

## **DIGITAL MARKETING BAGI KELOMPOK TANI HUTAN MANGRUVE DALAM MEMPROMOSIKAN EKOWISATA DAERAH PESISIR**

**Darmawati Manda<sup>1\*</sup>, Andi Tenri Sose<sup>2</sup>, Kamran Aksa<sup>3</sup>, Syahril Idris<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, Universitas Bosowa, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen, STIM Lasharan Jaya Makassar, Indonesia

<sup>3</sup>Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Bosowa, Indonesia

<sup>4</sup>Teknik Arsitektur, Universitas Bosowa, Indonesia

[darmawati.manda@universitasbosowa.ac.id](mailto:darmawati.manda@universitasbosowa.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

**Abstrak:** Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas Kelompok Tani Hutan Mangrove Monro Monro dalam memanfaatkan digital marketing untuk mempromosikan potensi ekowisata pesisir berbasis mangrove. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya kemampuan pemasaran digital dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi dalam promosi wisata. Tujuan kegiatan ini adalah memperkuat *soft skill* dan *hard skill* anggota KTH dalam manajemen promosi digital, pembuatan konten, dan branding ekowisata. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program dengan melibatkan 15 anggota kelompok tani hutan mangrove. Teknologi yang diterapkan mencakup Sistem Informasi Mangrove berbasis Website, SEO & Digital Marketing Tools, Media Sosial Instagram, Reservasi Online berbasis WhatsApp Business, serta Software Monitoring Pengunjung berbasis Kamera. Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis SWOT dan GAP. Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pelaksanaan program, sedangkan analisis GAP bertujuan mengidentifikasi kesenjangan antara kondisi kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Penggunaan kedua metode ini untuk menilai efektivitas kegiatan serta mengukur peningkatan keterampilan (*soft skill* dan *hard skill*) anggota kelompok secara komprehensif. Hasil menunjukkan peningkatan *soft skill* sebesar 75%, *hard skill* sebesar 70%, serta nilai ekonomis kelompok meningkat 55% melalui peningkatan kunjungan wisata dan penjualan produk olahan mangrove.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Ekowisata Pesisir; Mangrove; Pemberdayaan Ekonomi; Sistem Informasi.

**Abstract:** This community service program aims to increase the capacity of the Monro Monro Mangrove Forest Farmers Group in utilizing digital marketing to promote the potential of mangrove-based coastal ecotourism. The main problems faced by partners are low digital marketing capabilities and the suboptimal use of technology in tourism promotion. The objective of this activity is to strengthen the soft skills and hard skills of KTH members in digital promotion management, content creation, and ecotourism branding. The implementation method includes socialization, training, technology application, mentoring and evaluation, and program sustainability by involving 15 members of the mangrove forest farmer group. The technologies implemented include a website-based Mangrove Information System, SEO & Digital Marketing Tools, Instagram Social Media, WhatsApp Business-based Online Reservations, and Camera-based Visitor Monitoring Software. The evaluation was conducted using a qualitative approach through SWOT and GAP analysis. The SWOT analysis is used to assess the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in program implementation, while the GAP analysis aims to identify gaps between the condition of participants' abilities before and after training. The use of these two methods is to assess the effectiveness of the activity and measure the improvement of group members' skills (*soft skills* and *hard skills*) comprehensively. The results showed an increase in soft skills of 75%, hard skills of 70%, and the group's economic value increased by 55% through increased tourist visits and sales of processed mangrove products.

