



ABDIMAS UNIVERSAL

<http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal>

DOI : <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v7i1.2402>

Received: 19-10-2024

Accepted: 08-03-2025

Pengembangan *Marketing Capability* Wisata Bahari Puger Berbasis *Sustainability*

Gusti Ayu Wulandari^{1*}; Kristian Suhartadi Widi Nugraha¹; Cempaka Paramita¹;
Ika Barokah Suryaningsih¹; Tria Putri Novia Sari¹; Devina Widya Cahyani¹

¹Universitas Jember

^{1*}Email: ga.wulandari@unej.ac.id

Abstrak

Puger Kulon adalah salah satu daerah di pesisir pantai kota Jember yang memiliki potensi wisata yang mumpuni dengan komitmen SDM yang teruji, namun masih memiliki kapabilitas yang terbatas untuk dapat mengembangkan dan mewujudkan Puger sebagai Destinasi Wisata Bahari Minapolitan di kawasan Jember dan Jawa Timur. Pengelola dan masyarakat Puger Kulon masih belum dapat menghadapi perubahan yang dinamis secara komprehensif dan belum memanfaatkan media teknologi pemasaran digital dalam menangkap peluang pemasaran sebagai destinasi wisata yang menarik. Upaya *branding* guna peningkatan daya tarik wisata dapat diamati dari pendekatan secara komprehensif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelola Wisata Bahari Puger sebagai destinasi wisata dengan fokus pada penguatan branding melalui pendekatan *participatory rural appraisal* kepada masyarakat untuk dapat menyusun paket wisata, video profil, dan pelatihan-pelatihan terkait pengembangan wisata seperti *Hospitality* dan Penyusunan Paket Wisata sehingga Puger menjadi destinasi yang lebih *marketable* dan menarik bagi wisatawan.

Kata Kunci: *marketing capability, participatory rural appraisal, hospitality, pemasaran digital*

Abstract

Puger Kulon is one of the areas on the coast of Jember City with qualified tourism potential and proven human resource commitment. However, it still needs more capabilities to develop and realize Puger as a Minapolitan Marine Tourism Destination in Jember and East Java. Puger Kulon managers and communities must avoid facing dynamic changes comprehensively and utilize modern digital marketing media to capture marketing opportunities as an attractive tourist destination. Branding efforts to increase tourist attractiveness can be observed from a comprehensive approach. This service activity aims to improve the ability of the Puger Maritime Tourism manager as a tourist destination with a focus on strengthening branding through a participatory rural appraisal approach to the community to be able to compile tour packages, profile videos, and training related to tourism development such as *Hospitality* and Tour Package Preparation so that Puger becomes a more marketable and attractive destination for tourists.

Keywords: *marketing capability, participatory rural appraisal, hospitality digital marketing*

1. Pendahuluan

Pengembangan pariwisata bahari Indonesia menghadapi tantangan ekonomi kompleks termasuk salah satunya pada pengembangan objek wisata bahari andalan di daerah pesisir selatan Kabupaten Jember, Jawa Timur. Wisata bahari adalah sekumpulan aktivitas yang dapat dilakukan di lingkungan bentang darat pesisir dan bentang laut, dengan tujuan untuk berekreasi, mengembangkan diri, bersenang-senang dan berinteraksi dengan masyarakat dan budaya lokal di waktu tertentu (Masjhoer & Mazaya, 2024).

Salah satu kawasan wisata bahari terkenal di Jember adalah Pantai Puger yang dikelilingi kampung nelayan dengan lingkungan sosial budaya lokal yang khas yaitu pantai selatan dengan kontur landai dengan ombak yang tinggi. Terdapat 4 lokasi wisata potensial yang dapat dikembangkan ditambah dengan *event* tahunan Kirab Budaya dan Petik Laut yang juga

menjadi salah satu tujuan wisata selain alam. Atraksi wisata yang tidak saja dari daya tarik alam namun juga wisata budaya dan edukasi tentang masyarakat Puger Kulon sendiri masih belum banyak dikembangkan karena berbagai kendala. Integrasi antardaya tarik wisata secara komprehensif merupakan konsep totalitas produk wisata yang saling terikat untuk meningkatkan daya saing objek dan menciptakan aglomerasi ekonomi (Adityaji, 2018). Integrasi ketiga daya tarik tersebut secara umum juga mendukung program untuk mengembangkan Puger sebagai kawasan bahari terpadu.

