



PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN CERIA TOUR AND TRAVEL BATAM

IMPROVING THE MARKETING STRATEGY OF CERIA TOUR AND TRAVEL BATAM

Fendi Hidayat^{1*}, Yoga Fitriana², Sultan Septian²

^{1*,2,3}Universitas Batam, Kota Batam

^{1*}fendihidayat@univbatam.ac.id, ²yoga.fitriana.yf@gmail.com, ³sultanseptian68@gmail.com

Article History:

Received: September 20th, 2023

Revised: October 17th, 2023

Published: October 20th, 2023

Abstract: *The emergence of tour and travel services at this time makes it easier for people to get tour and travel services. The need for services is also followed by the need for service quality, in order to provide quality services, proper communication is needed. towards its customers. This study aims to determine what strategies are used by Customer Relations to increase customer satisfaction. The method used in this research is descriptive qualitative. This research was conducted at the nearest tour and travel. Data collection techniques used were interviews, observation and literature study. The results of this study indicate that the interpersonal communication strategy used on Tour and Travel in increasing satisfaction is with external Customer Relations and internal Customer Relations in dealing with consumers both inside and outside.*

Keywords: *Tour and Travel, Website, Digital Marketing*

Abstrak

Munculnya jasa tour dan travel pada saat ini membuat masyarakat lebih mudah dalam mendapatkan jasa – jasa di tour and travel , Kebutuhan jasa juga di ikuti dengan kebutuhan terhadap kualitas pelayanan, guna memberikan layanan yang berkualitas dibutuhkan komunikasi yang tepat terhadap para pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi – strategi apa saja yang dilakukan Customer Relations dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di tour and travel terdekat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang digunakan pada Tour dan Travel dalam meningkatkan kepuasan adalah dengan Customer Relations eksternal dan Customer Relations internal dalam menangani konsumen baik di dalam maupun luar.

Kata Kunci: Tour and Travel, Website, Pemasaran Digital.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha yang ada di masyarakat yang dibentuk atas inisiatif seseorang (Suhendar & Suhardi, 2018). UMKM sangat erat dalam kehidupan masyarakat Indonesia memiliki peran penting sebagai salah satu penopang perekonomian di Indonesia. UMKM saat ini memiliki peluang untuk terus tumbuh, berkembang

dan mengikuti perkembangan pasar saat ini (Puspita et al., 2023).

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah membawa dampak positif dan negatif bagi suatu perusahaan maupun UMKM diantaranya dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha adalah semakin ketatnya persaingan dalam pemasaran (Shereen et al., 2023). Sehingga diperlukan pendampingan terhadap UMKM agar dapat berdaya saing (Sule & Siswanto, 2021).

Menurut Sugita et al., (2021) bahwa sudah banyak pelaku usaha yang telah menerapkan pemasaran digital namun tidak diimbangi dengan kemampuan strategis dan teknis untuk menarik pelanggan. Menurut Puspita et al., (2023) kurangnya kemampuan dalam menghadapi kemajuan teknologi dan digitalisasi membuat pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Kegiatan ini dilakukan di UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM yang berlokasi di Villa Pesona Asri Blok A6 No 7, Batam Kota. PT Ceria Berkah Utama memulai UMKM Ceria Travel pada tahun 2023. Ceria Tour and Travel merupakan salah satu usaha kecil yang baru dirintis di tahun 2023 dengan mengusung konsep digital. Namun dengan keterbatasan yang ada dengan persaingan seperti saat ini pimpinan usaha membutuhkan pendampingan agar dapat berdaya saing.

Oleh karena itu, dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dilakukan di UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM untuk membantu PT Ceria Berkah Utama selaku pemilik usaha dalam meningkatkan promosi usaha secara digital, serta melihat dan atau memperbaharui proses bisnis dan pengelolaan usaha di UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program pendampingan pembuatan website Tour and Travel untuk membantu proses pemasaran diharapkan dalam jangka panjang dapat memberikan manfaat bagi peningkatan omset dan memperluas jangkauan pemasaran Tour and Travel tidak hanya di level regional tetapi juga dilevel internasional. Adapun kegiatan pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi tiga aktivitas kegiatan. Ketiga aktivitas ini dirancang pelaksanaannya dengan menggunakan pendekatan yang melibatkan partisipasi mitra. Sementara metode kegiatan diupayakan mampu mencapai tujuan yang diharapkan, sebagaimana dapat diperhatikan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Tabel kegiatan pengabdian pendampingan pembuatan website Tour and Travel

