

## PELATIHAN PENERAPAN TEKNOLOGI DAN INOVASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN OMSET INDUSTRI PARIWISTA

Juminah Nasri<sup>1</sup>, Hardiman Faramit Sanaba<sup>2</sup>, Sabaria<sup>3</sup>, Syamsul Hadi<sup>4</sup>,  
Okid Parama Astirin<sup>5</sup>, Muji Rahayu<sup>6</sup>, Lutfia Hermawati Putri<sup>7</sup>, M. Didit Gozali<sup>8</sup>,  
Pinkan Olivia Marchivalia<sup>9</sup>

<sup>1,7</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

<sup>2,8</sup>Manajemen, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

<sup>3,9</sup>Bisnis Digital, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

<sup>4</sup>Teknik Mesin, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

<sup>5</sup>Biologi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

<sup>6</sup>Agronomi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

[juminah@unimudasorong.ac.id](mailto:juminah@unimudasorong.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Secara geografis Kampung Malasom Distrik Aimas memiliki potensi strategis karena terletak di pusat kota dan pemerintahan Kabupaten Sorong Provinsi Papua Barat Daya. Berangkat dari Rencana Pembangunan Daerah (RPD) Kabupaten Sorong Tahun 2023 ditemukan data bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat masih rendah. Temuan ini didukung dengan data BPS Kabupaten Sorong yang menunjukkan bahwa angka kemiskinan sejak tahun 2020 - 2022 terus meningkat. Oleh karena itu, tujuan pengabdian ini yakni: (1) Meningkatkan omset mitra sasaran, (2) Meningkatkan pengetahuan dan *skill* SDM mitra sasaran, (3) penerapan teknologi pada aspek produksi dan pemasaran. Metode pengabdian masyarakat mencakup pra kegiatan (observasi dan wawancara), pelaksanaan kegiatan (FGD, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan), serta evaluasi kegiatan melalui lembar analisis level keberdayaan mitra sasaran serta wawancara partisipatif pasca pelaksanaan program. Hasil pengabdian kolaborasi sosial UNS dan UNIMUDA Sorong yang membawa semangat *tourismpreneur* berhasil membawa mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan Pemuda Karang Taruna Malasom naik level dari aspek omset meningkat hingga 525%, kualitas pengetahuan dan *skill* SDM terpenuhi 100%, serta aspek aksesibilitas digital (penerapan teknologi) terpenuhi 100%.

**Kata Kunci:** Industri Pariwisata; Rumah Etnik Papua; Tourismpreneur.

**Abstract:** Geographically, Malasom Village, Aimas District has strategic potential because it is located in the city center and government of Sorong Regency, Southwest Papua Province. Based on the 2023 Sorong Regency Regional Development Plan (RPD), data was found that the level of community welfare is still low. This finding is supported by Sorong Regency BPS data which shows that the poverty rate from 2020 - 2022 continues to increase. Therefore, the objectives of this service are: (1) Increasing the turnover of target partners, (2) Increasing the knowledge and skills of target HR partners, (3) applying technology to production and marketing aspects. Community service methods include pre-activity (observation and interviews), implementation of activities (FGD, socialization, training and mentoring), as well as activity evaluation through target partner empowerment level analysis sheets and participatory interviews after program implementation. Results of UNS and UNIMUDA Sorong social collaboration service which carries the Tourismpreneur spirit, succeeded in bringing the target partners Rumah Etnik Papua and Karang Taruna Malasom Youth to a level up in terms of turnover increasing to 525%, the quality of HR knowledge and skills being met 100%, and the aspect of digital accessibility (application of technology) being fulfilled 100%.

**Keywords:** Tourism Industry; Papuan Ethnic House; Tourismpreneur.



#### Article History:

Received: 23-01-2024

Revised : 09-06-2024

Accepted: 18-06-2024

Online : 24-06-2024



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi selama beberapa dekade terakhir telah mengubah lanskap perekonomian global secara dramatis. Teknologi dan Inovasi merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi di banyak negara, hal ini memainkan peran penting dalam menciptakan peluang baru, meningkatkan efisiensi serta mengubah cara kita hidup dan berinteraksi. Di era kemajuan teknologi, peran inovasi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi menjadi semakin penting. Inovasi teknologi telah mengubah cara manusia hidup, bekerja dan berinteraksi, serta mempunyai dampak besar terhadap pembangunan ekonomi suatu negara. Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan inovasi saat ini, tentunya tidak terlepas dari kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku dalam industri kreatif yang menerapkan dan mengaplikasikan teknologi yang tersedia. (Riza Supian & Alexandra Hukom, 2023). Banyak peneliti membahas inovasi terkait dengan teknologi, seperti pengenalan produk yang memerlukan perubahan radikal dalam proses produksi. Inovasi dapat juga terjadi karena perubahan inkremental dalam proses, produk maupun organisasi dan marketing. Pendekatan ini ditunjukkan dengan empat domain inovasi yaitu inovasi produk (barang, jasa dan ide), inovasi proses (teknologi dan infrastruktur), inovasi organisasi (pemasaran, pembelian dan penjualan, administrasi, manajemen dan kebijakan staf) dan inovasi pasar (eksploitasi dan penetrasi segmen pasar (Dyan Vidyatmoko dkk., 2013).

