

Inovasi Produk dan Digital Marketing sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan dalam Mendukung Wisata Bahari di Kelurahan Serangan

Luh Kadek Budi Martini^{1*}, Ida Bagus Raka Suardana², Putu Ratna Juwita Sari³, Mutria Farhaeni⁴

^{1,4} Sekolah Tinggi Bisnis Runata, Denpasar, Indonesia

^{2,3} Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

email: jrseruni@gmail.com*

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam mengembangkan produk berbasis potensi bahari serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, hingga evaluasi oleh Tim STB Runata. Materi yang diberikan meliputi pemilahan dan pengolahan rumput laut, penerapan teknologi sederhana seperti teflon, vacuum sealer, dan freezer untuk meningkatkan kualitas produk, serta pelatihan penggunaan handphone dalam pembuatan konten media sosial. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan sebesar 75%, serta kemandirian masyarakat dalam berinovasi, khususnya dengan lahirnya produk kuliner baru berupa risoles dan siomay dengan isian rumput laut sebanyak tiga varian baru. Pemanfaatan digital marketing mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya tarik produk sebesar 75%. Keberlanjutan program diperkuat melalui pembinaan Pemerintah Kota Denpasar, salah satunya dengan mengikutsertakan mitra dalam event pameran rutin. Dengan demikian, program ini berkontribusi signifikan dalam penguatan ekonomi kerakyatan untuk mendukung pariwisata bahari berkelanjutan di Kelurahan Serangan.

Kata kunci: Inovasi Produk, Digital Marketing, Ekonomi Kerakyatan, Wisata Bahari, Kelurahan Serangan

ABSTRACT

The aims of this program was to increase the capacity of local communities in developing marine-based products and utilizing digital technology as a marketing tool. The activity was carried out through training, mentoring, technology implementation, and evaluation by the STB Runata Team. The materials provided included seaweed sorting and processing, the application of simple technologies such as Teflon, vacuum sealers, and freezers to improve product quality, and training on using mobile phones to create social media content. The program results showed a 75% increase in knowledge and skills, as well as community independence in innovation, particularly with the birth of new culinary products in the form of risoles and siomay with three new seaweed filling variants. From a marketing perspective, the use of digital marketing was able to expand the promotional reach and increase product appeal by 75%. The sustainability of the program was strengthened through guidance from the Denpasar City Government, one of which was by involving partners in regular exhibition events. Thus, this program contributed significantly to strengthening the people's economy while supporting sustainable marine tourism in Serangan Village.

Keywords: Product Innovation, Digital Marketing, People's Economy, Marine Tourism, Serangan

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi kerakyatan telah menjadi fokus utama dalam berbagai kebijakan pembangunan di Indonesia, khususnya dalam konteks pengembangan sektor pariwisata yang berbasis potensi lokal. Ekonomi kerakyatan merupakan suatu konsep yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara mandiri, adil, dan berkelanjutan (Nurlaili, n.d.). Dalam kerangka tersebut, sektor pariwisata memiliki potensi yang sangat besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama pada wilayah-wilayah yang memiliki kekayaan alam, budaya, dan tradisi yang khas. Salah satu wilayah yang memiliki potensi strategis adalah Kelurahan Serangan, sebuah kawasan yang dikenal sebagai destinasi wisata bahari di Bali.

Kelurahan Serangan dikenal dengan keindahan pantai, kekayaan ekosistem laut, serta budaya masyarakat pesisir yang masih kental dengan tradisi. Potensi wisata bahari di Serangan mencakup aktivitas rekreasi pantai, olahraga air, konservasi penyu, hingga wisata kuliner laut. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya memberikan dampak optimal terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Tantangan yang dihadapi masyarakat antara lain rendahnya diversifikasi produk lokal, keterbatasan akses pasar, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi inovatif dalam pengembangan produk dan penerapan digital marketing sebagai upaya memperkuat basis ekonomi kerakyatan di kawasan tersebut.

Inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di era modern. Menurut (Kotler, P., & Keller, 2016), inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk baru, tetapi juga pengembangan desain, kemasan, maupun layanan pendukung yang mampu menambah nilai bagi konsumen. Dalam konteks Kelurahan Serangan, produk-produk yang terkait dengan wisata bahari seperti olahan hasil laut, kerajinan tangan berbasis bahan alam, hingga produk souvenir khas dapat dikembangkan melalui inovasi.

Permasalahan yang kerap muncul adalah masih adanya kecenderungan masyarakat lokal untuk menghasilkan produk dalam bentuk sederhana tanpa adanya diferensiasi atau nilai tambah yang signifikan. Hal ini berdampak pada rendahnya daya tarik produk di pasar wisata yang semakin kompetitif. Dengan mengembangkan inovasi produk, masyarakat tidak hanya dapat meningkatkan kualitas dan keberlanjutan usaha, tetapi juga memperkuat identitas lokal yang selaras dengan branding wisata bahari Serangan. Berikut gambar 1 risoles dan siomay yang belum diinovasi.



Gambar 1. Risoles dan Siomay Yang Belum Diinovasi.

Selain itu, inovasi produk juga menjadi jawaban atas perubahan preferensi wisatawan yang semakin mengutamakan keberlanjutan (*sustainability*) dan keaslian (*authenticity*). Wisatawan modern cenderung mencari pengalaman yang berbeda, unik, serta mencerminkan

nilai-nilai local (Cohen & Hopkins, 2019). Oleh karena itu, inovasi produk lokal yang berbasis budaya pesisir dan kearian lokal Serangan berpotensi menjadi daya tarik tersendiri dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kerakyatan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara masyarakat dalam mengakses informasi, termasuk di sektor pariwisata. Digital marketing atau pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang memungkinkan UMKM lokal untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode konvensional. Menurut (Zulkarnain, 2023), digital marketing mencakup berbagai aspek seperti media sosial, pemasaran berbasis konten, optimasi mesin pencari, hingga e-commerce.

Bagi masyarakat Kelurahan Serangan, penerapan digital marketing dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan promosi produk dan jasa pariwisata. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, misalnya, dapat dimanfaatkan untuk menampilkan keindahan wisata bahari, aktivitas budaya, serta mempromosikan produk lokal. Penggunaan platform daring tidak hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Selain itu, tren wisata pascapandemi COVID-19 menunjukkan bahwa wisatawan semakin bergantung pada pencarian informasi digital sebelum memutuskan destinasi yang akan dikunjungi (UN Tourism, 2023). Hal ini menegaskan bahwa strategi digital marketing bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan mendesak dalam memperkuat daya saing destinasi wisata bahari seperti Serangan. Dengan digitalisasi pemasaran, produk lokal hasil inovasi masyarakat dapat terintegrasi dengan sistem promosi pariwisata, sehingga menciptakan sinergi antara sektor ekonomi dan sektor wisata.

Konsep ekonomi kerakyatan menekankan prinsip kemandirian, keberlanjutan, serta pemerataan manfaat ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam kaitannya dengan wisata bahari, inovasi produk dapat meningkatkan kualitas dan variasi penawaran lokal, sementara digital marketing memastikan produk tersebut mampu menembus pasar yang lebih luas. Kombinasi keduanya berpotensi menciptakan siklus ekonomi yang lebih kuat, inklusif, dan berkelanjutan.

Beberapa studi terdahulu menunjukkan bahwa penerapan inovasi produk yang dipadukan dengan strategi digital marketing mampu meningkatkan pendapatan UMKM serta memperluas akses pasar (Febriyanti Darnis, 2019). Hal ini juga relevan dalam konteks Kelurahan Serangan, di mana masyarakat pesisir sangat bergantung pada sumber daya bahari dan kegiatan wisata. Apabila strategi ini diimplementasikan dengan baik, maka tidak hanya akan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendukung keberlanjutan pariwisata bahari melalui partisipasi aktif warga lokal.

