

Volume 1 Nomor 3, Agustus 2023

Page : 150 – 157

Link : <https://sunanbonang.org/index.php/jp2m>

e-ISSN : 2986-5212

DOI : <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i3.110>

Pendampingan Nagari Sungai Nyalo Sebagai Nagari Yang Mandiri Berbasis CHSE Melalui Pengelolaan Digital Marketing

Neffi Sulkaisi¹⁾, Yosi Eka Putri²⁾, Bernediv Nurdin³⁾, Irwan⁴⁾, Nilma Desri Rosya⁵⁾
¹²³⁴⁵Universitas PGRI Sumatera Barat

Email: neffisulkaisi10@gmail.com¹, yosiekaputri@gmail.com², bernediv@gmail.com³
irwan7001@gmail.com⁴, nilmadesrirosya@gmail.com⁵

Received : 16/06/2023 Accepted : 26/06/2023 Publication : 17/08/2023

Abstrak: Daya tarik wisata alam yang dikelola oleh Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia sudah teruji keindahannya hanya saja dalam pengelolaannya dari segi fasilitas sarana prasarana yang tersedia masih kurang. Tujuan dari pengabdian untuk menyelesaikan permasalahan mitra dengan pendampingan keterampilan penggunaan digital marketing dan dibutuhkan dalam pengembangan usaha – menjalin relasi, marketing, promosi, juga dalam pengembangan dan pemberdayaan diri personal branding/self empowering. Pelaksanaan PKM Digital Marketing ini akan dilaksanakan oleh pakar Manajemen Pemasaran dan Digital Skill oleh Dosen Program Studi Kewirausahaan, Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Informatika dan Ilmu Lingkungan Universitas PGRI Sumatera Barat dan dibantu oleh 3 orang mahasiswa yang sudah paham dalam konsep entrepreneurship dan digital. Teknologi yang akan diterapkan pada pelaku UMKM sungai Nyalo adalah pemasaran berbasis digital. Mulai dari kesadaran pelaku usaha dan ketersediaan SDM. Kemudian dilanjutkan dengan pengembangan media sosial maupun website pengelola wisata. Seperti misalnya pengenalan tempat wisata melalui postingan video atau postingan foto disertai caption yang menarik yang di share di media sosial.

Kata Kunci : Pariwisata, CHSE, Digital Marketing

Abstract: The natural tourist attraction managed by Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia is qualified, it's just that in terms of management, the available infrastructure facilities are still lacking. The purpose of the service is to solve partner problems by assisting with skills in using digital marketing and it is needed in business development - establishing relationships, marketing, promotion, also in developing and empowering personal branding/self empowering. The implementation of PKM Digital Marketing will be carried out by Marketing Management and Digital Skill experts by Lecturers of the Entrepreneurship Study Program, Economic Education, Informatics Education and Environmental Sciences, PGRI University, West Sumatra and assisted by 3 students who already understand the concept of entrepreneurship and digital. The technology that will be applied to Sungai Nyalo MSME actors is digital-based marketing. Starting from the awareness of business actors and the availability of human resources. Then proceed with the development of social media and tourism management websites. For example, the introduction of tourist attractions through posting videos or posting photos accompanied by interesting captions that are shared on social media.

Keywords : Tourism, CHSE, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia, Kecamatan Koto XI, Tarusan Pesisir Selatan menjadi mitra pengabdian ini. Desa Wisata Sungai Nyalo terletak di Nagari (desa adat) Sungai Nyalo Mudiak Aie, Kecamatan Koto XI Tarusan, Kabupaten Pesisir Selatan (Pessel), Provinsi Sumatera Barat. Kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia..

