

## SOSIALISASI PENYUSUNAN LEAFLET SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA BAHARI KELOMPOK SADAR WISATA PODIPO DESA KAHYAPU PULAU ENGGANO

Ana Ariasari<sup>1\*</sup>, Mukti Dono Wilopo<sup>2</sup>, Ali Muqsit<sup>3</sup>, Akbar Abdurrahman Mahfudz<sup>4</sup>,  
Nur Lina Maratana Nabiu<sup>5</sup>, Muhammad Nur Ikhsan<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Prodi Ilmu Kelautan, Universitas Bengkulu, Indonesia

<sup>6</sup>Prodi Teknik Sipil, Universitas Tangerang Raya, Indonesia

[anaariasari@unib.ac.id](mailto:anaariasari@unib.ac.id)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Desa Kahyapu Pulau Enggano memiliki kekayaan sumber daya alam pesisir dan laut yang dapat dijadikan sebagai salah satu destinasi pariwisata bahari di pesisir barat Pulau Sumatera. Pengembangan wisata bahari di Desa Kahyapu belum optimal dilakukan sehingga perlu meningkatkan promosi melalui media cetak seperti leaflet. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemandirian Kelompok Sadar Wisata (Podipo) Desa Kahyapu Pulau Enggano melalui peningkatan promosi wisata bahari pesisir. Metode pengabdian dilakukan melalui sosialisasi dan penyuluhan terkait penyusunan paket wisata bahari dan penyusunan leaflet/flyer sebagai media promosi kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Podipo yang beranggotakan 33 orang serta evaluasi berupa angket sebelum dan sesudah pemberian program pengabdian. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sebanyak 95% Pokdarwis Podipo puas terhadap program pengabdian dan telah sepenuhnya memahami terkait konsep wisata bahari, namun perlu peningkatan dan variasi media promosi seperti pemanfaatan media sosial *online* sebagai sarana promosi.

**Kata Kunci:** Leaflet; Pendampingan; Pokdarwis Podipo; Promosi Wisata Bahari.

**Abstract:** *Kahyapu Village, Enggano Island, has a wealth of coastal and marine natural resources that can be used as a marine tourism destination on the west coast of Sumatra Island. Marine tourism development in Kahyapu Village has yet to be carried out optimally, so it is necessary to increase promotion through leaflets. This community service program aims to improve the knowledge and independence of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis Podipo) of Kahyapu Village, Enggano Island, by increasing the promotion of coastal marine tourism. The community service program method is carried out through socialization and counseling regarding the preparation of marine tourism packages and preparation of leaflets/flyers as promotional media for the Podipo Tourism Awareness Group (Pokdarwis), which has 33 members, as well as evaluation in the form of questionnaires before and after providing the service program. The service results show that as many as 95% of Pokdarwis Podipo are satisfied with the service program and fully understand the concept of marine tourism. Still, there is a need for improvement and variety in promotional media, such as online social media as a tourism promotional tool.*

**Keywords:** *Leaflet; Assistance; Marine Tourism Promotion; Pokdarwis Podipo.*



#### Article History:

Received: 15-03-2024

Revised : 21-04-2024

Accepted: 22-04-2024

Online : 24-06-2024



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

## A. LATAR BELAKANG

Desa Kahyapu merupakan desa pesisir yang terletak di pesisir tenggara Pulau Enggano yang memiliki potensi wisata alam bahari, seperti Pulau Merbau, Pulau Dua, Pulau Bangkai, Kolam Podipo, dan hutan mangrove Teluk Harapan (Dinas Pariwisata Bengkulu Utara, 2023). Potensi wisata *tracking* mangrove yang dilalui oleh sungai kecil dan wisata *lagoon* pantai Podipo yang cocok sebagai tempat wisata diving menjadi primadona wisata bahari di Desa Kahyapu. Pantai Pantai Labuho yang terlihat seperti selat sempit karena diapit oleh dua pulau kecil dan berjarak sekitar 21,6 km dari Desa Kahyapu menjadi alternatif wisata Pulau Enggano (Zaviery, 2023). Meskipun potensi wisata bahari di pesisir Kahyapu cukup banyak, namun pengembangan wisata bahari belum optimal.