Solusi permasalahan yang dihadapi oleh mitra dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan yang menggunakan ipteks sesuai prioritas serta target dari program PBM sebagai berikut: (1) Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam inovasi produk, solusi yang ditawarkan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan varian produk risoles dan siomay. (2) Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, solusi yang ditawarkan pelatihan, pendampingan dan pembuatan konten untuk memasarkan kuliner keripik rumput laut, kerupuk *klejat*, risoles dan siomay.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk peningkatan pemasaran produk kuliner Kelurahan Serangan di Denpasar adalah penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, secara rinci adalah sebagai berikut (Udayana et al., 2025):

1. Sosialisasi Tim PKM STB Runata sebanyak enam orang yang terdiri dari tiga orang dosen dan tiga orang mahasiswa ke Kelompok Kuliner Serangan yang terdiri tiga anggota terkait dengan pelatihan inovasi produk serta pemasaran yang akan diberikan oleh Tim PKM.
2. Pelatihan, dan pendampingan dalam pemilahan rumput laut, pemrosesan rumput laut, serta pelatihan pembuatan akun media sosial.
3. Penerapan teknologi penggunaan teflon untuk membuat kulit risoles, *vacum sealer* adalah alat untuk menghilangkan udara dari kemasan makanan untuk memperpanjang masa simpannya, mencegah pertumbuhan bakteri dan jamur, serta menjaga kesegaran, rasa, dan kualitas makanan, *freezer* adalah mesin pendingin untuk mengawetkan makanan serta penggunaan *handphone* dalam pembuatan konten di media sosial.
4. Pendampingan dan evaluasi oleh Tim STB Runata untuk mengetahui perkembangan Mitra dalam pengetahuan, ketrampilan dan penggunaan teknologi, serta mengetahui adanya peningkatan pemasaran dari segi kualitas maupun kuantitas.
5. Keberlanjutan program yaitu melakukan inovasi produk yaitu risoles dan siomay dengan isian sayur namun diinovasi dengan isian rumput laut.
6. Selanjutnya akan dilaksanakan pembinaan oleh pihak Pemda Kota Denpasar yaitu Dinas Pariwisata Kota Denpasar diikutsertakan dalam *event* pameran yang rutin diadakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi “Inovasi Produk dan Digital Marketing sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan dalam Mendukung Wisata Bahari di Kelurahan Serangan” dilaksanakan sebagai upaya memberikan pemahaman serta membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengembangan produk lokal dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pariwisata bahari yang berkelanjutan.

Sosialisasi ini diawali dengan pemaparan mengenai potensi wisata bahari di Kelurahan Serangan, mulai dari kekayaan ekosistem laut, aktivitas konservasi penyu, hingga tradisi budaya masyarakat pesisir yang menjadi daya tarik wisata. Tim STB Runata menjelaskan bahwa potensi besar ini akan semakin optimal jika ditopang oleh produk lokal yang inovatif dan dipromosikan secara luas melalui platform digital.

Selanjutnya, peserta yang terdiri dari pelaku UMKM diperkenalkan pada konsep inovasi produk. Materi ini menekankan bagaimana produk berbasis bahari seperti risoles rumput laut dan siomay rumput laut. Contoh-contoh praktik baik dari daerah lain juga ditampilkan untuk menginspirasi masyarakat agar mampu berinovasi sesuai dengan potensi lokal yang dimiliki (Yana Kapisa et al., 2025). Sosialisasi ke UMKM dapat dilihat pada Gambar 2.

Pada sesi berikutnya, peserta diperkenalkan dengan strategi digital marketing. Tim STB Runata memberikan penjelasan tentang pentingnya pemanfaatan media sosial desa wisata sebagai sarana promosi dan pemasaran. Peserta diajak untuk memahami cara membuat konten yang menarik, penggunaan foto dan video untuk branding, serta pentingnya membangun interaksi dengan konsumen secara daring. Dengan pendekatan praktis, peserta juga diberikan simulasi pembuatan akun bisnis di media sosial serta strategi sederhana meningkatkan jangkauan pasar.

