

Optimalisasi Promosi Kampung Manggis Secara Digital Sebagai Potensi Agrowisata di Kota Padang

Melisa Suardi¹, Muhammad Pondrinal^{*2}, Tedy Wiraseptya³

^{1,2,3}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

*e-mail: m.pondrinal@gmail.com

Abstract

Indonesia as a Southeast Asian country which has tens of thousands of islands and natural and cultural wealth, has the potential to become a very large tourist country to be developed. However, behind the diversity of tourism in Indonesia such as Edutourism, Ecotourism and others, it turns out that since the Covid-19 outbreak in 2020, local tourism has become an impact that makes tourist visits decline. It has at least three aspects that affect the economic aspects (part of tax and foreign exchange sources), social aspects (environment and employment) then historical and cultural aspects. The problem of decreasing visits and unstable community turnover has actually been responded to by the city government by creating Kampung Tematik, one of which is the Kampung Tematik of Kampung Manggis in Padang City. For the development of the Kampung Tematik of Kampung Manggis, continuous training and assistance is needed in increasing digital-based human resources. This is expected to promote the Kampung Manggis area into an Argotourism area in Padang City. The method in this training is carried out in several stages such as preparation, FGD, implementation of training activities, evaluation and evaluation results. This PKM that with this digital-based promotion optimization training the Manggis Village administrators and managers can make this activity sustainable to build human resources.

Keywords: Digital, Kampung Manggis, Kampung Tematik, Tourism, Promotion

Abstrak

Indonesia sebagai negara Asia Tenggara yang memiliki puluhan ribu pulau dan kekayaan alam hingga budaya, berpotensi menjadi negara wisata yang sangat besar untuk dikembangkan. Namun, dibalik keragaman wisata di Indonesia seperti Eduwisata, Ekowisata dan lainnya, ternyata semenjak wabah Covid-19 pada tahun 2020 lalu, wisata lokal tersebut menjadi imbas yang membuat kunjungan wisata merosot turun. Setidaknya memiliki tiga aspek yang pengaruhnya di aspek ekonomis (bagian sumber pajak dan devisa), aspek sosial (lingkungan dan lapangan pekerjaan) kemudian aspek historis dan budaya. Masalah penurunan kunjungan dan omset masyarakat yang tidak stabil ini sebenarnya sudah ditanggapi oleh pemerintah kota dengan menciptakan Kampung Tematik salah satunya kampung tematik kampung manggis di Kota Padang. Untuk pengembangan Kampung Tematik Kampung Manggis ini dibutuhkan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan dalam peningkatan sumber daya manusia berbasis digital. Hal ini diharapkan dapat mempromosikan daerah kampung Manggis menjadi kawasan Argowisata di Kota Padang. Metode dalam pelatihan ini dilakukan dengan beberapa tahapan seperti persiapan, FGD, pelaksanaan kegiatan pelatihan, evaluasi dan hasil evaluasi. Pengabdian ini berharap dengan adanya pelatihan pengoptimalisasi promosi berbasis digital ini pengurus dan pengelola Kampung Manggis bisa menjadikan kegiatan ini berkelanjutan untuk membangun sumber daya manusia.

Kata kunci: Digital, Kampung Manggis, Kampung Tematik, Pariwisata, Promosi

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia sebagai negara kepulauan dan negara tropis memiliki berpotensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. Segala hal yang memiliki keindahan dan nilai atau *value* dari keanekaragaman yang ada baik itu bersifat alami maupun buatan manusia ialah daya

Tarik wisata, menurut UU RI No. 10 tahun 2019. Dalam program pemerintah menargetkan untuk peningkatkan devisa sektor pariwisata menjadi peringkat teratas atau naik dari peringkat sebelumnya di tahun 2024 dalam peringkat daya saing wisata dan perjalanan, (Hanny, H dkk, 2022).

Pengembangan pariwisata seharusnya memberdayakan masyarakat setempat melalui peran aktif masyarakat mengelola, berkegiatan dalam merencakan, memanfaatkan, dan pengendalian serta menghormati nilai - nilai yang ada dalam masyarakat (sosial-budaya) dan nilai agama yang juga ada di masyarakat. Selain itu perlu adanya kolaborasi antar berbagai guna menjalin kerjasama yang berkesinambungan dan dengan tetap menjaga kearifan lokal sebagai ciri khas atau identitas daerah (Henri dkk, 2021).

