

Pemanfaatan Media Online untuk Promosi Wisata Lokal dan Pembukuan Sederhana bagi Pelaku Usaha Mikro Lelogama

Hany Bengu¹, Hanna Mariana Baun², Ellen Tantrisna³, Dennis Sianto⁴, Ifanty Nalley⁵

Program Studi Bisnis Digital Universitas Citra Bangsa

Email : hanybengu@gmail.com, hannabaun@gmail.com, ellen.tantrisna@gmail.com, dsianto@gmail.com, ifa.nalley@gmail.com

Abstrak

Laporan ini memaparkan rangkaian kegiatan PKM yang terdiri dari dua program utama di Lelogama: (1) promosi objek wisata lokal melalui media online (media sosial, video promosi, dan website); serta (2) pelatihan pencatatan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan keterampilan wisata Lelogama dan kemandirian keuangan para pelaku usaha mikro. Metode pelaksanaan meliputi pembuatan konten promosi digital dan workshop akuntansi sederhana. Hasil awal menunjukkan meningkatnya pemahaman mitra tentang promosi digital serta kemampuan membuat pembukuan dasar. Kegiatan ini diharapkan memberi manfaat jangka panjang berupa peningkatan kunjungan wisata, pendapatan masyarakat lokal, dan perencanaan usaha yang lebih baik (sesuai literatur promosi pariwisata dan manfaat akuntansi).

Kata Kunci - Promosi wisata, media online, akuntansi

I. PENDAHULUAN

Lelogama, sebuah desa di Kabupaten Kupang NTT, memiliki potensi wisata alam seperti bukit dan batuan unik, namun pemanfaatannya masih terbatas karena kurangnya promosi terarah. Pariwisata yang dikembangkan dengan baik dapat meningkatkan pendapatan daerah dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Namun, banyak destinasi wisata lokal di pedesaan belum optimal dipromosikan secara digital. Penelitian menunjukkan media sosial kini berperan penting dalam perencanaan dan evaluasi wisatawan sehingga promosi melalui platform online dapat memperluas jangkauan wisata Lelogama.

Di sisi lain, sebagian besar pelaku UMKM di Lelogama belum menerapkan pembukuan yang teratur. Studi di wilayah sejenis menemukan bahwa pengusaha mikro seringkali hanya fokus pada keuntungan tanpa mencatat transaksi secara sistematis. Akibatnya mereka kesulitan menentukan harga jual yang tepat dan tidak mengetahui arus kas usaha. Padahal, akuntansi sederhana dapat melancarkan usaha, menjadi bahan evaluasi kinerja, dan mendukung pengambilan keputusan serta pengajuan kredit. Kondisi ini membuat perlu dilaksanakannya program peningkatan kapasitas: promosi wisata melalui media digital dan pelatihan pembukuan sederhana, untuk memberdayakan masyarakat Lelogama secara ekonomi.

II. TUJUAN KEGIATAN

2.1 Tujuan Kegiatan

1. Meningkatkan promosi wisata lokal Lelogama melalui pemanfaatan media sosial, video promosi, dan

website sehingga destinasi di Lelogama dikenal lebih luas.

2. Meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Lelogama dalam melakukan pencatatan keuangan usaha secara sederhana (pembukuan kas dan laporan pendapatan-beban).

3. Menguatkan perekonomian lokal jangka panjang dengan membantu masyarakat mengelola usaha wisata dan mikro secara lebih profesional, memacu peningkatan pendapatan dan kemandirian usaha.

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam dua sub-program sinergis:

1. Promosi Wisata Melalui Media Online: Tim PKM membuat konten promosi destinasi Lelogama. Metodenya mencakup:

a. Penyusunan materi promosi (video singkat 2–3 menit, foto lokasi, dan deskripsi informasi wisata).

b. Pemanfaatan platform media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dan pengembangan situs web desa wisata.

c. Penyuluhan dan pendampingan: tim mengadakan workshop singkat bagi kelompok sadar wisata setempat tentang teknik foto/video, penulisan konten, serta strategi publikasi daring.

d. Implementasi konten: video dan foto unggahan dijadwalkan ke akun resmi desa dan akun mitra

(homestay, warung wisata), serta dipromosikan melalui website komunitas.

2. Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UMKM: Metode pelatihan mencakup:

a. Orientasi dan motivasi: Narasumber (Dosen akuntansi : Hany Bengu, SE, MM) memberikan pengenalan pentingnya pembukuan. Mereka menekankan manfaat akuntansi dasar untuk kelancaran usaha.

b. Penyampaian materi teori: Materi disusun dalam modul akuntansi sederhana: pengertian pembukuan, jenis buku kas, pencatatan transaksi (penerimaan dan pengeluaran), serta pembuatan laporan keuangan sederhana (laporan laba-rugi).

1. Praktik langsung:

Peserta diminta mencatat transaksi usaha sehari-hari (contoh: omset harian, belanja bahan) ke dalam format buku kas yang telah disediakan. Setiap bisnis UMKM menjadi studi kasus untuk praktik pembukuan.