**Keywords:** Digital Marketing, Coastal Ecotourism; Mangroves; Economic Empowerment; Information Systems.



**Article History:**

Received: 17-10-2025

Revised : 08-11-2025

Accepted: 20-11-2025

Online : 01-12-2025



This is an open access article under the  
[CC-BY-SA](#) license

## A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital di era industri 4.0 telah mengubah paradigma promosi dan pemasaran berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata (Dewi et al., 2024; Tangkudung et al., 2024). Digital marketing menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan informasi, meningkatkan daya tarik wisata, serta memperkuat daya saing ekonomi daerah (Singh et al., 2024; Udayana et al., 2024). Dalam konteks global, pariwisata berkelanjutan berbasis ekowisata menjadi tren utama yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Margaretha, 2024; Sirih et al., 2024). Namun, banyak daerah pesisir yang memiliki potensi wisata alam, khususnya hutan mangrove, belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk promosi dan peningkatan nilai ekonominya (Bong et al., 2024; Sofiani et al., 2024). Ketertinggalan ini menyebabkan potensi besar yang dimiliki daerah pesisir belum sepenuhnya memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat local (Elita et al., 2024; Rohayati & Syamsir, 2024).

Permasalahan utama yang dihadapi Kelompok Tani Hutan Mangrove Monro Monro adalah rendahnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran digital ekowisata (Mustamin & Nur, 2023; Satyarini et al., 2023). Beberapa permasalahan teridentifikasi antara lain: (1) belum adanya sistem informasi terpadu yang menampilkan potensi ekowisata mangrove; (2) kurangnya pemahaman anggota tentang strategi digital marketing dan SEO; (3) keterbatasan kemampuan membuat konten promosi yang menarik di media sosial; (4) belum adanya sistem reservasi online yang memudahkan pengunjung; dan (5) belum tersedia sistem monitoring pengunjung yang mendukung analisis data wisatawan. Kondisi ini menjadi alasan mendasar mengapa program pengabdian perlu dilakukan, yakni untuk meningkatkan kapasitas digital anggota kelompok serta memperluas jangkauan promosi wisata mangrove melalui pendekatan teknologi (Suwarno et al., 2024; Titisari et al., 2024).

Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital mampu memperkuat daya saing ekonomi masyarakat pesisir. Menurut Khairunisa et al. (2023), penggunaan sistem informasi berbasis website dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata lokal hingga 60% dalam kurun waktu enam bulan. Penelitian Pratiwi & Rohman (2023) menemukan bahwa strategi digital marketing melalui media sosial seperti Instagram mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan hingga 45%. Selain itu, Madyowati et al. (2023) menjelaskan bahwa integrasi SEO dan konten digital yang menarik dapat memperkuat branding daerah wisata berbasis komunitas. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa penguasaan teknologi digital bukan sekadar kebutuhan tambahan, melainkan faktor strategis dalam pengembangan ekowisata yang berkelanjutan (Septinda & Kartika, 2023).

Selanjutnya, penelitian Singgalen (2023a), (2023b) tentang pengembangan ekowisata mangrove berbasis masyarakat di pesisir Sulawesi menunjukkan bahwa promosi digital berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Pendekatan teknologi juga dinilai mampu menjaga keberlanjutan lingkungan melalui sistem monitoring berbasis kamera yang membantu pengelolaan jumlah pengunjung agar tidak melebihi kapasitas ekologis. Selain itu, Etrisia et al. (2022) membuktikan bahwa pelatihan penggunaan media sosial dan SEO kepada kelompok masyarakat pesisir dapat meningkatkan literasi digital sekaligus memberdayakan mereka sebagai agen promosi daerahnya sendiri.

Pengabdian serupa oleh Oktapianti et al. (2023) di wilayah pesisir Kalimantan memperlihatkan bahwa kombinasi pelatihan, penerapan sistem reservasi online, dan pendampingan intensif menghasilkan peningkatan signifikan terhadap *soft skill* dan *hard skill* masyarakat lokal. Mereka menjadi lebih terampil dalam mengelola akun media sosial, mengoperasikan sistem reservasi digital, dan memanfaatkan data pengunjung untuk strategi pemasaran. Berdasarkan hasil-hasil penelitian dan pengabdian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi informasi dan digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan kemandirian serta kesejahteraan kelompok masyarakat pengelola ekowisata.

