

## **Implementasi Sistem Informasi Wisata Alam Danau Tangkas Sebagai Strategi Penguatan Promosi Pariwisata Di Desa Laboratorium Terpadu Tanjung Lanjut Kecamatan Sekernan Muaro Jambi**

**Sigit Indrawijaya<sup>1</sup>, Novita Sari<sup>1</sup>, Dawam Suprayogi<sup>2</sup>, Sugih Suhartini<sup>3</sup>, Pradita Eko Prasetyo Utomo<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

<sup>2</sup>Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi

<sup>3</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi

\*Corresponding Author: [pradia.eko@unja.ac.id](mailto:pradia.eko@unja.ac.id)

### *Abstract*

*Pelayangan sub-district is a sub-district in Jambi City where the average income of the population is obtained from small and medium industries (IKM). The product produced is one of the typical products of the Jambi region, including crackers, batik, food, and others. Product marketing that has been carried out so far is still fixated using conventional methods. This is due to the limited knowledge of IKM managers in the Pelayangan District area in utilizing information technology to support the marketing process for the products they produce. With the use of social media and the development of video advertisements on social media, it is possible to expand market share and the resulting product sales transactions. For this reason, in order to expand market share, a community service program for the application of science and technology is carried out. Where in this service program, the development and implementation of assistance in the use of promotional media will be carried out in the form of product videos that are advertised premium on social media in order to expand market share in product sales to small and medium industries (IKM) in Pelayangan Kota District. Assistance activities will be carried out in 3 activity sessions located in Pelayangan District, namely 1 session of delivering material, ideas and ideas about product marketing through advertising services on social media and 2 sessions of making, implementing and mentoring the use of the media. The output resulting from this community service activity is an increase in community understanding and skills about promotion using social media and IKM product videos that are promoted through advertising services on social media.*

**Keywords:** batik, e-commerce, IKM, iklan, product marketing

### *Abstrak*

*Wisata Alam Danau Tangkas menjadi salah satu destinasi wisata yang mulai ramai dikunjungi karena lokasinya yang tidak terlalu jauh dari pusat kota Jambi dan akses jalan yang relatif bagus. Meskipun begitu, untuk menuju Wisata Alam Danau Tangkas belum dapat diakses menggunakan transportasi umum. Desa Tanjung Lanjut memiliki danau yang menjadikan khas, sementara desa lain tidak*

*memiliki danau yang indah maka pendampingan difokuskan pada kegiatan pengelolaan potensi wisata desa. Atas dasar kekhasan tersebut maka tim kegiatan pengabdian membangun kerjasama dengan pemerintah desa dan BUMdes desa Tanjung Lanjut untuk melakukan kegiatan pengelolaan potensi wisata desa dan promosi objek wisata. Pemanfaatan website dan sosial media yang dikelola secara resmi memungkinkan pengelola Wisata Alam Danau Tangkas untuk dapat mempromosikan berbagai pelayanan dan objek wisata secara luas dan terorganisasi. Promosi menggunakan media sosial mudah diakses di mana saja dan kapan saja. Setiap hari, masyarakat menggunakan gadget untuk berbagai keperluan, termasuk untuk mengakses sosial media. Pengembangan lokasi wisata yang berada di wilayah yang memiliki keterbatasan akses transportasi umum dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial secara online. Pengembangan website dan konten media sosial ini diharapkan mampu menjadi alat promosi Wisata Alam Danau Tangkas. Penyebarluasan informasi dilakukan melalui pendampingan promosi objek wisata menggunakan saluran komunikasi media baru (online), saluran ini digunakan untuk menyesuaikan terhadap dampak determinasi perkembangan teknologi komunikasi, selain itu saluran ini juga digunakan dengan pertimbangan efektifitas dan efisiensi mobilitas jangkauan promosi. Promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial resmi (Youtube, Instagram dan facebook) yang memuat konten broadcast informatif dalam bentuk template desain grafis yang menarik dengan dukungan audio visual dan video grafis.*