Kegiatan sosialisasi ditutup dengan penekanan pada pentingnya sinergi antara masyarakat, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan pariwisata dalam mendukung penguatan ekonomi kerakyatan. Harapannya, melalui inovasi produk dan digital marketing,

masyarakat Kelurahan Serangan dapat meningkatkan pendapatan, memperluas jaringan pasar, sekaligus menjaga keberlanjutan wisata bahari yang menjadi identitas kawasan.



Gambar 2. Sosialisasi ke UMKM.

Pelatihan dan Pendampingan dalam Pemilihan Rumput Laut

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan sebagai bentuk dukungan nyata dalam memperkuat kapasitas masyarakat Kelurahan Serangan, khususnya pelaku usaha kecil, agar mampu mengelola potensi rumput laut secara optimal sekaligus memasarkan produk mereka melalui media digital.

Pelatihan diawali dengan sesi pemilihan rumput laut. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memilih rumput laut berdasarkan kualitas, warna, dan kebersihannya. Tim STB Runata menjelaskan bahwa pemilihan yang tepat akan menentukan kualitas produk akhir, baik yang dipasarkan sebagai bahan mentah maupun yang diolah menjadi produk turunan. Kelompok UMKM kemudian dipandu untuk melakukan praktik langsung pemilihan rumput laut menggunakan standar mutu sederhana agar hasil produksi lebih konsisten.

Gambar 3. Pemilihan rumput laut



Gambar 3. Pemilihan Rumput Laut

Tahap berikutnya adalah pemrosesan rumput laut. Dalam sesi ini, peserta dilatih mengenai teknik pencucian, perendaman, pengeringan, hingga cara penyimpanan yang sesuai standar higienitas. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada peluang diversifikasi produk turunan rumput laut seperti risoles rumput laut dan siomay rumput laut yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Pendamping menekankan pentingnya kebersihan, pengemasan menarik, serta inovasi rasa agar produk mampu bersaing di pasar (Rahmawati, 2013).

Selanjutnya, untuk mendukung pemasaran, masyarakat diberikan pelatihan pembuatan akun media sosial. Peserta diperkenalkan pada platform populer seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang efektif untuk mempromosikan produk (Fitrianna & Aurinawati, 2020). Tim STB Runata memberikan panduan langkah demi langkah mulai dari membuat akun bisnis, mengunggah foto produk yang menarik, menulis deskripsi yang informatif, hingga menggunakan tagar (hashtag) yang tepat. Peserta juga didampingi secara langsung untuk membuat akun mereka masing-masing, sehingga setelah pelatihan berakhir mereka sudah siap mengelola media sosial sebagai sarana promosi.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini ditutup dengan diskusi interaktif mengenai tantangan yang dihadapi UMKM, baik dalam hal pengolahan rumput laut maupun penggunaan media sosial. Melalui kegiatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memiliki keterampilan teknis dalam mengolah rumput laut menjadi produk bernilai tambah, tetapi juga mampu memasarkan hasil olahan tersebut secara lebih luas melalui strategi digital. Dengan demikian, pelatihan ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi kerakyatan sekaligus mendukung branding wisata bahari Kelurahan Serangan.

Penerapan Teknologi Penggunaan Teflon, Vacum Sealer, Freezer, dan Handphone

Dalam upaya meningkatkan kualitas produksi serta memperluas jangkauan pemasaran, masyarakat Kelurahan Serangan diberikan pendampingan terkait penerapan teknologi sederhana namun efektif yang dapat menunjang keberlanjutan usaha. Teknologi yang diperkenalkan meliputi penggunaan teflon, *vacuum sealer*, freezer, serta pemanfaatan handphone dalam pembuatan konten untuk media sosial.