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah penerapan lima perangkat teknologi utama, yaitu: (1) Sistem Informasi Mangrove berbasis Website untuk menampilkan profil wisata dan potensi produk lokal; (2) SEO & Digital Marketing Tools untuk optimalisasi visibilitas di mesin pencari; (3) Media Sosial Instagram sebagai sarana promosi visual; (4) Reservasi Online berbasis WhatsApp Business untuk mempermudah pemesanan wisata; dan (5) Software Monitoring Pengunjung berbasis Kamera guna mendukung analisis dan manajemen kunjungan wisatawan. Seluruh tahapan dilaksanakan melalui pendekatan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program agar hasilnya dapat terukur dan berkelanjutan.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas digital anggota KTH Mangrove Monro Monro dalam mengelola promosi dan pemasaran ekowisata berbasis teknologi. Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan *soft skill* dalam hal komunikasi digital, kreativitas konten, dan manajemen media sosial, serta peningkatan *hard skill* dalam pengoperasian sistem informasi, penggunaan perangkat digital marketing, dan analisis data pengunjung. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan meningkatkan nilai ekonomis dan keberlanjutan ekowisata mangrove Monro Monro, sehingga masyarakat pesisir dapat lebih mandiri, produktif, dan sejahtera melalui pemanfaatan teknologi digital yang tepat guna.

## B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan berbasis proyek (project-based mentoring) untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan secara aplikatif. Kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Tahap sosialisasi bertujuan memperkenalkan urgensi penerapan digital marketing dalam pengelolaan ekowisata berbasis mangrove. Tahap pelatihan difokuskan pada peningkatan kapasitas anggota kelompok dalam mengoperasikan perangkat digital, meliputi Sistem Informasi Mangrove berbasis Website, SEO & Digital Marketing Tools, Media Sosial Instagram, Reservasi Online berbasis WhatsApp Business, serta Software Monitoring Pengunjung berbasis Kamera. Tahap penerapan teknologi dilakukan melalui praktik langsung di lapangan untuk menghasilkan produk digital yang relevan dengan kebutuhan promosi ekowisata. Selanjutnya, pendampingan dilaksanakan guna memastikan mitra mampu mengelola sistem dan strategi digital secara mandiri dan berkelanjutan. Tahap akhir berupa evaluasi dan keberlanjutan program difokuskan pada penilaian efektivitas penerapan teknologi, peningkatan kapasitas peserta, serta rencana tindak lanjut untuk memperkuat kemandirian digital kelompok.

Adapun kegiatan mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator dan pendamping teknis dalam proses pelatihan dan penerapan teknologi. Mahasiswa membantu anggota kelompok tani dalam pembuatan konten digital, manajemen media sosial, serta pengoperasian sistem reservasi dan monitoring pengunjung. Selain itu, mahasiswa juga dilibatkan dalam pengumpulan data evaluasi melalui penyebaran angket dan wawancara untuk analisis SWOT dan GAP, sehingga hasil pengabdian dapat terukur dan memberikan umpan balik terhadap efektivitas program.

Mitra kegiatan ini adalah Kelompok Tani Hutan Mangrove samaturu yang berlokasi Daerah pesisir Monro Monro, Kabupaten Jeneponto, dengan dukungan aktif dari Pemerintah Desa Monro Monro. Jumlah anggota yang terlibat sebanyak 17 orang, terdiri atas pengelola ekowisata, pelaku usaha olahan mangrove, dan aparat desa. Mitra memiliki potensi besar dalam pengembangan ekowisata mangrove, namun masih terbatas dalam kemampuan promosi digital dan manajemen teknologi informasi. Oleh karena itu, kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan mitra menjadi langkah strategis dalam peningkatan kapasitas dan keberlanjutan pengelolaan wisata pesisir berbasis teknologi.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan inti, serta monitoring dan evaluasi. Tahap pra-kegiatan mencakup proses koordinasi dengan mitra, identifikasi kebutuhan lapangan, penyusunan instrumen angket awal untuk pemetaan kemampuan digital peserta, serta instalasi perangkat teknologi pendukung.