**Kata Kunci:** danau tangkas, iklan, media sosial, promosi website, sistem informasi

## A. PENDAHULUAN

### 1. ANALISIS SITUASI

Danau Tangkas merupakan kawasan wisata alam yang terletak di Desa Tanjung Lanjut, Kecamatan Sekernan, Kabupaten Muaro Jambi. Nama Tangkas diambil dari nama dua desa yang menjadi lokasi danau tersebut yaitu Desa Tanjung dan Desa Kaos yang disingkat menjadi Tangkas. Danau Tangkas berada dalam kawasan sekitar sungai yang kondisi perairannya sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya permukaan air dari sungai yang ada di sekitarnya (Gambar 1). Dari segi aksesibilitas danau ini berjarak hanya sekitar 40 km dari kota Jambi sehingga masih mudah

dijangkau melalui desa Tanjung Lanjut. Kunjungan objek wisata hanya dapat dilakukan melalui desa Tanjung Lanjut karena, pengelolaannya saat ini hanya dilakukan oleh pemerintah desa Tanjung Lanjut melalui BUMDes, sementara di kawasan desa Kaos belum dikelola.

Wisata Alam Danau Tangkas menjadi salah satu destinasi wisata yang mulai ramai dikunjungi karena lokasinya yang tidak terlalu jauh dari pusat kota Jambi dan akses jalan yang relatif bagus. Meskipun tidak terlalu jauh dari pusat Kota Jambi, untuk menuju Wisata Alam Danau Tangkas belum dapat diakses menggunakan transportasi umum. Desa Tanjung Lanjut memiliki danau yang

menjadikan khas, sementara desa lain tidak memiliki danau yang indah maka pendampingan difokuskan pada kegiatan pengelolaan potensi wisata desa. Atas dasar kekhasan tersebut maka tim kegiatan pengabdian membangun kerjasama dengan pemerintah desa dan BUMdes desa Tanjung Lanjut untuk melakukan kegiatan pengelolaan potensi wisata desa dan promosi objek wisata.

Danau tangkas pada dasarnya sudah mulai dikelola secara intensif sejak tahun 2017 oleh pemerintah desa, akan tetapi pengelolaannya mulai efektif sejak awal tahun 2018. Pengelolaan diawali pembersihan di wilayah pinggiran danau kemudian dilanjutkan dengan pembangunan dermaga dan pondokan rakit. Danau ini kemudian diresmikan oleh bupati Muaro Jambi pada bulan Agustus tahun 2018. Setelah diresmikan objek wisata ini belum mendapat respon baik oleh masyarakat luas, persoalan utamanya terletak pada kurangnya promosi melalui berbagai saluran komunikasi baru. Selain belum terekspos secara luas, permasalahan mendasar terkait pengelolaan yang belum tergornaisasi dengan baik.



**Gambar 1.** Wisata Alam Danau Tangkas

Kawasan Danau Tangkas memiliki potensi wisata alam dan wisata yang potensial untuk

dikembangkan dan dipublikasi secara luas. Salah satu kekhasan dari Danau Tangkas adalah pepohonan putat (*P. valida*) yang tumbuh pada bagian tengah danau. Bunganya berwarna merah berbentuk liontin, sehingga penduduk setempat sering menyebutnya sebagai bunga liontin. Pada saat musim berbunga, bunga merah yang berguguran menutupi permukaan air sehingga warna air danau kemerah-merahan. Kondisi ini merupakan salah satu pesona yang menjadi daya tarik Danau Tangkas.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh Tim pengabdian pada mitra pengabdian, Promosi Wisata Alam Danau Tangkas secara digital telah dilakukan tetapi belum meluas dan memasyarakat, masih berkembang dari mulut ke mulut. Informasi tentang Wisata Alam Danau Tangkas di media sosial belum dapat ditemukan dengan lengkap. Pengguna sosial media secara mandiri mengunggah konten yang mereka produksi secara langsung di lokasi wisata. Akibatnya, berbagai konten yang tersebar di sosial media masih tersebar secara parsial. Hal ini dapat menyebabkan kurangnya penekanan konten terkait potensi keunggulan dan pelayanan yang akan didapatkan pengunjung di lokasi wisata. Sistem informasi yang mewadahi promosi dan publikasi Wisata Alam Danau tangkas belum tersedia. Pemanfaatan website dan sosial media yang dikelola secara resmi memungkinkan