Dibalik keragaman wisata di Indonesia seperti Eduwisata, Ekowisata dan lainnya, ternyata semenjak wabah Covid-19 pada tahun 2020 lalu, wisata lokal tersebut menjadi imbas yang membuat kunjungan wisata merosot turun. Sementara menurut Windi (2021), Pariwisata setidaknya memiliki tiga aspek yang pengaruhnya di aspek ekonomis, aspek sosial dan aspek budaya.

Tahun 2022 di Indonesia presentase grafik wabah Covid-19 mulai menurun, setiap pemerintahan daerah telah melakukan AKB atau adaptasi kebiasaan baru terhadap lingkungan. Namun kegiatan atau program tersebut tidak bisa menjanjikan perkembangan wisata seperti semula. Dampak tersebut serupa yang di alami di Kampung Manggis yang terletak di Kecamatan Pauh kota Padang. Penikmat wisata buah manggis yang biasanya aktif untuk mengunjungi dan menikmati buah manggis di Kampung Manggis kini kian sepi.

Masalah penurunan kunjungan dan omset masyarakat yang tidak stabil ini sebenarnya sudah ditanggapi oleh pemerintah kota dengan menciptakan Kampung Tematik sebanyak 11 tempat di Kota Padang dengan salah satunya ialah menjadikan kampung menggis menjadi Kampung Tematik Kampung manggis di Kota Padang. Pengembangan kampung tematik kampung manggis ini menjadi kawasan yang ditetapkan pada peraturan SK Gubernur dengan potensi lahan sekitar 200 ha, hasil produksi mencapai 11.575 ton/tahun. Dengan keadaan tersebut pengembangan Kampung Tematik di Kampung Manggis menjadi Agrowisata sangat potensial di kota Padang.



Gambar 1. Walikota Padang, Mengunjungi Kawasan Kampung Manggis

Menurut Kinanti (2019), Kampung tematik dikembangkan berdasarkan pada asumsi masyarakat sehingga hal ini dilakukan agar didalam pelaksanaan kampung tematik masyarakat dapat berpartisipasi, memiliki inisiatif serta kemampuan dalam mewujudkan kampung tematik. Dalam pengembangan Kampung Manggis menjadi Kampung Tematik memiliki permasalahan tersendiri. Permasalahan utama dinilai dari kesiapan Kampung Manggis sebagai daerah Argowisata dengan tidak didukung sumber daya manusia dalam promosi pengenalan kampung tersebut secara digital. Kemudian, tidak adanya profil yang bisa di perlihatkan kepada stackholder atau mitra dalam pengembangan berkelanjutan, hingga fasilitas pendukung yang tersedia di lokasi Kampung Manggis.

Di era modern ini dimana efek dari globalisasi membuat perubahan yang sangat signifikan pada teknologi dan komunikasi, marketing melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Banyak yang menjadikan digital marketing sebagai salah satu media yang tepat untuk pemasaran produk sehingga diharapkan dapat menjangkau konsumen dengan fleksibel, cepat dan tepat. Penggunaan digital marketing saat ini telah menjadi pilar utama di Masyarakat. Bagaimana tidak, pengenalan identitas diri saja sudah menggunakan media sosial bagi kebanyakan masyarakat. Tidak hanya itu, kelebihan social media adalah memiliki beragam potensi untuk suatu kemajuan usaha. Dengan berkomunikasi dengan pelanggan serta pemasok, untuk penjualan online, dan lain sebagainya, media social tentu dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk serta jasa. Fitur khusus untuk bisnissaat ini bahkan telah ada di Instagram dan Facebook. Ini berarti social media memiliki dampak yang cukup besar untuk keberlangsungan usaha. Jika dapat memanfaatkannya dengan baik, bisnis yang awalnya kecilsekalipun dapat memiliki peluang menuju kesuksesan (Dewi dan Mahyuni. 2022).

Untuk pengembangan Kampung Tematik Kampung Manggis ini dibutuhkan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan dalam peningkatan sumber daya manusia berbasis digital. Hal ini diharapkan dapat mempromosikan daerah kampung Manggis menjadi kawasan Argowisata di Kota Padang. Pada dasarnya pariwisata juga harus melihat kemudahan, kenyamanan serta kelebihan dari akses yang ada di tempat wisata tersebut (Pondrinal, Dkk, 2020).