Tujuan Kegiatan Partisipasi Mitra	Program/Metode	Mitra
--	-----------------------	--------------

Menggali informasi tentang kesulitan Tour and Travel dalam melaksanakan pemasaran di berbagai tempat	Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra menjabarkan model pemasaran yang dilaksanakan 2. Mitra menjabarkan kelemahan model pemasaran yang sudah berjalan 3. Mitra menjelaskan kesulitan yang dihadapi
Memetakan kebutuhan mitra dalam promosi dengan menggunakan media website	Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra menjabarkan gambaran pemasaran yang dibutuhkan dengan metode website 2. Mitra menjabarkan menu apa saja yang dibutuhkan pada halaman website 3. Mitra menjelaskan kesulitan yang dihadapi
Membuat desain website	Membuat desain perancangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra berperan aktif dalam memberikan masukan desain website 2. Mitra menganalisa desain website yang diajukan
Pembuatan website	Membuat website	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra sudah menerima website yang diinginkannya

Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha maka dalam penerapan program kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilakukan langkah-langkah dalam bentuk pendampingan pemanfaatan website untuk membantu proses pemasaran UMKM Al Ihsan Store sebagai berikut:

- 1) Metode tutorial dan diskusi
Metode ini bertujuan untuk menyampaikan beberapa aspek meliputi: manfaat website dalam pemasaran, kebutuhan sistem dan
- 2) Metode Demonstrasi
Metode ini bertujuan untuk mendemonstrasikan penggunaan website, dan memberikan pengertian pengoperasian dan perawatan website.
- 3) Metode Pendampingan
Setelah mitra mengikuti pelatihan dengan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi serta dapat memahami dan menguasainya maka langkah selanjutnya dilakukan pendampingan terhadap pengoperasian website.

HASIL

Kegiatan UMKM di era digital kepada pelaku usaha Tour and Travel diselenggarakan pada hari minggu tanggal 13 Agustus 2023 bertempat di Tour and Travel, Batam. Adapun peserta pelatihan adalah pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).



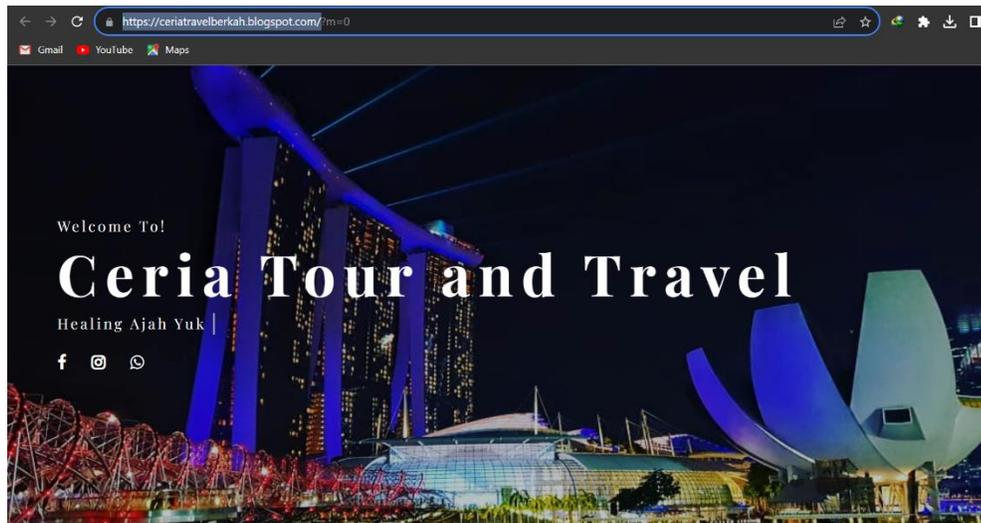
Gambar 1 Proses Pembuatan Website UMKM

1) Nama Domain

Website UMKM Tour and Travel didaftarkan dengan nama domain www.ceriatravelberkah.blogspot.com pendaftaran nama ini disesuaikan dengan nama yang diajukan oleh pemilik Tour and Travel dan melihat ketersediaan nama domain.

2) Halaman utama

Halaman utama Tour and Travel berisi informasi alamat dan kontak Tour and Travel, berikut adalah tampilan dari halaman depan.



