



**Journal of Human And Education**  
Volume 3, No. 4, Tahun 2023, pp 410-416  
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876  
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Promosi Usaha Homestay di Kepulauan Fam, Kabupaten Raja Ampat**

**Dwi Indah Widya Yanti<sup>1</sup>, Ivonne M Leiwakabessy<sup>2</sup>, Melisa Ch Masengi<sup>3</sup>, Ade Andriani Renouw<sup>4</sup>, Andrei Maryen<sup>5</sup>, Roger R Tabalessy<sup>6</sup>, Novalin Syauta<sup>7</sup>, Lili Sarce Joi Sapari<sup>8\*</sup>**

Program Studi Manajemen Sumber Daya Perairan, Fakultas Pertanian,  
Universitas Kristen Papua<sup>1,3,6</sup>

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Kristen Papua<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Kristen Papua<sup>4,5,8</sup>

Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Kristen Papua<sup>7</sup>

Email: lilisapari49@gmail.com<sup>8\*</sup>

### **Abstrak**

Pengelolaan homestay di Kampung Pam memiliki media informasi namun bersifat umum, sehingga homestay belum dikelola secara baik dengan menggunakan digital marketing, maka sangat diperlukan pelatihan terkait digital marketing yang memuat konten-konten yang menarik. Hasil yang diperoleh adalah : 1) Di era sekarang ini, para pelaku usaha homestay hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh homestay tersebut; 2) Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku usaha homestay untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula; 3) .homestay merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia karena memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi, masih banyak usaha homestay yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut; 4) Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian ini yaitu pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha kemudian dilanjutkan dengan pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran usaha homestay. Media digital yang digunakan di sini adalah Google Bisnis dan Media Sosial yaitu Instagram. Di sini, pelaku usaha diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik.

**Kata Kunci:** *digital marketing, homestay, Kepulauan Fam*

### **Abstract**

Homestay management in Kampung Pam has information media but it is general in nature, so homestays have not been managed well using digital marketing, so training related to digital marketing that contains interesting content is really needed. The results obtained are: 1) In this current era , homestay business actors should be able to utilize digital media as one of their product marketing efforts so that consumers are more familiar with the products produced by the homestay; 2) The development of digital technology allows homestay business actors to market their products online and carry out transactions through the online banking system as well; 3). Homestay is an important business sector in Indonesia because it has an important role in economic growth in Indonesia. However, there are still many homestay businesses that have not implemented information technology, especially using digital

media and do not understand how big the benefits and role of using digital media are; 4) The results obtained from this service activity are providing training regarding the use of digital marketing as a means of marketing business products, then continuing with providing tutorials on creating accounts on digital media which has the potential to expand the marketing reach of homestay businesses. The digital media used here is Google Business and Social Media, namely Instagram. Here, business actors are given tutorials and practice in creating accounts on the two digital media along with how to optimize the two digital media as a promotional tool for wider marketing reach so as to encourage better product sales.

**Keywords:** *Digital Marketing, Homestay, Kepulauan Fam*

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten raja empat adalah salah satu kabupaten yang berada pada wilayah administrasi provinsi Papua Barat Daya, yang memiliki potensi wisata yang mendunia, karena memiliki keindahan alam di permukaan maupun dibawah permukaan air. Secara umum, Raja Ampat adalah kepulauan yang terdiri dari banyak sekali pulau karang dan tersebar luas di seluruh wilayahnya. Raja empat memiliki 4 pulau utama yang paling besar, yaitu pulau waigeo, pulau batanta, pulau salawati dan pulau Misool. Empat pulau besar inilah menjadi titik awal penyebaran seluruh penduduk Raja Ampta. Wilayah perairan adalah daya Tarik utama Raja Ampat, mengingat perairan Raja Ampat adalah salah satu perairan terbaik di seluruh dunia, kerana memiliki kekayaan flora dan fauna dan kelestarian alam laut serta memiliki luas wilayah laut 4,6 juta hektar yang menjadi rumah bagi 540 jenis karang serta 1.511 spesies ikan dan ribuan biota laut ((Fabiyan Pudyono et al. 2022) Tidak hanya kekayaan alam bawah lautnya, Raja Ampat juga memiliki banyak hal menarik di atas permukaan laut. Banyak terdapat Pantai-pantai yang indah di seluruh kepulauan Raja Ampat. Dan pada umumnya pantainya berpasir putih dan sangat halus, selain itu pulau-pulau yang membentuk deretan tebing tinggi pun banyak terdapat di Raja Ampat, seperti Piaynemo, Teluk Kabui dan Wayag.



Gambar 1 Tampilan Homestay

Kepulauan Fam yang berada di Kabupaten Raja Ampat, terdiri dari 3 Kampung yaitu Kampung Saupapir, Kampung Saukabu, dan Kampung Pam yang mengelilingi tebing tinggi Piaynemo. Oleh sebab itu, Sebagian besar Masyarakat yang berada di kepulauan Fam memiliki mata pencaharian sebagai nelayan, ada juga yang memiliki usaha homestay.

Berdasarkan hasil survey, pemilik homestay pada Kampung Saupapir, Kampung Saukabu dan Kampung Fam berjumlah 15 homestay yang dikelola oleh masing-masing keluarga dan masih sangat sederhana. Selain penginapan ada juga disediakan pelayanan trip wisata seperti diving dan menyelam kemudian ada juga atraksi ketam kenari (*birgus latro*)

Penawaran trip wisata seperti diving dan menyelam serta atraksi ketam kenari (*birgus lastro*) dapat dinikmati oleh pengunjung jika tersedianya informasi yang akurat dan dapat diakses oleh semua orang melalui media social sehingga dapat meingkatkan promosi pada usaha *home stay*.

**Tabel 1 Kondisi Sosial Media Home Stay Kepulauan Fam**

No	Kampung	Social Media			Keterangan
		Facebook	Instagram	Whatsapp	
1	Saukabu	√	√	√	Umum, belum dikelola
2	Saupapir	√	-	-	Umum, belum dikelola
3	Pam	√	-	-	Umum, belum dikelola

Sumber : data survey, 2023

Berdasarkan tabel 1, usaha home stay di kampung saukabu, kampung saupapir dan kampung pam memiliki media informasi, namun bersifat umum (artinya semua usaha di Raja Ampat dapat mengakses), namun untuk homestay sudah memiliki namun belum dikelola secara baik, maka sangat diperlukan pelatihan terkait digital marketing yang memuat konten-konten yang menarik. Digital marketing pada dasarnya merupakan sesuatu yang berkaitan dengan ide-ide yang dituangkan dalam dunia digital, hal yang menjadi tolak ukur kesuksesannya adalah Ketika produk-produk yang ditawarkan itu apakah menjadi bahan pembicaraan oleh Masyarakat.

Karena pemasaran media social dapat meningkatkan niat pembelian secara online tanpa bantuan tambahan melalui variable mediasi kesadaran merek, kesadaran nilai dan kesadaran harga (Nur Ahmas, Sutrisno, and Ratnasari 2022) Penelitian lainnya mengevaluasi (Mastarida 2022); ( et al. 2021)Acai “customer engagement dari sudut pandang kinerja bisnis industry teknologi di India. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kinerja bisnis juga di pengaruhi oleh customer engagement. *Customer engagement* pada social media dari usaha yang dikelola , maka hal ini berhubungan dengan teknik bahasan dalam pemasarannya (*copywriting*). Konsep *copywriting* sudah banyak didefinisikan oleh beberapa ahli. *Copywriting* adalah memikirkan ide terbaik dalam serangkaian parameter bisnis dan mencari terbaik dalam berbisnis dan mencari cara terbaik terbaik mengartikulasikan ide tersebut guna mencapai tujuan akhir

## METODE

Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode, yakni :

1. Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan usaha homestay, terutama dalam meningkatkan promosi. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh homestay yang telah memangginkan media social untuk kegiatan promosi.
2. Memberikan praktek langsung disertai tutorial pembuatan akun serta membuat video konten digital. Adapun media digital yang digunakan akun bisnis di media social Instagram, facebook, dan tiktok.

Peralatan dan bahan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Laptop, LCD, yang digunakan untuk menampilkan materi pelatihan dalam bentuk ceramah maupun dalam bentuk ceramah maupun praktek tutorial;
2. Gadget berupa handphone beserta paket data ataupun jaringan internet. Gadget ini berguna untuk mengakses media digital yang akan dibuat akunnya untuk pelaku atau pemilik homestay tersebut.

## Tahapan kegiatan

Adapun langkah pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan, lokasi kegiatan, serta peserta kegiatan. Dalam koordinasi awal ini diharapkan dapat dipilih lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran. Selain itu pihak pemilik homestay akan menunjuk siapa saja karyawan yang dianggap tepat untuk mengikuti pelatihan.
2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, materi print out yang akan dibagikan kepada peserta, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, back drop dan lain-lain.
3. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama yaitu berupa ceramah tentang pentingnya menggunakan digital marketing akan diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi ceramah kurang lebih 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab.

4. Kemudian pelaksanaan pelatihan sesi ke dua yaitu pemberian praktek serta tutorial membuat akun di Google bisnis dan Instagram beserta cara untuk mengelola akun tersebut dengan optimal. Lama sesi kurang lebih 60 menit. Materi praktek akan disampaikan oleh satu dari anggota pengusul.
5. Penulisan laporan kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran usaha homestay yang dilakukan oleh Tim Muching Fund tahun 2023 ini dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut:

### a. Koordinasi

Koordinasi dengan pihak homestay selaku Mitra Pengabdian untuk menentukan lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran.. Selain itu dari hasil koordinasi ditetapkan bahwa sekurang-kurangnya peserta yang hadir diwakili oleh 4 orang tenaga penjualan, dan 1 orang tenaga staff serta 1 orang perwakilan dari pemilik homestay itu sendiri.



Gambar 2. Koordinasi dengan pihak homestay

- b. Persiapan pelatihan diawali dengan penyiapan tempat kegiatan dan setelah itu dilakukan registrasi peserta. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, materi print out yang akan dibagikan kepada peserta, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, back drop dan lain-lain.



Gambar 3 Persiapan tempat kegiatan dan Registrasi Peserta

- c. Pelaksanaan pelatihan yaitu berupa pemberian materi tentang pentingnya menggunakan digital marketing yang diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi pertama kurang lebih 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab. Peserta pelatihan sesi pertama dihadiri oleh 4 orang tenaga penjualan, 1 orang tenaga staff, serta 1 orang perwakilan dari pemilik usaha homestay.





Gambar 4 Ceramah digital marketing

- d. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan sesi ke dua, masih di hari yang sama, yaitu pemberian praktek serta tutorial membuat akun di Google bisnis dan Instagram beserta cara untuk mengelola akun tersebut dengan optimal. Lama sesi kurang lebih 60 menit. Materi praktek disampaikan oleh satu satu dari anggota pengurus. Peserta pelatihan dibagi dalam kelompok kecil maksimal 3 orang untuk melaksanakan praktek tutorial.



Gambar 5 Tutorial Digital Marketing

- e. Terakhir kegiatan pengabdian ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada Mitra Pengabdian dengan harapan agar bantuan digital marketing yang diberikan bisa bermanfaat bagi kemajuan usaha homestay ke depannya.



Gambar 5 Tutorial Digital Marketing

Penerapan digital marketing pada usaha homestay di Kepualaun Fam, sangat penting jika dilakukan pendampingan secara berkelanjutan. .sebagai strategi dalam meningkatkan promosi usaha

homestay, maka dapat dilakukan hal-hal sebagai berikut : 1) pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran usaha. Selain itu disisipkan juga masukan berupa berupa, contoh usaha homestay yang telah memanfaatkan digital marketing. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi permasalahan usaha homestay terkait digital marketing dalam meningkatkan promosi; 2) Pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran usaha homestay. Media digital yang digunakan di sini adalah Google Bisnis dan Media Sosial yaitu Instagram. Pelaku usaha homestay diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik. Berikut ini beberapa hasil dari akun Google bisnis dan Instagram bisnis yang berhasil dibuat oleh Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian.

## SIMPULAN

Penerapan digital marketing pada usaha Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat Kepulauan Fam. 1) Di era sekarang ini, para pelaku usaha homestay hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh homestay tersebut; 2) Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku usaha homestay untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula; 3) .homestay merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia karena memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi, masih banyak usaha homestay yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut; 4) Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian ini yaitu pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha kemudian dilanjutkan dengan pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran usaha homestay. Media digital yang digunakan di sini adalah Google Bisnis dan Media Sosial yaitu Instagram. Di sini, pelaku usaha diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik.

## UCAPAN TERIMA KASIH (*optional*)

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada Masyarakat Kepulauan Fam, yang sudah membantu dan terlibat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat ini, sehingga berjalan dengan sukses.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fabiyon Pudyo, Audi, Penulis Korespondensi Jurusan, Ilmu Ekonomi, and Torino Mahendra. 2022. "Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDRB Di Kabupaten Raja Ampat." *Parahyangan Economic Development Review (PEDR)* 1(2): 131-42.
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2): 61-76.
- Harahap, Hamida Syari, Nita Komala Dewi, and Endah Prawesti Ningrum. 2021. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM." *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences* 3(2): 77.
- Mastarida, Friska. 2022. "Dampak Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis." *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 3(3): 468-73.
- Nur Ahmas, Ahmad Almaududi, Tris Sutrisno, and Ina Ratnasari. 2022. "Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 6(1): 124.
- Sasa, Saudah, Dodot Sapto Adi, Maulid Agung Triono, and Fajar Supanto. 2021. "Optimalisasi Usaha Kecil Menengah Melalui Pelatihan Digital Marketing." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6(3): 358-71.
- Wijoyo, Hadion, Aris Ariyanto, Denok Sunarsi, and Mada Faisal Akbar. 2020. "Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa." *Ikra-Ith Abdimas* 3(3): 169-75.

et al. 2021. "Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM." : 165-79.