Pertama, diperkenalkan teknologi penggunaan teflon untuk pembuatan kulit risoles. Alat ini dipilih karena memiliki permukaan anti lengket, sehingga proses pembuatan kulit risoles menjadi lebih mudah, cepat, dan menghasilkan tekstur yang halus serta seragam. Dengan teflon, masyarakat dapat meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi risiko kegagalan, sekaligus menjaga konsistensi kualitas produk. Hal ini penting mengingat konsumen sangat memperhatikan tampilan dan kualitas makanan. Gambar 4. Penggunaan Teflon untuk pembuatan risoles



Gambar 4. Penggunaan Teflon Untuk Pembuatan Risoles

Kedua, peserta dilatih menggunakan *vacuum sealer*, yaitu alat yang berfungsi menghilangkan udara dalam kemasan makanan. Teknologi ini membantu memperpanjang masa simpan produk dengan mencegah pertumbuhan bakteri dan jamur, serta menjaga kesegaran, rasa, dan kualitas makanan. Dengan pengemasan *vacuum*, produk tidak hanya lebih higienis, tetapi

juga memiliki daya tarik visual yang profesional, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal. Gambar 5. Pengemasan menggunakan *vacum sealer*.



Gambar 5. Pengemasan Menggunakan *Vacum Sealer*

Selanjutnya, diberikan pendampingan mengenai pemanfaatan *freezer* sebagai mesin pendingin untuk mengawetkan makanan. *Freezer* memungkinkan produk olahan, baik berbasis rumput laut maupun hasil laut lainnya, tetap segar dalam jangka waktu yang lebih lama. Hal ini sangat mendukung strategi distribusi, terutama untuk pasar yang lebih luas di luar daerah, di mana daya tahan produk menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas saat pengiriman. Gambar 6 *Freezer* untuk menyimpan *frozen food*.



Gambar 6. *Freezer* Untuk Menyimpan *frozen food*.

Terakhir, pelatihan difokuskan pada penggunaan handphone dalam pembuatan konten media sosial. Peserta diajarkan teknik dasar fotografi dan videografi menggunakan kamera ponsel, seperti pengaturan cahaya, sudut pengambilan gambar, hingga penggunaan aplikasi editing sederhana. Dengan keterampilan ini, masyarakat mampu menghasilkan konten promosi yang menarik untuk dipublikasikan di platform digital seperti Instagram, Facebook, maupun TikTok (Martini & Dewi, 2021). Konten yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat branding desa wisata bahari Serangan. Gambar 7. Penjualan Online (Live) di Instagram



Gambar 7. Penjualan Online (Live) di Instagram

Melalui penerapan teknologi tersebut, masyarakat tidak hanya ditingkatkan keterampilannya dalam produksi dan pengemasan, tetapi juga dibekali kemampuan untuk memasarkan produk secara lebih modern. Dengan demikian, teknologi sederhana ini menjadi instrumen penting dalam mendukung penguatan ekonomi kerakyatan yang berdaya saing serta berkelanjutan (Hidayat et al., n.d.).

Adapun Produktivitas yang dihasilkan Kelompok Kuliner Serangan sebelum dan setelah diberikan pengetahuan, ketrampilan dan teknologi sebagai berikut:

Tabel 1. Tingkat Produktivitas Kelompok

No	Nama Produk	Sebelum	Sesudah
ASPEK PRODUKSI			
1	Kompor dan wajan :		
	Keripik Rumput Laut	2kg/4-6 jam/penggorengan	2kg/1jam/penggorengan
2	Kerupuk Klejat	2kg/1jam/penggorengan	2kg/25 menit/penggorengan
3	Mesin <i>Spiner</i> :		
	Keripik Rumput Laut	15kg/4 hari penirisan	15kg/45menit penirisan
4	Teflon Risoles :		
	Kulit Risoles dan Siomay	1 kg/2 jam/50 kulit	1kg/30 menit/70 kulit
ASPEK MARKETING			
1	Keripik Rumput laut dan kerupuk Ikan	tanpa label	Ada Label (Keripik Rumput Laut Serangan)
2	Risoles dan Siomay	Tanpa label	Ada label (mama kitchen)
3	Varian Produk Risoles dan Dimsum	1 Varian (isi ayam)	3 Varian (isi Rumput laut, Coklat, Keju)
4	Keripik, Kerupuk, Risoles dan Siomay	Penjualan <i>Offline</i>	Penjualan <i>Online (Live Straming)</i>