Secara geografis Kampung Malasom Distrik Aimas memiliki potensi strategis karena terletak di pusat kota dan pemerintahan Kabupaten Sorong Provinsi Papua Barat Daya. Berangkat dari Rencana Pembangunan Daerah (RPD) Kabupaten Sorong Tahun 2023 ditemukan data bahwa daya dukung kelembagaan dan tata kelola pemerintahan, jangkauan dan kualitas infrastruktur dasar, kualitas pendidikan, kualitas pelayanan kesehatan, kualitas pengelolaan sumber daya alam, tingkat kesejahteraan masyarakat masih rendah. Temuan ini didukung dengan data BPS Kabupaten Sorong yang menunjukkan bahwa angka kemiskinan sejak tahun 2020 - 2022 terus meningkat (BPS Kabupaten Sorong, 2022). Oleh karena itu, pengabdian di Kabupaten Sorong sangat relevan dengan program Kosabangsa 2023 yang memprioritaskan peningkatan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Sorong (RI DRTPM, 2023).

Hadirnya Rumah Etnik Papua memberikan dampak langsung kepada peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Sebab melalui Rumah Etnik Papua, Mitra Karang Taruna Malasom memiliki kesempatan kerja menjadi pengrajin souvenir, penari, pemandu wisata, dll. Menurut Tambunan (2003) kesempatan kerja adalah banyaknya orang yang dapat tertampung untuk bekerja pada suatu perusahaan atau suatu instansi (Amalia Maulina & Siti Amalia, 2024). erdasarkan data primer yang diperoleh dari hasil observasi

dan wawancara awal dengan pengelola Rumah Etnik Papua, permasalahan prioritas Rumah Etnik Papua dan Pemuda Karang Taruna Malasom yakni: (1) Omset pariwisata masih sangat rendah (2) Pengetahuan dan skill SDM mitra sasaran rendah, (3) Minim penerapan teknologi dan inovasi untuk mendukung usaha mitra sasaran.

Inovasi bisa didefinisikan sebagai sebuah proses penerapan terkait ide baru (Ahmad Almaududi Nur Ahmas dkk., 2022). Inovasi sering terjadi sebagai hasil perubahan simultan dari domain yang berbeda. Proses tersebut meliputi beberapa faktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi kemampuan internal perusahaan, jaringan perusahaan dan kemampuan pembelajaran teknologi serta dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan. Dengan memanfaatkan inovasi teknologi, perusahaan dapat menawarkan produk dan layanannya kepada khalayak yang lebih luas, memperoleh akses ke pasar global, dan mencapai kesuksesan yang sebelumnya sulit dicapai. Teknologi dan inovasi tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang lebih besar, namun juga berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

Pengaplikasian hasil riset unggulan pada pengabdian ini yakni riset oleh Hardiman F. Sanaba yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Karyawan: Kompensasi, Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja yang tingkat peningkatan kinerja individu dan organisasi usaha, khususnya pada peningkatan kinerja Rumah Etnik Papua dalam mengelola usaha (Hardiman F. Sanaba dkk., 2022). Selanjutnya, penelitian Juminah yang berjudul Profesionalisme Wartawan Politik Pada Media Online di Sulawesi Selatan juga berkontribusi pada pengabdian ini, khususnya pada aspek peran wartawan yang sangat penting untuk promosi pariwisata Rumah Etnik Papua. Jadi, untuk membangun branding usaha Rumah Etnik Papua harus diliput wartawan dan dimuat di media massa secara rutin (Muliadi Juminah & Canggih Araliya Aprianti Ode, 2022). Wartawan atau jurnalis juga mengambil peran penting untuk menyebarluaskan informasi terkait destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya. Secara umum, jurnalistik merupakan aktifitas mengumpulkan, mencari fakta, mengelola, lalu menyebarluaskan informasi (Waridah, 2018). Jurnalistik diartikan sebagai kecerdasan menyusun kata dengan tujuan menyebarluaskan informasi dengan cepat kepada publik. Selain itu, definisi lain tentang jurnalistik dimaknai sebagai sebuah keseluruhan proses dari mengumpulkan, mengelola, hingga menyebarkan berita melalui media massa tertentu. (Salniwati dkk., 2022)