pengelola Wisata Alam Danau Tangkas untuk dapat mempromosikan berbagai pelayanan dan objek wisata secara luas dan terorganisasi. Promosi menggunakan media sosial mudah diakses di mana saja dan kapan saja. Setiap hari, masyarakat menggunakan *gadget* untuk berbagai keperluan, termasuk untuk mengakses sosial media. Promosi menggunakan website dan sosial media efektif meningkatkan *market share* suatu produk barang dan jasa (Zannah, et al 2021 dan Purbohastuti, 2017).

Pengembangan lokasi wisata yang berada di wilayah yang memiliki keterbatasan akses transportasi umum dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial secara online. Pengembangan website dan konten media sosial ini diharapkan mampu menjadi alat promosi Wisata Alam Danau Tangkas. Penyebarluasan informasi dilakukan melalui pendampingan promosi objek wisata menggunakan saluran komunikasi media baru (online), saluran ini digunakan untuk menyesuaikan terhadap dampak determinasi perkembangan teknologi komunikasi, selain itu saluran ini juga digunakan dengan pertimbangan efektifitas dan efisiensi mobilitas jangkauan promosi. Promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial resmi (Youtube, Instagram dan facebook) yang memuat konten broadcast informatif dalam bentuk template desain

grafis yang menarik dengan dukungan audio visual dan video grafis. (Putra, dkk, 2019).

## 2. PERMASALAHAN MITRA

Pengelola Wisata Alam Danau Tangkas mulai mengembangkan berbagai atraksi dan objek-objek wisata unggulan. Telah dibentuk pemandu wisata yang dapat memudahkan pengunjung untuk dapat menikmati objek wisata yang disediakan.

Dengan semakin berkembangnya Wisata Alam Danau Tangkas, membutuhkan promosi yang lebih baik agar semakin dikenal dan banyak dikunjungi. Berdasarkan analisis situasi dan diskusi dengan pihak mitra untuk kegiatan program pengabdian masyarakat (PPM) ini dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dialami oleh mitra adalah sebagai berikut: Pengelola Wisata Alam Danau Tangkas adalah masyarakat yang bermukim di sekitar lokasi wisata. Pengelola belum memiliki kemampuan yang memadai untuk mengembangkan dan mengelola sistem informasi dan media sosial sebagai upaya sarana promosi wisata. Perkembangan sistem informasi dan media sosial yang semakin *massive* memberikan peluang dan tantangan bagi pengelola Wisata Alam Danau Tangkas untuk masuk ke ranah digital dalam promosi yang lebih serius

Kebutuhan Pengelola Wisata Alam Danau Tangkas ini dipandang sebagai sebuah peluang bagi tim pengabdian kepada

masyarakat untuk ikut terlibat memberikan peningkatan kemampuan promosi melalui sarana digital. Tim pengabdian akan memberikan pendampingan pengembangan dan pengelolaan sistem informasi berupa website dan konten media sosial berupa video promosi dan video objek wisata yang akan dipublikasikan di berbagai *platform*. Setiap *platform* memiliki keunggulan tersendiri sehingga memungkinkan untuk menjangkau *audience* yang lebih luas.

## 3. SOLUSI YANG DITAWARKAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan mitra, maka solusi yang ditawarkan adalah:

- a. Melakukan diskusi wawasan pengetahuan, ide dan gagasan baru dalam berpromosi objek wisata alam danau tangkas dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial.
- b. Memberikan materi tentang Sistem Informasi yang nantinya akan bermanfaat antara lain:
  - Mempermudah manajemen, merencanakan, memantau, mengarahkan, serta mendelegasikan pekerjaan ke semua departemen yang mempunyai hubungan koordinasi.
  - Meningkatkan efisiensi serta efektivitas data yang disajikan secara akurat dan tepat waktu.

- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia lantaran unit kerja terkoordinasi dan sistematis.
  - Meningkatkan produktivitas serta penghematan biaya.
- c. Membuat Sistem Informasi berbasis web yang nantinya bisa dimanfaatkan oleh Badan Usaha Milik Desa dalam mengelola wisata alam Danau Tangkas
- d. Membuat channel *Youtube* Danau Tangkas, membuat konten iklan yang akan dipublish di media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook* dan *TikTok* sebagai media promosi agar wisata alam ini semakin dikenal secara luas.
- e. Memberikan pendampingan secara berkala baik secara *offline* maupun *online* kepada pemerintah desa dan BUMD dalam mengelola Sistem Informasi berbasis web yang dihasilkan, termasuk bagaimana membuat konten yang menarik dan layak diiklankan pada akun-akun media sosial wisata alam Danau Tangkas.

#### 4. TARGET LUARAN

Target dan Luaran kegiatan program pengabdian masyarakat (PPM) skema kewirausahaan Desa Laboratorium Terpadu (DLT) pada desa Tanjung Lanjut ditunjukkan pada Tabel 1 berikut.

Kegiatan	Indikator Kinerja	
	Situasi Terkini	Target
Sosialisasi pemanfaatan TIK dalam hal ini Sistem Informasi berbasis web	Tingkat pengetahuan Desa dan Bumdes/Pengelola wisata alam Danau Tangkas untuk mempromosikan hasil produk UMKM pemanfaatan sistem informasi (20%)	Peningkatan pengetahuan mitra kelompok UMKM terkait pemanfaatan sistem informai untuk promosi dan pemasaran produk (90%)
Eksplorasi potensi yang dimiliki desa	Teridentifikasi spot-spot objek wisata Danau produk yang dapat ditawarkan dan dipromosikan kepada publik (30%)	Teridentifikasi spot-spot objek wisata Danau produk yang dapat ditawarkan dan dipromosikan kepada publik (80%)
Rancang bangun website Sistem Informasi Wisata Alam Danau Tangkas	Pembuatan Sistem Informasi Berbasis Web (0%)	Keberhasilan Pembuatan Sistem Informasi berbasis web (100%)
Media Sosial	Mitra sudah memiliki media sosial namun tidak khusus untuk media promosi. (30%)	Mitra memiliki media sosial khusus sebagai sarana promosi dan mampu mengelolanya. (85%)
Channel Youtube	Mitra belum memiliki chanel youtube khusus objek wisata danau tangkas dan potensinya (0%)	Mitra memiliki chanel youtube khusus objek wisata danau tangkas dan potensinya (100%)
Konten Iklan	Mitra sudah	Mitra sudah

Tabel 1. Target dan Luaran Kegiatan

dan Video Iklan	memiliki konten video objek wisata danau tangkas tetapi belum optimal (35%).	memiliki konten video objek wisata danau tangkas termasuk pengelolaannya (80%)
Demonstrasi, pendampingan dan pelatihan pengelolaan website sistem informasi wisata danau tangkas, channel youtube dan konten di media sosial	Kemampuan mitra dalam mengelola website sistem informasi wisata danau tangkas, channel youtube dan konten di media sosial (20%)	Kemampuan mitra dalam mengelola website sistem informasi wisata danau tangkas, channel youtube dan konten di media sosial (80%)

Target dari pengabdian ini adalah mengembangkan Wisata Alam Danau Tangkas Desa Tanjung Lanjut sebagai Wisata Andalan dan Desa Wisata di Kabupaten Muaro Jambi yang dapat dikenal luas dan telah menerapkan teknologi informasi untuk mempromosikan objek wisata danau tangkas termasuk potensi desa Tanjung Lanjut.