Pengelolaan potensi wisata bahari di Desa Kahyapu saat ini dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Podipo yang berdiri sejak tahun 2021 dengan anggota sebanyak 33 orang. Saat ini, kelompok ini telah memiliki wisata bahari yang terdiri dari kegiatan memancing, snorkeling, scuba diving, susur bakau, berkemah dan fotografi. Sarana dan prasarana penunjang wisata bahari Pokdarwis Podipo terdiri dari perahu dan mesin perahu sebagai sarana transportasi wisatawan, penginapan, dan peralatan *scuba diving*. Meskipun demikian, wisata bahari masing-masing destinasi belum berjalan secara optimal. Dengan adanya destinasi wisata yang berada di Desa Kahyapu, perlu adanya peningkatan promosi sebagai salah satu strategi meningkatkan produktivitas kegiatan wisata bahari. Promosi ini diharapkan akan menarik wisatawan untuk berwisata ke Desa Kahyapu.

Kegiatan promosi dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata. Di dalam promosi wisata, perlu adanya unsur-unsur penunjang kualitas wisata, yaitu atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi dan pelayanan (*hospitality*) (Taghulih & Nuria, 2020). Strategi promosi merupakan salah satu pengembangan objek wisata bahari yang diterapkan dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui media cetak maupun elektronik (Asyiwati & Rustijarno, 2007). Promosi wisata yang kreatif, inovatif dan menarik akan memberikan hasil yang memuaskan sehingga meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat (Meutia & Rizal, 2022).

Jenis pariwisata yang dapat dikembangkan di Pulau Enggano antara lain pariwisata alam, pariwisata pantai, dan pariwisata bahari. Potensi pengembangan pariwisata pantai berada di pantai utara Desa Kaana hingga Banjarsari dengan aktivitas berupa bermain pasir, olahraga pantai, berenang, berperahu. Pariwisata bahari yang dapat dikembangkan antara lain pariwisata di tiga gugus pulau kecil, yaitu Pulau Dua, Pulau Merbau, dan Pulau Bangkai (Senoaji, 2009). Pulau Enggano memiliki potensi pariwisata olahraga seperti *Surfing*, *Snorkeling*, *Diving*, *Sport Fishing*, *Jungle Trekking*, dan *Windsurfing* yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (Dari *et al.*, 2022). Potensi

sumberdaya kelautan memberikan nilai manfaat pariwisata pada ekosistem terumbu karang dan mangrove (Zamdial *et al.*, 2019). Potensi mangrove di Desa Kahyapu Pulau Enggano juga sesuai dikembangkan menjadi objek ekowisata mangrove (Fitriana *et al.*, 2016).

Pengembangan dan pengelolaan pariwisata dapat dilakukan melalui pembangunan fasilitas, sosialisasi sadar wisata, pembentukan kelompok sadar wisata, pelatihan untuk peningkatan mutu SDM, dan promosi wisata (Sayogi & Demartoto, 2018). Promosi wisata bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai potensi kekayaan alam sebagai tujuan wisata menggunakan media-media promosi, seperti *in flight magazine*, *company profile*, *travel guide book*, brosur, *merchandise*, poster, *website*, dan media sosial (Sutanto *et al.*, 2013). Promosi wisata yang didukung oleh peningkatan kualitas layanan wisata akan memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke tempat wisata (Handayani & Dedi, 2017).