Di Sumatera Barat, desa-desa tersebut dikenal dengan nama Nagari. Nagari merupakan pemekaran wilayah administratif di Propinsi Sumatera Barat, terdiri dari beberapa kelompok Jorong/Korong dengan tujuan dan prinsip yang sama, dipimpin oleh Wali Nagari. Pemerintah Daerah Kabupaten Pesisir Selatan menerima penghargaan dari negara dalam kategori Desa Wisata tumbuh tercepat di Kecamatan Sungai Nyalo, Koto XI. Kabupaten Tarusan, Pesisir Selatan dengan visi *“Terwujudnya Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia Sebagai Nagari Yang Mandiri Berbasis Pariwisata, Sehat, Cerdas Dan Sejahtera”* Sungai Nyalo yang dijuluki dengan *“Paradise of the South”* terus berbenah menghadirkan *Perceived Coolness* yang dirasakan melalui daya tarik wisata, keunikan dan identifikasi sosial (Chen & Chou, 2019).

Daya tarik wisata alam yang yang dikelola oleh Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia sudah memumpuni, hanya saja dalam pengelolaannya dari segi fasilitas sarana prasarana yang tersedia masih kurang. Sedangkan fasilitas sarana dan prasana yang lengkap merupakan salah satu faktor penyebab wisatawan merasa puas ketika berkunjung (Sulkaisi, 2020; Bowen dan Chen, 2001; Makanyeza, 2017). Karena itu, evaluasi kepuasan dalam hal pengalaman bepergian adalah proses pasca konsumsi (Sulkaisi, 2021). Selain daya Tarik Wisata alam yang mumpuni, Sungai Nyalo Mudiak Aia telah memiliki fasilitas penginapan yang tersedia sesuai dengan budget wisatawan. Data penginapan tersebut seperti disajikan pada Tabel 1. di bawah ini

Tabel 1. Data Penginapan di Sungai Nyalo Mudiak Aia

Nama	Alamat	Jarak dari Painan (Pusat Pemerintahan)
Nyalo Beach Cottage	Sungai Nyalo	32
Kulit Kayu Resort	Sungai Nyalo	45
Batang Kelapa Home Stay	Sungai Nyalo	45
Bunda Homestay	Sungai Nyalo	46
Incim Home Stay	Kapo – Kapo	46
Kapo-Kapo Home Stay	Kapo -Kapo	45
Patai Home Stay	Sungai Nyao	45
Baga Home Stay	Kapo -Kapo	46

Jambu Home Stay	Kapo -Kapo	46
Kapo – Kapo Family Home Stay	Kapo – Kapo	46

Sumber : Pesisir Selatan Dalam Angka, 2022

Sebagai Nagari Mandiri yang berbasis pariwisata, mengandung pengertian bahwa masyarakat Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia mampu mewujudkan kehidupan yang sejajar dan sederajat dengan masyarakat Nagari lain yang lebih maju dengan mengandalkan pada kemampuan dan kekuatan sendiri yang berbasis pada keunggulan dibidang Pariwisata secara luas. Visi ini dapat berjalan jika di dukung oleh Sumber Daya Manusia yang kompeten di nagari. Dari data nagari, di dapat data tingkat pendidikan SDM Nagari tersebut sebagai berikut (Profil Nagari Sungai Nyalo, 2022):

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Masyarakat Sungai Nyalo

Tidak Tamat SD	SD	SLTP	SLTA	Sarjana
61	622	229	342	14
Produktif 982 jiwa			Tidak Produktif 286 Jiwa	
Total			1.268 Jiwa	

Sumber : Pesisir Selatan Dalam Angka, 2022

Berdasarkan data Tabel 2. diatas dapat dilihat bahwa ada 982 Jiwa dari 1.286 Jiwa terkategori produktif, namun jika dilihat dari tingkat pendidikan, 98% penduduk masih berpendidikan Rendah. Analisa pemerintahan hal ini disebabkan karena kualitas pendidik dan tenaga kependidikan masih rendah, kemudian kurang berkualitاسnya manajemen penyelenggaraan pelayanan pendidikan. Serta Fasilitas Pendidikan di Tingkat PAUD dan TK. Oleh karena itu perlu pendampingan, penyuluhan dan sosialisasi. Hal ini juga di dukung oleh rencana Strategis Pemerintahan wali nagarinya yang tertuang dalam RPJMD nagari 2017 – 2023.

