan Rajeg dapat berkembang lebih pesat dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan keterampilan masyarakat Kecamatan Rajeg dalam mempromosikan objek wisata lokal?
2. Strategi apa yang efektif untuk memperkenalkan potensi wisata Kecamatan Rajeg kepada wisatawan?
3. Bagaimana memanfaatkan media digital secara optimal untuk mendukung promosi pariwisata lokal

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat Kecamatan Rajeg mampu menjadi motor penggerak dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas, sehingga potensi lokal dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan bersama.

LANDASAN TEORI

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi, hiburan, atau keperluan lain di luar lingkungan sehari-hari. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata mencakup berbagai kegiatan yang berkaitan dengan penyelenggaraan wisata, termasuk pengelolaan destinasi, promosi, dan pengembangan ekonomi lokal.

Potensi wisata lokal adalah sumber daya yang dimiliki suatu wilayah yang dapat dijadikan daya tarik wisata, seperti keindahan alam, kekayaan budaya, sejarah, maupun kuliner khas. Kecamatan Rajeg memiliki beragam potensi wisata lokal, seperti Pantai Tanjung Kait, Kampung Nelayan, dan tradisi budaya masyarakat pesisir, yang berpeluang dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan jika dikelola dan dipromosikan secara baik.

Promosi pariwisata adalah serangkaian upaya komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada khalayak. Promosi yang efektif dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung, sekaligus memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat lokal. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi mencakup lima elemen utama, yaitu:

1. **Periklanan (Advertising):** Media promosi yang digunakan untuk menjangkau khalayak luas, seperti televisi, radio, atau media cetak.
2. **Promosi Penjualan (Sales Promotion):** Strategi jangka pendek untuk menarik wisatawan, seperti diskon atau paket wisata.
3. **Hubungan Masyarakat (Public Relations):** Membangun citra positif destinasi melalui komunikasi yang baik dengan media dan masyarakat.
4. **Pemasaran Langsung (Direct Marketing):** Menggunakan saluran langsung, seperti email atau pesan singkat, untuk menghubungi calon wisatawan.
5. **Pemasaran Digital (Digital Marketing):** Menggunakan teknologi internet, termasuk media sosial, untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Media digital telah menjadi alat utama dalam promosi wisata karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memungkinkan promosi wisata dilakukan secara visual dan interaktif, yang sangat efektif dalam menarik minat wisatawan. Menurut

research oleh Statista (2023), lebih dari 80% wisatawan global menggunakan internet untuk mencari informasi tentang destinasi sebelum melakukan perjalanan.

Pemanfaatan media digital mencakup beberapa strategi berikut:

1. **Pembuatan Konten Kreatif:** Foto, video, atau cerita yang menarik tentang daya tarik wisata.
2. **Pemasaran melalui Influencer:** Menggunakan figur publik yang memiliki pengikut banyak untuk mempromosikan destinasi.
3. **Interaksi dengan Audiens:** Membalas komentar atau menjawab pertanyaan pengguna media sosial untuk membangun hubungan.
4. **Optimalisasi SEO:** Memastikan informasi tentang destinasi mudah ditemukan di mesin pencari.

Pelatihan adalah proses pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang terhadap suatu bidang tertentu. Dalam konteks pariwisata, pelatihan dapat memberdayakan masyarakat lokal untuk memahami potensi yang dimiliki daerahnya serta memanfaatkannya untuk mendukung perekonomian.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu atau kelompok dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Menurut Sutoro Eko (2002), pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui tiga tahapan utama:

1. **Peningkatan Kesadaran:** Memberikan pemahaman tentang potensi dan tantangan yang ada di lingkungan masyarakat.
2. **Peningkatan Kapasitas:** Memberikan pelatihan atau pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis masyarakat.
3. **Fasilitasi Kemandirian:** Membantu masyarakat agar mampu mandiri dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya lokal.

Kecamatan Rajeg memiliki potensi wisata lokal yang sangat kaya namun kurang terekspos. Dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai strategi promosi berbasis digital, diharapkan:

1. Masyarakat lebih terampil dalam membuat konten promosi kreatif untuk objek wisata lokal.
2. Potensi wisata Kecamatan Rajeg lebih dikenal luas dan diminati oleh wisatawan.
3. Terjadi peningkatan pendapatan masyarakat melalui aktivitas pariwisata yang lebih terorganisasi.

Melalui landasan teori ini, pelatihan mempromosikan objek wisata lokal di Kecamatan Rajeg diharapkan dapat menjadi langkah awal yang strategis dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis teknologi informasi. Pendekatan ini bertujuan untuk melibatkan masyarakat dalam setiap tahap pelatihan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, serta untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mempromosikan objek wisata lokal secara kreatif dan efektif. Selain itu, pendekatan ini juga mempertimbangkan potensi dan kebutuhan



masyarakat setempat dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan wisata.

