

PELATIHAN PENGEMBANGAN DIGITAL *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA *CAFFE BOAT* NANGA TO'I DI DESA LASI KILO DOMPU NTB

Rosa Yuliati¹, Eka Farida²

¹Universitas Islam Malang. Email: rosayuliati15@gmail.com

²Universitas Islam Malang. Email: arida@unisma.ac.id

ABSTRACT

This service activity aims to provide training to Caffe Boat Nanga To'i owners regarding digital marketing through the Instagram social media platform. The marketing system implemented by business owners is still lacking because it only uses face to face information. So it is hoped that this digital marketing development training can help increase sales of Caffe Boat Nanga To'i and contribute to increasing tourists at Nanga To'i Beach in Lasi Village. The method of implementing this service begins with the observation and interview stages, then assisting in creating Instagram accounts and taking photo spots, then providing Caffe Boat Nanga To'i marketing digitization training on Instagram accounts. The results of this service show that business owners understand the digital marketing system through Instagram social media and know what consumers need so that the business being run is able to compete with other competitors.

Keywords: Training, Digital Marketing, Sales

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada pemilik Caffe Boat Nanga To'i mengenai digital marketing melalui platform media sosial Instagram. Sistem pemasaran yang diterapkan oleh pemilik usaha masih tergolong kurang karena hanya menggunakan informasi face to face. Sehingga diharapkan dengan adanya pelatihan pengembangan digital marketing ini dapat membantu meningkatkan penjualan Caffe Boat Nanga To'i serta ikut berkontribusi dalam meningkatkan wisatawan di Pantai Nanga To'i desa Lasi. Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini diawali dengan tahap observasi dan wawancara, selanjutnya pendampingan pembuatan akun instagram dan pengambilan gambar spot-spot foto, kemudian memberikan pelatihan digitalisasi marketing Caffe Boat Nanga To'i di akun instagram. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pemilik usaha telah memahami sistem pemasaran digital melalui media sosial Instagram serta mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen agar bisnis yang sedang dijalankan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Kata Kunci: Pelatihan, Digital Marketing, Penjualan

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis dalam sektor pariwisata di Indonesia tumbuh begitu pesat dan mencapai angka yang signifikan. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai bisnis disekitar dunia pariwisata seperti bisnis perhotelan, bisnis *homestay*, bisnis kafe, bisnis perjalanan wisata, dan bisnis *souvenir* khas daerah. Bisnis pariwisata merupakan salah

satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebut "Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata" dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara" (Yoeti, 1996).

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, menjadikan industri pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan digitalisasi yang begitu pesat dalam beberapa tahun terakhir (Arif, 2022). Dengan kata lain, pengembangan digital marketing adalah pilihan yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada bisnis pariwisata. Kehadiran internet dan digitalisasi memberikan dampak yang luar biasa untuk penghematan biaya operasional dan penggunaan waktu. Dengan begitu, diperlukan teknik pemasaran yang baik dan tepat. Akan tetapi masih banyak pelaku bisnis pariwisata yang awam terhadap penggunaan teknologi dan internet, dan belum memanfaatkan sepenuhnya teknologi komunikasi tersebut secara optimal.

Pemasaran adalah aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pengiklanan, promosi dan penentuan harga. Menurut Kotler dan Keller (2012) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Saat ini sudah banyak perusahaan atau pembisnis yang memanfaatkan *platform* media sosial untuk mempromosikan produk dan jasa yang mereka miliki, serta untuk menjalin interaksi dan hubungan dengan para pelanggannya.

Desa Lasi merupakan salah satu desa di kecamatan Kilo yang berada di kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat yang banyak memiliki potensi wisata, salah satu wisata yang dimiliki yakni wisata pantai Nanga To'i. Banyak masyarakat yang membangun bisnis disekitar pantai Nanga To'i, salah satunya adalah bisnis *caffè boat* Nanga To'i. Namun selama proses bisnis berjalan, terdapat kendala yang dialami oleh pemilik usaha dalam memasarkan dan mempromosikan produknya secara digital. Oleh karena itu, kami membantu melakukan pelatihan pengembangan digitalisasi membuat akun media sosial instagram serta pengambilan gambar spot-spot foto *Instagramable* untuk mempromosikan produk dan jasa agar dapat meningkatkan penjualan pada *caffè boat* Nanga To'i.