Luaran kegiatan program pengabdian masyarakat (PPM) ini adalah website sistem informasi wisata Alam Danau Tangkas Desa Tanjung Lanjut, Pembuatan Akun Chanel Youtube dan Media Sosial dan publikasi pada media online, selain itu luaran pada pengabdian ini adalah peningkatan keterampilan mitra pengelola wisata Alam Danau Tangkas Desa Tanjung Lanjut dalam mengelola dan menggunakan sistem informasi dan media sosial dalam mempromosikan

potensi wisata alam yang ada di desa Tanjung Lanjut.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

### 1. METODE PENDEKATAN

Metode pendekatan yang dilakukan oleh tim PPM bersama mitra pada Wisata Alam Danau Tangkas adalah sebagai berikut:

1. Melakukan diskusi wawasan pengetahuan, ide dan gagasan baru tentang implementasi Sistem informasi yang nantinya akan menguatkan promosi pariwisata di desa Laboratorium Terpadu Tanjung Lanjut Kecamatan Sekernan Muaro Jambi.
2. Memberikan materi Sistem Informasi yang akan bermanfaat untuk:
  - Mempermudah manajemen, merencanakan, memantau, mengarahkan, serta mendelegasikan pekerjaan ke semua departemen yang mempunyai hubungan koordinasi.
  - Meningkatkan efisiensi serta efektivitas data yang disajikan secara akurat dan tepat waktu.
  - Meningkatkan kualitas sumber daya manusia lantaran unit kerja terkoordinasi dan sistematis.
  - Meningkatkan produktivitas serta penghematan biaya dalam suatu perusahaan.
3. Tim PPM akan membuat Sistem Informasi wisata alam Danau Tangkas berbasis web

yang nantinya bisa dimanfaatkan oleh pengelola Danau Tangkas yaitu Badan Usaha Milik Daerah setempat. Aplikasi yang telah selesai dibuat, selanjutnya diperkenalkan dan dilakukan pelatihan untuk dioperasikan oleh mitra. Pada tahap ini pelatihan pengelolaan dilakukan baik secara tertulis maupun praktik. Pada tahap ini juga dilakukan evaluasi kemampuan mitra dalam mengelola *website* sistem informasi wisata Alam Danau Tangkas Desa Tanjung Lanjut dengan melihat hasil tugas yang diberikan dan memantau proses pengelolaan website yang dilakukan.

4. Tim PPM juga akan membuat channel *Youtube* Danau Tangkas, membuat konten iklan yang akan dipublish di media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook* dan *TikTok* sebagai media promosi agar wisata alam ini semakin dikenal secara luas.
5. Tim akan mengajukan Hak Cipta atas Sistem informasi wisata alam Danau Tangkas yang dihasilkan.
6. Laporan pengabdian ini akan dimuat dalam artikel ilmiah di Jurnal pengabdian masyarakat atau artikel pada media massa. mengenai *Digital Marketing* dan optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi peningkatan pangsa pasar dan penjualan produk UMKM di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk kota Jambi.

7. Selain itu, Tim PPM juga akan memberikan pendampingan secara berkala baik secara offline maupun online, termasuk bagaimana membuat konten yang menarik pada akun-akun media sosial wisata alam Danau Tangkas.

## 2. RENCANA KEGIATAN

Rencana kegiatan yang dilakukan pada Program Pengabdian Masyarakat ini dapat diuraikan sebagai berikut :

### a. Diskusi tim Pelaksana Program Pengabdian Masyarakat (PPM)

Diskusi tentang tujuan dan materi kegiatan, langkah-langkah yang akan dilakukan, serta jadwal pelaksanaan sampai dengan teknis pendampingan yang akan dilakukan antara tim pelaksana PPM dengan pihak mitra dalam hal ini Kepala Desa Tanjung Laut dan pengelola BUMD (Badan Usaha Milik Desa). Tim juga akan berkoordinasi tentang komponen Sistem Informasi yang dibutuhkan dan juga konten video tentang Wisata Alam Danau Tangkas.

### b. Pembuatan Sistem Informasi Wisata Alam Danau Tangkas Berbasis Web

Tim PPM akan membuat Sistem Informasi wisata alam Danau Tangkas berbasis web yang nantinya bisa dimanfaatkan oleh pengelola Danau Tangkas yaitu Badan Usaha Milik Daerah

setempat. Rencana layout websitenya ditunjukkan pada Gambar berikut



Gambar 2. Desain Website Danau Tangkas

**c. Pembuatan Media Promosi melalui Video Wisata Alam Danau Tangkas di Media Sosial**

Tim PPM juga akan membuat channel *Youtube* Danau Tangkas, membuat video, konten iklan yang sesuai dengan ketentuan dalam promosi atau iklan di media sosial. Nantinya akan dipublish di media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook* dan *TikTok* sebagai media promosi agar wisata alam ini semakin

dikenal secara luas. Pembuatan video melibatkan mitra secara aktif untuk memberikan masukan dan saran, juga melibatkan mahasiswa baik dalam membuat konten maupun editing serta proses pengiklanan ke media sosial.

