

---

## PELATIHAN PROMOSI DESTINASI PARIWISATA DI DESA BERAMBAL SAMARINDA UTARA KALIMANTAN TIMUR

### TRAINING FOR TOURISM DESTINATION PROMOTION IN BERAMBAL VILLAGE, NORTH SAMARINDA

M. Adam<sup>1</sup>, Maulita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Kemaritiman, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda

E-mail correspondence: [maulita@polnes.ac.id](mailto:maulita@polnes.ac.id)

---

#### Article History:

Received: 24.03.2021

Revised: 11.04.2021

Accepted: 12.04.2021

**Abstract:** Samarinda adalah daerah ekonomi yang menjadikan eksploitasi sumber daya alam berupa batubara dan migas yang pada akhirnya berdampak pada kerusakan lingkungan. Jika dilihat lebih mendalam, destinasi wisata yang ada di Samarinda cukup menjanjikan namun belum dikelola dengan baik dan cukup serius oleh daerah. Salah satu wisata terbaru saat ini adalah Puncak Samarinda di Desa Berambal Sempaja Utara mempunyai pemandangan alam yang cukup menjanjikan dengan menyajikan berbagai paket wisata, yang utama adalah paket wisata *sunrise*. Destinasi wisata ini cukup menjanjikan dan dapat dikembangkan lagi melalui promosi yang lebih baik, karena saat ini media promosi masih terbatas melalui *instagram* dan *facebook*. Letak daerah wisata ini juga masih belum diketahui secara umum oleh masyarakat luas, sehingga perlu dilakukan kegiatan pengabdian ini berdasarkan permintaan pemilik daerah wisata tersebut. Hasil kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan kepada pemilik dan warga sekitar untuk mengembangkan media promosi tempat wisata baru agar dapat diketahui oleh masyarakat luas serta mengemas tampilan agar mampu bersaing dengan tempat wisata skala nasional.

**Kata Kunci:** Desa Wisata, Promosi, Pembangunan Pedesaan

**Abstract:** Samarinda is an economic area that makes exploitation of natural resources (coal and oil and gas) which in turn has an impact on environmental damage. Tourist destinations in Samarinda are quite promising but have not been managed properly and seriously enough by the region. One of the newest tours at this time is Puncak Samarinda. Based on the results of the initial survey, it has a promising natural view by presenting various tour packages. This tourist destination is quite promising and can be developed again through better promotion, because currently promotional media are still limited through *Instagram* and *Facebook*. The location of this tourist area is still not generally known by the wider community, so it is necessary to carry out this community service activity based on the request of the owner of the tourist area. The results of this activity is to provide training to owners and local residents to develop promotional media for new tourist attractions so that they can be known by the wider community as well as packaging displays to be able to compete with tourist attractions on a national scale.

**Keywords:** Tourism Village, Promotion, Rural Development

## **PENDAHULUAN**

### **Analisis Situasi**

Pariwisata adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya, ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong oleh beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah. Pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang perlu diberi perhatian lebih agar dapat berkembang dengan baik. Sejalan dengan dinamika, gerak perkembangan pariwisata merambah dalam berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *rural tourism*, *ecotourism*, merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata

Keberadaan desa wisata dalam perjalanan pembangunan pariwisata di Tanah Air sudah sedemikian penting. Desa wisata mampu mewarnai variasi destinasi yang lebih dinamis dalam suatu kawasan pariwisata, sehingga pariwisata tidak selalu terjebak dalam trend pengembangan bercorak *mass tourism*.

Kalimantan Timur merupakan daerah tujuan wisata di Indonesia, memiliki potensi budaya dan pariwisata yang tak kalah menarik dengan tujuan wisata lain di Indonesia. Hampir 90% objek wisata yang disediakan oleh alam Kalimantan, dan 10% lainnya adalah obyek wisata buatan untuk mendukung kepariwisataan di daerah ini. Ketersediaan obyek wisata berupa alam dengan flora dan faunanya (hutan, sungai, danau, jeram dan pantai) yang dibaur dengan budaya dan sejarah, harusnya bisa menjadikan Kalimantan Timur sebagai tempat tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kaltim, kunjungan wisatawan mancanegara telah menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Jumlah wisman yang berkunjung ke Kaltim mencapai 5.611 sejak Januari hingga April 2018. Hal itu berimbas