Melalui program pelatihan pengembangan digital *marketing* ini diharapkan dapat membantu meningkatkan bisnis *caffè boat* Nanga To'i menjadi lebih dikenal oleh masyarakat setempat dan wisatawan mancanegara. Karena selama ini informasi tentang *caffè boat* Nanga To'i hanya menggunakan informasi *face to face*. Pelatihan ini menekankan pada sistem pemasaran secara digital melalui *platform* media sosial Instagram. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai wadah dalam meningkatkan pengetahuan serta mengetahui informasi secara langsung bagaimana keadaan *caffè boat* Nanga To'i. Serta sebagai upaya dalam memberikan kontribusi untuk memajukan industri pariwisata di desa Lasi kecamatan Kilo. Sehingga menjadikan

wisata pantai Nanga To'i dan *caffè boat* Nanga To'i menjadi tempat pilihan untuk berlibur dan menginap bersama keluarga dan teman-teman.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan kegiatan, kami melakukan *observasi* dan wawancara terlebih dahulu dengan pemilik *caffè boat* Nanga To'i untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami. Kemudian melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai digitalisasi *marketing* dengan tujuan agar dapat membantu meningkatkan penjualan usahanya. Adapun langkah-langkah dalam proses pendampingan dan pelatihan secara detail sebagai berikut.

Langkah pertama: mempersiapkan bahan dan alat, kami melakukan wawancara kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai identitas pemilik usaha dan produk apa saja yang dijual, kemudian akan dijadikan bahan dalam pembuatan akun, pengambilan gambar spot-spot foto estetik dan pelatihan digitalisasi *caffè boat* Nanga To'i. Untuk alat yang digunakan ialah buku tulis, pulpen, dan *handphone* untuk membuat akun instgram dan mengambil gambar spot-spot foto *caffè boat* Nanga To'i.

Langkah kedua: metode pendampingan pembuatan akun instgram dan pengambilan gambar spot-spot foto, kami bersama pemilik usaha mempersiapkan *handpone* untuk mendownload aplikasi instgram di *website google play store* untuk membuat akun instgram. Kemudian mengisi langkah-langkah untuk mendaftar, setelah akun sudah berhasil *login* kami melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu pengambilan gambar spot-spot foto yang estetik dan kekinian yang dapat menarik perhatian konsumen atau pelanggan.

Langkah ketiga: metode pelatihan digitalisasi *marketing caffè boat* Nanga To'i di akun instgram. Setelah proses pengambilan gambar spot-spot foto selesai, langkah berikutnya mengupload beberapa foto estetik tersebut ke dalam akun instgram. Dengan melakukan pelatihan digitalisasi *marketing* ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha dalam memasarkan dan mempromosikan *caffè boat* Nanga To'i serta ikut berkontribusi dalam meningkatkan wisata pantai Nanga To'i.

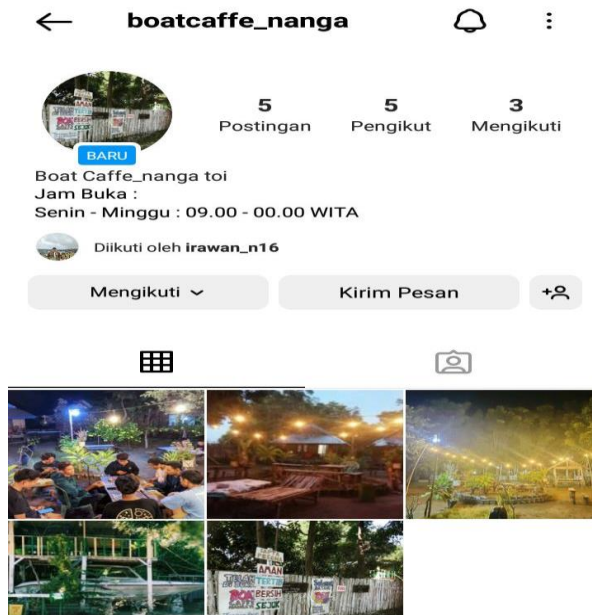
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pelaksanaan pelatihan pengembangan digital *marketing* pada *caffè boat* Nanga To'i di desa Lasi berikut ini, peneliti uraikan beberapa tahapan kegiatan yang sudah dilakukan yaitu sebagai berikut.

1. Tahapan Pendampingan Pembuatan Akun Instagram dan Pengambilan Gambar Spot-Spot Foto

Kami bersama pemilik usaha mulai *mendownload* aplikasi instgram, kemudian mendaftar dengan menggunakan nomor telepon, memasukan nama pengguna dan kata sandi, selanjutnya kami mulai melengkapi profil *caffè boat* Nanga To'i dan membuat bio. Setelah akun sudah berhasil *login* kami melanjutkan ke tahap berikutnya namun, sebelum mulai peneliti menjelaskan terlebih dahulu manfaat dari pengambilan gambar spot-spot foto yang estetik dan kekinian dalam menarik

perhatian konsumen. setelah itu kami memotret beberapa spot-spot foto yang ada di *caffè boat* Nanga To'i yang *viewnya* bagus dan estetik.