Proses pelatihan pengabdian ini bekerjasama dengan Kantor Kecamatan Pauh, mitra LPM (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat) Limau Manis yang memang sebagai pendamping kawasan Kampung Manggis, Kemudian dengan POKDARWIS (kelompok sadar wisata) Limau manis dan masyarakat setempat. Sehingga kegiatan PKM atau pengabdian di kampung tematik ini berjalan dengan baik dan lancar.

2. METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan mitra - mitra yang mengelola Kampung Manggis. Kemudian dilakukan FGD (Forum Group Discussion) bersama pihak tim pengabdian dan pengelola kampung manggis. Pengembangan media promosi dalam peningkatan media wisata di perlukan kolaborasi dari berbagai aspek yang sesuai dengan kebutuhan promosi media, (Wiraseptya, Dkk. 2019).

Berikut Prosedur Kegiatan yang dilakukan di Kampung Tematik Kampung Manggis :

1. Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan rapat koordinasi bersama mitra dengan membahas masalah yang terjadi di Kampung Manggis terkait promosi digital yang dimaksud pada tema pengabdian.
2. Melakukan survei lokasi di daerah Kelurahan Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang dengan cara mendatangi langsung tempat atau lokasi kegiatan yang dalam hal ini dipandu atau di arahkan oleh LPM Limau Manis. kegiatan ini di akhiri dengan membuat kerjasama.

3. Melakukan pengumpulan data kepada seluruh peserta kegiatan dan fasilitas yang dapat digunakan selama berkegiatan.
4. Realisasi PKM bersama LPM Limau Manis, Pokdarwis, Mahasiswa dan Masyarakat setempat.



Gambar 2. Koordinasi bersama di Kantor Kecamatan Pauh, Kota Padang

Dalam proses kegiatan pengabdian, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Persiapan

Kegiatan persiapan dalam PKM ini ialah perancangan dan pembuatan materi, survei tempat lokasi kegiatan yang akan dilaksanakan, pengurusan surat menyurat.

2. FGD

Setelah memaksimalkan persiapan maka akan di lakukan FGD guna mengetahui kesiapan pelaksanaan pengabdian, memastikan peralatan saat pelaksanaan berlangsung, memastikan kebutuhan acara seperti transportasi, spanduk, konsumsi dan sebagainya.

3. Pelaksanaan Kegiatan

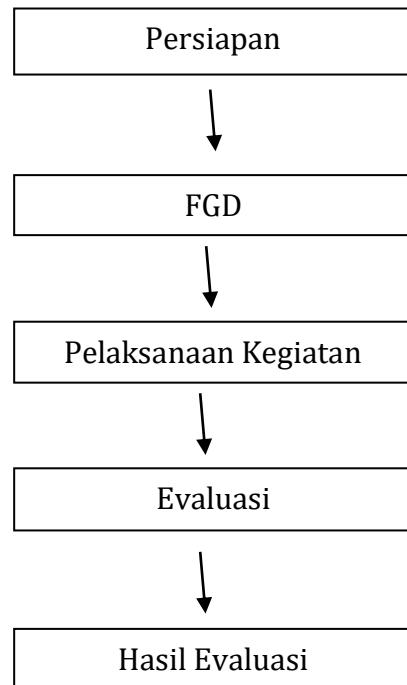
Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan pengabdian dengan waktu yang telah terjadwal pada Mitra. Urutan kegiatan dilapangan yaitu pembukaan pengabdian, penyajian materi terkait optimalisasi promosi berbasis digital, workshop dan penutupan.

4. Evaluasi

Evaluasi menjadi bagian penting untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus di kemudian hari sehubungan dengan capaian atau keterbatasan yang masih ada.

5. Hasil Evaluasi

Hasil evaluasi berupa hasil kegiatan yang telah dilakukan pada evaluasi sebelumnya dengan pembuatan laporan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan publikasi luar yang telah dijanjikan.



Gambar 3. Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model pelatihan dilakukan dengan memberikan materi tentang pengembangan wilayah dan potensi kampung manggis menjadi argowisata. Kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi digital dengan cara mengoptimalkan promosi menggunakan alat - alat digital seperti smartphone dan komputer.