Memasuki era digital, cara orang memilih destinasi wisata juga ikut mengalami pergeseran. Dulu, setiap orang mencari informasi melalui agen perjalanan atau melalui buku baru berani mengambil keputusan wisata, sekarang setiap orang mencari informasi melalui selancar di internet. Seluruh turis di seluruh dunia tersebut membaca informasi yang disediakan

secara detail dan lengkap oleh para jurnalis pariwisata (Wahyuningsih & Madura, 2022). Serta hasil pengabdian Sabaria tentang Pelatihan Pembuatan Business Plan Menggunakan metode BMC (Business Model Canvas) Pada Bunda Paud Kabupaten Raja Ampat yang berelevansi pada peningkatan kemampuan Rumah Etnik Papua dan Karang Taruna Kampung Malasom dalam pembuatan perencanaan bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) (Rachmadana dkk., 2023).

Solusi yang ditawarkan untuk kedua mitra sasaran yakni meliputi peningkatan kualitas dan kuantitas produksi yang lebih efisien melalui penerapan teknologi produksi, peningkatan pengetahuan dan *life skill* SDM mitra sasaran melalui pelatihan dan pendampingan, peningkatan aksesibilitas digital melalui penerapan saluran informasi dan pemasaran digital seperti website, shopee, dan media sosial. Upaya Kosabangsa ini selaras dengan lima program unggulan Kabupaten Sorong Provinsi Papua Barat Daya yakni, program Berdaya Ekomas (Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat) yang menghendaki pemerintah daerah mendorong, membantu, dan meningkatkan ekonomi masyarakat serta mengatasi tingkat kemiskinan ekstrim di Papua Barat Daya. Adapun tujuan pengabdian masyarakat ini yakni: (1) Meningkatkan omset mitra sasaran, (2) Meningkatkan pengetahuan dan *skill* SDM mitra sasaran, (3) penerapan teknologi pada aspek produksi dan pemasaran.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Program Pengabdian Kosabangsa ini dilaksanakan di Rumah Etnik Papua, Kelurahan Malasom, Distrik Aimas, Kabupaten Sorong dari Bulan Agustus Tahun 2023 – Bulan Februari 2024. Mitra sasaran dalam pelaksanaan Program ini adalah Rumah Etnik Papua dan Karang Taruna Kampung Malasom. Rumah Etnik Papua merupakan tempat tujuan wisata budaya yang memperkenalkan beragam rumah adat Papua, tari-tarian khas, seni lukis, dan seni ukir. Rumah Etnik Papua didirikan oleh Orang Asli Papua (OAP) Mitshi Wanma pada Juni 2021. Sementara itu, Karang Taruna Kampung Malasom merupakan organisasi sosial kemasyarakatan yang berperan menjadi wadah dan sarana pengembangan aktualisasi diri pemuda Kampung Malasom. Peserta program ini berasal dari 30 peserta perwakilan Rumah Etnik Papua dan 27 orang perwakilan Karang Taruna Kampung Malasom.

Metode yang dipilih dalam pelaksanaan program ini meliputi: a) metode observasi disertai FGD dengan melakukan pengumpulan data awal sebagai bahan pertimbangan dan pemetaan dalam pengklasifikasian program; b) metode ceramah, dengan memberikan informasi dan pengetahuan kepada mitra atau peserta tentang pelaksanaan program melalui sosialisasi ; c) metode pelatihan, dengan memberikan kesempatan untuk praktik langsung penggunaan alat teknologi dan inovasi yang disediakan salah satunya yaitu

praktik membuat desan dan sablon baju; dan d) metode pendampingan, dengan mendampingi mitra dalam pelaksanaan program kepada mitra/peserta. Fokus utama dalam memberikan masalah yang solutif kepada mitra yakni dengan membagi kegiatan menjadi tiga tahap yakni pra kegiatan, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaksanaan kegiatan ini. Berikut tahapan atau proses pengabdian masyarakat, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Tahapan atau Proses Pengabdian Masyarakat