Pendampingan dan Evaluasi Tim STB Runata

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan oleh Tim STB Runata sebagai langkah lanjutan setelah pelatihan dan penerapan teknologi. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh materi dan keterampilan yang telah diberikan benar-benar dipahami serta mampu diaplikasikan oleh mitra dalam kegiatan usahanya.

Pendampingan dilakukan secara terstruktur melalui kunjungan lapangan dan diskusi intensif dengan para mitra. Tim memfokuskan perhatian pada perkembangan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, khususnya dalam hal pemilahan serta pemrosesan produk berbasis rumput laut, penggunaan alat produksi seperti teflon, *vacuum sealer*, dan *freezer*, hingga

kemampuan memanfaatkan handphone untuk membuat konten digital. Selama proses pendampingan, tim juga memberikan bimbingan tambahan apabila ditemukan kesulitan teknis maupun kendala dalam penerapan teknologi tersebut.

Selain itu, evaluasi difokuskan pada dampak penerapan teknologi dan digital marketing terhadap pemasaran produk. Tim STB Runata melakukan penilaian terhadap kualitas produk yang dihasilkan, mulai dari tampilan, rasa, hingga standar kebersihan. Dari segi kuantitas, tim mencatat adanya peningkatan jumlah produksi dan keteraturan proses usaha yang lebih baik dibandingkan sebelum adanya program. Evaluasi juga mencakup pemanfaatan media sosial, di mana mitra diarahkan untuk aktif mengunggah konten promosi dan memantau interaksi dengan konsumen sebagai indikator perkembangan pemasaran.

Hasil pendampingan dan evaluasi menunjukkan adanya progres positif. Mitra semakin terampil dalam mengolah produk dengan standar mutu yang lebih baik, serta mampu mengemas produk secara modern menggunakan teknologi yang diperkenalkan. Dari sisi pemasaran, produk lokal mulai dikenal lebih luas, terlihat dari meningkatnya permintaan konsumen baik secara langsung maupun melalui platform digital (Hamilton et al., 2023).

Dengan adanya pendampingan dan evaluasi ini, Tim STB Runata dapat memastikan bahwa program penguatan ekonomi kerakyatan melalui inovasi produk dan digital marketing di Kelurahan Serangan berjalan efektif, sekaligus memberikan umpan balik untuk perbaikan berkelanjutan.

Keberlanjutan Program

Sebagai bentuk tindak lanjut dari kegiatan pelatihan, pendampingan, serta penerapan teknologi, program ini dirancang agar memiliki keberlanjutan yang nyata bagi masyarakat Kelurahan Serangan. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah melalui inovasi produk kuliner lokal, khususnya risoles dan siomay, yang dikreasikan dengan isian berbahan dasar rumput laut. Gambar 8. Risoles dan siomay yang berbahan isian rumput laut.



Gambar 8. Risoles dan Siomay yang Berbahan Isian Rumpot Laut

Rumput laut dipilih karena merupakan komoditas unggulan Serangan yang melimpah, namun selama ini lebih banyak dijual dalam bentuk mentah dengan nilai tambah yang terbatas. Dengan mengintegrasikan rumput laut sebagai bahan inovatif dalam olahan makanan populer seperti risoles dan siomay, masyarakat tidak hanya mampu memanfaatkan potensi lokal secara lebih optimal, tetapi juga menghadirkan produk yang unik, sehat, dan bernilai jual tinggi.