Tahap kegiatan inti meliputi kegiatan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas digital anggota kelompok tani hutan mangrove. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkelanjutan untuk menilai efektivitas kegiatan, tingkat adopsi teknologi, serta dampaknya terhadap kemampuan promosi dan pengelolaan ekowisata berbasis mangrove. Rincian jadwal kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1.** jadwal kegiatan

<b>Waktu</b>	<b>Materi Kegiatan</b>	<b>Pemateri/Pendamping</b>
Minggu 1	Sosialisasi Digital Marketing dan Ekowisata Mangrove	Tim Dosen & Kepala Desa Bontomanai
Minggu 2	Pelatihan Sistem Informasi Mangrove berbasis Website	Dosen TI & Mahasiswa PMM
Minggu 3	Pelatihan SEO dan Strategi Digital Marketing	Praktisi Digital Marketing & Dosen TI
Minggu 4	Pelatihan Penggunaan Media Sosial (Instagram & WhatsApp Business)	Mahasiswa PMM & Dosen Pembimbing
Minggu 5	Penerapan Software Monitoring Pengunjung berbasis Kamera	Dosen Teknik & Mahasiswa
Minggu 6	Pendampingan Pengelolaan Konten dan Branding Ekowisata	Tim Dosen & Mahasiswa
Minggu 7	Evaluasi Awal dan Perencanaan Keberlanjutan Program	Tim Evaluator (Dosen & Mitra)

Berikut adalah bagan alur pelaksanaan kegiatan, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Alur Pelaksanaan Kegiatan

Indikator penilaian dalam evaluasi program mencakup tiga aspek utama, yaitu keterampilan, partisipasi, dan keberlanjutan. Aspek keterampilan diukur berdasarkan peningkatan kemampuan mitra dalam mengoperasikan teknologi digital, mengelola konten promosi, serta menggunakan sistem informasi mangrove. Aspek partisipasi dinilai dari tingkat keaktifan dan konsistensi anggota dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, termasuk kontribusi dalam praktik penerapan teknologi di lapangan. Sementara itu, aspek keberlanjutan dievaluasi melalui kemampuan kelompok dalam

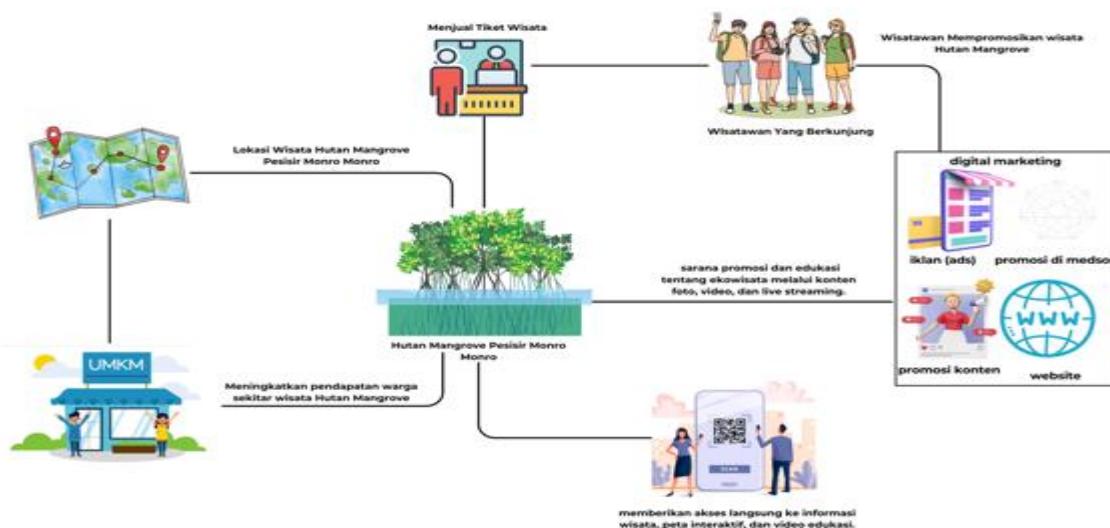
mempertahankan dan mengembangkan sistem digital yang telah dibangun, serta kemauan untuk melanjutkan kegiatan promosi ekowisata secara mandiri setelah program berakhir.