Puger memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola destinasi wisata yang potensial dimana pemerintah setempat dapat berkolaborasi dengan baik bersama Pokmas dan Pokdarwis serta masyarakat setempat dalam meningkatkan pengembangan destinasi wisata bahari itu sendiri. Tim pengabdian melakukan

survei pada tempat-tempat yang potensial sebagai destinasi wisata yang tidak saja berbasis ekowisata, namun juga mengangkat sumber daya potensial seperti hasil alam terutama hasil ikan.

a. Pantai Pancer Puger

Pantai Pancer Desa Puger terletak di sebelah barat daya pusat Kota Jember. Pantai Pancer di Desa Puger pernah dijadikan sebagai tempat pelaksanaan Puger *International Surf Exhibition* berskala internasional di tahun 2008 karena Pantai Pancer memiliki tipe ombak yang relatif besar, sehingga cocok sebagai tempat untuk melakukan kegiatan selancar. Selain memiliki mercusuar, Pantai Pancer Puger Jember ini berbatasan dengan beberapa destinasi yang potensial lainnya dimana terdapat pulau yang tidak berpenghuni yaitu pulau Nusa Barong di bagian barat, dan di sebelah selatan terdapat Bukit Kucur atau lebih dikenal sebagai Pulau Kucur. Harga tiket masuk Pantai Puger terbilang sangat terjangkau yaitu Rp5.000,00/orang dengan tiket parkir Rp2.000,00/motor dan Rp5.000,00/mobil. Beberapa kekurangan yang bisa menjadi pertimbangan dalam pengembangan destinasi Pantai Pancer adalah kurang tersedianya fasilitas yang memadai seperti toilet dan tempat ibadah yang layak bagi pengunjung.



Gambar 1. Pantai Pancer, Puger Kulon Jember

b. TPI Puger

Puger sangat terkenal sebagai pantai penghasil ikan dan daerah nelayan. TPI Puger menjadi tempat utama para nelayan menjual hasil tangkapannya. TPI Puger berada di hilir Sungai Bedagung, yang di kirikannya dipenuhi oleh batu kapur yang biasanya digunakan sebagai bahan bangunan. Di sisi selatan, laut dari pelabuhan ikan ini terhalang oleh tanggul sungai yang kotor. Sedangkan di sisi baratnya menjadi pintu masuk kapal. Hasil ikan tangkapan di Pantai Puger sangat beragam antara lain ikan tongkol, tuna, lemuru, cumi-cumi, udang, dan masih banyak lainnya. Ikan yang dijual langsung dari hasil

tangkapan nelayan pastinya adalah ikan segar. Selain ikan segar, di TPI ini juga banyak dijual hasil olahan ikan seperti petis, terasi, ikan asin, berbagai macam olahan lain seperti krupuk ikan, dan lain-lain. Hasil olahan tersebut biasanya hasil olahan dari ikan-ikan yang tidak berhasil dijual secara langsung dan untuk tetap menambah nilai jual kemudian diolah untuk juga memberikan nilai tambah. Kegiatan lelang hasil tangkapan ikan para nelayan yang baru saja datang melaut dan hasil olahan ikan menjadi daya tarik utama pengunjung datang ke tempat ini. Selain untuk berburu *seafood* segar, TPI sebenarnya memiliki potensi daya tarik tersendiri karena pemandangannya. Kekurangan dari TPI ini adalah banyaknya sampah yang menyebabkan TPI ini masih sangat kotor yang merupakan permasalahan umum di muara-muara karena sampah selain dari limbah aktivitas di TPI itu sendiri, juga berasal dari hulu (pusat kota).