### 1. Pra Kegiatan

Tahap awal dari pelaksanaan pra kegiatan ini yaitu dengan membangun komunikasi dan kerja sama dengan kedua mitra (Rumah Etnik Papua dan Karang Taruna Kampung Malasom). Berdasarkan analisis informasi data yang diperoleh sebelumnya. Tahap selanjutnya dengan melakukan observasi dan wawancara awal untuk memperoleh data-data yang memenuhi dan mendukung dalam pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini. Tahap terakhir dalam pra kegiatan ini dengan merumuskan, merencanakan dan menetapkan pelaksanaan kegiatan pengabdian secara terstruktur sesuai dengan kesepakatan bersama.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini telah ditetapkan tahapan kegiatan yang meliputi forum group discussion, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Pertama, kegiatan diawali pada pelaksanaan kegiatan ini dengan melaksanakan kegiatan FGD secara intens dengan seluruh mitra yang pada dasarnya untuk menyepakati bersama kesesuaian dan kebutuhan seluruh rangkaian pelatihan dan memenuhi tepat sasaran dalam menempatkan pemanfaatan teknologi dan inovasi. Kedua, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan forum sosialisasi. Ketiga, pada tahap ini seluruh mitra diberikan informasi dan praktik langsung terkait kebutuhan pelatihan untuk masing-masing mitra yang meliputi pelatihan sablon, pelatihan *digital branding* dan pelatihan pemanfaatan teknologi dan inovasi melalui *platform market place* dan *website official*, pelatihan penggunaan alat

teknologi dan inovasi dari program. Terakhir, untuk pendampingan sendiri, seluruh tim pelaksana pengabdian masyarakat ini juga turut melakukan pendampingan secara komprehensif dan aktual untuk memenuhi kebutuhan mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini.

### 3. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilaksanakan sebagai upaya dari tim pelaksana pengabdian untuk menilai ketercapaian pelaksanaan ini sebagai umpan balik (*feedback*). Sistem evaluasi kegiatan yang digunakan yaitu sistem evaluasi partisipasi. Fokus utama dari evaluasi partisipasi mencakup pada proses pelaksanaan, metode, dan strategi yang digunakan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan melakukan FGD setelah program, wawancara partisipatif melalui video testimoni sebelum dan sesudah program. Hasil evaluasi akan dirangkum dan dianalisis dalam sebuah tabel level keberdayaan mitra sebagai cara pengukuran keberhasilan program.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pra Kegiatan

Berdasarkan observasi ini ditemukan masalah prioritas mitra sasaran serta pendekatan metode pengabdian yang paling tepat digunakan. Adapun permasalahan prioritas Rumah Etnik Papua dan Pemuda Karang Taruna Kampung Malasom yakni: (1) Omset pariwisata masih sangat rendah sehingga diperlukan metode pemasaran digital agar bisa menjangkau pangsa pasar yang lebih luas; (2) Kualitas SDM terkait pemasaran digital dan penerapan teknologi alat kerajinan masih minim; (3) Proses produksi barang kerajinan masih dikerjakan dengan alat-alat tradisional sehingga proses pembuatan kerajinan memakan waktu yang lebih lama. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri observasi kebutuhan mitra, sosialisasi program, pelatihan, monitoring dan pendampingan. Selain melakukan observasi lapangan terhadap mitra sasaran, tim pelaksana juga senantiasa berkoordinasi dengan pemerintah daerah setempat untuk bersama-sama mengawal pengabdian ini.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan

#### a. Forum Group Discussion

Pada tahap pertama pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang bertujuan untuk mengkonfirmasi ulang dan memastikan masalah prioritas mitra. Selain itu, pada kesempatan ini juga membuat kesepakatan bersama terkait pengadaan alat dan teknologi yang dibutuhkan mitra, metode pengabdian yang digunakan, luaran atau *output* pengabdian yang diharapkan, serta komitmen para mitra untuk bersama-sama melaksanakan pengabdian ini. Adapun peserta pada forum ini yakni tim pelaksana dari UNIMUDA

Sorong, tim pendamping dari Universitas Sebelas Maret (UNS), Kepala Kampung Malasom, mitra sasaran Rumah Etnik Papua, dan mitra sasaran Karang Taruna Malasom. Proses FGD berlangsung hangat dan terjadi komunikasi yang baik antara semua peserta FGD, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** FGD bersama Tim pelaksana UNIMUDA Sorong, tim pendamping UNS, Kepala Kampung Malasom, mitra sasaran Rumah Etnik Papua, mitra sasaran Karang Taruna Malasom.