Monitoring dan Evaluasi dilakukan pada dua tahap, yaitu selama kegiatan berlangsung dan pasca kegiatan (lapangan). Evaluasi dilakukan melalui penyebaran angket dan wawancara, serta pengamatan langsung terhadap kemampuan mitra dalam menggunakan perangkat digital. Pendekatan analisis SWOT dan GAP digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan dari implementasi program. Evaluasi tahap pertama (saat kegiatan) menilai peningkatan kemampuan teknis dan partisipasi mitra selama pelatihan, sedangkan evaluasi tahap kedua (pasca kegiatan) menilai efektivitas penggunaan sistem, keberlanjutan operasional, serta dampak terhadap peningkatan ekonomi dan kunjungan wisata. Hasil evaluasi ini menjadi dasar penyusunan rencana tindak lanjut agar program dapat terus berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat pesisir Monro Monro.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pra Kegiatan

Tahap pra-kegiatan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian, Kelompok Tani Hutan Mangrove Samaturu, dan Pemerintah Desa Monro Monro. Kegiatan ini bertujuan menyamakan persepsi mengenai tujuan, sasaran, dan manfaat program. Selain itu, dilakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui penyusunan angket awal dan wawancara untuk memetakan kemampuan digital serta kesiapan teknologi yang dimiliki kelompok. Pada tahap ini juga dilakukan instalasi dan uji coba awal perangkat teknologi, termasuk Sistem Informasi Mangrove berbasis Website dan perangkat pendukung digital marketing. Hasil pra-kegiatan menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan yang sesuai dengan kondisi lapangan, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Teknologi dan Inovasi

## 2. Pelaksanaan

Tahap sosialisasi berfokus pada pengenalan pentingnya penerapan teknologi informasi dalam promosi ekowisata berbasis mangrove. Kegiatan ini dihadiri oleh seluruh anggota kelompok bersama Pemerintah Desa Monro Monro dan membahas potensi ekonomi dari pengembangan ekowisata digital. Tahap pelatihan diarahkan untuk meningkatkan kompetensi teknis anggota kelompok dalam menggunakan perangkat digital. Peserta dilatih mengoperasikan Sistem Informasi Mangrove berbasis Website, mengoptimalkan konten menggunakan SEO dan Digital Marketing Tools, mengelola promosi melalui media sosial Instagram, serta melakukan reservasi online melalui WhatsApp Business. Selain itu, diperkenalkan pula Software Monitoring Pengunjung berbasis Kamera untuk mencatat data kunjungan wisata secara otomatis.

Tahap penerapan teknologi dilakukan di lapangan dengan mengaktifkan sistem informasi mangrove yang menampilkan profil kawasan, potensi wisata, dan produk olahan hasil mangrove. Akun Instagram resmi kelompok diintegrasikan dengan situs web utama, sehingga publikasi konten promosi dapat dilakukan secara terencana. Sistem reservasi daring mulai digunakan untuk pemesanan tur edukasi dan pembelian produk lokal, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Penyerahan alat teknologi Inovasi dan pelatihan salah satu anggota kelompok