Gambar 2. TPI Puger Kulon Jember

c. Pulau Kucur

Pantai Kucur didasarkan atas Petilasan Watangan yang merupakan bekas pertapaan seorang prajurit yang bertugas mengawal Pangeran Puger dari Kerajaan Mataram yang bernama Mbah Kucur. Di Kucur juga terdapat pemandian sumber air yang dibangun saat zaman Belanda, disebut sebagai Pemandian Kucur. Selain itu, terdapat makam Mbah Tanjung yang letaknya sekitar 500 meter dari pemandian. Di sini juga masih banyak terdapat satwa seperti kijang dan monyet. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, untuk menuju Pulau Kucur kita dapat menyeberang dari Pantai Pancer Puger melewati spot bernama Plawangan, pengunjung dapat menyewa perahu untuk menyeberangi dengan biaya Rp15.000,00 sampai dengan Rp25.000,00 per orang untuk pulang-pergi. Jika diamati dari akses menuju Pulau atau Pantai Kucur ini cukup beresiko, mengingat arus di Plawangan cukup berbahaya jika ombak cukup besar.



Gambar 3. Pulau Kucur, Puger Kulon Jember

d. Pantai Cemoro Sewu

Pantai Cemoro Sewu sebenarnya adalah pantai relatif baru yang berada di sepanjang Pantai Puger. Pantai ini baru diinisiasi pada tahun 2013 dengan mulai membuat jalan infrastruktur secara swadaya oleh kelompok masyarakat dan Pokdarwis. Pantai ini diresmikan pada akhir tahun 2020. Pantai Cemoro Sewu berada di garis pantai yang sama dengan Pantai Pancer. Harga tiket masuk per orang adalah Rp5.000,00 dengan biaya parkir mobil Rp5.000,00 dan sepeda motor Rp2.000,00.



Gambar 4. Pantai Cemoro Sewu

Saat ini terdapat beberapa spot *selfie* buatan seperti tulisan *icon* Pantai Cemoro Sewu, ruang terbuka untuk *outbound* pengunjung dari rombongan tertentu, dan juga jembatan gantung mini yang membuat spot ini menjadi lebih menarik. Selain membuat jalan dan memperbaikinya secara swadaya, pada akhirnya akses menuju Pantai

Cemoro Sewu dan Pulau Kucur diaspal oleh pemerintah daerah. Untuk mendukung dan menarik wisata lebih banyak, dibuka juga usaha kuliner berupa makanan *seafood* dan makanan khas Puger Kulon yaitu Rujak Erok-erok. Bangunan berbentuk candi juga dibangun sebagai ruang terbuka yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung untuk *selfie* atau mengadakan acara.

e. Festival Kirab Budaya dan Petik Laut

Tradisi Petik Laut Puger dilaksanakan oleh masyarakat nelayan Puger sejak tahun 1938 dimana nama awalnya adalah “Labuh Sesaji” atau disebut dengan istilah “Larung Sesaji”. Kegiatan ini merupakan acara bersih desa atau “ruwatan” (*slametan desa*), dimana nelayan dan petani untuk bersama-sama mengucapkan rasa syukur atas hasil yang mereka dapatkan di daerah tersebut dan dimulai di Balai Desa Puger Kulon. Festival ini juga diadakan tahunan di setiap bulan Muharam, sebelum festival biasanya juga akan dilakukan Kirab Budaya dimana seluruh lapisan masyarakat turut serta.



Gambar 5. Kirab Budaya dan Petik Laut Puger Kulon

Dari berbagai potensi destinasi wisata bahari yang ada di Desa Puger Kulon, sayangnya tidak banyak diketahui oleh masyarakat lokal di daerah Jember dan sekitarnya. Selain itu, upaya terintegrasi untuk pengembangan destinasi wisata bahari Puger masih belum optimal, sehingga perlu adanya upaya peningkatan rekognisi wisata bahari melalui upaya pemasaran dan pengembangan SDM melalui pelatihan *soft skills* yang dapat mendukung aktivitas pariwisata daerah.