terhadap okupansi hotel pada April 2018 lalu, okupansi hotel mencapai 54,14 persen Kepala BPS Kaltim Atqo Mardiyanto mengatakan, angka tersebut meningkat 1,65 poin dibandingkan Maret 2018. "Bila melebihi 50 persen, setidaknya sudah melewati break even point (BEP)," kata Atqo. Dia menjelaskan, rata-rata wisman menginap selama 2,61 hari, sedangkan wisnus 1,79 hari. Meski mengalami peningkatan, namun jumlah kunjungan wisatawan di Kaltim, faktanya masih kalah jauh jika dibandingkan dengan objek wisata lainnya di Indonesia yang sudah tersohor seperti Bali dengan Pulau Dewatanya, Magelang dengan Candi Borobudurnya, Jakarta dengan Tugu Monasnya. (Antara Kaltim, maret 2020)

Anggota DPR RI Hetifah "Banyak tantangan yang dihadapi Kaltim dalam pengembangan sektor wisata, tinggal keseriusan pemerintah daerahnya saja untuk mengembangkannya," katanya. Dia mengatakan perlu adanya perencanaan yang mendetail mulai dari pemasaran, pengembangan sumber daya alam, sampai dengan pengembangan sumber daya manusia (SDM), untuk mewujudkan daya tarik wisatawan dalam melakukan kunjungan. Gubernur Kaltim Isran Noor-Hadi Mulyadi program pengembangan wisata sebenarnya juga menjadi fokus dan perhatian serius. Dalam satu tahun memimpin Kaltim, Isran Noor hadir pada Indonesia Infrastructure Investment Forum 2019 di London untuk menawarkan potensi wisata Kaltim kepada investor di Eropa. Gubernur Kaltim Isran Noor mengatakan, pihaknya mempersiapkan peluang proyek infrastruktur dan pariwisata ke investor dalam Indonesia Infrastructure Investment Forum 2019 di London. (Antara Katim, 2020)

Samarinda adalah daerah ekonomi yang menjadikan eksploitasi sumber daya alam berupa batubara dan migas yang pada akhirnya berdampak pada kerusakan lingkungan. Kalau di lihat lebih mendalam destinasi wisata yang ada disamarinda cukup menjanjikan namun belum di kelola dengan baik dan cukup serius oleh daerah. Salah satu wisata terbaru saat ini adalah Puncak Samarinda namun menurut survey awal maka potensi wisata ini cukup besar dan perlu dikemas agar tampilan lebih menarik dan menambah jumlah fasilitas yang ditawarkan.

### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan hasil *survey* awal Kawasan wisata puncak samarinda mempunyai pemandangan alam yang cukup menjanjikan dengan menyajikan berbagai paket wisata, yang utama adalah paket wisata *sunrise*. Melalui survei awal kami wisata ini cukup menjanjikan dan dapat dikembangkan lagi melalui promosi yang lebih baik lagi karena media promosi yang ada hanya melalui Instagram dan facebook, promosi dapat dilakukan dengan

menyebarkan brosur dan *facebook* bersponsor serta *website* agar tempat wisata diketahui lebih masyarakat secara luas serta mengemas tampilan agar mampu bersaing dengan wisata skala nasional.



Gambar 1 Lokasi Puncak Samarinda Desa Berambai Sempaja Utara

### **Solusi dan Target**

Target dari pengabdian ini adalah memperluas promosi agar jumlah pengunjung meningkat dan membentuk kesadaran / melek pariwisata sehingga warga sekitar peduli dan pelatihan membuat website khusus pada wisata di desa berambai khususnya puncak Samarinda. Selain itu, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai media promosi wisata untuk menambah jumlah pengunjung pada wisata desa berambai khususnya puncak Samarinda. Pemahaman warga sekitar untuk aktif mempromosikan dan menjaga keasrian tempat wisata juga merupakan target dari kegiatan pengabdian ini. Penetapan target dengan memberikan Pelatihan Promosi Destinasi Pariwisata di Desa Berambai dengan tujuan agar Desa Wisata Berambai khususnya Samarinda lebih diketahui masyarakat luas.

### **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Program sosialisasi yang diusulkan dan dinyatakan lulus oleh P3M Polnes, selanjutnya di tindaklanjuti dengan pelaksanaan kegiatan. Tahapan yang akan dilalui dalam pelaksanaan program Pelatihan Promosi Destinasi PARIwisata di Desa Berambai menggunakan tujuh (7) model Rancang bangun pelatihan dan Evaluasi (*Training design dan Evaluation Model*) oleh parker sebagaimana dimuat Craig dalam bukunya *Training and development Handbook: A Guide to Human Resources Development* (1976: 19-2) sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menentukan kebutuhan pelatihan
2. Merumuskan dan mengembangkan tujuan pelatihan
3. Memilih, metode dan teknik pelatihan
4. Menyusun materi pelatihan
5. Merancang pendekatan evaluasi tahunan
6. Melaksanakan program pelatihan yang didahului dengan serangkaian kegiatan yakni:
  - a. Mempersiapkan surat undangan ke peserta pelatihan kepada owner puncak samarinda dan masyarakat sekitar dengan jumlah peserta 20 orang
  - b. Mendistribusikan undangan dibuktikan dengan tanda terima surat undangan dari penerima.
  - c. Mendata peserta pelatihan.
  - d. Pelaksanaan Pelatihan.
7. Mengukur Hasil Latih.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis awal bahwa tingkat kesadaran. Sebagai pengedukasi tersebut diperlukan suatu kepakaran di bidang Ekonomi khususnya marketing. Kepakaran dari tim pelaksanaan di bidang marketing menjadi salah satu kebutuhan untuk dapat merancang materi pelatihan secara tepat sehingga mampu memberi pemahaman dari aspek keilmuan bagi para peserta pelatihan. Hal ini diharapkan meningkatkan kesadaran dan pemahaman pentingnya promosi destinasi pariwisata di Desa berambai.

Tim pengusul berjumlah 2 orang yang terdiri dari ketua dan 1 orang anggota. Ketua Tim pengusul adalah M. Adham S.Kom., M.M., sebagai pengajar di Politeknik Negeri Samarinda dengan latar belakang Pendidikan Komputer dan Manajemen Keuangan sehingga mampu untuk membuat website untuk mempromosikan desa berambai dengan pengusulan proposal program penerapan IPTEK yang diselenggarakan oleh P2M. Tugas Ketua bertanggung jawab terhadap: (1) Kelancaran Program Pelatihan Promosi dan Destinasi Pariwisata di Desa Berambai Samarinda dan (2) Pencapaian target luaran sudah siap website dan brosur untuk mempromosikan wisata desa berambai khususnya puncak Samarinda.

Kekuatan tim pengusul didukung dengan anggota yakni Maulita S.E., M.Sc., Ak., yang memiliki kepakaran Akuntansi yang dibutuhkan untuk membantu menyiapkan metode pelatihan atau tahapan-tahapan pelatihan. Dalam pelaksanaan pelatihan Tim pengusul juga melibatkan 2 mahasiswa dan staf administrasi untuk membantu proses pelatihan promosi destinasi pariwisata di desa berambai Samarinda. Kedua mahasiswa adalah a.n. Annisa Mawaddah dan Patrisia.



## **SIMPULAN**

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terlaksananya pembuatan pamphlet papan nama sebagai penanda **Puncak Samarinda**. Brosur Puncak Samarinda secara *online* maupun cetak telah berhasil diselesaikan. Selain itu luaran tambahan dari kegiatan pengabdian ini dapat dihubungkan dari segi pendidikan, keagamaan dan sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Amalina, Hamid. 2014. Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika* Volume 12, No.2

Antara Kaltim, Maret 2020

Arbainah. 2014. Pemasaran Bersama Berbasis ICT Sebagai Media Promosi Alternatif Bagi UMKM di Desa Wisata. *JABPI* Vol. 2. No. 2

Zakaria F, Dewi S. 2014. Konsep pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits* Vol. 3 No. 2