b. Sosialisasi

Setelah FGD bersama para *stake holder*, tim pelaksana Kosabangsa Unimuda Sorong mengadakan sosialisasi program kepada seluruh peserta pelatihan. Hasil dari kegiatan sosialisasi ini yakni para peserta pelatihan memahami bahwa akan ada beragam pelatihan dan pendampingan, pengadaan alat dan teknologi yang akan diterapkan pada kedua mitra sasaran, serta luaran yang diharapkan meliputi peningkatan pengetahuan, peningkatan *skill* SDM, serta peningkatan omset pada masing-masing mitra. Melalui sosialisasi ini juga dihasilkan komitmen bersama untuk berpartisipasi aktif mengentaskan kemiskinan di Kabupaten Sorong melalui program kolaborasi sosial ini, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Penyampaian Materi Dampak Program Kolaborasi Sosial

Ketua Tim pendamping Prof. Syamsul Hadi, M.T. menjelaskan dampak program kolaborasi sosial dalam mengetaskan kemiskinan di Kabupaten Sorong. Profesor UNS ini meminta semua pihak terlibat aktif pada setiap sesi pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan.

c. Pelatihan dan Pendampingan

Ada 4 pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan untuk menjawab permasalahan prioritas mitra. Adapun pelatihan dan pendampingan tersebut yakni: (1) pelatihan sablon, (2) pelatihan branding dan pelatihan digital marketing, (3) pelatihan optimalisasi website, (4) pelatihan penggunaan alat dan teknologi kerajinan. Adapun hasil pengabdian ini bisa dijabarkan melalui tabel analisa level peningkatan keberdayaan mitra sasaran sebelum dan setelah dilaksanakan pengabdian.

d. Analisa Level Keberdayaan Mitra

Ada 3 permasalahan prioritas mitra, yakni: (1) Omset pariwisata rendah, (2) Kualitas SDM terkait pemasaran digital dan penerapan teknologi alat kerajinan masih minim, (3) Proses produksi masih dikerjakan dengan alat-alat tradisional. Berangkat dari permasalahan tersebut, tim pelaksana mengidentifikasi pemecahan masalah sehingga masyarakat bisa berdaya. Adapun keberhasilan pengabdian ini, bisa dilihat dari tabel level keberdayaan mitra sebelum dan sesudah pengabdian berikut ini:

1) Level Keberdayaan Mitra pada aspek Peningkatan Omset Pariwisata, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Peningkatan Omset

No	Sebelum	Sesudah	Capaian
1	Pengunjung 100 Orang/bulan	Pengunjung 900 orang/bulan	Meningkat 900%
2	Omset penjualan Suvenir Rp3.000.000/bulan	Omset Rp9.000.000 Juta/bulan	Meningkat 300%
3	Sewa Baju Adat + Lukis Badan = Rp.2.250.000/bulan	Sewa Baju Adat + Lukis Badan = Rp.11.250.000	Meningkat 500%
Peningkatan omset Karang Taruna malasom			
4	Penjualan produk Rp.250.000/bulan	Penjualan baju sablon Rp.1.000.000/bulan	Meningkat 400%
Rata-rata			Meningkat 525%

Tabel 1 menunjukkan data terkait peningkatan level keberdayaan mitra pada aspek peningkatan omset atau pendapatan yang diperoleh mitra sasaran. Pada mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan mitra sasaran Pemuda Karang Taruna Malasom jika dirata-ratakan meningkat hingga 525% jika dibandingkan sebelum



dilaksanakan pengabdian ini. Adapun faktor yang menyebabkan mitra sasaran memiliki peningkatan omset yakni karena promosi sudah dilakukan melalui saluran informasi seperti website [rumahetnikpapua.com](http://rumahetnikpapua.com). Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. situs web merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan animasi sehingga menarik untuk dikunjungi (Sonny & Rizki, 2021). Melalui [rumahetnikpapua.com](http://rumahetnikpapua.com) pengunjung bisa melakukan pemesanan souvenir, sewa pakaian, serta membuat jam kunjungan menjadi lebih mudah yakni hanya melalui pemesanan online via website [rumahetnikpapua.com](http://rumahetnikpapua.com). Selain itu, konten yang dimuat di website tersebut menambah kepercayaan pengunjung terhadap destinasi pariwisata dan produk yang ditawarkan. Berikut dokumentasi pemaparan materi tentang teknik optimalisasi website, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Pembicara Galih, S.Kom. memaparkan tentang teknik optimalisasi website untuk meningkatkan kepercayaan pengunjung.

Memahami pentingnya website bagi sebuah usaha, tim pelaksana mendatangkan praktisi dalam bidang pengelolaan dan pemanfaatan website. Website memiliki beberapa macam fungsi dengan keunggulan dan kualitas yang berbeda karena menyesuaikan dengan target pasar.