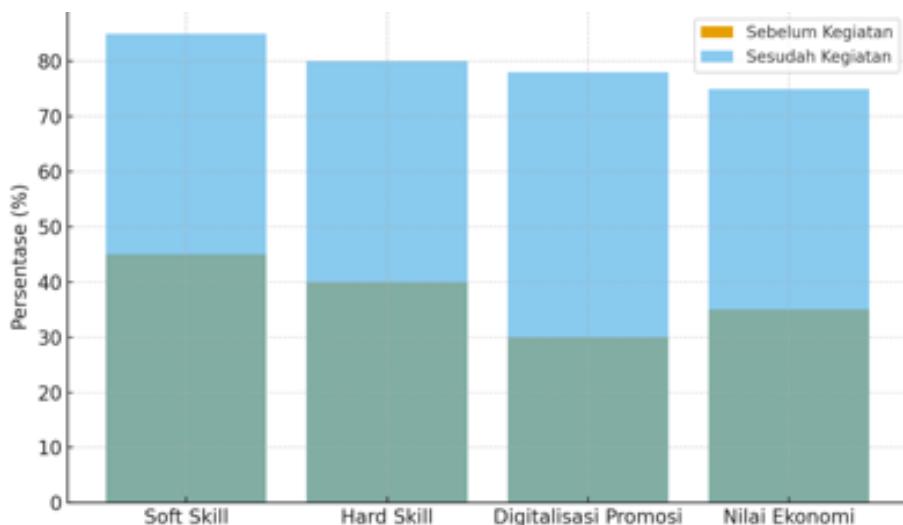
Tahap pendampingan dilakukan secara berkala oleh tim dosen dan mahasiswa untuk memastikan teknologi dapat dioperasikan secara mandiri oleh mitra. Pendampingan ini meliputi pembuatan konten digital, pengelolaan akun media sosial, dan penyusunan laporan kegiatan wisata. Tahap terakhir, yaitu keberlanjutan program, dilakukan dengan membentuk Tim Pengelola Digital Ekowisata yang bertanggung jawab memelihara sistem informasi, memperbarui konten promosi, serta berkomunikasi dengan calon wisatawan. Pemerintah Desa Monro Monro berkomitmen mendukung keberlanjutan ini melalui integrasi dalam program desa wisata dan promosi daerah.

Kelompok Tani Hutan Mangrove Samaturu memiliki area pengelolaan seluas 4,8 km<sup>2</sup> yang mencakup kawasan mangrove alami dan area konservasi berbasis wisata edukatif. Wilayah ini memiliki potensi strategis untuk

pengembangan ekowisata pesisir karena keragaman ekosistem dan kemudahan akses. Dari 17 anggota kelompok yang terdiri atas pengelola kawasan, pemandu wisata, dan pelaku usaha olahan mangrove, kini sebagian besar telah mampu mengelola promosi digital secara mandiri dan menghasilkan produk bernilai ekonomi tinggi.

### 3. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui dua mekanisme, yaitu monitoring selama kegiatan berlangsung dan evaluasi pasca kegiatan. Monitoring berfungsi memantau partisipasi mitra, kemampuan adaptasi terhadap teknologi, serta efektivitas media promosi digital. Evaluasi dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis SWOT dan GAP. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (kemauan belajar tinggi dan dukungan pemerintah desa), kelemahan (keterbatasan akses internet), peluang (potensi wisata dan produk lokal), serta ancaman (minimnya promosi luar daerah). Analisis GAP membandingkan kemampuan mitra sebelum dan sesudah kegiatan untuk menilai peningkatan keterampilan dan adopsi teknologi, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada empat aspek utama: *soft skill*, *hard skill*, digitalisasi promosi, dan nilai ekonomi. Sebelum kegiatan, hanya 30% anggota memahami penggunaan media sosial untuk promosi; setelah pelatihan, angka tersebut meningkat menjadi 85%. Penguasaan penggunaan website dan sistem reservasi daring naik dari 20% menjadi 80%, sementara kemampuan SEO meningkat dari 15% menjadi 75%, dan pengoperasian software monitoring meningkat dari 10% menjadi 70%. Secara keseluruhan, terjadi peningkatan *soft skill* sebesar 75%, *hard skill* sebesar 70%, serta peningkatan nilai ekonomi kelompok sebesar 55% melalui kenaikan jumlah pengunjung dan penjualan produk olahan mangrove.