**d. Pelatihan pembuatan media promosi**

Memberikan pelatihan pembuatan konten video yang menarik dan layak diiklankan di media sosial kepada mitra. Sehingga nantinya diharapkan selain bisa memperkenalkan secara lebih luas wisata alam Danau Tangkas ini, juga menarik calon pengunjung untuk datang ke lokasi wisata ini.

**e. Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan**

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan oleh tim PPM dengan memberikan pendampingan secara berkala, baik secara *offline* maupun *online* dan memastikan mitra telah dapat mempromosikan sendiri wisata alam Danau Tangkas di media sosial secara benar dan layak.

**f. Evaluasi Hasil Kegiatan**

Pada akhir kegiatan akan dilakukan evaluasi mengenai kegiatan yang telah dilakukan selama program pengabdian pada masyarakat ini meliputi: 1) respon dari peserta atas materi yang telah diberikan oleh tim pelaksana; 2) hasil pelatihan yang diberikan kepada peserta.

### 3. PARTISIPASI MITRA

Partisipasi mitra dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah berkontribusi dalam menyediakan tempat pelaksanaan PPM, sumber data, teknis pendampingan, pembuatan video dan konten iklan Wisata Alam Danau Tangkas.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

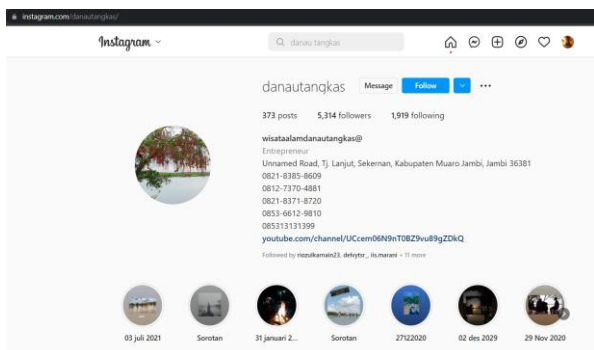
Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dalam enam tahap kegiatan, yaitu: a. Diskusi tim Pelaksana Program Pengabdian Masyarakat (PPM); b. Pembuatan Sistem Informasi Wisata Alam Danau Tangkas Berbasis Web; c. Pembuatan Media Promosi melalui Video Wisata Alam Danau Tangkas di Media Sosial; d. Pelatihan pembuatan media promosi; e. Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan; dan f. Evaluasi Hasil Kegiatan.

Dalam proses diskusi, tim menentukan target-target kegiatan dan langkah-langkah yang harus dilakukan. Tim menyusun detail langkah kerja pembuatan sistem informasi wisata berbasis web yang akan dibangun. Tim juga melakukan diskusi dengan pengelola Wisata Alam Danau Tangkas untuk menggali kebutuhan, pengetahuan, ide dan gagasan baru dalam keperluan pengisian konten web dan sosial media. Tim juga memberikan berdiskusi mengenai digital marketing dan

optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi.

Tim pengabdian juga mengambil dokumentasi foto dan video fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung Wisata Alam Danau Tangkas. Foto dan video ini akan menjadi bahan promosi yang akan diposting pada Kanal Youtube dan Instagram serta website. Pengelola Danau Tangkas telah memiliki akun Instagram yang digunakan sebagai promosi (Gambar 3). Pengelola bersama tim pengabdian mendiskusikan arah pengembangan konten promosi yang akan diisi pada Instagram tersebut. Akun Instagram Wisata Alam Danau Tangkas berada di alamat berikut:

<https://www.instagram.com/danautangkas/>

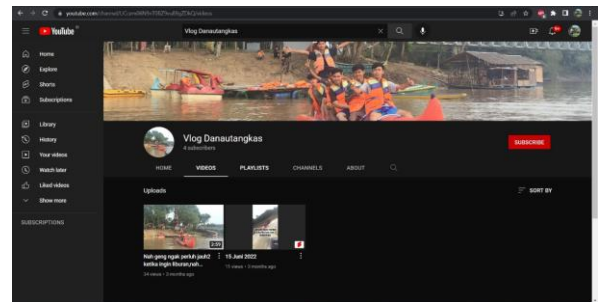


**Gambar 3.** Akun Instagram Danau Tangkas

Berbeda dengan Instagram yang telah memiliki banyak konten (Gambar 4), Kanal Youtube resmi Danau Tangkas belum memiliki banyak konten. Konten mengenai Danau Tangkas di platform Youtube banyak dibuat oleh konten kreator lain. Kanal Youtube resmi Wisata Alam Danau Tangkas

berada di alamat

<https://www.youtube.com/channel/UCcem06N9nT0BZ9vu89gZDkQ>



**Gambar 4.** Akun Youtube Danau Tangkas

Pengembangan media promosi yang tidak kalah pentingnya adalah menggunakan media website. Pada tahapan ini, tim membuat sistem informasi wisata alam Danau Tangkas berbasis web yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola Danau Tangkas (Gambar 5). Website tersebut dapat diakses pada <https://danautangkas.com/> Penggunaan sistem informasi berbasis website ini berguna untuk:

- a) memfasilitasi manajemen, perencanaan, pemantauan, pengarahan, dan pendelegasian pekerjaan ke semua departemen yang memiliki hubungan koordinasi;
- b) meningkatkan efisiensi dan efektivitas data yang disajikan secara akurat dan tepat waktu;
- c) meningkatkan kualitas sumber daya manusia karena adanya unit kerja yang terkoordinasi dan sistematis; dan
- d) meningkatkan produktivitas dan penghematan biaya dalam pengelolaan usaha.