Gambar 2 Halaman depan website Tour and Travel

3) Tab menu pada website Tour and Travel

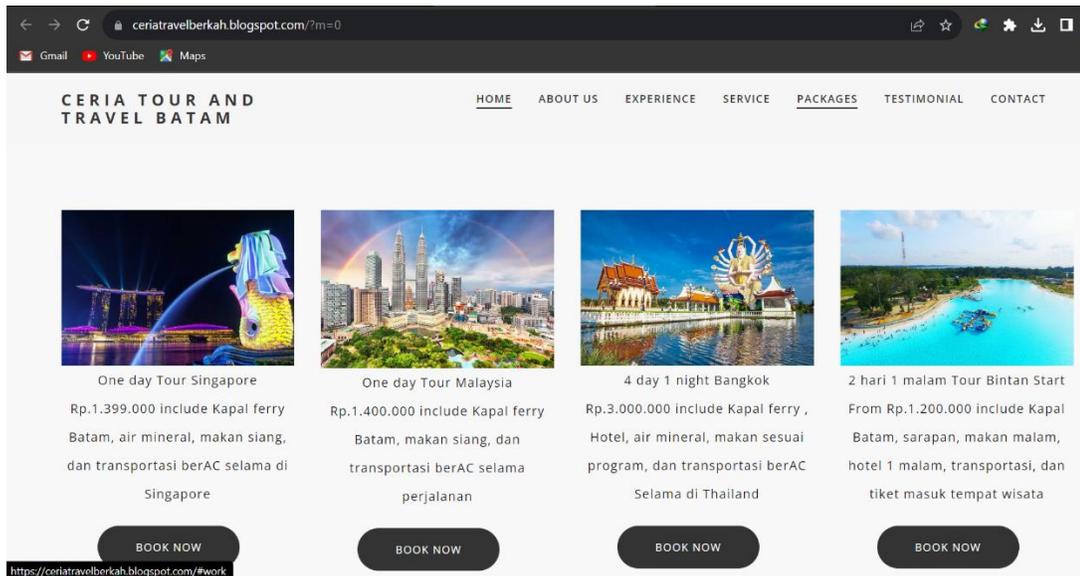
Menu pada website Tour and Travel dikelompokkan kedalam beberapa sub menu, diantaranya Home, About us, Exprience, service, Packages, Testimonial, dan Contact



Gambar 3 Halaman menu pada Tour and Travel

4) Menu Packages

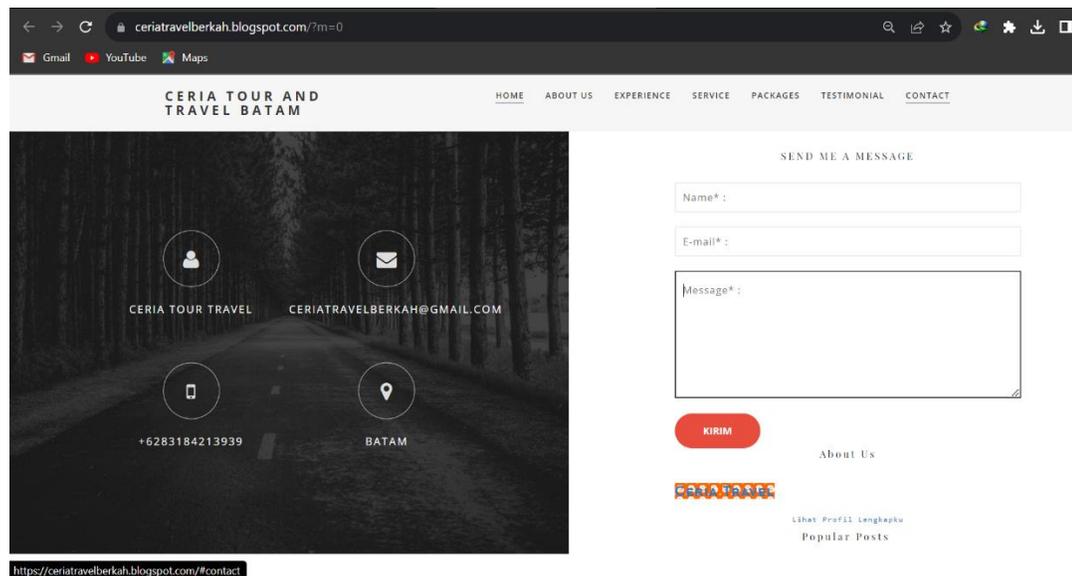
Menu diskon berisi informasi terkait Tour and Travel, produk tersebut sudah memuat informasi harga, kota yang dituju, berikut adalah tampilan dari menu Packages