## D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kemampuan dan kemandirian kelompok tani dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi ekowisata berbasis mangrove. Melalui tahapan kegiatan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan keberlanjutan program, anggota Kelompok Tani Hutan Mangrove Samaturu menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan digital dan pengelolaan usaha wisata. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terjadi peningkatan *soft skill* sebesar 40% dan *hard skill* sebesar 40%, disertai dengan peningkatan kemampuan digitalisasi promosi hingga 48% serta nilai ekonomi kelompok yang meningkat sekitar 40% pasca pelatihan dan penerapan teknologi.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah perlunya penguatan keberlanjutan program melalui pembentukan tim digital marketing desa yang berfungsi menjaga konsistensi promosi daring dan pembaruan konten wisata secara berkala. Selain itu, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai efektivitas integrasi Artificial Intelligence dalam sistem reservasi dan analisis perilaku pengunjung berbasis data, guna meningkatkan efisiensi dan daya saing ekowisata mangrove. Program pengabdian berikutnya juga dapat diperluas ke bidang konservasi digital, edukasi lingkungan, dan ekonomi kreatif pesisir berbasis teknologi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas dukungan dan pembiayaan melalui Kontrak Induk, Nomor 1267/LL9/PPM-THP III/2025 pada tanggal 12 September 2025 serta Kontrak Turunan Nomor 1267/LL9/PPM-THP III/2025 dan PPM3/1267/016/DRIPM-Unibos/IX/2025 Tanggal 13 September 2025. Bantuan pendanaan ini menjadi landasan penting dalam pelaksanaan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan pemberdayaan masyarakat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Bong, M., Djunaid, I. S., & Krisnadi, A. R. (2024). Analisis Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas di Taman Wisata Alam Angke Kapuk. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 1972-1976. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i2.4022>
- Dewi, R., Musdawina, M., Musdawina, M., Ahmady, Z., HR, M., & Sakir, S. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(03) 68-69. <https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i03.169>
- Elita, V., Sari, N. Y., & Rustam, M. (2024). Hubungan Fungsi Keluarga Dengan Status Mental Remaja Pada Keluarga Di Daerah Pesisir. *Jurnal Keperawatan*, 16(1) 11-21.