Gambar 4. Kegiatan pelatihan



Gambar 5. Kegiatan sesi workshop

Model pelatihan berbasis digital ini menerapkan keilmuan desain komunikasi visual dalam ruang lingkup prinsip desain dan elemen desain. Sehingga nantinya karya bisa sesuai pasar dan sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Peserta dituntut dapat lebih aktif dalam mengikuti pelatihan, Pengabdian yang biasanya hanya menggunakan satu metode ceramah berubah menjadi pelatihan yang menggunakan berbagai macam metode termasuk diskusi dan praktek.

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan lancar. Peserta antusias mengikuti materi dan pelatihan dari awal sampai akhir. selain itu pola diskusi dan praktek memberikan gambaran kerjasama tim dan bisa mendiskusikan solusi secara bersama. Selain itu praktek pengoptimalisasian konten digital ini bisa menjadi promosi baru bagi kampung manggis untuk dikenal banyak orang secara digital.

Dalam menjalankan kegiatan tentu ada beberapa masalah yang bisa diatasi dengan baik seperti pemahaman dan motivasi tiap peserta berbeda. Tapi penulis berharap dengan adanya pelatihan pengoptimalisasian promosi berbasis digital ini pengurus dan pengelola Kampung Manggis bisa menjadikan kegiatan ini berkelanjutan untuk membangun sumber daya manusia.

UCAPAN TERIMA KASIH (Bila Perlu)

Terima kasih kepada Universitas Putra Indonesia YPTK Padang yang telah memberikan dana untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih kepada LPPM UPI YPTK sebagai pembuat program simblit upi 2022.

Terima kasih untuk Prodi Desain Komunikasi Visual dan Prodi Akuntansi yang selalu support kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Optimalisasi Promosi berbasis digital di Kampung Tematik Kampung Manggis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716-724.

- Hanny, H., Agustina, L., Sari, E. P., Marpaung, E. I., Natalia, M., Carolina, V., ... & Halomoan, D. T. (2022). Analisis Potensi Desa Wisata di Kertajaya, Kecamatan Ciranjang, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 98-107.
- Henri, H., Lingga, R., Afriyansyah, B., & Irwanto, R. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan taman wisata Gunung Permisan sebagai kawasan ekowisata. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4).
- Hendriadi, A. A. Sari, B. nurina, & Padilah, TN (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Kinanti, A., & Harsasto, P. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus Kampung Tahu Tempe Gumregah di Kelurahan Lamper Tengah, Kota Semarang). *Journal of Politic and Government Studies*, 8(02), 21-30.
- Oktavia, A. I. (2016). Pemantapan organisasi ekowisata dalam pengelolaan objek Wisata Alam Air Panas Cangar Kota Batu untuk mencapai kepuasan pengunjung. *Agrika*, 10(2).
- Polonia, B. S. E., & Ravi, A. (2021). Pengembangan SDM Pokdarwis Desa Wisata Sungai Awan Kiri melalui Clean, Health, Safety, and Environmental Sustainbility (CHSE). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 511-519.
- Pondrinal, M., Putra, R. A., & Purwasih, R. (2020). The Effect Of Promotion And Tourism Facilities On Tourist Interests And Its Impact On Tourist Loyalty In Mandeh Tourism Area (Study Based Tourism In Mandeh Tarusan Area West Sumatera). *Jurnal Ipteks Terapan (Research Of Applied Science And Education)*, 14(4), 301-308.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Suwarno, E., Yanti, R. N., & Supeno, B. (2022). Pendampingan Penyusunan Organisasi dan Kelembagaan Pengelola Obyek Wisata Alam Pulau Semut. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 725-735.
- Windi, M. P., Listiana, S. M., & TYARA, D. P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Profitabilitas (Pada Perusahaan Sub Sektor Pariwisata, Hotel, dan Restoran yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Tahun 2015-2019) (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).
- Wiraseptya, T., Budiwaspada, A. E., & Rudiyanto, G. (2019). Perancangan Media Interaktif Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Rumah Gadang Istano Basa Pagaruyung Menggunakan Qr Code. *Jurnal Seni dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 1(2), 359-371.