2) Level Keberdayaan Mitra pada aspek Peningkatan Pengetahuan dan *skill* SDM, seperti terlihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Peningkatan Pengetahaun dan Skill SDM

No	Sebelum	Sesudah	Capaian
1	Tidak mengetahui cara menggunakan alat teknologi kerajinan.	mengetahui cara menggunakan alat teknologi kerajinan.	Terpenuhi
2	Tidak mengetahui branding produk melalui media sosial official.	mengetahui branding produk melalui media sosial official.	Terpenuhi
3	Tidak mengetahui teknik pemasaran digital marketing melalui marketplace shopee.	mengetahui teknik pemasaran digital marketing melalui marketplace shopee	Terpenuhi
4	Tidak mengetahui teknik menyablon	mengetahui teknik menyablon	Terpenuhi
5	Tidak memahami cara menggunakan saluran informasi melalui website official	memahami cara menggunakan saluran informasi melalui website official.	Terpenuhi
Kesimpulan			100% Terpenuhi

Tabel 2 menunjukkan data bahawa terdapat peningkatan pengetahuan dan *skill* SDM pada mitra sasaran. Adapun peningkatan itu bisa diukur dari 5 indikator pada tabel peningkatan keberdayaan mitra sebelum dan sesudah pengabdian. Keseluruhan indikator memiliki capaian 100% terpenuhi, hal ini disebabkan karena seluruh anggota mitra sasaran mendapatkan pelatihan dan pendampingan intensif terkait teknik menggunakan teknologi kerajinan, teknik desain dan sablon, optimalisasi digital marketing via marketplace shopee dan website, serta mampu meningkatkan brand lewat beragam konten di media social, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Peserta pelatihan praktik menggunakan teknologi kerajinan gergaji mesin

Tim pelaksana melengkapi pelatihan dengan memberikan kesempatan para peserta pelatihan untuk praktik secara langsung menggunakan teknologi kerajinan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *skill* SDM dalam menggunakan teknologi terbaru agar bisa berdampak pada efisiensi waktu produksi. Salah satu faktor yang menyebabkan sebuah destinasi mendapatkan kunjungan yakni berasal dari keunikan atau kekhasan souvenir yang ditawarkan. Jumlah kunjungan yang terus meningkat bisa menjadi indikator adanya rasa puas dari pelanggan, sebab dia akan merekomendasikan lokasi destinasi wisata tersebut kepada orang lain (Saputra, 2023).

Selain penerapan teknologi kerajinan, pada pengabdian ini juga diperkuat dengan pelatihan branding dan digital marketing. Selain memainkan peran penting dalam peningkatan omset, branding juga mampu menumbuhkan rasa percaya pengunjung terhadap produk yang ditawarkan mitra sasaran. Melalui pelatihan ini, peserta pelatihan mengetahui dan memahami bahwa sebelum jualan, pengusaha perlu melakukan 3 hal, yakni: (1) setiap produk/jasa perlu memiliki membangun *brand awarnees* yang kuat; (2) Pelayanan terbaik yang mengutamakan kepuasan pelanggan; serta (3) Mampu mengoptimalkan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan pangsa pasar. Berikut pelatihan *branding* dan *digital marketing*, seperti terlihat pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Praktisi Sosial Media, Endra Membawakan Pelatihan *Branding* dan *Digital Marketing*.

- 3) Peningkatan Level Keberdayaan Mitra pada aspek aksesibilitas, seperti terlihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Peningkatan Aksesibilitas Mitra Sasaran

<b>Rumah Etnik Papua</b>			
<b>No</b>	<b>Sebelum</b>	<b>Sesudah</b>	<b>Capaian</b>
1	Pemasaran dan promosi hanya mengandalkan pemasaran <i>offline</i>	Pemasaran sudah Go Digital melalui website, media sosial, dan marketplace.	Terpenuhi
2	Pengunjung harus datang ke lokasi untuk booking tiket, sewa baju, dll.	Pengunjung bisa booking tiket via online kapan saja dan dimana saja via <a href="http://rumahetnikpapua.com">rumahetnikpapua.com</a>	Terpenuhi
3	Belum ada akun media sosial official	Sudah memiliki 2 akun media sosial official (Facebook & Instagram)	Terpenuhi
4	Suvenir hanya bisa didapatkan di galeri (Offline)	Suvenir sudah dijual online store Rumah Etnik Papua di Shopee.	Terpenuhi
<b>Pemuda Karang Taruna Malasom</b>			
5	Tidak memiliki alat produksi sablon yang mumpuni	memiliki alat produksi sablon yang mumpuni	Terpenuhi
6	Tidak memiliki jalur pemasaran	memiliki jalur pemasaran	Terpenuhi
7	Tidak memiliki akun mendia sosial official	memiliki akun mendia sosial official	Terpenuhi
Kesimpulan			100% Terpenuhi