Penekanan pada aktivitas yang dilakukan yaitu perlu banyak kajian teoritis dan praktis berkenaan dengan model pengembangan pariwisata bahari melalui pemanfaatan jaringan atau kolaboratif antara badan publik, perusahaan swasta, dan komunitas pesisir lokal. Hal ini juga sejalan dengan Rencana Induk Penelitian Universitas Jember Tahun 2020-2024 dimana salah satu tema riset unggulan yaitu inovasi dan pengembangan

teknologi kemaritiman adalah untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat maritim dan bagaimana hal itu dapat terus berkelanjutan dan berkesinambungan dengan sinergitas seluruh pihak, dan sejalan dengan RIPP UNEJ tahun 2021-2025 khususnya tema tentang masyarakat dan lingkungan subtema ekonomi kreatif dan kepariwisataan. Penelitian ini diusulkan oleh Kelompok Riset (KeRis) dengan nama *Tourism Marketing Management (RISMART)* yang berorientasi pada pengembangan penelitian di bidang ilmu ekonomi dan bisnis, khususnya di bidang manajemen pariwisata dan pengembangan komunitas. Di sepanjang pantai dan kawasan lokal Desa Puger itu sendiri memiliki beberapa destinasi wisata yang potensial namun perlu adanya peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata itu sendiri.

Dalam jurnal oleh Wang dan Ahmed (2007), DMC didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengintegrasikan, membangun, dan merekonfigurasi kompetensi pemasaran yang ada untuk menciptakan nilai baru dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dalam konteks pemasaran pariwisata, hal ini akan membawa manfaat antara lain: adaptasi terhadap perubahan pasar wisata, inovasi produk dan layanan wisata, peningkatan kinerja pemasaran wisata, mencapai keunggulan kompetitif pariwisata berkelanjutan, serta pengelolaan resiko yang ada dalam pariwisata itu sendiri (Wang & Ahmed, 2007).

Sejalan dengan permasalahan yang ada, maka tujuan dari kegiatan pengabdian di desa Puger Kulon ini adalah untuk:

- a. Optimalisasi kapasitas SDM pengelola wisata bahari Puger Kulon melalui pendampingan dan pelatihan *Hospitality* dan *Service Excellent*.
- b. Peningkatan upaya *branding* desa wisata bahari Puger Kulon melalui pendampingan dan pelatihan *Digital Marketing*, pembuatan akun dan konten media sosial bagi pengelola wisata Puger Kulon dan pembuatan video profil desa Puger Kulon pendukung *digital marketing*.

2. Bahan dan Metode

Untuk menyelesaikan masalah mitra, metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah kaji tindak (*action research*). Metode ini bertujuan untuk mengajak masyarakat (dalam hal ini SDM Pengelola Destinasi Wisata Bahari Puger) untuk berpartisipasi dalam melakukan tindakan yang menjadi fokus pengabdian.

Pengabdian ini berbasis kaji tindak dan dengan pendekatan PRA (*Participatory Rural Appraisal*) yang memungkinkan masyarakat dan tim secara bersama-sama bergerak dalam upaya peningkatan daerah dengan metode pelatihan dan pendampingan (Maulani et al., 2020), dalam kegiatan pengabdian ini berfokus pada kapabilitas internal dan eksternal potensi wisata daerah Puger Kulon. Metode ini sesuai digunakan karena tujuan akhir dari pengabdian ini adalah para personel

mitra sadar dan mampu mengelola wisata bahari Puger dan berbagai upaya *branding* melalui konten *digital marketing*.

Pendampingan yang sesuai untuk meningkatkan kapabilitas SDM pengelola wisata bahari Puger Kulon adalah melalui pelatihan *digital marketing*, *service excellent*, dan *hospitality*. *Digital marketing* terbukti dapat meningkatkan jangkauan target wisatawan yang lebih luas (Chu et al., 2020; Pratama, 2023), dapat lebih mengenalkan dan menginformasikan tentang seluk beluk wisata dan berinteraksi dengan khalayak tanpa terbatas ruang dan waktu (Chamboko-Mpotaringa & Tichaawa, 2021). SDM pengelola wisata juga perlu diberikan pemahaman tentang bagaimana memberikan layanan prima terbaik untuk pengunjung (Engeset et al., 2016), sehingga menciptakan pengalaman yang berkesan dan membangkitkan minat untuk berkunjung kembali (Pennings et al., 1998; Tee & Chaw, 2021; Thirumaran et al., 2021) pada wisata bahari Puger Kulon nantinya. Selain itu, keramahan pada industri jasa khususnya pada objek pengabdian wisata bahari Puger Kulon ini juga menjadi aspek pertimbangan yang perlu ditingkatkan. Keramahan atau *hospitality* pelaku usaha dan wisata adalah variabel penting dalam peningkatan wisata itu sendiri (Chu et al., 2020; Thirumaran et al., 2021).