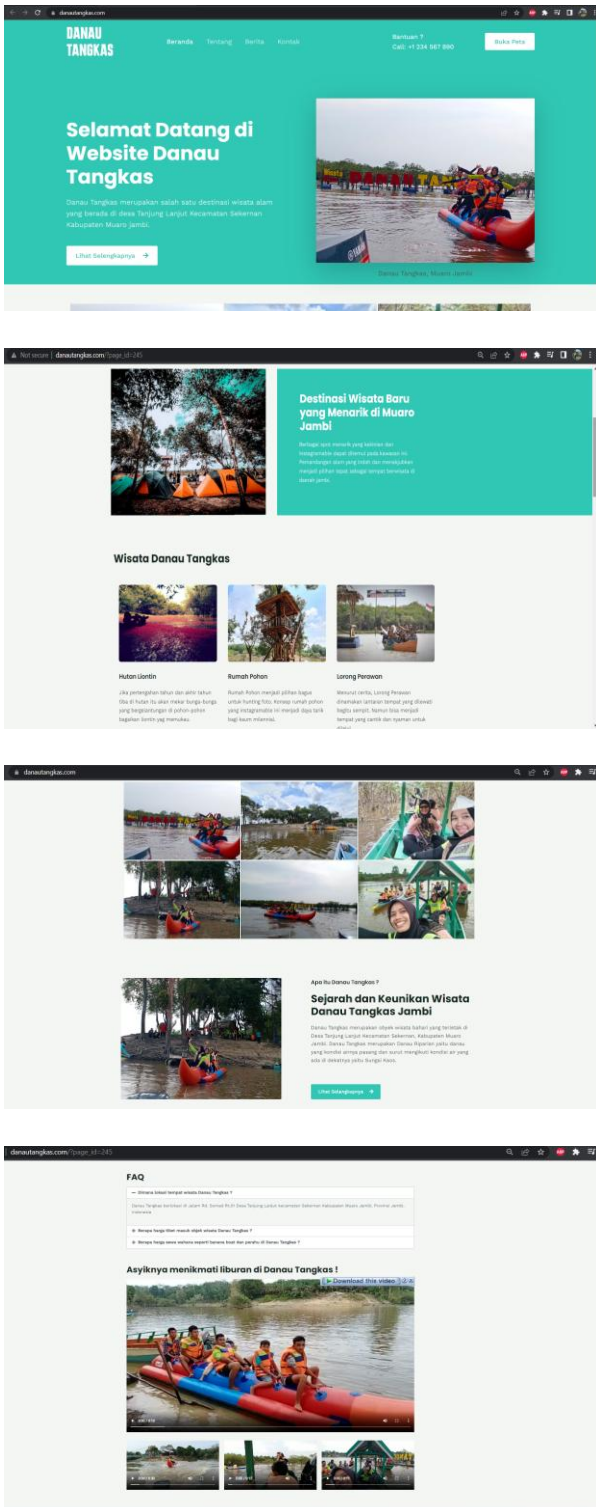
## 2. LUARAN YANG DICAPAI

Luaran yang telah dicapai dalam kegiatan program pengabdian masyarakat (PPM) ini adalah Kegiatan pengabdian telah dipresentasikan dalam The 4th Green Development International Conference (The 4th GDIC) 2022 yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas Jambi. Luaran lainnya adalah publikasi artikel yang dimuat di media massa. Luaran lainnya ialah berupa video iklan tentang danau tangkas yang telah dirilis ke media sosial di youtube. Kemudian telah dikembangkannya website untuk publikasi kegiatan dan fasilitas yang ada di danau tangkas melalui <https://danautangkas.com>

## D. PENUTUP

### Simpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kewirausahaan melalui program Desa Laboratorium Terpadu pada Danau Tangkas dengan tema **“Pengembangan Dan Penerapan Video Iklan Di Media Sosial Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Dan Hasil Penjualan Produk Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Di Kecamatan Pelayangan Kota Jambi”** bertujuan untuk memberikan pengenalan alternatif inovasi dalam mengiklankan sebagai media promosi pemasaran wisata alam pada danau tangkasi ke masyarakat umum yang lebih luas. Secara umum kegiatan PPM telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Hal ini terlihat



**Gambar 5.** Website Wisata Alam Danau Tangkas

dengan telah dirilisnya berbagai luaran yang telah ditargetkan sebelumnya.

### Saran

Perlu adanya konsistensi dan keberlanjutan serta kreatifitas dalam penggunaan media promosi seperti website dan konten di media sosial. Serta senantiasa melakukan aktualisasi diri dari pengelola desa wisata alam danau tangkas terutama dalam membuat dan mengelola konten berbasis teknologi.

### Ucapan Terima Kasih

Terima Kasih kami ucapkan kepada LPPM Universitas Jambi yang telah membiayai pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dari sumber dana PNBPU Universitas Jambi

### DAFTAR PUSTAKA

- Darwanto. 2013. *“Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi dan Kreativitas)”*. Univeristas Diponegoro, Semarang
- Endriani. Margarettha dan Hasanah, Nur. 2014. ”Pendampingan Pengembangan dan Peningkatan Usaha Kerajinan Batik Jambi” Universitas Jambi, Jambi. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* Vol. 29, Nomor 4 Agustus-Desember 2014
- Fardiansyah. 2018. *E-commerce dan Perkembangannya di Indonesia*. <https://fardiansyah7fold.wordpress.com/e-commerce-dan-perkembangannya-diindonesia/>.

com/e-commerce-dan-perkembangannya-diindonesia/. Terakhir diakses pada tanggal 15 Februari 2019

- Fitriyani, Dewi dan Lutfi. 2016 “IbM Peningkatan Kapasitas Usaha Kelompok Perajin Batik di Kota Jambi dalam Akuntansi dan Perpajakan” Universitas Jambi, Jambi. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* Vol. 31, Nomor 2 April-Juni 2016
- Nikita Dini. 2016. *Konsep Dasar Dalam Membuat E-commerce Beserta Contohnya*.<http://www.kumpulanco ntohmakalah.com/2016/02/konsep-dasar-dalammembuat-e-commerce.html>. Terakhir diakses pada tanggal 15 Februari 2019