Pengelolaan pariwisata yang baik dan optimal dapat memberikan dampak pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat. Optimalisasi pengelolaan wisata bahari dapat dilakukan melalui pendampingan Pokdarwis dalam mengidentifikasi karakter pariwisata bahari, peningkatan promosi bahari, pemanfaatan media digital dalam penguatan promosi, dan perluasan jaringan pemasaran produk lokal yang mendukung wisata bahari. Peningkatan sumberdaya manusia Pokdarwis diperlukan untuk meminimalisir terjadinya perubahan kondisi ekonomi sehingga diharapkan mampu bersaing dengan arus barang dan jasa yang ditawarkan para pendatang dari pelabuhan penyebrangan. Dengan kekayaan dan keindahan alam bahari yang tinggi, harus diikuti dengan upaya promosi wisata bahari, karena tanpa adanya promosi maka potensi wisata bahari tidak akan terserap serta tidak membawa dampak ekonomi yang lebih besar. Untuk dapat mempromosikan potensi wisata baharinya, diperlukan pengetahuan, teknik dan strategi promosi sehingga memberikan hasil yang maksimal. Oleh karena itu, alternatif pemecahan masalah untuk meningkatkan promosi wisata bahari, perlu dilakukan penyuluhan dan pelatihan terkait dengan pengembangan potensi wisata desa pesisir, jenis dan karakter paket wisata bahari, branding wisata bahari, Pengetahuan tentang promosi, dan pengetahuan tentang membangun usaha berbasis kelompok.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemandirian Kelompok Sadar Wisata (Podipo) Desa Kahyapu Pulau Enggano melalui peningkatan promosi wisata bahari pesisir. Program pengabdian diharapkan mendorong perkembangan Pokdarwis dan mengentaskan masalah yang berkaitan dengan promosi wisata bahari sebagai upaya pengembangan kemandirian kelompok dalam peningkatan pengelolaan wisata bahari.

## B. METODE PELAKSANAAN

Metode ini dilakukan dengan metode penyuluhan yang melibatkan peran aktif masyarakat. Kegiatan ini berupa kegiatan tatap muka yang berisi teori dengan materi-materi yang relevan dengan tujuan dan sasaran kegiatan. Materi yang disusun memuat pengembangan potensi wilayah desa pesisir di Desa Kahyapu, jenis dan karakter wisata bahari Desa Kahyapu, *branding* desa wisata bahari, penyuluhan terkait promosi dan membangun usaha berbasis kelompok. Kegiatan ini dilakukan dengan aktivitas penyampaian materi dan evaluasi dari materi yang telah disampaikan. Penyuluhan terkait promosi memuat materi terkait penyusunan paket wisata bahari dan penyusunan leaflet/flyer sebagai media promosi. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 15 orang kelompok sasaran pengelola wisata Desa Kahyapu, yaitu Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Podipo Desa Kahyapu, Kecamatan Enggano, Kabupaten Bengkulu Utara. Pokdarwis Podipo dibentuk berdasarkan Keputusan Kepala Desa Kahyapu Nomor 9 Tahun 2021 yang beranggotakan 33 orang.

Program pengabdian ini dilaksanakan dalam 3 tahap, yaitu pra pelaksanaan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan. Tahap pra pelaksanaan dilakukan dengan penyusunan bahan ajar berupa leaflet sebagai rencana media promosi wisata kelompok. Tahap pelaksanaan terdiri dari tahap penyuluhan program melalui pertemuan tatap muka untuk penyampaian materi. Aktivitas penyuluhan program pengabdian disampaikan dalam bentuk penyampaian materi kelas yang terdiri atas pengembangan potensi desa pesisir berbasis wisata bahari, konsep promosi wisata bahari berdasarkan jenis dan karakter paket wisata serta *branding* wisata bahari, penyusunan promosi dan inisiasi perluasan promosi bahari serta evaluasi kegiatan. Susunan kurikulum penyuluhan peningkatan promosi wisata bahari disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Kurikulum penyuluhan dan pelatihan peningkatan promosi wisata bahari.

No	Materi	Aktivitas	Media Ajar
1	Pengembangan potensi desa pesisir berbasis wisata bahari	Penyampaian materi kelas	Modul, Peta
2	Konsep promosi wisata bahari: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis dan karakter paket wisata</li> <li>• <i>Branding</i> wisata bahari</li> </ul>	Penyampaian materi kelas	<i>Leaflet/flyer</i>
3	Penyusunan promosi dan inisiasi perluasan promosi wisata bahari	Penyampaian materi kelas dan praktek	Modul
4	Evaluasi kegiatan	Praktek	Kuisisioner

Selain itu, pelaksanaan program pengabdian juga melibatkan kelompok untuk berdiskusi terkait identifikasi kondisi eksisting wisata bahari melalui identifikasi analisis SWOT (*Strengthness-Weakness-Opportunity-Threatness*) yang dapat dilihat pada Tabel 2. *Output* kegiatan ini berupa

analisis interaksi faktor internal-eksternal Pokdarwis Podipo yang akan digunakan dalam menyusun rencana promosi wisata bahari.

**Tabel 2.** Diagram matrik SWOT

<b>Faktor</b>	<b><i>Strengths (S)</i></b>	<b><i>Weakness (W)</i></b>
<b>Internal</b>	Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>Faktor Eksternal</b>		
<b><i>Opportunities (O)</i></b>	<b>Strategi (S-O)</b>	<b>Strategi (W-O)</b>
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b><i>Threats (T)</i></b>	<b>Strategi (S-T)</b>	<b>Strategi (W-T)</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

(Rangkuti, 2015)

Tahap ketiga merupakan tahap monitoring dan evaluasi yang dilakukan dengan menggunakan kuisioner untuk menilai tingkat pemahaman dan pengetahuan kelompok setelah pemberian program pengabdian. Evaluasi dilakukan pada saat sesi terakhir ketika kegiatan penyuluhan berlangsung. Evaluasi diukur dari indikator kinerja pengabdian masyarakat untuk melihat peningkatan pemahaman terhadap potensi desa dan wisata bahari, peningkatan pemahalan terhadap promosi wisata bahari dan terbentuknya konsep media promosi, serta masyarakat memiliki teknik dan cara melakukan promosi wisata bahari. Indikator kinerja kegiatan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Indikator kinerja

<b>No</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Indikator Kinerja</b>
1	Penyuluhan/pelatihan pengembangan potensi desa pesisir berbasis wisata bahari	• Peningkatan pemahaman terhadap potensi desa dan wisata bahari
2	Peningkatan promosi	• Peningkatan pemahaman terhadap promosi wisata bahari • Terbentuknya konsep media promosi terkait wisata bahari Desa Kahyapu
3	Strategi dan perluasan promosi	• Masyarakat memiliki teknik dan cara melakukan promosi

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tahap Pra Pelaksanaan

Tahap pra pelaksanaan diawali dengan penyusunan bahan ajar berupa leaflet yang akan disosialisasikan kepada masyarakat Podipo Desa Kahyapu, Pulau Enggano. Saat ini, masyarakat Desa Kahyapu belum memiliki sarana promosi wisata sehingga desain leaflet penawaran wisata disusun dengan mengacu pada penawaran promosi wisata di lokasi lain. Leaflet berisi penawaran paket wisata bahari di Desa Kahyapu sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Leaflet dapat menjadi media promosi pariwisata yang menonjolkan informasi ikon destinasi wisata (Huda *et al.*, 2022). Leaflet dapat menjadi media informasi yang cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat lokal dan agen wisata dalam menjaga keberlanjutan kelestarian lingkungan destinasi wisata (Wijaya *et al.*, 2023). Desain leaflet dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Desain leaflet peningkatan promosi wisata Podipo Kahyapu, Pulau Enggano.

Selain leaflet sebagai media promosi, desain stiker juga dibuat untuk mengenalkan dan memperluas wisata bahari Kahyapu ke masyarakat. Hal ini penting dilakukan untuk membangun promosi wisata di masyarakat yang lebih luas. Desain stiker wisata bahari dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Stiker pengabdian peningkatan promosi wisata bahari.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan program dilakukan dengan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat Podipo Kahyapu meliputi pengenalan potensi wisata bahari Desa Kahyapu, sosialisasi media promosi wisata melalui leaflet, dan strategi peningkatan promosi. Hasil diskusi pada pelaksanaan penyuluhan program pengabdian masyarakat ini adalah perlu memberikan berbagai macam foto wisata bahari seperti mangrove yang akan menjadi prioritas pengembangan wisata bahari, perlu perhitungan secara detail untuk penawaran setiap paket, dan perlu manajemen persiapan paket yang ditawarkan. Selain itu, inventarisasi lokasi wisata Desa Kahyapu perlu dimasukkan ke dalam leaflet seperti Pulau Merbau, Pulau Dua, Pulau Bangkai, Kolam Podipo, dan hutan mangrove Teluk Harapan. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Sosialisasi penyusunan leaflet sebagai media promosi wisata bahari di Pokdarwis Podipo, Kahyapu, Pulau Enggano.

Leaflet promosi wisata bahari juga memuat informasi detil pelayanan wisata bahari sehingga orang awam dapat memahami dengan baik. Leaflet berfungsi sebagai ujung tombak promosi wisata yang berisi informasi objek wisata dihiasi foto-foto menarik, keterangan informatif, persuasif, dan promotif sehingga meningkatkan motivasi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata (Asmarani & Atrinawati, 2017). Informasi wisata yang dapat dicantumkan dalam leaflet seperti perencanaan rute wisata yang terintegrasi menggambarkan sebaran titik wisata alam dan budaya serta sarana pendukung kegiatan berwisata (Ramawangsa & Prihatiningrum, 2023). Leaflet yang berisi informasi wisata bahari ini akan diletakkan di kapal ferry, ruang publik, dan penyebaran melalui perseorangan di Kota Bengkulu. Namun, tidak menutup kemungkinan akan disebarakan melalui media sosial Podipo di masa mendatang.

Tabel 4. Pemetaan interaksi faktor internal dan eksternal.

Faktor Kunci Keberhasilan Internal	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
	Faktor Kunci Keberhasilan Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan SDM dengan kemampuan yang baik dalam melakukan usaha peningkatan wisata bahari</li> <li>• Terdapat jalur pelayaran yang mendukung aktivitas pariwisata</li> <li>• Keindahan dan kekayaan alam bahari</li> <li>• Dukungan dari pemerintah desa</li> </ul>
<i>Opportunities</i> (Peluang)	S-O	W-O
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi kunjungan warga non lokal</li> <li>• Masih luasnya potensi wisata bahari yang dapat dikembangkan</li> <li>• Perubahan pola pikir masyarakat terhadap arti penting wisata bahari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan wisata bahari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menciptakan peluang promosi wisata bahari Desa Kahyapu</li> <li>• Menyebarkan Desa Kahyapu sebagai Desa Wisata Bahari</li> </ul>
<i>Threats</i> (Ancaman)	S-T	W-T
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dan kemungkinan lokasi lain dengan jenis wisata bahari yang serupa</li> <li>• Kondisi karakteristik cuaca dan oseanografi Samudera Hindia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan komunikasi yang baik dengan kelompok dan daerah lain agar dapat menjadi sinergi</li> <li>• Menyusun program wisata bahari yang disesuaikan dengan karakteristik cuaca dan oseanografi samudera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginisiasi Desa Kahyapu sebagai desa wisata bahari pesisir barat Sumatera</li> </ul>

(Sumber: analisis data, 2023)

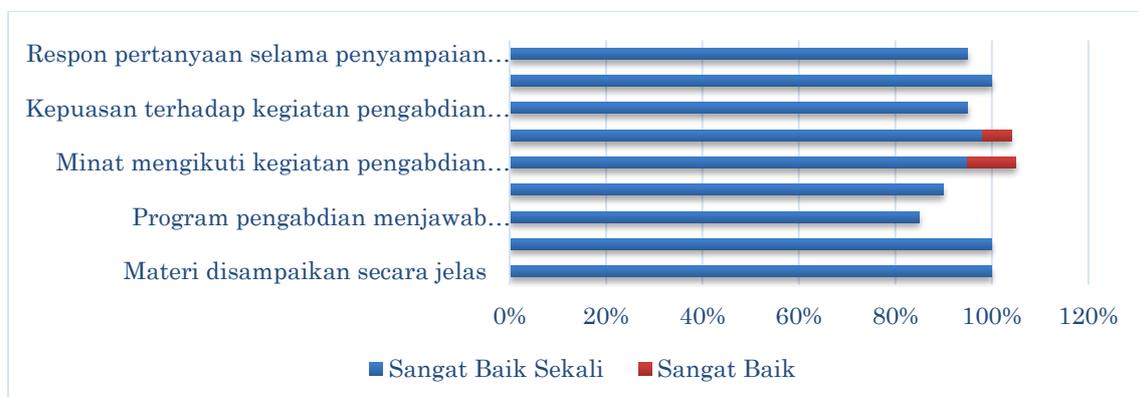
Pemetaan analisis SWOT berdasarkan hasil diskusi bersama Podipo Kahyapu dapat dilihat pada Tabel 4. Saat ini, desa wisata Kahyapu telah memiliki SDM yang mampu mengelola potensi wisata bahari di Desa Kahyapu dan jalur pelayaran yang mendukung aktivitas wisata bahari menjadi kekuatan keberhasilan pengembangan wisata bahari Desa kahyapu. Ruas jalan trans Enggano akan menjadi akses penghubung dari Pelabuhan Kahyapu dan Pelabuhan Malakoni serta Bandara Enggano (Kementerian PUPR, 2023). Namun, perlu pemetaan kesesuaian dan prioritas pengembangan wisata bahari untuk meningkatkan promosi wisata bahari Desa Kahyapu.

Potensi wisata bahari Desa Kahyapu ini menjadi peluang promosi potensi wisata ke luar Pulau Enggano. Strategi pengembangan berdasarkan

karakteristik wisata bahari yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia perlu disusun secara detil agar dapat berkelanjutan. Pariwisata bahari dikatakan berkelanjutan apabila terdapat kerjasama dan partisipasi antar pihak *stakeholders* yang dilibatkan dalam proses perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan wisata sesuai dengan peran masing-masing sehingga dapat mencapai hasil dan tujuan yang diharapkan (Eka *et al.*, 2020). Promosi wisata dapat ditingkatkan dengan melakukan kerjasama dengan travel agent, peningkatan infrastruktur dan transportasi menuju lokasi destinasi wisata, peningkatan sumber daya manusia, serta keterlibatan masyarakat dalam mempromosikan wisata daerahnya (Prastiyanti & Yulianto, 2019).

### 3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

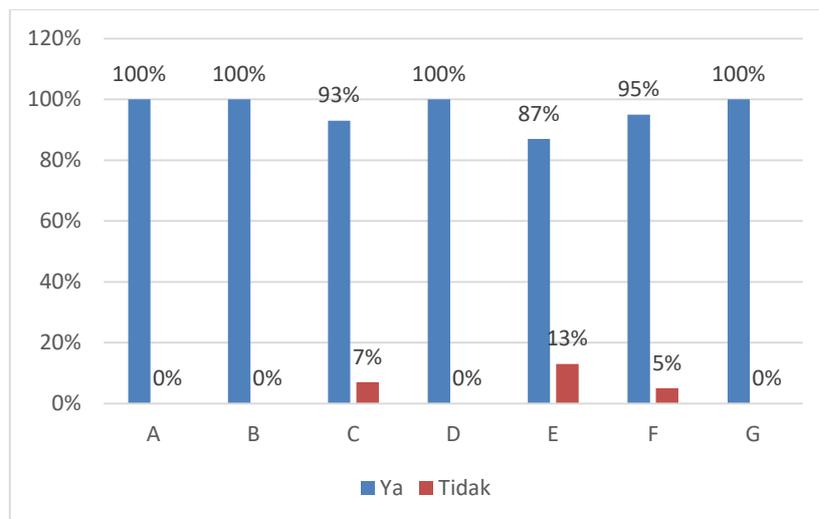
Berdasarkan analisis kuisioner evaluasi kegiatan, secara umum materi pengabdian telah disampaikan secara jelas sesuai dengan durasi penyampaian materi. Materi yang disampaikan telah menjawab permasalahan kelompok karena memberikan solusi kepada masyarakat berupa media promosi leaflet dan stiker promosi wisata. Sebanyak 95% masyarakat puas terhadap pelaksanaan program pengabdian dan mendukung keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat selanjutnya. Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Analisis kuisioner evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kahyapu.

Umpan balik atau *feedback* yang diberikan kepada masyarakat setelah diberikan materi program pengabdian kepada masyarakat menunjukkan tingkat pemahaman terhadap wisata bahari (Gambar 5). Masyarakat memahami jenis wisata bahari yang berada di Desa Kahyapu dan bagaimana pentingnya pengelolaan wisata bahari secara berkelanjutan. Masyarakat juga memahami apa saja daya tarik wisata bahari Desa Kahyapu dan strategi pengembangan wisata bahari berdasarkan potensi wisata yang diunggulkan. Secara umum, masyarakat memahami konsep pengembangan wisata bahari, namun belum sepenuhnya menerapkan atraksi, amenitas,

dan aksesibilitas wisata bahari serta strategi promosi dan pemasaran wisata bahari. Program pengabdian kepada masyarakat ke depan diharapkan dapat menyusun strategi promosi dan pemasaran wisata bahari Desa Kahyapu dalam bentuk media online sekaligus dapat menyusun masterplan wisata bahari yang menjadi destinasi prioritas pariwisata bahari di Indonesia, khususnya di Kota Bengkulu. Promosi wisata merupakan upaya pengenalan dan pemberitahuan objek wisata yang dapat dilakukan dengan mengikuti pameran, promosi di media elektronik maupun media internet, serta promosi melalui duta wisata, dengan tujuan untuk menarik para wisatawan datang berkunjung ke daerah tujuan wisata (Bonita, 2016).



**Gambar 5.** Analisis kuisioner kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kahyapu. (Sumber: Analisis data, 2023)