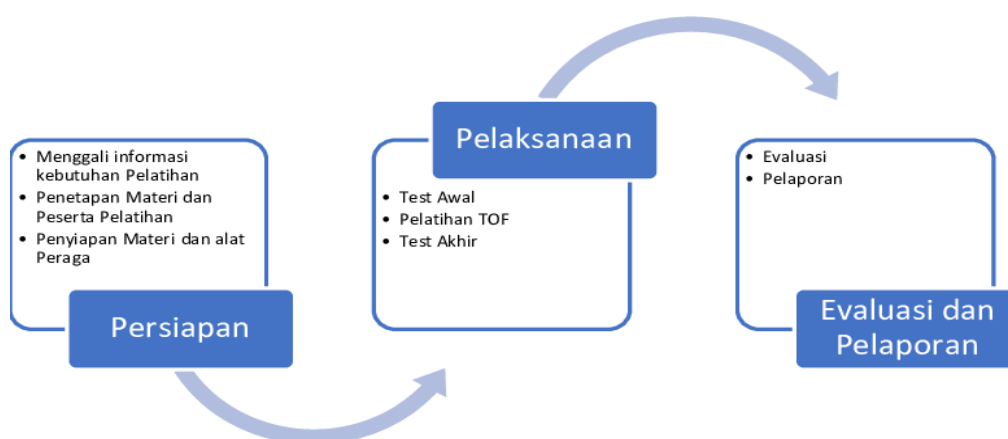
Sebagai kawasan wisata terpadu bahari, masyarakat Sungai Nyalo perlu disiapkan untuk menjadi SDM yang unggul menjadi *Tourism and The Digital Transformation*, pelaku dari usaha penginapan yang akan memeberikan *Memorable Experience* kepada wisatawan, sehingga mampu menimbulkan kesan kesejukan tersendiri (*Perceived Of Coolness*) yang berujuk pada terbentuknya loyalitas sikap wisatawan dengan wujud keinginan untuk berkunjung kembali ke wisata ini dan merekomendasikan ke orang lain untuk berkunjung ke destinasi wisata ini, pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tukamushaba et al, 2016; Tjipmoto, 2007; Keshavarz & Ali, 2015; Sedangkan loyalitas terbentuk ketika konsumen merasa puas atas sebuah layanan (Chang et al, 2015; Melinda, 2017; Velez et all, 2018; Kuo et al, 2018;).

Selain itu semakin banyak wisatawan berkunjung ke tempat objek wisata akan ikut berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat sekitar (Mariadi, 2023), kemudian Ulum (2018) mengatakan bahwa memanfaatkan kawasan wisata sebagai bagian dari cara untuk mencari nafkah. Sehingga sudah selayaknya pemerintah daerah ikut andil dalam mewujudkan dan mendukung terwujudnya *Tourism and The Digital Transformation* tersebut.

METODE

Metode pengabdian kepada masyarakat di Nagari Sungai Nyalo yakni dengan menggunakan menggunakan teknik *Asset Based Community Development* (ABCD). Menurut Ulum et al (2021), teknik ABCD merupakan metode yang menekankan pada aset yang ada dalam masyarakat, artinya dengan adanya wisata alam Nagari Sungai Nyalo sebagai aset yang sangat bagus tetapi belum dioptimalkan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam bentuk pembinaan secara non formal, pertama tahap persiapan, yaitu. Melakukan survei dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang diperlukan selama pelatihan dan menetapkan tujuan dalam pelatihan. Pada tahap persiapan juga disiapkan bahan dan alat peraga yang akan digunakan dalam pelatihan. Pelaksanaan pelatihan, meliputi kegiatan pelatihan berupa teori dan praktek untuk mengukur keberhasilan pelatihan, pengisian angket sebelum dan sesudah pelatihan selesai. Dan yang terakhir evaluasi dan pelaporan, termasuk langkah-langkah untuk mengevaluasi keberhasilan dan pelaporan pelatihan.