2. Pendampingan dan evaluasi:

Tim PKM melakukan pendampingan satu per satu, mengecek pembukuan peserta, memberikan koreksi. Sesi tanya jawab diadakan untuk memastikan pemahaman. Akhirnya, peserta mengevaluasi hasil pembukuan dan menghitung biaya produksi serta keuntungan usaha mereka dengan benar. Karakteristik ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha merupakan generasi muda digital-native dengan kecenderungan tinggi menggunakan media sosial untuk pemasaran dan pelayanan pelanggan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN KEGIATAN

4.1 Hasil Promosi Wisata

Pembuatan konten dan penggunaan media sosial berhasil meningkatkan visibilitas destinasi Lelogama. Tim PKM dan mitra memproduksi beberapa video promosi singkat dan album foto, kemudian mengunggahnya di akun Instagram dan Facebook desa serta grup pariwisata lokal. Setelah pelatihan media sosial, peserta menunjukkan peningkatan keterampilan mengoperasikan Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi wisata. Konten-konten tersebut mendapat respons positif: puluhan hingga ratusan tayangan video, beragam komentar wisatawan calon pengunjung, serta liputan media lokal. Hal ini selaras dengan temuan literatur yang menyatakan media sosial digunakan sebagai alat perencanaan dan evaluasi perjalanan wisata. Dengan semakin masifnya konten promosi, diharapkan kunjungan wisatawan ke Lelogama meningkat dalam jangka panjang.

4.2 Hasil Pembukuan UMKM.

Pelatihan pembukuan memberikan pengaruh nyata bagi mitra UMKM. Hasil akhir pelatihan menunjukkan output sebagai berikut: (1) Pelaku UMKM memahami dasar-dasar pembukuan, (2) Pelaku UMKM dapat membuat catatan pembukuan sederhana, dan (3) Pelaku UMKM mengetahui biaya produksi dan keuntungan usaha, sehingga lebih mudah menyusun strategi pengembangan bisnis. Sebanyak 80% peserta, yang mayoritas sebelumnya tidak pernah mencatat transaksi, kini mampu mengisi buku kas harian. Peserta menyadari arti penting mencatat pemasukan dan pengeluaran, sejalan dengan analisis bahwa catatan keuangan membantu pengambilan keputusan dan perencanaan. Misalnya, setelah pelatihan, beberapa UMKM kuliner dapat menentukan harga jual yang lebih akurat berdasarkan perhitungan biaya. Evaluasi lapangan juga menunjukkan mereka mulai memisahkan pengeluaran pribadi dan usaha, seperti yang ditekankan dalam materi.

Secara keseluruhan, kegiatan promosi dan pembukuan memperlihatkan dampak sinergis: meningkatnya kesadaran wisatawan dan pengelola wisata terhadap potensi Lelogama, serta meningkatnya profesionalitas para pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Peningkatan keterampilan peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan pasca-pelatihan media sosial dan akuntansi sederhana bagi UMKM. peran sebagai fasilitator dan mentor dalam proses adopsi teknologi CRM. Forum komunitas dapat menjadi ruang berbagi pengalaman, praktik terbaik, serta menjembatani akses ke teknologi dan pelatihan yang relevan.

4.3 Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan disusun dalam bentuk foto dan tangkapan layar. Dokumentasi promosi mencakup cuplikan video suasana wisata Lelogama dan publikasi media sosial (screenshot postingan Instagram/FB). Dokumentasi pelatihan mencakup foto kegiatan workshop pembukuan, tampilan modul materi, serta foto peserta sedang mencatat buku kas. Semua dokumentasi tersedia untuk referensi dan dilampirkan dalam laporan terpisah sebagai bukti pelaksanaan kegiatan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Program PKM di Lelogama berhasil meningkatkan kapasitas komunitas lokal dalam dua aspek utama. Pertama, pemanfaatan media online (sosial media, video, website) terbukti efektif memperluas jangkauan promosi destinasi wisata Lelogama, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendongkrak perekonomian local. Kedua, pelatihan pembukuan sederhana membekali

pelaku UMKM dengan keterampilan mencatat keuangan sehingga usaha mereka menjadi lebih terstruktur. Dalam jangka panjang, praktik akuntansi sederhana ini diharapkan memperlancar usaha dan menyokong pengambilan keputusan bisnis. Kedua kegiatan ini saling melengkapi dalam pemberdayaan masyarakat Lelogama secara ekonomi.

5.2 Saran

Untuk kelanjutan program ini, disarankan:

1. Masyarakat desa melanjutkan dan rutin memperbarui konten media sosial/website wisata Lelogama agar destinasi tetap relevan di mata wisatawan.
2. Pihak desa atau pemerintah lokal dapat mendukung pelatihan lanjutan terkait digital marketing dan pengembangan paket wisata.
3. Mitra UMKM hendaknya terus mempraktikkan pembukuan sederhana dalam kegiatan usahanya. Evaluasi berkala (misalnya pendampingan tiap 3–6 bulan) dapat memastikan pencatatan keuangan dijalankan konsisten, sekaligus menyiapkan berkas laporan keuangan jika diperlukan akses permodalan atau sertifikasi usaha.
4. Kolaborasi antara pelaku wisata dan UMKM perlu ditingkatkan, misalnya mengintegrasikan produk lokal dalam paket wisata (pemandu lokal, oleh-oleh), sehingga manfaat ekonomi tersebar luas di masyarakat.

Dengan penerapan rekomendasi di atas, diharapkan dampak positif program ini lebih lestari: peningkatan pendapatan lokal dan kemandirian UMKM Lelogama akan semakin nyata.

VI. REFERENSI

- Ibrahim, I., Yunus, M. R., Hastuti, H., Agustiani, R., dan Sudi, M. (2025). Pelatihan Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi Pariwisata Bagi Pemuda di Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), hlm. 26–29. [Liputan6.com](https://liputan6.com) (2023). Memahami Tujuan Pariwisata: Manfaat dan Dampaknya bagi Masyarakat. Jakarta (diakses November 2025)
- Machfuzhoh, A., Lutfi, dan Utami, I. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Menuju UMKM Naik Kelas di Kecamatan Grogol. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(2), hlm. 109–116.
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., dan Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Pariwisata di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1)