Keterangan: A= Pemahaman defenisi wisata bahari; B= Daya tarik wisata bahari; Desa Kahyapu; C= Promosi wisata; D= Pengembangan wisata bahari; E= Hambatan dan pengembangan wisata bahari; F= Strategi pengembangan wisata bahari; dan G= Pentingnya pengelolaan wisata bahari.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat dalam rangka peningkatan promosi wisata bahari di Desa Kahyapu berjalan dengan baik dan lancar dengan pemberian materi terkait pengenalan wisata bahari, identifikasi wisata bahari, strategi promosi dan pemasaran wisata bahari. Media leaflet dan stiker sebagai sarana promosi cetak telah disosialisasikan sebagai media promosi wisata bahari. Masyarakat telah sepenuhnya memahami terkait konsep wisata bahari (95%), namun perlu peningkatan dan variasi media promosi seperti pemanfaatan media sosial *online* sebagai sarana promosi. Perlu adanya pengenalan promosi wisata melalui media sosial seperti Youtube, Website, dan platform media sosial lainnya serta perlunya pemetaan area wisata beserta fasilitas wisata bahari di Desa Kahyapu.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian dan penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu yang telah memberikan hibah pendanaan skema Pengabdian Pembinaan Tahun 2023 sehingga kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik. Tim penulis juga mengucapkan kepada Pokdarwis Podipo Kahyapu dan tim Ekspedisi Enggano Prodi Ilmu Kelautan Universitas Bengkulu Tahun 2023 atas dukungan pelaksanaan program pengabdian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Asmarani, R., & Atrinawati. (2017). Penulisan Media Promosi Wisata Dalam Bahasa Indonesia Dan Bahasa Inggris Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Pemerintah Kota Semarang. *Jurnal Harmoni*, 1(1), 56–64.
- Asyiawati, Y., & Rustijarno, S. (2007). Pengembangan Wisata Bahari Di Wilayah Pesisir Selatan Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota UNISBA*, 7(1), 1–7.
- Bonita, N. (2016). Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin Di Kabupaten Berau. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 4(4), 1499–1510.
- Dari, S. W., Prabowo, A., & Raibowo, S. (2022). Potensi Perkembangan Pariwisata Olahraga (Sport Tourism) di Kecamatan Enggano, Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. *Sport Gymnastics: Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani*, 3(2), 288–300. <https://doi.org/10.33369/gymnastics>
- Dinas Pariwisata Bengkulu Utara. (2023). *Data Objek Wisata dan Pengelola Objek Wisata Kabupaten Bengkulu Utara Tahun 2023*. <https://dispar.bengkuluutarakab.go.id/wisata/data-objek-wisata-dan-pengelola-objek-wisata-kabupaten-bengkulu-utara-tahun-2023/>
- Eka, Y., Dan, N., & Lussie, F. (2020). *Pengembangan Wisata Bahari Pantai Mulut Seribu Sebagai Daya Tarik Wisata Berkelanjutan Di Kabupaten Rote, Nusa Tenggara Timur* (Vol. 2, Issue 2).
- Fitriana, O. D., Johan, Y., Person, D., & Renta, P. (2016). Analisis Kesesuaian Ekowisata Mangrove Desa Kahyapu Pulau Enggano. In *Jurnal Enggano* (Vol. 1, Issue 2).
- Handayani, E., & Dedi, M. (2017). Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*, 7(2), 151–160.
- Huda, K., Elia, S., Permatasari, O., Waluyo, S. E. Y., Cahyani, D., Prasetyo, H. B., Efendi, M. J., & Divana, M. S. (2022). Pembuatan Leaflet untuk Promosi Pariwisata di Pokdarwis Kelurahan Pulorejo Kota Mojokerto. *Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(5), 27–30.
- Kementerian PUPR. (2023). *Tangani Konektivitas Pulau Terisolir, Kementerian PUPR Bangun Jalan di Pulau Enggano, Bengkulu*. <https://pu.go.id/kanal-gallery/1607>
- Meutia, R., & Rizal, S. (2022). Pengaruh Pengembangan Wisata Bahari terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Dua Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan. *Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 59–78.
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184.
- Ramawangsa, P. A., & Prihatiningrum, A. (2023). Pemetaan Rute Wisata Partisipatif: Sinergi Penguatan Kapasitas Pokdarwis Dan Promosi Wisata

- Kelurahan Kemumu, Bengkulu Utara. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(4), 1179–1187. <https://doi.org/10.31604/jpm.v6i4.1179-1187>
- Rangkuti, F. (2015). *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*. Gramedia Pustaka Utama.
- Senoaji, G. (2009). Daya Dukung Lingkungan Dan Kesesuaian Lahan Dalam Pengembangan Pulau Enggano Bengkulu. *Jurnal Bumi Lestari*, 9(2), 159–166.
- Sutanto, M. A., Riyanto, B., & Yuwono, E. C. (2013). Perancangan Promosi Untuk Menunjang Potensi Wisata Bahari Kepulauan Kangean, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 1–20.
- Taghulih, B., & Nuria, H. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Bahari Kabupaten Morotai Provinsi Maluku Utara. *Tekstual*, 18(1), 12–23.
- Wijaya, N. I., Diarsvitri, W., Subur, J., & Herman, H. (2023). Pengembangan Wisata Bahari Pulau Gili Labak Melalui Digital Marketing. *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 250–264. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.250-264>
- Wulan Sayogi, K., & Demartoto, A. (2018). Pengembangan Pariwisata Bahari. In *Journal of Development and Social Change* (Vol. 1, Issue 1).
- Zamdial, Z., Hartono, D., Anggoro, A., & Muqsit, A. (2019). Valuasi Ekonomi Ekosistem Terumbu Karang Di Pulau Enggano, Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. *Jurnal Enggano*, 4(2), 160–173. <https://doi.org/10.31186/jenggano.4.2.160-173>
- Zaviery, Z. (2023). *Tiga Pulau Kecil di Enggano, Andalan Destinasi Wisata Desa Kahyapu*. <https://www.sahabatrakyat.com/advertorial/tiga-pulau-kecil-di-enggano-andalan-destinasi-wisata-desa-kahyapu/>