Gambar 4 Menu Tour and Travel

5) Menu Contact

Menu Contact berisi informasi tentang, informasi name, Email, Telepon, location berikut adalah tampilan dari menu Contact



Gambar 5 Menu Contact

PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan di UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM yang berlokasi di Villa Pesona Asri Blok A6 No 7, Batam Kota. PT Ceria Berkah Utama memulai UMKM Ceria Travel pada tahun 2023. Saat ini UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM memiliki 5 orang karyawan. Terdapat dua sistem pemasaran dalam UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM ini, yaitu menjual paket tour dan hotel langsung ke konsumen dan melakukan promosi secara online yang tersebar di sosial media. Paket Tour dan Hotel ini dijual ke konsumen menggunakan sistem pemesanan booking by order, yaitu paket tour akan diproses sesuai pesanan dan setelah melakukan pembayaran DP Min 40% atau langsung lunas, maka konsumen bisa langsung melakukan keberangkatandi hari H sesuai jadwal yang disepakati. Namun sayangnya tidak semua paket tour dan hotel dapat terjual habis.

Selain itu, metode promosi yang digunakan juga masih konvensional, yaitu dengan membagikan poster UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM ke sosial media. Jika dilihat dari hasil penjualan, terlihat bahwa hasil promosi dengan menggunakan metode konvensional dampaknya masih belum maksimal sehingga perlu adanya upaya-upaya atau metode lain untuk meningkatkan promosi dan penjualan di UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengambil judul “Improvement Marketing Strategy For UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM”. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM dengan menggunakan media promosi digital seperti pembuatan website promosi dan Instagram marketing. Selain itu kami juga melakukan analisis proses bisnis dan manajemen yang sedang berjalan sehingga kami tahu apa saja dan bagaimana sistem manajemen dan proses bisnis yang dijalankan selama ini. Dari hasil tersebut kemudian kami usulkan sistem manajemen dan proses bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini agar UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM memiliki keunggulan kompetitif dan peningkatan penjualan serta jangkauan konsumen yang semakin luas.

Dalam kegiatan ini kami membuat website promosi dan akun Instagram untuk memasarkan produk UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM. Kemudian kami juga mengusulkan sistem manajemen dan proses bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini agar UMKM TOUR AND TRAVEL BATAM memiliki keunggulan kompetitif dan peningkatan penjualan serta jangkauan konsumen yang semakin luas.

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan bisnis sekecil apapun tetap harus membuat strategi yang matang model sehingga usaha yang akan dijalankan memiliki strategi bisnis yang jelas. Selain itu dengan berkembangnya teknologi digital maka usaha UMKM harus memanfaatkan teknologi digital tersebut untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan jangkauan pasar lebih luas tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan

omset usahanya. Perapengusaha juga harus mampu mengatur alur keuangannya agar tidak kehabisan modal karena salah mengelola keuangan usahanya. Dari pelaksanaan seminar ini peserta mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang cara membuat usaha dan meningkatkan usaha di era digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan Ceria Tour and Travel yang telah mengizinkan dan kesediaannya menjadi tempat untuk kegiatan ini sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami sampaikan untuk Universitas Batam yang telah memfasilitasi pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Puspita, D., Anggraeni, L., Khumaidi, A., & Wati, R. (2023). SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK MELALUI (INTERNET MARKETING) PADA UMKM. *Jurnal Gembira (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 155–160.
- Shereen, Juniarty, S., Gunadi, J., Sentoso, A., & Milano, Lady. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Batam Indo Keramik. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02. <https://doi.org/10.37253/se.v1i3.7738>
- Sugita, I., Falaq Qodri, Z., Qandyas, M., Sukresna, M., Tulloh, M. F., Kampus, W. H., & Selatan, T. (2021). Pemantapan Strategi Pemasaran UMKM Kepada Masyarakat Dalam Persaingan Digital Marketing Di Kelurahan Cipondoh Makmur. *Dibrata Jurnal*, 2(1), 81–90.
- Suhendar, D., & Suhardi, D. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kerupuk Dorokdok Desa Cibingbin Kecamatan Cibingbin, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 45–52. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v1i02.1573>
- Sule, M. I. S., & Siswanto, S. Y. (2021). Peningkatan Kapasitas dan Kemampuan Bisnis Online: Studi Kasus Makeupuccino. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 51–58. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i1.2627>