Gambar 1. Akun Instagram *Caffe Boat* Nanga To'i

2. Tahapan Pelatihan Digital Marketing *Caffe Boat* Nanga To'i di Akun Instagram

Seiring berkembangnya digitalisasi saat ini persaingan bisnis semakin meningkat, oleh karena itu inovasi dalam berbisnis sangat diperlukan agar bisnis terus berkembang. Menyadari pentingnya digitalisasi marketing dalam memasarkan dan mempromosikan produk dan jasa bagi pemilik usaha, tim membantu melakukan pendampingan dan pelatihan membuat akun instagram yang kemudian akan di *upload* beberapa foto estetik serta informasi-informasi tentang *caffè boat* Nanga To'i.



Gambar 2. Postingan spot-spot foto *caffè boat* Nanga To'i



Gambar 3. Postingan spot-spot foto *caffe boat* Nanga To'i

Hasil akhir dari kegiatan pelatihan dan pendampingan pengembangan digital *marketing* pada *caffe boat* Nanga To'i ini menunjukkan bahwa pemilik usaha telah memahami sistem pemasaran digital melalui media sosial instagram serta mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen agar bisnis yang sedang dijalankan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Dengan adanya akun media sosial instagram seperti ini dapat memudahkan calon konsumen atau pelanggan yang ingin mencari informasi tentang *caffe boat* Nanga To'i serta bisa langsung menghubungi adminnya ketika ingin reservasi tempat sehingga, pada saat sampai di lokasi tidak harus mengantri.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pengembangan digital *marketing* pada *caffe boat* Nanga To'i desa Lasi, kecamatan Kilo, Kab. Dompu Nusa Tenggara Barat dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kegiatan pendampingan dan pelatihan pada *caffe boat* Nanga To'i di desa Lasi berjalan dengan lancar. Pemilik usaha *caffe boat* Nanga To'i sangat antusias mengikuti semua proses kegiatan. Seluruh materi pendampingan dan pelatihan yang disampaikan dipahami dengan baik oleh pemilik usaha. Oleh karena itu, kami berharap setelah kegiatan ini, pemilik usaha mampu menjalankan sistem pemasaran digital dengan baik.
2. Untuk akun instagram *caffe boat* Nanga To'i beserta dengan postingan spot-spot foto estetik sudah bisa diakses, sehingga calon konsumen yang ingin mengetahui informasi tentang *caffe boat* Nanga To'i bisa langsung menghubungi adminnya. Untuk konsumen yang ingin mengunjungi langsung ke lokasi bisa melakukan reservasi

terlebih dahulu guna menghindari antrian tempat. Dengan adanya Akun Instagram ini, diharapkan dapat meningkatkan penjualan *caffè boat* Nanga To'i serta ikut berkontribusi dalam meningkatkan wisatawan di Pantai Nanga To'i desa Lasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bagian dari tridharma perguruan tinggi. Kami mengucapkan terima kasih kepada pemilik *caffè boat* Nanga To'i selaku peserta pelatihan yang penuh dengan semangat dan antusias mengikuti proses kegiatan pendampingan pemasaran digital sampai akhir.

DAFTAR RUJUKAN

Arif, Alfis. (2022). Workshop Digital Pariwisata Desa Bantuan Kabupaten Lahat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fordicate (Informatics Engineering Dedication)*. Vol. 1 No. 2 Tahun 2022. E-ISSN: 2809-2546.

Farida, Eka., & Ramadhan, T.S. (2021). Pendampingan dan Pelatihan Digitalisasi Pin UMKM Di Google Maps Desa Andonosari. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*. Vol. 2 (2021) hal. 296-301. eISSN. 2808-8182. Penerbit: Universitas Islam Malang.

Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 14 Jakarta: Erlangga.

Supardi. (2022). Pelatihan Pembuatan Handycrafts Untuk Mengembangkan Potensi Industri Kreatif Masyarakat di Dekranasda Jakarta Barat. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*. Vol. 6. No. 2 (2022). ISSN: 2581-1320 (Print) ISSN:2581-2572 (Online). Homepage: <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>

Yoeti, Oka A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Penerbit: Angkasa.