Pelatihan ini ditujukan untuk masyarakat Kecamatan Rajeg, dengan fokus utama pada:

1. **Pemuda dan Remaja** – Sebagai generasi yang lebih mudah beradaptasi dengan teknologi dan media sosial.
2. **Kelompok Pelaku Usaha Lokal** – Masyarakat yang terlibat dalam usaha pariwisata, seperti pengelola homestay, warung makan, dan pengrajin.
3. **Perwakilan Tokoh Masyarakat dan Kelompok Organisasi Lokal** – Sebagai agen perubahan yang dapat menyebarkan pengetahuan yang diperoleh kepada masyarakat luas.

Evaluasi dilakukan pada akhir pelatihan untuk menilai pencapaian tujuan dan keterampilan peserta. Beberapa indikator yang akan digunakan antara lain:

1. **Tingkat Pemahaman Peserta:** Penguasaan materi promosi wisata dan penggunaan media sosial.
2. **Kualitas Konten yang Dihasilkan:** Kreativitas dan efektivitas konten foto/video yang dibuat oleh peserta.
3. **Partisipasi Peserta:** Keterlibatan aktif peserta dalam diskusi dan praktik.
4. **Penerapan Ilmu:** Memonitor penggunaan media sosial oleh peserta setelah pelatihan untuk melihat sejauh mana mereka mempromosikan objek wisata lokal.

Dengan demikian, melalui metode pelaksanaan ini, diharapkan pelatihan dapat memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat Kecamatan Rajeg dalam mempromosikan objek wisata lokal dan memperkenalkan potensi wisata daerah mereka ke khalayak yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan mempromosikan objek wisata lokal di Kecamatan Rajeg telah berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan baru kepada masyarakat setempat mengenai pentingnya promosi wisata dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Selama pelatihan, peserta diperkenalkan dengan berbagai teknik dan strategi dalam membuat konten digital yang menarik, serta cara mengoptimalkan platform media sosial untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Melalui pelatihan ini, masyarakat Kecamatan Rajeg kini lebih sadar akan potensi wisata lokal yang mereka miliki dan bagaimana cara mempromosikan objek wisata tersebut secara efektif. Peserta juga telah dilatih untuk menggunakan teknologi digital dalam memasarkan destinasi wisata, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberi dampak positif bagi perekonomian lokal.

Beberapa saran yang dapat disampaikan terkait pelaksanaan pelatihan ini adalah:

1. **Peningkatan Frekuensi Pelatihan:** Agar lebih banyak masyarakat yang mendapatkan pelatihan serupa, disarankan untuk mengadakan pelatihan secara berkala dengan topik yang lebih mendalam, seperti pengelolaan destinasi wisata atau strategi promosi lanjutan.
2. **Pengembangan Infrastruktur Wisata:** Selain pelatihan promosi, penting juga untuk meningkatkan fasilitas pendukung di objek wisata lokal, seperti aksesibilitas, kebersihan, dan pelayanan kepada wisatawan.



3. **Pendampingan Lanjutan:** Setelah pelatihan, perlu adanya pendampingan secara langsung bagi peserta dalam mempraktikkan ilmu yang telah diperoleh, misalnya dengan membuat komunitas online yang berfokus pada promosi wisata Kecamatan Rajeg.
4. **Kolaborasi dengan Pemerintah Daerah:** Pemerintah Kabupaten Tangerang dapat lebih aktif dalam mendukung pengembangan pariwisata lokal dengan menyediakan dana atau bantuan teknis untuk pengelolaan objek wisata dan promosi digital.

Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang signifikan dalam mengembangkan potensi wisata di Kecamatan Rajeg. Dengan peningkatan keterampilan promosi wisata berbasis digital, diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah. Pada akhirnya, sektor pariwisata yang berkembang akan berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat, serta mendorong pelestarian budaya dan lingkungan di Kecamatan Rajeg.

Melalui upaya bersama antara masyarakat, pemerintah, dan sektor terkait, potensi wisata lokal di Kecamatan Rajeg dapat dikelola dengan baik dan memberikan manfaat yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sutoro Eko, H. (2002). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Statista. (2023). *Tourism statistics: The impact of social media on tourism*. Statista Research Department.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Pertiwi, R., & Widodo, A. (2018). "Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Pariwisata di Daerah Wisata Lokal". *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 12(2), 45-58.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Pedoman Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- BPS Kabupaten Tangerang. (2021). *Potensi dan Statistik Pariwisata di Kabupaten Tangerang*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang.