

**LAPORAN AKHIR
KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PENGLOLAAN MEDIA PROMOSI BERBASIS DIGITAL
PADA OBJEK WISATA KAPALO BANDA NAGARI TARAM
KECAMATAN HARAU**

Oleh :

RIVA HENDRIANI, SP, M.Si	NIDN: 0004058602
Dr. IIS ISMAWATI, S.Hut.,M.Si	NIDN: 0008047608
HIDAYAT RAFLIS, SP, M.Si	NIDN: 0002127902

Dibiayai oleh DIPA Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh
No. SP DIPA-023.18.2.677597/2021 tanggal 25 November 2020
Sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan dalam Rangka Pelaksanaan
Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PNBP)
Dalam Rangka Pelaksanaan Hibah Pengabdian pada masyarakat
No : 1841/PL25/AM/2021, tanggal 3 Mei 2021

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PAYAKUMBUH
NOVEMBER 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pengabdian : *Pengelolaan Media Promosi Berbasis Digital pada Objek Wisata Kapal Banda Nagari Taram Kecamatan Harau*

Rumpun Ilmu : Agribisnis

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Riva Hendriani, SP, M.Si

b. NIDN : 0004058602

c. Jenis Kelamin : Perempuan

d. Golongan/NIP : Penata /III C/ 198605042010122006

e. Strata/Jabatan Fungsional : Lektor

f. Fakultas/Jurusan : Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh

g. Bidang Ilmu : Agribisnis

h. Telepon/Fax mail : rivahendriani05@gmail.com

Anggota Pengabdian 1

a. Nama Anggota : Dr. Iis Ismawati, S.Hut.,M.Si

b. NIDN : 0008047608

Anggota Pengabdian 2

a. Nama Anggota : Hidayat Raflis, SP, M.Si

b. NIDN : 0002127902

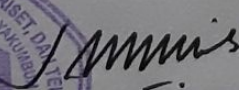
Lokasi Penelitian : Kecamatan Harau

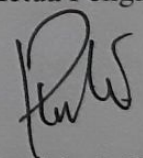
Jangka Waktu Penelitian : 7 Bulan

Biaya yang diperlukan : Rp. 2.100.000

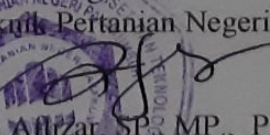
Tanjung Pati, 12 November 2021
Ketua Pengabdian

Menyetujui
Ketua Jurusan Budidaya Tanaman Pangan


Sentot Wahono, SP., M.Si
NIP. 197307282003121001


Riva Hendriani, SP, M.Si
NIP. 198605042010122006

Mengetahui
Ketua P3M Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh


Afizal, SP., MP., Ph.D
NIP. 197407062003121003



RINGKASAN

PENGELOLAAN MEDIA PROMOSI BERBASIS DIGITAL PADA OBJEK WISATA KAPALO BANDA NAGARI TARAM KECAMATAN HARAU

Oleh : Riva Hendriani, Iis Ismawati, Hidayat Rafli

Salah satu sarana promosi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat pengunjung sektor pariwisata di tengah situasi Era New Normal adalah melalui pemanfaatan media digital. Objek Wisata Kapalo Banda telah memiliki beberapa media promosi digital seperti instagram dan facebook. Namun, untuk memperluas jangkauan promosi tersebut perlu dilakukan pengenalan pada media promosi lain seperti website serta penggunaan brosur/katalog *online*. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan bekal keterampilan kepada Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda dalam penggunaan media promosi berbasis digital baik yang sudah digunakan saat ini maupun media promosi berbasis digital lainnya, yaitu website dan katalog *online*.

Kegiatan pengabdian telah dijalankan pada 17 Juni 2021, 19 Agustus 2021, 14 September 2021, dan 3 November 2021. Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah Sosialisasi, ceramah dan diskusi, serta pelatihan.

Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat telah terlaksana sesuai yang direncanakan dalam persentase 100%. Adapun kegiatan yang telah terealisasi yaitu a) Melakukan Penyuluhan Tentang Manajemen Perencanaan Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda, b) Melakukan Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda, c) Melakukan Pelatihan Pengelolaan Website Obyek Wisata Kapalo Banda, dan d) Melakukan Pelatihan Pembuatan Brosur/Katalog Online Objek Wisata Kapalo Banda.

Pengelola Obyek Wisata Kapalo Banda sebagai kelompok mitra sangat antusias menerima program yang diberikan pada pengabdian ini. Hal ini dikarenakan program yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mitra, khususnya bagi pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
DAFTAR ISI	iii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi.....	1
1.2. Perumusan Masalah	3
II. TUJUAN DAN SASARAN	4
2.1. Tujuan Kegiatan	4
2.2. Sasaran Kegiatan	4
III. METODE PELAKSANAAN	5
IV. KELUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT)	7
V. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)	8
5.1. Dampak Ekonomi Dan Sosial	8
5.2. Kontribusi Mitra Terhadap Pelaksanaan	14
VI.FAKTOR YANG MENGHAMBAT/KENDALA, FAKTOR YANG Mendukung DAN TINDAK LANJUT	17
6.1. Faktor Yang Menghambat/Kendala	17
6.2. Faktor Yang Mendukung	17
6.3.Solusi Dan Tindak Lanjut	17
VII PENUTUP	
7.1. Kesimpulan	18
7.2. Saran	18
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN	20

I. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Wisata Kapalo Banda merupakan obyek wisata alam yang terletak di Nagari Taram Kecamatan Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Konsep yang diusung Wisata Kapalo Banda adalah berupa obyek wisata alam yang mengoptimalkan keunggulan lokal berupa hak kelola area hutan lindung seluas 800 hektar. Beberapa obyek wisata unggulan adalah area pemandian sungai Batang Mungo, area *camping*, air terjun Sarasah tingkat 4, Puncak Negeri di atas Awan, wahana rakit bambu dan spot *Photogenik* sebanyak 150 titik yang tersebar di sekitar kawasan hutan pinus dan disekitar pinggiran sungai.

Pengelola wisata Kapalo Banda saat ini diserahkan pada Karang Taruna, yang disahkan berdasarkan SK Wali Nagari Taram Nomor.26 tahun 2020. Berdasarkan struktur pengelola, jumlah anggota yang tergabung dalam kepengurusan berjumlah kurang lebih 52 orang, dengan ketuanya adalah saudara Muhammad Yahdi. Beberapa koordinator bidang yang dibentuk adalah koordinator bidang perencanaan dan pengembangan destinasi wisata, bidang keamanan dan kepemudaan, bidang kewirausahaan dan pemasaran serta bidang humas dan kelembagaan.

Wisata Kapalo Banda, pernah ditutup karena tuntutan dari masyarakat setempat. Namun pada tahun 2017 kembali dibuka untuk umum. Baru kemudian mulai tahun 2018 jumlah pengunjung mulai meningkat. Lonjakan jumlah pengunjung terjadi pada tahun 2019 yang dimulai pada Bulan Mei-Juli. Puncak pengunjung tertinggi adalah Bulan Juli sebanyak kurang lebih 17.000 pengunjung, sementara pada bulan yang sama di tahun 2018 hanya mencapai angka 1.000 pengunjung. Pada awal tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah pengunjung dibanding dua tahun sebelumnya, namun adanya wabah Pandemi Covid-19, jumlahnya cenderung turun sampai bulan Mei. Akan tetapi, kembali naik pada bulan Juni-Agustus. Fenomena ini mengindikasikan bahwa di tengah pandemi jumlah kunjungan cenderung turun dan berfluktuasi.

Penurunan jumlah pengunjung ditengah Pandemi Covid 19, tidak hanya dialami oleh Wisata Kapalo Banda. Namun, kondisi ini telah menjadi gejala yang mendunia. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling terpuruk akibat Pandemi Covid-19. Hasil survey pada 31 destinasi wisata di Sumatera Barat diperoleh temuan bahwa

pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap penurunan jumlah kunjungan wisatawan, pendapatan sektor transportasi dan perdagangan serta penyediaan akomodasi, makanan dan minuman, tenaga kerja dan penurunan pendapatan usaha (K.Masbiran, 2020). Hal ini terjadi karena pariwisata merupakan sektor yang menghasilkan *multiplier effect* yang saat terpuruk akan berdampak pada lesunya berbagai sektor ikutannya (Fanaqi and Pratiwi, 2020). Lebih spesifik Ketua Federasi Arung Jeram Indonesia (FAJI) menyatakan bahwa berdasarkan survey *online* terhadap 50 operator dari 16 provinsi diketahui sekitar 7.804 karyawan di industri wisata arung jeram telah dirumahkan (Travel Kompas, 2020).

Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat pengunjung di tengah situasi Era New Normal selain dengan menerapkan konsep *Cleaness, Hygiene* dan *Safety* (CHS), juga melalui promosi. Salah satu sarana promosi yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan digital. Pemanfaatan digital marketing di industri 4.0 sangat berperan dalam meningkatkan promosi pariwisata pada generasi Y dan Z. Aplikasi digital marketing yang dapat digunakan adalah website, media sosial, online advertising, web forum dan mobile aplikasi. Pemanfaatan digital marketing di sektor pariwisata akan mengubah paradigma industri, cara berkomunikasi, berbelanja, bertransaksi dan gaya hidup (Warmayana, 2018). Hal ini terbukti efektif, seperti dilakukan di Provinsi Maluku, dimana untuk membangkitkan sektor pariwisata dari dampak Pandemi Covid-19, pemerintah daerah membuat kompetensi membuat vlog atau video pendek terkait promosi pariwisata (Solemede, Tamaneha and Selfanay, 2020).

Selama ini Wisata Kapalo Banda telah memiliki beberapa media promosi digital seperti instagram dan facebook. Namun, untuk memperluas jangkauan promosi tersebut perlu dilakukan pengenalan pada media promosi lain seperti website. Berdasarkan permasalahan di atas, maka diperlukan peran serta perguruan tinggi untuk turut menyumbangkan ilmu pengetahuan dan kemampuan para staf pengajarnya sesuai dengan bidang keahliannya untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang bagaimana memulihkan minat pengunjung terhadap Wisata Kapalo Banda melalui pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan promosinya.

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian diatas, permasalahan mendasar yang dihadapi Pengelola Wisata Kapalo Banda adalah masih terbatasnya media promosi yang digunakan. Kondisi ini terjadi karena masih terbatasnya pengetahuan dan keterampilan pihak pengelola, terutama pada bidang kewirausahaan dan pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua pengelola Muhammad Yahdi dapat diketahui bahwa pada akhir 2020 pengelola mendapat bantuan hibah riset terapan yang dilakukan oleh Prodi Agribisnis berupa pembuatan website Kapalo Banda. Untuk itu pihak pengelola meminta untuk dilakukan pendampingan bagaimana mengisi konten dan melatih anggotanya untuk mengembangkan website tersebut agar lebih optimal dalam meningkatkan minat pengunjung.

Untuk itu, dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan analisis situasi mitra dan perumusan masalah hasil diskusi dengan mitra, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan adalah pengelolaan media promosi berbasis digital pada Obyek Wisata Kapalo Banda khususnya bagi pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi yang berjumlah 10 orang.

II. TUJUAN DAN SASARAN

2.1. TUJUAN KEGIATAN

Pengabdian masyarakat ini bertujuan:

1. Memberikan bekal keterampilan kepada Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda dalam mengisi konten website Kapalo Banda dan melatih anggotanya untuk mengembangkan website tersebut agar tampilan website menjadi lebih menarik dan informatif sehingga lebih optimal dalam meningkatkan minat pengunjung.
2. Memberikan kontribusi kepada Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda agar dapat mengoptimalkan penggunaan media promosi berbasis digital baik yang sudah digunakan saat ini maupun media promosi berbasis digital lainnya.
3. Memberikan bekal keterampilan kepada Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda dalam membuat brosur/katalog *online* Objek Wisata Kapalo Banda

2.2. SASARAN KEGIATAN

1. Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda mampu mengisi konten website Kapalo Banda serta dapat mengembangkan website tersebut agar tampilan website menjadi lebih menarik dan informatif sehingga lebih optimal dalam meningkatkan minat pengunjung.
2. Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda dapat memanfaatkan Digital Marketing untuk promosi pada Wisata Kapalo Banda
3. Pihak Pengelola Wisata Kapalo Banda mampu membuat brosur/katalog *online* Wisata Kapalo Banda

III. METODE PELAKSANAAN

Tujuan dan sasaran yang telah diuraikan sebelumnya dicapai dengan metode sebagai berikut:

a. Sosialisasi, ceramah dan diskusi

Kegiatan ini dilakukan dua kali yaitu penyuluhan pertama terkait dengan Manajemen Perencanaan Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda, dimana kelompok mitra diberikan pengenalan dan pemahaman umum tentang bagaimana merencanakan promosi pada destinasi wisata. Kemudian dilanjutkan dengan penyuluhan tentang Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda, dimana kelompok mitra diberikan materi terkait Digital Marketing untuk promosi pada destinasi wisata. Penyuluhan disertai dengan pemutaran video promosi digital marketing oleh pengelola objek-objek wisata yang ada di Indonesia.

Dalam kegiatan penyuluhan tersebut dibuka diskusi dengan mitra untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemungkinan kendala yang dihadapi jika mitra akan menerapkan teknologi ini. Kegiatan diskusi merupakan salah satu cara untuk mengukur apakah penyuluhan yang diberikan dapat dimengerti oleh mitra dan juga untuk mengetahui sejauh mana mitra tertarik dan bersedia menerapkan teknologi yang dikenalkan.

b. Pelatihan

Kegiatan pelatihan pertama yang dilakukan yaitu Pelatihan Pengelolaan Website Objek Wisata Kapalo Banda. Metode pelatihan digunakan untuk menanamkan kecakapan dan keterampilan teknis dan praktis kepada pengelola Wisata Kapalo Banda khususnya bagi pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi. Pelatihan pertama yang diberikan terkait dengan pengelolaan website Wisata Kapalo Banda yang bertujuan untuk menyiapkan pengelola agar dapat mandiri dalam mengelola website Wisata Kapalo Banda nantinya.

Sedangkan pelatihan ke-2 yaitu terkait dengan pembuatan brosur/katalog *online* objek wisata Kapalo Banda, yang bertujuan agar pengelola objek wisata Kapalo

Banda dapat menambah media promosinya sehingga dapat menarik masyarakat untuk mengunjungi destinasi wisata ini. Melalui katalog *online* ini, pengelola objek wisata Kapalo Banda menampilkan berbagai paket wisata yang disediakan Kapalo Banda diantaranya Tracking Air Terjun 7 tingkat, Tracking Puncak Wakanda, Camping Ground, Pemandian Tapani Puti, Spot Foto Gerbang Bambu, Wahana Rakit Bambu, dan Ayunan Sejuta Umat. Pada halaman terakhir dari katalog *online* ini juga disediakan nomor kontak WhatsApp, lokasi Kapalo Banda melalui Google Map, akun Instagram, akun Facebook dengan *link* yang aktif sehingga calon wisatawan dapat langsung menghubungi nomor kontak WhatsApp dan akun-akun tersebut jika mereka ingin mengetahui lebih lanjut informasi tentang Objek Wisata Kapalo Banda ataupun langsung datang ke lokasi Kapalo Banda melalui *link* Google Map yang disediakan.

IV. KELUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT)

Adapun target luaran yang dicapai yaitu:

Tabel 1. Rencana Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Pelatihan pengelolaan website Objek Wisata Kapalo Banda	Tercapai
2.	Pelatihan pembuatan brosur/katalog <i>online</i> Objek Wisata Kapalo Banda	Tercapai
3.	Video (Upload Youtube) : https://youtu.be/wl_hP-1OFco Video (Upload Instagram) riva.hendriani	Tercapai

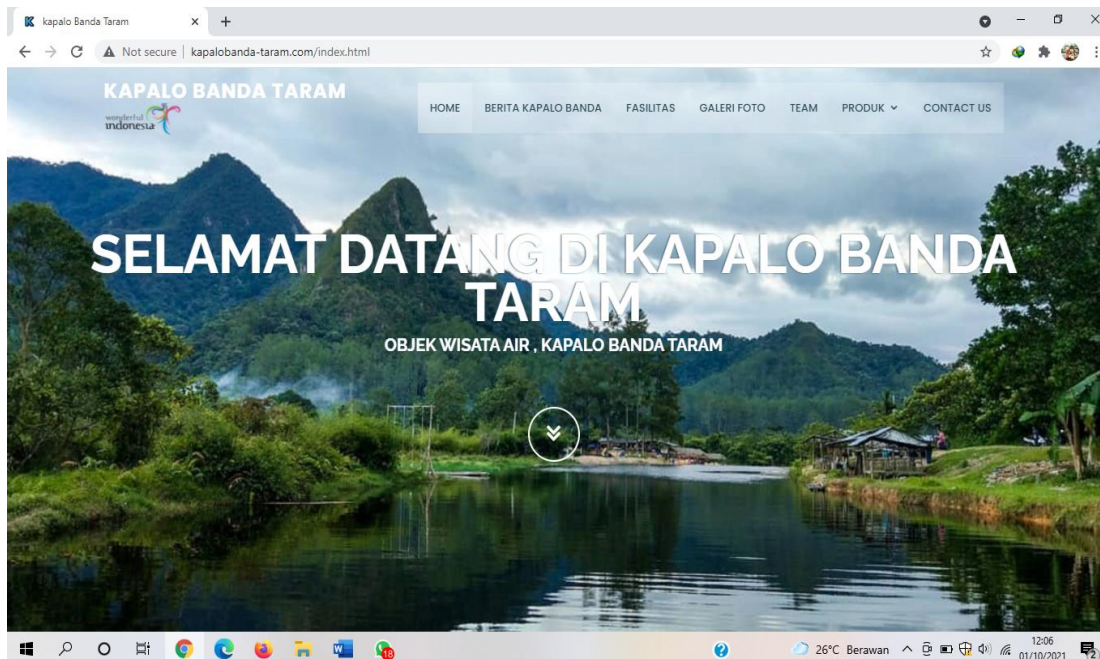
V. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)

5.1. DAMPAK EKONOMI DAN SOSIAL

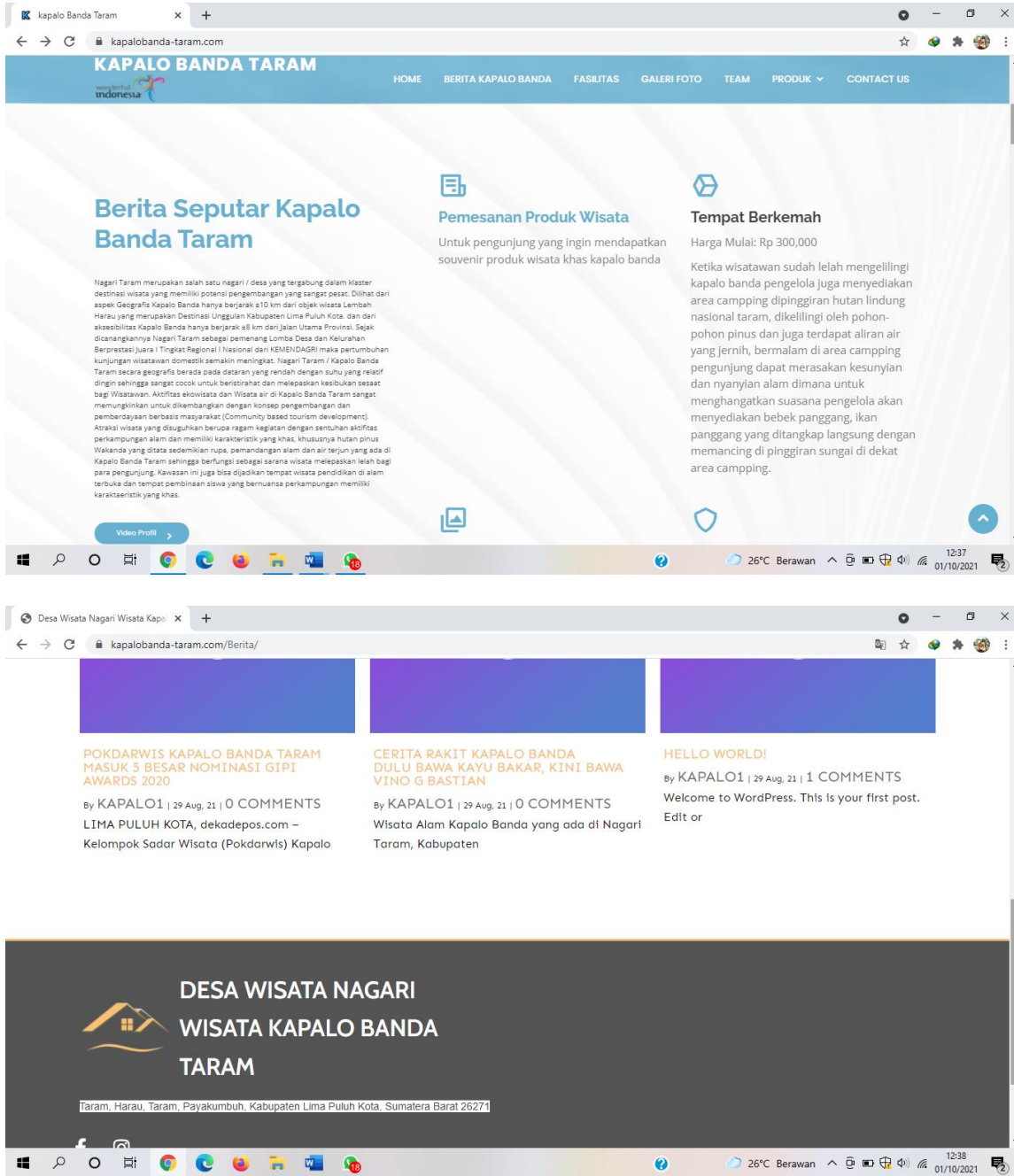
Website Objek Wisata Kapalo Banda yaitu: www.kapalobanda-taram.com. Namun, saat sebelum pengabdian dilaksanakan, website ini belum optimal digunakan oleh mitra karena keterbatasan kemampuan pengelola dalam mengelola konten di website tersebut. Sehingga pada saat pengabdian dilaksanakan, pengelola didampingi dalam membuat dan mengoptimalkan konten di website sehingga tampilan website lebih banyak fiturnya.

Pada kegiatan pelatihan tersebut, pengelola didampingi dalam membuat dan mengoptimalkan konten di website, diantaranya: a) Menentukan kontributor untuk mengisi website agar tetap eksis, b) Membuat cerita yang informatif, kaya, dan kuat, diantaranya mengenai keindahan alam, keunikan arsitektur sebuah bangunan atau homestay di sekitar lokasi ekowisata Kapalo Banda, daya tarik budaya, cerita rakyat atau sejarah, kearifan lokal, serta kuliner khas yang hanya bisa ditemukan di sekitar lokasi ekowisata Kapalo Banda, c) Menyisipkan gambar menarik, d) Mempublikasikan artikel secara berkala. Foto-foto website pada saat pengabdian dalam dilihat pada gambar berikut:

1) Foto website sebelum pengabdian



2) Foto website sesudah pengabdian




Cerita Rakit Kapalo BandaDULU x +

kapalobanda-taram.com/Berita/2021/08/29/cerita-rakit-kapalo-bandadulu-bawa-kayu-bakar-kini-bawa-vino-g-bastian/

Cerita Rakit Kapalo Banda

DULU BAWA KAYU BAKAR, KINI BAWA VINO G BASTIAN

KAPALO1 📅 AUGUST 29, 2021 ⌚ 7:35 AM



Search

POKDARWIS KAPALO
BANDA TARAM MASUK 5
BESAR NOMINASI GIPI
AWARDS 2020
CERITA RAKIT KAPALO
BANDA
DULU BAWA KAYU BAKAR,
KINI BAWA VINO G
BASTIAN
HELLO WORLD!

26°C Berawan 12:40
01/10/2021

Cerita Rakit Kapalo BandaDULU x +

kapalobanda-taram.com/Berita/2021/08/29/cerita-rakit-kapalo-bandadulu-bawa-kayu-bakar-kini-bawa-vino-g-bastian/

Wisata Alam Kapalo Banda yang ada di Nagari Taram, Kabupaten 50 Kota sedang sangat hits di kalangan wisatawan, khususnya lokal Sumatera Barat. Foto-foto cantik yang diambil di lokasi ini menghiasi banyak akun media sosial. Di tangan fotografer profesional, objek yang juga dikenal dengan singkatan Wakanda ini seakan menjadi unlocked paradise yang menarik perhatian banyak orang.

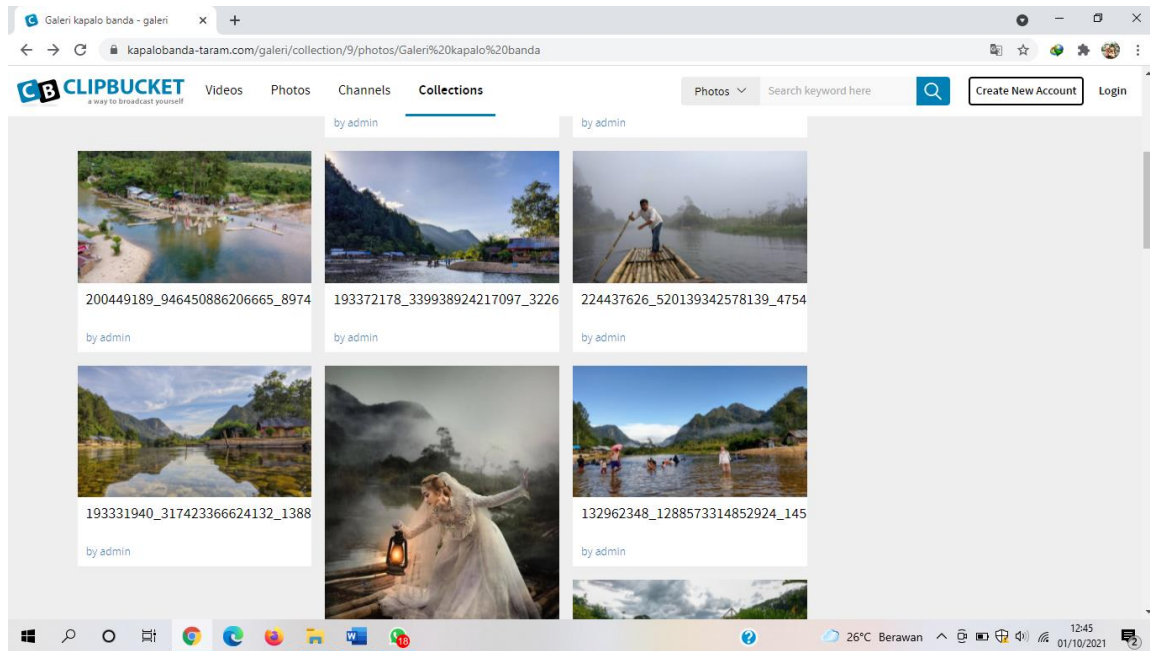
Salah satu objek paling menarik disini adalah rakit. Rakit di Wakanda adalah susunan puluhan mambu yang dikat sedemikian rupa sehingga bisa memuat penumpang di atasnya. Untuk menggerakkan rakit, seorang pengendara harus menggunakan sebilah bambu yang kuat. Bambu tersebut di hunuskan ke dasar sungai Compo (tempat biasa rakit-rakit darungkan-red). Begitu rakit bergerak, para penumpang biasanya akan bersorak karena memang tidak terbiasa menggunakan alat transportasi lama ini.

Yahdi, pengelola Wakanda menceritakan, dulunya rakit di Kapalo Banda hanya digunakan untuk membawa kayu bakar oleh masyarakat. "Kayu bakar di dapatkan dari hutan, lalu harus di bawa ke seberang sungai. Dengan rakit membawa kayu bakar menjadi lebih mudah dan bisa lebih banyak ketimbang di gendong," sebut pelatih karate ini. Sejak dibuka tahun 2016 silam, Rakit sudah mulai diperkenalkan kepada wisatawan yang berkunjung ke Wakanda.

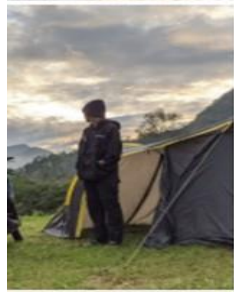
"Viralnya cepat sekali. Semua orang yang naik rakit kami pasti berpose untuk dipotret temannya dari pinggir sungai, atau di atas rakit itu," sebut salah seorang pentolan Satuan Tenaga Konselor (SANAK) pariwisata Sumbar ini. Rakit-rakit ini dikelola secara pribadi. "Yang punya adalah masyarakat disini. Jumlahnya ada 30 rakit. Hampir 30 orang pula yang mendapatkan manfaat dari menyewakan rakit," sebutnya. Para pengelola Wakanda hanya menjadi fasilitator untuk memperkenalkan rakit-rakit tersebut kepada wisatawan.

- AUGUST 2021
- UNCATEGORIZED

26°C Berawan 12:41
01/10/2021



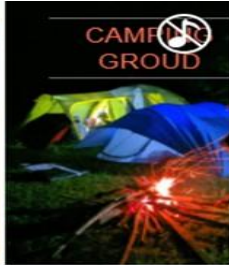
Pada pelatihan yang ke-2 yaitu pelatihan pembuatan brosur/katalog *online* objek wisata Kapalo Banda, pengelola didampingi dalam membuat dan mengoptimalkan media promosinya melalui website *Imooji*. Dengan menggunakan platform ini dihasilkan brosur/katalog yang interaktif yang bertujuan agar dapat menarik masyarakat untuk mengunjungi objek wisata Kapalo Banda. Melalui katalog *online* ini, pengelola objek wisata Kapalo Banda menampilkan berbagai paket wisata yang disediakan Kapalo Banda diantaranya Tracking Air Terjun 7 tingkat, Tracking Puncak Wakanda, Camping Ground, Pemandian Tapian Puti, Spot Foto Gerbang Bambu, Wahana Rakit Bambu, dan Ayunan Sejuta Umat. Pada halaman terakhir dari katalog *online* ini juga disediakan nomor kontak WhatsApp, lokasi Kapalo Banda melalui Google Map, akun Instagram, akun Facebook dengan *link* yang aktif sehingga calon wisatawan dapat langsung menghubungi nomor kontak WhatsApp dan akun-akun tersebut jika mereka ingin mengetahui lebih lanjut informasi tentang Objek Wisata Kapalo Banda ataupun datang langsung ke lokasi Kapalo Banda melalui *link* Google Map yang disediakan. Brosur/Katalog *online* Objek Wisata Kapalo Banda dapat dilihat pada gambar berikut.



TRACKING AIR TERJUN 7 TINGKAT



TRACKING PUNCAK WAKANDA



CAMP GROUD



PE MANDIAN TAPAN PUTI



WALAYATI BERBARANG BAMBUI



WALAYANA RAKIT BAMBUI



AYUNAN SEJUTA UMA

WAKANDA

WAKANDA MERUPAKAN WISATA ALAM YANG MEMPUNYAI KRAKTERISTIK YANG KHAS, YANG MENYUGUHKAN PEMANDANG AIR DAN ALAM YANG SANGAT INDAH. WAKANDA COCOK BUAT WISATAWAN MELEPASKAN LELAH DARI PEKERJAN. KAWASAN WAKANDA JUGA BISA DI JADIKAN WISATA MINAT KHUSUS SEPERTI, TRACKING, CAMPING DAN BISA DIJADIKAN WISATA PENDIDIKAN DI ALAM TERBUKA

YUK KE WAKANDA

WhatsApp
085376742679

INSTAGRAM
kapalobanda_taram

Google Maps
kapalo banda taram

Facebook
kapalo banda taram

Gambar Brosur/Katalog *Online* Objek Wisata Kapalo Banda

5.2. KONTRIBUSI MITRA TERHADAP PELAKSANAAN

A. KEGIATAN YANG DILAKSANAKAN (SEMESTER GENAP TA. 2020/2021 dan SEMESTER GANJIL TA 2021/2022)

No	Tanggal	Kegiatan	Kuantitas
1	17 Juni 2021	Melakukan Penyuluhan Tentang Manajemen Perencanaan Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda	100%
2	19 Agustus 2021	Melakukan Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda	100%
3	14 September 2021	Melakukan Pelatihan Pengelolaan Website Obyek Wisata Kapalo Banda	100%
4	3 November 2021	Melakukan Pelatihan Pembuatan Brosur/Katalog Online Objek Wisata Kapalo Banda	100%

B. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN (SEMESTER GENAP TA. 2020/2021 dan SEMESTER GANJIL TA 2021/2022)

- a. Pengelola Obyek Wisata Kapalo Banda sebagai kelompok mitra sangat antusias menerima program yang diberikan pada pengabdian ini. Karena program yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mitra.
- b. Kelompok mitra sangat antusias dan partisipatif dalam menerima masukan dan saran serta ilmu yang diberikan tentang pemanfaatan digital marketing untuk promosi dalam meningkatkan minat pengunjung pada Objek Wisata Kapalo Banda. Saat ini, mitra sudah mempunyai akun Instagram yaitu @kapalobanda_taram. Pengelola secara partisipatif menunjukkan kegiatan promosi yang sudah dilakukan melalui akun Instagram tersebut, seperti posting foto dan video tentang fasilitas maupun paket wisata yang ditawarkan Objek Wisata Kapalo Banda. Kelompok mitra diberikan masukan agar mengoptimalkan penggunaan Instagram tersebut, diantaranya: a) Menggunakan potret gambar paling menarik, b) menggunakan hashtag yang relevan, seperti #pesonaindonesia #wonderfulindonesia #holiday #pariwisata #explore #tour #wisatasumbar #wisataalam #trip #exploreindonesia #photography #travelling, c) menggunakan

- caption yang menarik, d) Mengunggah post terbaru secukupnya , e) memberikan diskon pada produk paket wisata yang ditawarkan, f) Memanfaatkan semua tools yang ada, seperti instagram feed, Instagram story, instagram tv, reels (video pendek), g) Mencari inspirasi dari akun lain, dan h) Posting ulang foto atau stories dari follower
- c. Tim pengabdian menyarankan agar kelompok mitra mengoptimalkan strategi digital marketing lainnya, seperti membuat dan mengoptimalkan *Google My Business* (GMB) / Google Bisnisku, mengoptimalkan konten di website, serta mengoptimalkan penggunaan sosial media lainnya.
- d. Pada kegiatan pelatihan pengelolaan website Objek Wisata Kapalo Banda, kelompok mitra juga sangat antusias mengikutinya. Saat ini objek wisata Kapalo Banda sudah mempunyai website yaitu *kapalobanda-taram.com*. Website ini merupakan produk luaran dari Program Penguatan Pendidikan Tinggi Vokasi (PPPTV) Prodi Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh tahun 2020. Namun, website ini belum optimal digunakan oleh mitra karena keterbatasan kemampuan pengelola dalam mengelola konten di website tersebut. Pada kegiatan pelatihan tersebut, pengelola didampingi dalam membuat dan mengoptimalkan konten di website, diantaranya: a) Menentukan kontributor untuk mengisi website agar tetap eksis, b) Membuat cerita yang informatif, kaya, dan kuat, diantaranya mengenai keindahan alam, keunikan arsitektur sebuah bangunan atau homestay di sekitar lokasi ekowisata Kapalo Banda, daya tarik budaya, cerita rakyat atau sejarah, kearifan lokal, serta kuliner khas yang hanya bisa ditemukan di sekitar lokasi ekowisata Kapalo Banda, c) Menyisipkan gambar menarik, d) Mempublikasikan artikel secara berkala, e) Mengevaluasi website
- e. Pada kegiatan Pelatihan Pembuatan Brosur/Katalog Online Objek Wisata Kapalo Banda, antusias kelompok mitra juga sangat tinggi. Tim pengabdian memberikan materi pembuatan brosur/katalog *online* yang interaktif dengan menggunakan platform *Imooji*. Pengelola Kapalo Banda khususnya bagi pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi didampingi dalam membuat brosur/katalog yang interaktif yang bertujuan agar dapat menarik masyarakat untuk mengunjungi objek wisata Kapalo Banda. Melalui katalog *online* ini,

pengelola objek wisata Kapalo Banda menampilkan berbagai paket wisata yang disediakan Kapalo Banda diantaranya Tracking Air Terjun 7 tingkat, Tracking Puncak Wakanda, Camping Ground, Pemandian Tampilan Puti, Spot Foto Gerbang Bambu, Wahana Rakit Bambu, dan Ayunan Sejuta Umat. Pada halaman terakhir dari katalog online ini juga disediakan nomor kontak WhatsApp, lokasi Kapalo Banda melalui Google Map, akun Instagram, akun Facebook dengan link yang aktif sehingga calon wisatawan dapat langsung menghubungi nomor kontak WhatsApp dan akun-akun tersebut jika mereka ingin mengetahui lebih lanjut informasi tentang Objek Wisata Kapalo Banda ataupun datang langsung ke lokasi Kapalo Banda melalui link Google Map yang disediakan.

VI. FAKTOR YANG MENGHAMBAT/KENDALA, FAKTOR YANG MENDUKUNG DAN TINDAK LANJUT

6.1. FAKTOR YANG MENGHAMBAT/KENDALA

Adapun faktor yang mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu SDM kelompok mitra yang mengelola digital marketing masih sangat terbatas.

6.2. FAKTOR YANG MENDUKUNG

Adapun faktor yang mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu adanya dukungan aparat nagari dan jorong terhadap kegiatan ini serta semangat yang tinggi dari pengelola Kapalo Banda khususnya bagi pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi untuk terus mempromosikan objek wisata Kapalo Banda agar dikenal masyarakat secara global.

6.3. SOLUSI DAN TINDAK LANJUT

Solusi dan tindak lanjut dari kegiatan ini adalah adanya pendampingan dan kegiatan yang mendukung dalam mempromosikan obyek wisata Kapalo Banda agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat telah terlaksana sesuai yang direncanakan dalam persentase 100%. Adapun kegiatan yang telah terrealisasi yaitu a) Melakukan Penyuluhan Tentang Manajemen Perencanaan Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda, b) Melakukan Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda, c) Melakukan Pelatihan Pengelolaan Website Obyek Wisata Kapalo Banda, d) Melakukan Pelatihan Pembuatan Brosur/Katalog Online Objek Wisata Kapalo Banda

Pengelola Obyek Wisata Kapalo Banda sebagai kelompok mitra sangat antusias menerima program yang diberikan pada pengabdian ini. Hal ini dikarenakan program yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mitra, khususnya bagi pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi.

7.2. SARAN

1. Pengurus yang berada di Bidang Kewirausahaan dan Promosi harus lebih giat dalam meningkatkan kegiatan promosi Objek Wisata Kapalo Banda, terutama dalam menggunakan media promosi berbasis digital, seperti website dan media sosial.
2. Khusus dalam menggunakan website sebagai media promosi online, pengurus Bidang Kewirausahaan dan Promosi sebaiknya terus melatih dan mengeksplorasi kemampuannya dalam membuat cerita yang informatif, kaya, dan kuat, diantaranya mengenai keindahan alam, keunikan arsitektur sebuah bangunan atau homestay di sekitar lokasi ekowisata Kapalo Banda, daya tarik budaya, cerita rakyat atau sejarah, kearifan lokal, serta kuliner khas yang hanya bisa ditemukan di sekitar lokasi ekowisata Kapalo Banda, menyisipkan gambar menarik, mempublikasikan artikel secara berkala, serta terus mengevaluasi website secara berkala agar Objek Wisata Kapalo Banda menjadi lebih dikenal secara global.
3. Dalam membuat brosur/katalog *online*, pengurus Bidang Kewirausahaan dan Promosi dapat terus mengeksplorasi kreativitasnya dalam *men-design* brosur sehingga tampilan brosur/katalog *online* objek wisata Kapalo Banda menjadi lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fanaqi, C. and Pratiwi, R. M. (2020) 'Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi', *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 2(4), pp. 263–273.
- K.Masbiran, vivi ukhwatul (2020) 'IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC', *Jurnal Pembangunan Nagari*, 5, pp. 148–164. Available at: <https://doi.org/10.30559/jpn.v5i2.212>.
- Solemede, I., Tamaneha, T. and Selfanay, R. (2020) 'STRATEGI PEMULIHAN POTENSI PARIWISATA BUDAYA DI PROVINSI MALUKU (Suatu Kajian Analisis di Masa Transisi Kenormalan Baru)', *Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, I(1), pp. 69–86.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018) 'Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0', *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), p. 81. doi: 10.25078/pba.v3i2.649.

Lampiran 1. Foto/dokumentasi Kegiatan Pengabdian

1. Penyuluhan Tentang Manajemen Perencanaan Promosi pada Objek Wisata Kapalo Banda

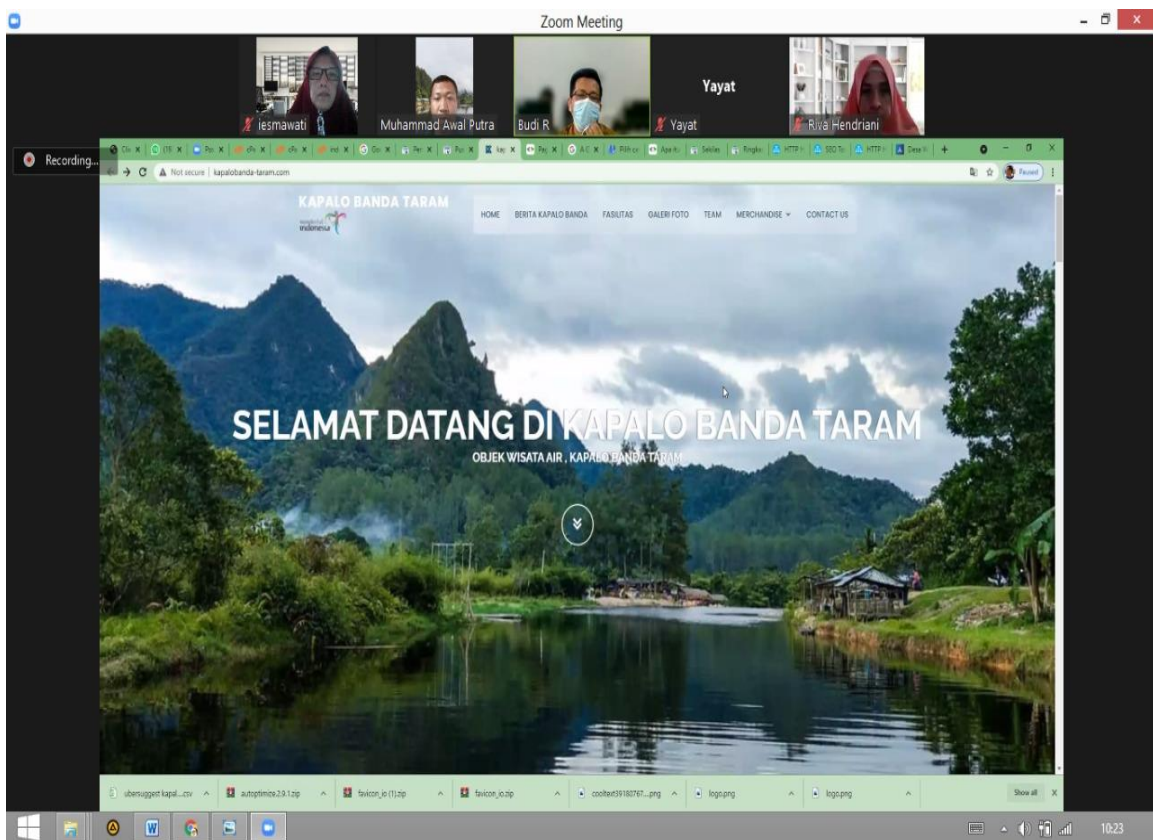


2. Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi pada Objek Wisata Kapalo Banda





3. Pelatihan Pengelolaan Website Objek Wisata Kapalo Banda



You are viewing Budi R's screen View Options

iesmawati Muhammad Awal Putra Budi R Yayat Riva Hendriani

Recording... kapalobanda-taram.com

KAPALO BANDA TARAM

HOME BERITA KAPALO BANDA FASILITAS GALLERY FOTO TEAM MERCHANDISE CONTACT US

Kapalo Banda Taram
Hutan Pinus Kapalo Banda Taram

Kapalo banda CAMPING GROUND

Wakanda Forest Tugu Simetara

Prinsip berlandaskan Desa Wisata B2C2 Sate Pergerakan Langkah kearah berkeselamatan

Bekerjasama Dengan

Program Studi Agribisnis
Politeknik Pertanian Negeri Padanglumbu

Jl. Raya Negeri J. Tj. Padi No.1KM 7
Koto Tuo Kec. Harau

Kabupaten Lima Puluh Kota
Sumatera Barat 25275

Useful Links: Home, Berita Kapalo Banda, Fasilitas, Galeri Kapalo Banda, Pemesanan Produk Wisata

Support Link: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata Sumatera Barat, Jejaring Desa Wisata, Direktori Pariwisata, Desk Travel

Langganan Berita: Masukkan email anda untuk berlangganan berita dari kapalo banda.

© Copyright kapalo banda. Desa Wisata Nagari Wisata Kapalo Banda Taram
Designed By Program Studi Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Padanglumbu

Unmute Stop Video Security Participants Chat Share Screen Pause/Stop Recording Reactions End

10:21

Recording... kapalobanda-taram.com

KAPALO BANDA TARAM

HOME BERITA KAPALO BANDA FASILITAS GALLERY FOTO TEAM MERCHANDISE CONTACT US

Berita Seputar Kapalo Banda Taram

Nagari Taram merupakan salah satu nagari / desa yang terbagung dalam hutan lindung dimana yang memiliki potensi pengembangan yang sangat besar. Dikelilingi oleh hutan lindung nasional Harau yang merupakan Daerah Lindung Kabupaten Lima Puluh Kota, dan dari ekosistem Hutan Banda Harau berstatus di level perhutanan nasional. Oleh karenanya Nagari Taram sangat potensial untuk Desa dan Kelurahan Berencana untuk Nagari Nagari Nasional dan BERKAWALAN pada pembangunan lingkungan wisata-wisata berbasis lingkungan. Nagari Taram / Nagari Banda Taram sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang sesuai dengan konsep pengembangan wisata berbasis lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Nagari Taram sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang sesuai dengan konsep pengembangan wisata berbasis lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Nagari Taram sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang sesuai dengan konsep pengembangan wisata berbasis lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

[Video Promosi](#)

Pemesanan Produk Wisata

Untuk pengunjung yang ingin mendapatkan souvenir produk wisata khas kapalo banda

Tempat Berkemah

Harga Mulai: Rp 300,000

Ketika wisatawan sudah lelah menggilingi kapalo banda pengelola juga menyediakan area camping dipinggiran hutan lindung nasional taram, dikelilingi oleh pohon-pohon pinus dan juga terdapat aliran air yang jernih, bermalam di area camping pengunjung dapat merasakan kesenangan dan nyaman alam dimana untuk menghadirkan suasana pengelola akan menyediakan bebek panggang, ikan panggang yang ditangkap langsung dengan memancing di pinggiran sungai di dekat area camping.

Silek Tuo Taram

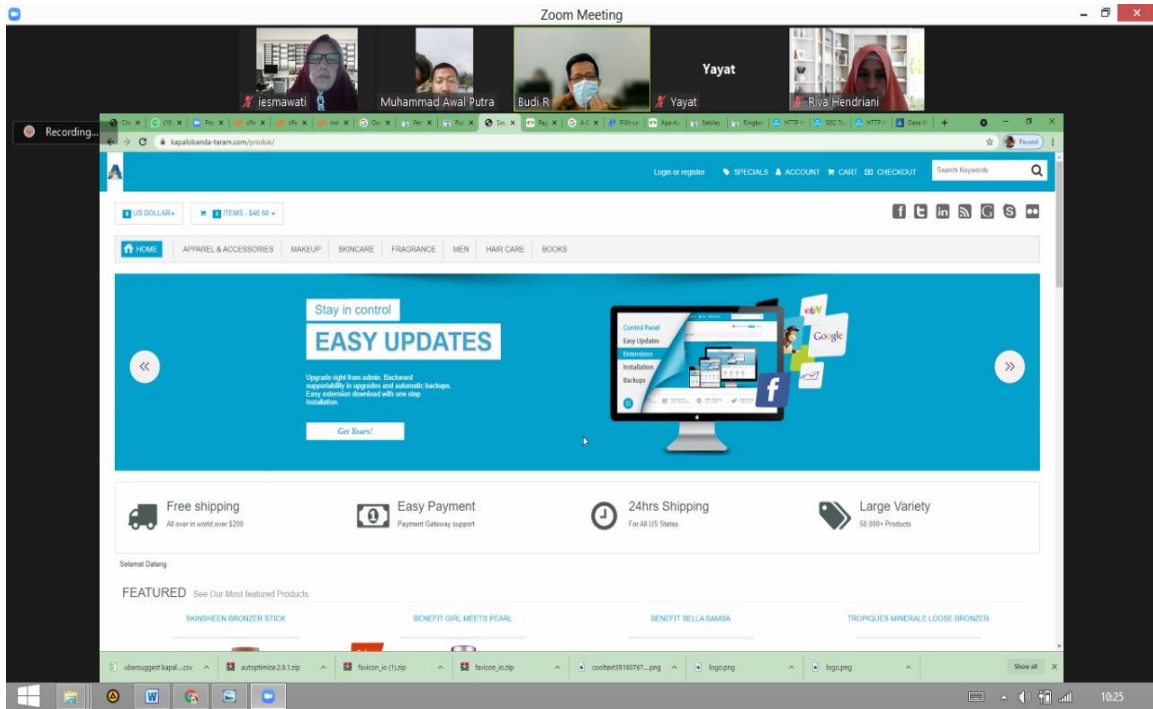
nagari Taram secara geografis terletak di ujung kabupaten lima puluh kota kecamatan Harau, di mana adat istiadat dan kebudayaan yang masih kental terjaga dan tidak tergerus oleh modernisasi, salah satu budaya adatnya adalah silek tuo taram. silek tuo taram merupakan bela diri anak nagari (muda-mudi) yang di pelajari

Home Stay (rumah Tinggal)

Expedita veritas consequuntur nihil tempore laudantium vitae denat pacta

iesmawati Muhammad Awal Putra Budi R Yayat

https://kapalobanda-taram.com/produk/ ubersuggest.kapal...csv autoptimise.2.8.1.zip favicor_lo (1).zip favicor_lo.zip coofee39180707-.png logo.png logo.png Show all



4. Pelatihan Pembuatan Brosur/Katalog *Online* Objek Wisata Kapalo Banda







Lampiran 2. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Jenis Kegiatan	Bulan						
		6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan pelaksanaan							
2	Pelaksanaan kegiatan							
3	a. Sosialisasi, ceramah dan diskusi Tentang Manajemen Perencanaan Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda							
	b. Sosialisasi, ceramah dan diskusi Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi pada Obyek Wisata Kapalo Banda							
	c. Pelatihan pengelolaan website Obyek Wisata Kapalo Banda							
	d. Pelatihan pembuatan brosur/katalog online Objek Wisata Kapalo Banda							
4	Evaluasi Kegiatan							
5	Pembuatan laporan dan luaran							