Risoles dan siomay dengan isian rumput laut memberikan variasi baru dalam cita rasa sekaligus menjadi diferensiasi produk di pasar kuliner. Kandungan gizi rumput laut yang kaya serat, mineral, serta memiliki manfaat kesehatan menjadi nilai tambah yang dapat menarik

perhatian konsumen, terutama wisatawan yang mulai mengutamakan makanan sehat dan berorientasi pada keberlanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan program ini, Tim STB Runata juga mendorong mitra agar terus melakukan eksperimen rasa, kemasan, dan strategi pemasaran. Produk risoles dan siomay berbasis rumput laut akan dipromosikan tidak hanya di lingkungan lokal, tetapi juga melalui media sosial dan jaringan wisata bahari di Serangan, sehingga dapat menjadi ikon kuliner khas berbasis hasil laut.

Dengan inovasi ini, diharapkan keberlanjutan program tidak hanya berhenti pada pelatihan dan pendampingan awal, tetapi benar-benar berkembang menjadi usaha yang mandiri, berdaya saing, serta memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekonomi kerakyatan. Inovasi produk ini juga diharapkan mampu memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan sekaligus memperkuat identitas Kelurahan Serangan sebagai desa wisata bahari yang kreatif dan berkelanjutan (Prabawa & Nurwarsih, 2023).

Pembinaan oleh Pemda Kota Denpasar dan Dinas Pariwisata

Selanjutnya, program akan berlanjut **melalui** pembinaan oleh Pemerintah Daerah Kota Denpasar, khususnya melalui Dinas Pariwisata Kota Denpasar. Bentuk pembinaan ini difokuskan pada peningkatan kapasitas pelaku usaha serta perluasan jaringan pemasaran produk lokal. Salah satu langkah nyata yang direncanakan adalah dengan mengikutsertakan mitra dalam berbagai event pameran yang rutin diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata.

Keikutsertaan dalam pameran ini menjadi peluang strategis bagi masyarakat Kelurahan Serangan untuk memperkenalkan inovasi produk berbasis rumput laut, seperti risoles dan siomay dengan isian rumput laut, kepada pasar yang lebih luas. Pameran tidak hanya menghadirkan pengunjung dari masyarakat umum, tetapi juga pelaku usaha, investor, hingga wisatawan domestik dan mancanegara. Dengan demikian, produk lokal memiliki kesempatan lebih besar untuk dikenal, diapresiasi, dan dipasarkan secara berkelanjutan (Hermawati & Mallawangeng, 2019).

Selain sebagai ajang promosi, keterlibatan dalam pameran juga berfungsi sebagai sarana belajar langsung bagi pelaku usaha dalam memahami tren pasar, strategi kompetitor, serta selera konsumen terkini. Melalui pendampingan Dinas Pariwisata, mitra akan dibimbing dalam mempersiapkan display produk, strategi branding, hingga komunikasi pemasaran yang lebih efektif.

Dengan adanya pembinaan lanjutan ini, diharapkan pelaku usaha di Kelurahan Serangan semakin percaya diri dan profesional dalam mengelola usahanya. Lebih jauh, keberlanjutan program ini tidak hanya akan memperkuat ekonomi kerakyatan, tetapi juga mendukung citra Kota Denpasar sebagai pusat pariwisata kreatif yang berbasis pada kearifan lokal dan inovasi (Wesnawa, 2022).

KESIMPULAN

Program “Inovasi Produk dan Digital Marketing sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan dalam Mendukung Wisata Bahari di Kelurahan Serangan” telah memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dalam meningkatkan kapasitas pengetahuan, keterampilan, serta pemanfaatan teknologi sederhana. Melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, masyarakat tidak hanya terampil dalam pemilahan dan pengolahan rumput laut, tetapi juga mampu mengembangkan produk inovatif seperti risoles dan siomay dengan isian rumput laut sebagai identitas kuliner khas.

