

Pelatihan Marketing Desa Wisata Taman Bunga Okura

FAIZAH KAMILAH¹; ZULIA KHAIRANI²; EFRITA SOVIYANTI^{3*}

Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581
*E-mail : efritasoviyanti@unilak.ac.id (korespondensi)

Abstract: This Community Service activity aims to provide knowledge about alternative marketing media through Instagram and other online stores and increase knowledge in sharing attractive product images so that potential consumers are interested in seeing and finally deciding to buy. This community service activity method uses the lecture method, as well as question and answer. The lecture method is used to convey knowledge in general and examples of Instagram accounts and online store accounts can be adapted by partners. Questions and answers are used to complete matters that have not been accommodated by the lecture method. This training involved lecturers from the Department of Accounting and Management who worked closely with the okura flower garden group in the West Rumbai sub-district as the target subjects.

Keywords: *Marketing Training, Village, Tourists And Tourism*

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Provinsi Riau memiliki berbagai kekayaan yaitu berupa kekayaan alam, seni dan budaya, hasil pertanian, bahasa, pulau, suku, flora, fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, dan lain-lain. Berbagai kekayaan yang dimiliki Riau merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi usaha penanganan dan peningkatan kepariwisataan.

Desa Okura terletak di Kota Pekanbaru Riau yang memiliki potensi wisata yang besar, jika objek wisata di desa Okura ini di perhatikan bukan tidak mungkin akan menjadi tujuan wisatawan dalam beberapa tahun ke depan. Selain panorama yang indah, di Taman Bunga Okura ini juga terdapat fasilitas spot-spot foto yang telah disediakan, seperti sungai yang masih alami, taman bunga, kids corner dan masih banyak yang lainnya. Spot-spot foto yang belum terlalu banyak, keindahan dan kebersihan, serta kondisi jalan di objek wisata adalah hal-hal yang masih perlu dibenahi.

Perkembangan pariwisata tergantung kepada kunjungan yang datang mengunjungi tempat tersebut. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan, untuk mempertahankan dan menambah jumlah kunjungan wisatawan pada tahun berikutnya, hal tersebut tidak terlepas dari pentingnya faktor kenyamanan dan keamanan (Kumala, Borman, & Prasetyawan, 2018). Untuk mempertahankan jumlah kunjungan dengan tercapainya target yang di inginkan dalam suatu objek wisata, maka diperlukan pengelolaan dan pengembangan objek wisata. Pengelolaan dan pengembangan dapat dilakukan dengan menentukan faktor yang akan menjadi peran penting dan pendukung untuk mengembangkan pengunjung mengunjungi objek wisata Teluk Jering. Lebih lanjut Yoeti (2008) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu objek wisata, yaitu: 1) Objek wisata itu harus mempunyai sesuatu yang menarik untuk dilihat dan tentunya berbeda dengan yang dimiliki tempat lain (*something to see*). 2) Dilokasi objek wisata harus tersedia kegiatan yang dapat dilakukan oleh visitor (*fishing*,

tracking, dan lain-lain). 3) Dilokasi objek wisata harus tersedia dengan apa yang disebut *something to buy*.

Pengembangan objek wisata merupakan suatu hal yang besar karena melingkupi banyak pihak, biaya, pemikiran, partisipasi dari warga setempat, pemerintah dan investor yang berminat. Pengembangan daya tarik wisata sendiri memiliki tujuan untuk berkembang kearah yang lebih baik yang akhirnya dapat menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan oleh banyak orang disamping untuk konservasi objek wisata itu sendiri. Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut: 1). Mengembangkan obyek wisata taman bunga okura yang mudah dicari oleh pengunjung; 2) Membuat spot untuk lokasi foto di lokasi wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung lokasi wisata; 3) Melakukan promosi obyek wisata taman bunga okura kepada masyarakat menggunakan media sosial dan media online.

METODE

Metode yang akan dilakukan oleh tim selama kegiatan pengabdian bagi masyarakat dengan Mitra kelompok bunga taman okura adalah Pelatihan Marketing, Pada kegiatan ini akan dilakukan dengan memberikan pelatihan pemasaran terkait bagaimana memasarkan wisata taman bunga okura ke khalayak masyarakat dengan membuat akun-akun untuk media promosi, tujuannya untuk menambah jumlah pengunjung dan meningkatkan pendapatan. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk diskusi interaktif untuk mengungkap permasalahan dan potensi usaha yang dapat dikembangkan oleh mitra maupun kelompok usaha.

Adapun rencana kerja yang akan dilakukan dalam program ini adalah: 1). Menghubungi ketua kelompok taman bunga okura; 2). Menemui anggota kelompok pada taman bunga okura yang akan terlibat dalam kegiatan ini; 3). Memberikan sosialisasi untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

Prosedur kerja yang akan dilakukan adalah: 1). Memberikan motivasi bagi semua peserta agar mau mengembangkan usaha; 2)

Memberikan pelatihan cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan potensi peningkatan jumlah pengunjung.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Taman Bunga Okura Kecamatan Rumbai Barat Kota Pekanbaru yang dilaksanakan pada bulan Februari s/d Juni 2022. Kegiatan pengabdian ini dihadari oleh kelompok petani Taman Bunga Okura . Peserta yang hadir adalah kelompok petani taman bunga Okura yang berjumlah 5 orang

Dari hasil ceramah, diskusi, tanya jawab, kami dapat menyimpulkan bahwa peserta sebagian besar sudah memahami tentang berwirausaha serta sudah menghasilkan produk tetapi belum begitu menguasai tentang pemasaran yang baik, khususnya mengenai pemanfaatan media sosial. Hal ini dapat dilihat dari hasil quisioner sebelum dan sesudah mendapat pembekalan dan materi tentang bagaimana berwirausaha dan pemasaran produk tersebut. Pada akhir sesi dari pengabdian masyarakat ini, para peserta mulai memahami bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial. Yang perlu kami tekankan disini, bahwa dengan keinginan yang kuat mitra pengabdian akan dapat memulai memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya.