Para personel mitra (terutama para pemangku kepentingan dan SDM pengelola wisata bahari Puger) wajib terlibat aktif dalam pengabdian ini. Pertama, wawancara dan observasi awal merupakan partisipasi wajib para personel mitra untuk mengikuti pendampingan terkait pengembangan paket wisata bahari Puger. Para personel yang terpilih dan yang sesuai mengikuti pendampingan pelatihan fotografi dan *editing video* serta *digital marketing* sebagai upaya penguatan *branding* dan promosi wisata bahari Puger. Berikut langkah-langkah dalam menyelesaikan masalah mitra:

- a. Melakukan wawancara dan observasi awal dengan pihak mitra, terutama pengelola wisata bahari mengenai apa saja yang sudah mereka lakukan dan yang belum mereka lakukan berkaitan dengan kapabilitas destinasi wisata.
- b. Melakukan dokumentasi awal dengan pihak mitra. Langkah ini untuk mendapatkan dokumen-dokumen, sistem prosedur kerja, atau tata kelola mitra yang berkaitan dengan manajemen pengelolaan wisata.
- c. Melakukan pendampingan pelatihan *Service Excellence* dan *Hospitality* pada para pengelola.
- d. Melakukan fotografi dan *editing video* sebagai upaya *branding* wisata bahari Puger.
- e. Melakukan pendampingan pembuatan video profil lengkap terkait *landscape* destinasi wisata, penyelenggaraan event budaya lokal dan produk wisata lainnya sedara kompeherensif agar dapat lebih dikenal dan bisa menjual produk wisata budaya

di pasar lokal, nasional, hingga internasional dengan konsep *sustainability tourism*.

- f. Melakukan pendampingan pelatihan *digital marketing* dalam upaya penguatan branding wisata bahari Puger.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada Juni sampai dengan Desember 2023 dengan rincian kegiatan sebagai berikut.

- a. Pendampingan Pelatihan *Service Excellence* dan *Hospitality*

Sebagai upaya untuk meningkatkan kapabilitas SDM pengelola destinasi wisata di Desa Puger Kulon, baik wisata pantai andalan di Pantai Cemara Sewu, TPI, Bukit Pasir, serta budaya Petik Laut dan wisata kuliner pendukung, serta bagaimana dapat melakukan promosi tepat sasaran untuk memperkuat branding Desa Puger Kulon sebagai desa wisata, maka perlu diberikan pemahaman dan keterampilan melalui berbagai pelatihan yaitu pelatihan *hospitality* standar sebagai bagian dari *service excellence*. Dengan pemberian pelatihan tersebut, diharapkan SDM pengelola destinasi wisata dapat memahami dasar-dasar *hospitality* dalam layanan wisata yang nantinya dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata yang ada (Geus et al., 2016; Rojabi et al., 2023) di Desa Puger Kulon Kecamatan Puger itu sendiri. Pelatihan dilakukan secara intensif berbasis pada konsep *sustainability tourism* sehingga para pengelola wisata dapat menjaga kelestarian budaya dan lingkungan Desa Puger Kulon. Pelatihan *hospitality* ini melengkapi pemberian pelatihan dalam penyusunan paket wisata. Tim pengabdian secara khusus juga mengundang praktisi wisata yang kompeten dan berpengalaman untuk memberikan pelatihan konten promosi dan fotografi lanjutan serta pelatihan terkait *hospitality* dan penyusunan paket wisata.