Penerapan teknologi seperti penggunaan teflon, *vacuum sealer*, dan freezer terbukti membantu menjaga kualitas dan daya tahan produk, sementara pemanfaatan handphone untuk pembuatan konten digital telah membuka peluang baru dalam strategi pemasaran modern. Pendampingan intensif oleh Tim STB Runata memastikan bahwa mitra dapat menerapkan keterampilan tersebut secara konsisten, yang berdampak pada peningkatan kualitas maupun kuantitas produksi dan pemasaran.

Lebih lanjut, keberlanjutan program diperkuat dengan adanya pembinaan dari Pemerintah Kota Denpasar melalui Dinas Pariwisata, salah satunya dengan mengikutsertakan mitra dalam event pameran rutin. Langkah ini diharapkan mampu memperluas jejaring pemasaran, meningkatkan branding produk, serta memperkuat posisi Kelurahan Serangan sebagai destinasi wisata bahari yang kreatif dan berdaya saing.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya mendukung peningkatan ekonomi kerakyatan, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kelurahan Serangan. Ke depan, sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan lembaga pendidikan diharapkan terus terjalin agar inovasi dan digitalisasi dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, S. A., & Hopkins, D. (2019). Autonomous vehicles and the future of urban tourism. *Annals of Tourism Research*, 74, 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.10.009>
- Febriyanti Darnis, R. A. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *Sindimas*, 1(1), 275–278. <http://sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sindimas/article/view/584>
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Hamilton, J. L., Dreier, M. J., & Boyd, S. I. (2023). Social media as a bridge and a window: The changing relationship of adolescents with social media and digital platforms. *Current Opinion in Psychology*, 52, 101633. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101633>
- Hermawati, H., & Mallawangeng, T. (2019). Pemberdayaan masyarakat dalam mengolah produk makanan berbahan dasar lokal di Kabupaten Sidrap. *Dedikasi*, 21(2), 173–178. <https://doi.org/10.26858/dedikasi.v21i2.11500>
- Hidayat, W., Dahlan Jl Ringroad Selatan, A., Banguntapan, K., Bantul, K., & Istimewa Yogyakarta, D. (n.d.). *OPTIMALISASI EKONOMI KERAKYATAN DALAM MENGHADAPI ANCAMAN RESESI MELALUI PENGATURAN HUKUM BAGI UMKM DAN KOPERASI (Optimization of The Community Economy in Facing The Threat of Recession Through Legal Arrangements for SMEs and Cooperatives)*. <https://doi.org/10.33331/mhn.v53i2.230>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th edition*. Pearson Prentice Hall.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 5(1), 38–54.
- Nurlaili, E. (n.d.). *IMPLEMENTASI EKONOMI KERAKYATAN DALAM HUKUM EKONOMI INDONESIA DI ERA GLOBALISASI*.

- Prabawa, M. S., & Nurwarsih, N. W. (2023). Perencanaan dan Perancangan Pusat Wisata Kuliner Laut di Serangan, Denpasar, Bali. *Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa*, 11(1), 9–17. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/undagi/index>
- Rahmawati, F. (2013). *Materi Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Udayana, P. S. N., Martini, L. K. B., Farhaeni, M., & Indrya, D. A. G. A. (2025). PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DESA BLAHKIUH MELALUI PENGUATAN BRANDING DAN INOVASI KEMASAN. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6), 2646–2655. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2602>
- UN Tourism. (2023). *World Tourism Day 2023*. Unwto/World-Tourism-Day-2023.
- Wesnawa, I. G. A. (2022). Pengembangan Pariwisata Perdesaan Bali: Integrasi Potensi, Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(1), 149–160. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i1.44184>
- Yana Kapisa, R., Maulana, A., Fidriyanti Sukirman, R., Tinggi Ekonomi Islam Bina Muda Bandung, S., & Kata Kunci, A. (2025). *Inovasi Desa Berbasis Kearifan Lokal: Tinjauan Literatur terhadap Praktik Terbaik di Indonesia*. <https://digit.web.id/index.php/dcs>
- Zulkarnain, R. (2023). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Manajemen Dan Retail*, 3(01), 78–85. <https://doi.org/10.47080/jumerita.v3i01.2530>