Kegiatan tersebut akan berlangsung pada bulan Desember 2022 hingga Juni 2023 di Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aie, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat. Metode implementasi meliputi alur yang ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM Digital Marketing pada UKM Home Stay Nagari Sungai Nyalo Kecamatan Koto XI Tarusan ini dilaksanakan dari Desember 2022 sampai Juni 2023 dengan memiliki kriteria Capaian, Metode dan Indikator Sebagai Berikut :

Tabel 3. Indikator Capaian Kegiatan

Capaian	Motode dan Kegiatan	Indikator Pencapaian
Terciptanya SDM Pariwisata sebagai Community Based Tourism Yang mampu menggunakan digital marketing sebagai wadah promosi dan pemasaran yang menjanjikan	Pendampingan digital Skill Internal (saat penggunaan media sosial, website promosi) Eksternal (Memasarkan Jasa wisata) menggunakan digital marketing	Peserta Workshop dapat memahami penggunaan digital marketing yang benar dan tepat
Terciptanya Pola Komunikasi digital marketing yang baik antara pengunjung dan pengelola	Pendampingan komunikasi digital marketing bagi pengelola wisata	Peserta Workshop dapat memahami keahlian digital marketing, sehingga tidak ada kesalahan dalam membuat media promosi dan mampu berkomunikasi dengan baik dengan pengunjung melalui media sosial.

Pelaksanaan PKM Digital Marketing ini akan dilaksanakan oleh pakar Manajemen Pemasaran dan Digital Skill oleh Dosen Program Studi Kewirausahaan, Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Informatika dan Ilmu Lingkungan Universitas PGRI Sumatera Barat dan dibantu oleh 3 orang mahasiswa yang sudah paham dalam konsep entrepreneurship dan digital.

Peserta workshop akan menerima lima materi yang diawali dengan :

- a. Bagaimana strategi mengenali segmen pasar, pasar bersifat heterogen, sementara konsumen akan bersifat custom. Gap ini mengharuskan pelaku bisnis untuk lebih jeli dan smart dalam menentukan segmen pasar yang akan disasar sesuai dengan produk yang sudah di miliki saat ini. Walaupun secara konsep dan teori, di mulai dari mengenali segment dan menyajikan produk sesuai dengan segmen yang ada. Namun dikarenakan bisnis ini sudah dibangun dan didirikan maka luaran dari konsep ini akan lahir *strategi re-branding*
- b. Setelah segment pasar dikenali, maka tugas selanjutnya adalah, bagaimana menciptakan produk yang mampu memenuhi kebutuahn dan keinginan konsumen yang disasar.

- c. Dalam digital, pengelola diuntut untuk paham dan mengenal digital marketing yang akan digunakan dan dikelola. Strategi ini akan berbeda pada masing-masing media yang digunakan dan target pasar yang ingin dicapai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian di atas, dapat disimpulkan bahwa Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aia dengan potensi 22 pulau kecil yang terdapat di wilayah ini, memiliki potensi sebagai wisata bahari dengan pemandangan yang indah. Potensi ini dimanfaatkan oleh penduduk lokal dengan salah satu usaha tour guide, home stay, Spot Foto maupun penyewaan alat wisata, kulineran dan lain sebagainya. Namun sistem promosi menggunakan digital masih jadi hal yang dikeluhkan oleh pengelola wisata karena minimnya informasi dan ilmu yang dimiliki oleh pengelola wisata. Solusi Permasalahan mitra ini dapat diselesaikan dengan pendampingan keterampilan penggunaan digital marketing dan diperlukan dalam pengembangan bisnis - membangun hubungan, pemasaran, periklanan, juga personal branding/pengembangan pemberdayaan diri dan pemberdayaan diri. (Zatori, Smith dan Puczko, 2018)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena atas karunia-Nya kami dapat melaksanakan pengabdian ini dengan lancar. Selain itu kami juga mengucapkan terima kasih kepada Wali Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aie serta seluruh masyarakat dan pemangku kepentingan Nagari Sungai Nyalo Mudiak Aie yang telah membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2022. Pesisir Selatan Dalam Angka.
- Bowen, J. T., & Chen, S. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213–217. doi:10.1108/09596110110395893
- Chang, P., Chuang, C., Chuang, W., & Lin, W. (2015). *Total Quality Management & Business Excellence An examination of the effects of quality on customer loyalty : the automobile industry in Taiwan*. (April), 37–41. <https://doi.org/10.1080/14783363.2012.704268>
- Chen, C. F., & Chou, S. H. (2019). Antecedents and consequences of perceived coolness for Generation Y in the context of creative tourism - A case study of the Pier 2 Art Center in Taiwan. *Tourism Management*, 72(November 2018), 121–129. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.016>