PEMBAHASAN

Peningkatan pengetahuan dalam hal memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran dan memberikan contoh akun-akun yang memproduksi barang sejenis untuk dapat di adaptasi dengan cara mereka memasarkan produknya. kemampuan memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial sangat dibutuhkan dan peluangnya sangat besar saat ini, karena masyarakat sudah banyak yang memilih untuk belanja online baik melalui toko online yang sudah banyak, sering juga masyarakat akhirnya belanja karena melihat

tampilan yang menarik yang dibagikan di media sosial akun tertentu. kreativitas dan keunikan dalam tampilan yang akan dibagikan di media sosial yang dipilih akan sangat besar pengaruhnya pada keberhasilan memikat calon konsumen sehingga akhirnya memutuskan untuk membeli.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner sebelum dan sesudah pelaksanaan pengabdian. Adapun untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman tentang media sosial yang dapat dijadikan alternative sarana pemasaran dapat dilihat dari hasil kuisioner yang disebarkan. Dari hasil kuesioner tanya jawab dari peserta sudah banyak yang mengetahui bahwa media sosial dapat digunakan untuk memasarkan atau menjual objek wisata, namun mereka belum memanfaatkan media sosial untuk memasarkan objek wisata tersebut. Selain itu mereka juga belum mengetahui cara cara yang dapat digunakan untuk memasarkan produknya melalui media sosial.

Setelah dilakukan pengabdian pengetahuan mitra tentang cara yang dapat digunakan untuk memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka, dan mitra juga bersemangat untuk mencoba dan membuat akun baru untuk memasarkan barang yang mereka produksi.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan cara menyebarkan kuisioner sebelum dan sesudah pelaksanaan pengabdian. Adapun untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran produk, dapat dilihat dari pertanyaan yang telah dijawab dapat diketahui jawaban responden sebelum mendapatkan pembekalan pada kegiatan pengabdian yang berkaitan dengan Pemasaran objek wisata pada kelompok petani Taman Bunga Okura Kota Pekanbaru Provinsi Riau bahwa responden yang menjawab belum yaitu 70% peserta. Dengan demikian sebagian besar peserta masih sedikit mendapatkan pemahaman tentang Pemasaran objek wisata, dan sebagian

peserta mengatakan bahwa pemahaman tentang Pemasaran objek wisata tersebut ini baru mereka dapatkan. akan tetapi setelah kita berikan materi seluruh peserta hampir memahaminya.

Sebelum dimulainya penyampaian materi dan pemberian pembekalan tentang pemasaran objek wisata, kami Tim Pengabdian Masyarakat memberikan kuisioner terlebih dahulu untuk mengetahui sampai sejauh mana para peserta memahami dan mengerti tentang pemasaran. Setelah dievaluasi ternyata separuh peserta pengabdian tersebut belum memahami bagaimana berwirausaha dan pemasaran Produk.

Dilihat dari pantauan kami, memang dalam penyampaian materi dan tanya jawab yang kami berikan berpengaruh terhadap penerimaan materi yang kami sampaikan, untuk kelompok petani Taman Bunga Okura Kota Pekanbaru Provinsi Riau, cepat memahami apa yang disampaikan oleh Tim Kami. Dalam melaksanakan kegiatan Pemasaran Produk cepat memahami bagaimana cara untuk meningkatkan pendapatan melalui teknik pemasaran yang baik dan tepat.

SIMPULAN

Dari hasil pemaparan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Metode pelaksanaan yang dilakukan pada program pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial sebagai alternatif sarana pemasaran.
- b. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 25 April 2022, yang diikuti oleh 5 (lima) orang kelompok petani taman bunga okura yang merupakan bagian dari mitra pengabdian yang diberi pelatihan.
- c. Pada awalnya peserta (mitra) dalam pengabdian ini belum mengetahui cara memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya, setelah mendapat pengetahuan melalui

pengabdian ini, mitra bersemangat untuk mencoba memasarkan produk yang mereka hasilkan dengan membuat akun baru dan mengikuti cara-cara yang sudah diberikan untuk meningkatkan jumlah calon konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Lasmadiarta, Made. 2010. “*Extreme Facebook Marketing for Giant Profits*”. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Leoni, Rahmawati. 2013. *Media sosial Dalam Kewirausahaan Perempuan di Indonesia, Online Media and Social Network Specialist at REDD+ Task Force Indonesia*, http://www.slideshare.net/leonirahmawati/media-sosial-dalam-kewirausahaan-perempuan-diindonesia?qid=e0f8c7f9-e2ae-40d8-9a8c-e2a9223ce048&v=default&b=&from_search=9 , tanggal akses 8 sept 2014
- McLeod, Jr. Raymond., George Schell. 2004. ”*Sistem Informasi Manajemen*”, copyright © 2001. Prentice-Hall, Inc. PT. Indeks. Jakarta.
- Puntoadi, Danis, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011
- Setiawati, Ira. 2014, *Pengaruh E-Marketing Pada Bisnis Online Menggunakan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif)*, Seminar dan Call for Paper, FEB, Universitas Stikubank, Semarang
- Yoga satria siaga 2018. “Penerapan Dan Pemanfaatan Media Online Dalam Pengembangan Sistem Pemasaran Umkm (Agroindustri) Di Kabupaten Jember