Berdasarkan tabel 3, tim pelaksana pengabdian kolaborasi antar Universitas Sebelas Maret (UNS) dan UNIMUDA Sorong ini mampu meningkatkan aksesibilitas digital melalui pemanfaatan saluran komunikasi dan informasi secara digital. Kini mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan Pemuda Karang Taruna sudah memiliki jalur pemasaran, peta promosi, serta jalur penyebaran informasi secara digital. Berdasarkan tabel 3 di atas ada 7 indikator yang digunakan untuk mengukur aksesibilitas digital, secara keseluruhan menunjukkan capaian 100% terpenuhi. Adapun aksesibilitas digital yakni bisa dilakukan melalui Tabel 4.

**Tabel 4.** Tabel Aksesibilitas Digital

<b>No</b>	<b>Aspek</b>	<b>Aksesibilitas digital</b>
1	Informasi	<a href="http://Rumahetnikpapua.com">Rumahetnikpapua.com</a>
2	Pemasaran	<a href="http://shopee.rumahetnikpapuastore">shopee.rumahetnikpapuastore</a>
3	Promosi & Branding	Media sosial

Aksesibilitas digital sangat penting sebagai saluran informasi, promosi, hingga pemasaran. Promosi diartikan sebagai sebuah kegiatan marketing atau pemasaran dengan cara menyebarkan informasi dengan tujuan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap sebuah barang atau jasa agar bisa mendapat tempat di

benak masyarakat (Indasari & Yanto, 2022). Hal-hal tersebut diuraikan dengan harapan dapat meningkatkan kapabilitas mitra untuk mengelola digital branding secara optimal. Selain itu narasumber juga melatih seluruh mitra untuk penyusunan *copywriting* dan menggali ide kreatif dari trend sosial yang sedang berkembang.

#### 4) Penerapan Teknologi

Selain peningkatan pengetahuan dan *skill* SDM, untuk menunjang keberhasilan program, maka tim pelaksana juga berhasil melakukan penerapan teknologi. Adapun teknologi yang telah diterapkan dan diinvestasikan pada pengabdian bisa dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5.** Daftar teknologi yang berhasil diterapkan pada mitra sasaran

No.	Teknologi dan Inovasi	Sepesifikasi	Fungsi
1.	Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Diterapkan pada Mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan Karang Taruna Kampung Malasom).	Teknologi Informasi seperti Website Official, pemanfaatan aplikasi editorial, optimalisasi media sosial.	Integrasi informasi, membuat konten promosi berupa desain dan meningkatkan insight pengunjung
2.	Penataan Layout dan Tanaman Hias (Diterapkan pada Mitra Sasaran Rumah Etnik Papua)	Teknologi <i>layout</i> eduwisata, Penataan tanaman hias, Integrasi eduwisata dan lingkungan desa.	Penataan tanaman hias dan Integrasi eduwisata dan lingkungan desa
3.	Teknologi Kerajinan (Diterapkan pada Mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan Karang Taruna Kampung Malasom)	Optimalisasi pemanfaatan teknologi peralatan yang dibutuhkan dalam membuat baju tradisional.	Mampu memproduksi kerajinan dalam jumlah yang banyak dengan waktu yang efisien
4.	Teknologi Digital Marketing (Diterapkan pada Mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan Karang Taruna Kampung Malasom)	Optimalisasi pemasaran lewat marketplace, Company Branding,	Meningkatkan omset mitra sasaran dan menjangkau pasar nasional dan internasional
5.	Peralatan Pahat	Meratakan / merapikan hasil pahatan itu sendiri dan mengukir benda	Memahat, mengukir serta melubangi suatu benda Menjadikan suatu benda supaya berbentuk bulat ataupun oval.
6.	Peralatan Bubut	Bubut menghilangkan bahan yang tidak diinginkan dari benda Operasi pemotongan normal dilakukan dengan pahat potong diumpankan secara paralel atau pada sudut kanan ke sumbu pekerjaan.	Menghilangkan logam dari suatu pekerjaan untuk memberikan bentuk dan ukuran yang diinginkan.