Dokumen Nagari Sungai Nyalo. 2022. Profil Nagari Sungai Nyalo. (Tidak diterbitkan)

Keshavarz, Y., & Ali, M. H. (2015). The Service Quality Evaluation on Tourist Loyalty in Malaysian Hotels by the Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 680–686. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3s2p680>

Kuo, N. Te, Cheng, Y. S., Chang, K. C., & Chuang, L. Y. (Lily). (2018). The Asymmetric Effect of Tour Guide Service Quality on Tourist Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 19(4), 521–542. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1483283>

Makanyeza, C. (2017) Determination of Consumers' Intention to Adopt Mobile Banking Services in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35, 997-1017. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0099>

Melinda. (2017). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty pelanggan Go-Jek Melalui E-Satisfaction pada Kategori Go-Ride. *Jurnal AGORA* Vol. 5, No. 1.

Mariad, Ahmad, S., Kusuma, R., Lucia, W, A., & Andriani, H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Danau Ganting Melalui Optimalisasi Wisata Alam Danau Ganting Barito Selatan. Sunan Bonang : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Volume 1 Nomor 2, Mei 2023

Sulkaisi, N., Siska, F, Idris, & Irwan. (2021). The Effect of Services Quality on Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty. Atlantis Press : Proceedings of the 5th Asia-Pacific Conference on Economic Research and Management Innovation (ERMI 2021). *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 167. [10.2991/aebmr.k.210218.001](https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210218.001)

Sulkaisi, Idris. (2020). Analysis of Service Quality on Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty Study at Adityawarman Museum. Atlantis Press : 4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019). *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 12. [10.2991/aebmr.k.200305.096](https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.096)

Tukamushaba, E. K., Xiao, H., & Ladkin, A. (2016). The effect of tourists' perceptions of a tourism product on memorable travel experience: Implications for destination branding. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(1), 2–12. <https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0001>

Tjiptono, Fandy dan Gregorius chandra. (2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta

Ulum, M., Nashihin, N., Zawawi, A., & Huda, H. (2021). Pendampingan Pengolahan Ikan Gatul sebagai Sumber Ekonomi Keluarga bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga di Desa Tanggul Rejo Manyar Gresik. *KERIS: Journal of Community Engagement*, 1(1), 1–9.

Ulum, M., Mun'im, A., & Sholihuddin, S. (2019). Pendampingan Komunitas Pengemis dalam Melestarikan Piwulang Kanjeng Sunan Drajat Lamongan. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 18(2), 279. <https://doi.org/10.21580/dms.2018.182.2989>

Zatori, A., Smith, M. K., & Puczko, L. (2018). Experience-involvement, memorability and authenticity: The service provider's effect on tourist experience. *Tourism Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.013>

Vélez, Reyes P. E. Pérez Naranjo, L. M., & Rodríguez Zapatero, M. (2018). The impact of daily tour service quality on tourist satisfaction and behavioural intentions in an island context: a study on tours to Isla de la Plata, Ecuador. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–5.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1505835>