- Etrisia, M., Runiwan, Izhanoor, H., Sitompul, M. C., Raskita, E. D., Gusanawati, Syafa`ad, N. H., Musinin, M. A., Widiawan, R., Alimuddin, N. A., & Indrayanti, L. (2022). Pendampingan Dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Pengrajin Rotan Di Desa Pantai Bertujuan Untuk Peningkatan Daya Jual Produk. *Pengabdian Kampus : Jurnal Informasi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2) 36-46. <https://doi.org/10.52850/jpmupr.v9i2.5371>
- Khairunisa, T., Rachmadian, R. H., Dermawan, J., Hilmy, M. Z., & Putra, A. K. (2023). Pengembangan Tourism Virtual Reality sebagai Optimalisasi Digital Promotion Green Economy Wisata Gumuk Pangroso Poncokusumo. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3) 548-563. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1483>
- Madyowati, S. O., Ningtyas, R. W., Prihartono, E., Illahi, R. W., Pamudi, P., Trisbiantoro, D., & Aida, G. R. (2023). Penguatan Promosi Eco-Wisata Banyuurip Mangrove Center Melalui Pelatihan Pengisian Konten Kreatif. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1) 36-46. <https://doi.org/10.32529/tano.v6i1.2272>
- Margaretha, R. (2024). Strategi Capacity Building dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1) 248-256. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3588>
- Mustamin, M., & Nur, M. A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Kabupaten Sinjai Melalui Pengembangan Ekowisata Pulau Larea Rea (Edukasi Ecoprinting, Outbound Education, dan Digital Marketing). *Jurnal IPMAS*, 3(2) 113-123. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.2.2023.296>
- Oktapianti, A., Akbar, A. A., Pramulya, M., & Ibrahim, I. (2023). Kajian Status Ketersediaan Pangan Dan Air Wilayah Pesisir Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. *GEOGRAPHY: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 11(1). <https://doi.org/10.31764/geography.v11i1.11839>
- Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jesya*, 6(1) 881-898. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1018>
- Rohayati, W., & Syamsir, S. (2024). Implementasi Model Project Based Learning (PjBL) untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa pada Mata Kuliah Pengelolaan Daerah Pesisir. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(1) 10462-10467. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i1.3061>
- Satyarini, N. W. M., Mulyana, A., Ngarbingan, H. K., Akbara, A. Z., Lanisy, N. A., & Suryantari, Y. (2023). Optimalisasi Pemasaran Digital Kampung Ekowisata Ciwaluh, Kabupaten Bogor. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(1) 137-144. <https://doi.org/10.37676/jdun.v2i1.3647>
- Septinda, F., & Kartika, T. (2023). Strategi Pemberdayaan Ekowisata Melalui Mangrove Lampung Center (MLC) Inovasi Strategis Dalam Agenda Pembangunan Ekonomi Pemerintah Daerah. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 19(2) 15-25. <https://doi.org/10.24042/tps.v19i2.20010>
- Singgalen, Y. A. (2023a). Analisis Indeks Vegetasi dan Perancangan Sistem Monitoring Kawasan Ekowisata Mangrove Berbasis Hyper Spectral of Remote Sensing dan Design Thinking Framework. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(1) 1-13. <https://doi.org/10.47065/josh.v5i1.4005>
- Singgalen, Y. A. (2023b). Analisis Model Pengembangan Kawasan Ekowisata Mangrove Potensial Berbasis Hyper Spectral of Remote Sensing dan Analytical Hierarchy Process. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(3) 969-979. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i3.3385>

- Singh, S., Singh, G., & Dhir, S. (2024). Impact of digital marketing on the competitiveness of the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 27(2) 1-29. <https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2077088>
- Sirih, M. S., Hasyim, M., Nasruddin, N., & Ahsan, A. (2024). Adaptasi Kebijakan Pengelolaan Wisata untuk Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan di Pantai Dato 1-19. *Journal of Tourism and Creativity*, 8(1). <https://doi.org/10.19184/jtc.v8i1.44187>
- Sofiani, S., Yulia, T. P., & Prasetyo, G. A. (2024). Strategi Pengelolaan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Jakarta Melalui Konsep Ekowisata. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3) 2609-2615. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3859>
- Suwarno, E., Azwin, A., & Ikhsani, H. (2024). Pendampingan Penyusunan Rencana Reboisasi Mangrove di Lingkungan Obyek Wisata Alam Pulau Semut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11) 2708-2713. <https://doi.org/10.59837/jpmab.v1i11.585>
- Tangkudung, A. G. D., Rante, J. Z., Pakpahan, M., Putri, A., Puteri, A., Pribadi, D., Gosita, D. R., Rustandi, J., CPR, J. J., Ghalib, K., Farieanna, R., Purnawirawati, S., Setiawan, S., & Bassuni, W. (2024). Inovasi Bisnis Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi COVID-19. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1) 82-89. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v4i1.433>
- Titisari, P. W., Elfis, E., Hidayat, F., Farradinna, S., Permatasari, T., Chahyana, I., & Ayu Saharani, S. (2024). Bimbingan Teknis Pengelolaan Wisata Mangrove berbasis Kearifan Lokal di Pulau Rupat, Riau. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1) 77-91. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i1.2359>
- Udayana, A. A. G. B., Fatmawaty, A. S., Makbul, Y., Priowirjanto, E. S., Ani, L. S., Siswanto, E., Susanti, W., & Andriani, S. (2024). Investigating the role of e-commerce application and digital marketing implementation on the financial and sustainability performance: An empirical study on Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1) 167-178. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.10.007>