Gambar 7. Pelatihan *Service Excellent & Hospitality*

- b. Pendampingan *Digital Marketing*

Upaya *branding* dengan implementasi *digital marketing* yang sudah ada masih perlu dikembangkan dengan lebih masif dan lebih persuasif dalam menarik minat wisata. Penggunaan *digital marketing* yang selanjutnya dapat diadopsi dan dikembangkan pada Wisata Bahari Puger antara lain upaya penerapan teknologi dalam sistem pemesanan dan pembayaran paket wisata *online*, serta kolaborasi dengan agen perjalanan wisata yang menarik minat pengunjung. Pengelola wisata dari Pokmas dan Pokdarwis yang telah dipilih dan mampu berkomitmen diberi pendampingan tentang *branding*, dan pemanfaatan media internet dan media sosial sebagai salah satu media informasi. Media promosi yang digunakan selama ini adalah media sosial Instagram (<https://www.instagram.com/pugerbagus/>, <https://www.instagram.com/pugerkuloon.id/>), serta Website (<https://www.pugerbagus.com/>, <https://pugerkulon.id/category/wisata/>, <https://ppid-desa.jemberkab.go.id/>).



Gambar 6. Pelatihan *Digital Marketing*

Di dalam pelatihan ini, peserta diajarkan untuk membuat konten *marketing* untuk diunggah pada akun media sosial dan *website* yang mereka miliki, dan juga dihimbau untuk dapat berkomitmen tetap konsisten membuat konten yang menarik tentang destinasi wisata potensial yang ada di seluruh desa Puger Kulon

- c. Pendampingan Pembuatan Video Profil Desa Puger Kulon

Tim pengabdian juga membantu mengakomodasi penyusunan video profil yang dapat mendukung pengembangan paket wisata Desa Puger Kulon. Video profil wisata tersebut memuat seluruh

dokumentasi visual di destinasi yang ada di Puger Kulon secara keseluruhan seperti jalan Jalur Lintas Selatan, Bukit Pasir Puger, Pantai Cemara Sewu, TPI, termasuk acara Kirab Budaya dan Petik Laut yang merupakan *event* tahunan andalan masyarakat Puger Kulon dari sudut-sudut (*angle*) menarik yang dapat membuat pengunjung tertarik untuk mengunjungi Desa Kamal. Video profil tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif untuk mengenalkan keindahan wisata alam berikut pengenalan pada berbagai destinasi wisata yang ada di Puger serta berbagai *event* tahunan dan wisata kuliner setempat. Video profil wisata juga sebagai konten promosi untuk dipublikasikan di berbagai media pemasaran yang ada (media sosial ataupun website resmi desa Puger Kulon) dan media partner @infojember, @explorejember, @pesonajember, @pariwisatajember dan akun pemerintah Jember yaitu @dinas_kominfo_kab_jember, @pemkabjember, dan @disparbudjember.



Gambar 8. Pembuatan Video Profil Event Tahunan Kirab Budaya dan Petik Laut Desa Puger Kulon Tahun 2023

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan pentingnya peningkatan kapabilitas SDM dalam meningkatkan pula *marketing capability* industri pariwisata yang mereka kelola, seperti di daerah yang memiliki potensi wisata seperti Desa Puger Kulon. Dengan pelatihan *service excellence*, pengelola destinasi dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penerapan *digital marketing* menjadi krusial dalam era teknologi saat ini. Dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi, destinasi wisata dapat menjangkau audiens yang lebih

luas dan menarik minat pengunjung baru. Pelatihan dalam pembuatan konten *marketing* juga penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan menarik dan relevan. Pembuatan video profil desa merupakan langkah strategis dalam mempromosikan keunikan dan daya tarik lokal kepada calon wisatawan. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan budaya lokal dan acara tahunan yang dapat menarik perhatian pengunjung.

Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat *branding* Desa Puger Kulon sebagai destinasi wisata unggulan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pariwisata yang berkelanjutan.

4. Kesimpulan dan Saran

Peningkatan *soft skills* melalui Pelatihan *Hospitality* dan *Service Excellent* pada pengelola wisata bahari Puger Kulon dapat dijalankan dan memberikan wacana baru agar SDM dapat terus mempertahankan pelayanan yang optimal dalam mengelola wisata bahari Puger Kulon yang berkelanjutan. Begitu juga dengan peningkatan upaya *branding* desa wisata bahari Puger Kulon melalui pendampingan dan pelatihan *Digital Marketing*, pembuatan akun dan konten media sosial bagi pengelola wisata Puger Kulon. Diharapkan dengan materi yang disampaikan, pengelola dapat terus konsisten mengembangkan akun media sosial dan *website* dengan informasi yang menarik.