### 3. Kendala yang Dihadapi

#### a. Partisipasi Masyarakat Rendah

Partisipasi masyarakat masih sangat rendah saat diajak koordinasi, kolaborasi, hal ini menjaditantangannya serius dalam upaya meningkatkan kapasitas pengetahuan di Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

#### b. Proses Pengadaan Alat dan Teknologi

Terkait pengadaan alat dan teknologi membutuhkan waktu yang cukup lama karena sebagian alat harus dipesan di luar daerah, kondisi geografis di Papua hanya memungkinkan jalur pengiriman juga ditempuh via ekspedisi kapal laut sehingga membutuhkan waktu 3 - 4 minggu

## D. SIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian kolaborasi sosial UNS dan UNIMUDA Sorong yang membawa semangat *tourismpreneur* berhasil membawa mitra sasaran Rumah Etnik Papua dan Pemuda Karang Taruna Malasom naik level dari 3 aspek, yakni omset meningkat hingga 525%, kualitas pengetahuan dan *skill*/SDM terpenuhi 100%, serta aspek *aksesibilitas* digital (penerapan teknologi) terpenuhi 100%. Saran pada pengabdian kolaborasi sosial membangun masyarakat ini, yakni para mitra sasaran perlu mendapatkan pendampingan yang lebih intensif agar bisa memaksimalkan seluruh teknologi dan inovasi secara optimal. Kami merekomendasikan agar pada pengabdian selanjutnya bisa optimalkan pada aspek pembuatan *conten* promosi, optimalisasi *branding* dan *digital ads*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Universitas Pendidikan Muhammadiyah (Unimuda) Sorong bersama dengan Tim Pendamping Universitas Sebelas Maret (UNS) mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi memberi dukungan finansial melalui program pengabdian Kosabangsa 2023.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Almaududi Nur Ahmas, Tris Sutrisno, & 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.
- Amalia Maulina & Siti Amalia. (2023). Pengaruh Migrasi Masuk dan Investasi Serta Pendidikan Terhadap Kesempatan Kerja dan Pengangguran Terbuka. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 20 (1), 129.
- BPS Kabupaten Sorong. (2022). *Jumlah Penduduk Miskin Kabupaten Sorong (Ribu Jiwa)*, 2020-2022. Admin. <https://sorongkab.bps.go.id/indicator/23/53/1/jumlah-penduduk-miskin-kabupaten-sorong.html>
- Dyan Vidyatmoko, Husni Yasin Rosadi, Susetyanto Susetyanto, Pudji Hastuti, & Manifas Zubair. (2013). Analisis Faktor Penentu Inovasi Teknologi Di Industri

- Pangan. *Jurnal Sains dan Teknologi Indonesia*, 14(1), 30.
- Hardiman F. Sanaba, Yoga Andriyan, & Munzir Munzir. (2022). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Karyawan: Kompensasi, Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja. *Financial and Accounting Indonesian Research*, 2(2), 90.
- Indasari, F., & Yanto. (2022). Pengaruh Promosi Pariwisata Terhadap Preferensi Wisatawan Mancanegara Di Kota Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 6(2), 159.
- Muliadi, Juminah & Canggih Araliya Aprianti Ode. (2022). *Profesionalisme Wartawan Politik Pada Media Online Di Sulawesi Selatan*. JSIP: Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan, 3(1), 5.
- Rachmadana, S. L., Marjuk, Y., & Khairunisa, N. A. (2023). *Pelatihan Pembuatan Business Plan Menggunakan metode BMC ( Business Model Canvas ) Pada Bunda Paud Kabupaten Raja Ampat*. 6(2), 64.
- RI DRTPM. (2023). *Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2023*. Kemendikbudristek.<https://dikti.kemdikbud.go.id/Panduan-Penelitian-dan-Pengabdian-kepada-Masyarakat-Tahun-2023.pdf>
- Riza Supian & Alexandra Hukom. (2023). Potensi Ekonomi Kreatif Dalam Mengatasi Pengangguran di Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 213.
- Salniwati, S., Rustiani, K. W., Burhan, F., Nurtikawati, N., Heli, W. O., & Alimin, L. (2022). Pelatihan Jurnalistik Dalam Menulis Buletin Dengan Konten Budaya. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1259.
- Sonny & Sestri Novia Rezki. (2021). Pengembangan Sistem Presensi karyawan dengan Teknologi GPS Berbasis Web pada PT BPR Dana Makmur Batam. *Jurnal Comasie*, 4(4), 53.
- Saputra, D. (2023). *Kepuasan Wisatawan: Analisis Hubungan Antara Antesedennya dan Niat Kunjungan Kembali*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26231.
- Wahyuningsih, Fahrurrozi, & Muhtar. (2021). *Madura 2055: Pariwisata, Wisata Halal & Wisata Syariah*. Inara Publisher.
- Waridah, W. (2018). Ragam Bahasa Jurnalistik. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(2), 112.