Namun, untuk mendukung pariwisata berkelanjutan, maka perlu adanya peningkatan dan pengembangan sumber daya manusia (*human capital*) sebagai penggerak pengelolaan Wisata Bahari Puger secara lebih berkesinambungan dan berkelanjutan melalui berbagai pelatihan serta dukungan dari pimpinan dan pemangku kebijakan, pelatihan dan peningkatan kesadaran masyarakat lingkungan pariwisata sebagai media pembelajaran organisasional (*organizational learning*). Upaya *branding* dengan implementasi *digital marketing* yang sudah ada masih perlu dikembangkan dengan lebih masif dan lebih persuasif dalam menarik minat wisata. Penggunaan *digital marketing* yang selanjutnya dapat diadopsi dan dikembangkan pada Wisata Bahari Puger antara lain upaya penerapan teknologi dalam sistem pemesanan dan pembayaran paket wisata *online*, serta kolaborasi dengan agen perjalanan wisata yang menarik minat pengunjung.

Dari hasil pendampingan selama pengabdian, perlu adanya monitoring dan evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan agar tepat sasaran dan segera mengambil kebijakan dan solusi setiap menemukan permasalahan baru di Wisata Bahari Puger

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Perangkat Desa, Pokmas, Pokdarwis, dan Masyarakat Puger Kulon Kabupaten Jember Jawa Timur yang telah memberi banyak informasi dan mengikuti kegiatan pendampingan dan pelatihan *digital marketing*, *hospitality*, dan *service excellence* dengan penuh antusias. Ucapan terima kasih juga ditujukan pada LP2M Universitas Jember yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga program-program pendampingan dapat berjalan dengan baik.

6. Daftar Rujukan

- Adityaji, R. (2018). Formulasi strategi pengembangan destinasi pariwisata dengan menggunakan metode analisis swot: studi kasus kawasan pecinan kapasan surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 19–32.
- Chamboko-Mpotaringa, M., & Tichaawa, T. M. (2021). Tourism digital marketing tools and views on future trends: A systematic review of literature. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(2), 712–726.
- Chu, S.-C., Deng, T., & Cheng, H. (2020). The role of social media advertising in hospitality, tourism and travel: a literature review and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3419–3438.
- Engeset, M. G., Hull, J. S., & Velvin, J. (2016). Promoting service excellence for tourist destinations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 440–454.
- Geus, S. De, Richards, G., & Toepoel, V. (2016). Conceptualisation and operationalisation of event and festival experiences: Creation of an event experience scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(3), 274–296.
- Masjhoer, J. M., & Mazaya, A. F. A. (2024). *WISATA BAHARI*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Maulani, G., Rahardja, U., Hardini, M., I'zzaty, R. D., Aini, Q., & Santoso, N. P. L. (2020). Educating farmers using participatory rural appraisal construct. *2020 Fifth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, 1–8.
- Pennings, J. M., Lee, K., & Witteloostuijn, A. van. (1998). Human capital, social capital, and firm dissolution. *Academy of Management Journal*, 41(4), 425–440.
- Pratama, I. W. A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 27–32.
- Rojabi, S. H., Kurniansah, R., Singandaru, A. B., Budiatiningsih, M., Ulya, B. N., Minanda, H., & Hulfa, I. (2023). PENINGKATAN KAPASITAS SDM DALAM BIDANG HOSPITALITY DI BUWUN SEJATI. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(6), 1253–1258.
- Tee, M., & Chaw, L. Y. (2021). Generation Z's perspective on tourists' knowledge sharing and service excellence in tourism. *Service Excellence in Tourism and Hospitality: Insights from Asia*, 89–107.
- Thirumaran, K., Klimkeit, D., & Tang, C. M. (2021). *Service excellence in tourism and hospitality: Insights from Asia*. Springer Nature.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31–51. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x.