



**PENINGKATAN KOMPETENSI PELAKU USAHA SOUVENIR DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PARIWISATA DI DESA
BENOA**

*Improving The Competency Of Souvenir Business Owners In Facing Tourism
Industry Competition In Benoa Village*

**Fahmi Tanjung¹, Putu Ratna Windusara Putri², I Made Wisnu Wardana³, I
Made Sujana⁴**

^{1,2,3,4}Universitas Teknologi Indonesia

Email: fahmitanjung@gmail.com

Abstract

The increasingly competitive tourism industry requires souvenir business owners to possess adequate competencies to maintain and enhance their business competitiveness. Benoa Village, as one of the tourism-supporting areas in Badung Regency, hosts numerous souvenir businesses that depend on tourist visits. However, many business owners still face challenges such as limited product innovation, low utilization of digital technology, and insufficient marketing and business management skills. This community service program aimed to improve the competencies of souvenir business owners through structured training and mentoring activities. The methods included socialization, entrepreneurship training, digital marketing training, business management strengthening, and product development assistance. The program involved 30 souvenir business owners in Benoa Village. The results demonstrated significant improvements in participants' understanding of marketing strategies, product innovation, business management, and the utilization of digital media for product promotion. Furthermore, participants were able to develop more adaptive business strategies in response to tourism market changes. This program contributed positively to enhancing the capacity of souvenir businesses to compete effectively and sustainably within the tourism industry.

Keywords: business competency, souvenir industry, tourism, digital marketing, MSMEs

Abstrak

Perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha souvenir untuk memiliki kompetensi yang memadai agar mampu mempertahankan dan meningkatkan daya saing usahanya. Desa Benoa sebagai salah satu kawasan penunjang pariwisata di Kabupaten Badung memiliki banyak pelaku usaha souvenir yang bergantung pada kunjungan wisatawan. Namun demikian, sebagian pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan inovasi produk, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta kurangnya kemampuan pemasaran dan manajemen usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha souvenir melalui program pelatihan dan pendampingan yang terstruktur. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan kewirausahaan, pelatihan pemasaran digital, penguatan manajemen usaha, serta pendampingan pengembangan produk. Kegiatan melibatkan 30 pelaku usaha souvenir yang berada di Desa Benoa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran, inovasi produk, manajemen usaha, dan pemanfaatan media digital dalam promosi produk.

Selain itu, peserta mampu mengembangkan strategi usaha yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar wisata. Program ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas usaha souvenir sehingga mampu menghadapi persaingan industri pariwisata secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *kompetensi usaha, souvenir, pariwisata, pemasaran digital, UMKM*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Aktivitas pariwisata tidak hanya berdampak pada sektor perhotelan dan transportasi, tetapi juga mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk usaha souvenir yang menjadi bagian penting dari rantai ekonomi pariwisata.

Desa Benoa merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Badung yang memiliki aktivitas pariwisata yang cukup tinggi. Lokasinya yang strategis dan berdekatan dengan berbagai destinasi wisata menjadikan Desa Benoa sebagai pusat aktivitas ekonomi yang melibatkan masyarakat lokal, termasuk pelaku usaha souvenir. Produk souvenir yang dipasarkan meliputi kerajinan tangan, aksesoris khas Bali, produk seni, serta berbagai cendera mata yang diminati wisatawan domestik maupun mancanegara.

Meskipun memiliki peluang pasar yang besar, pelaku usaha souvenir di Desa Benoa menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Persaingan usaha yang ketat, perubahan preferensi wisatawan, perkembangan teknologi digital, dan meningkatnya tuntutan kualitas produk menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kompetensinya.

Pelaku usaha tidak hanya dituntut mampu menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga harus memahami strategi pemasaran, pengelolaan usaha, dan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha souvenir masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan usaha. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain rendahnya kemampuan pemasaran digital, kurangnya inovasi desain produk, keterbatasan pencatatan keuangan usaha, serta minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Kompetensi pelaku usaha menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha di tengah persaingan industri pariwisata. Kompetensi yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang pasar, meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kompetensi pelaku usaha souvenir melalui pelatihan dan pendampingan. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha sehingga dapat beradaptasi dengan perkembangan industri pariwisata dan memperkuat daya saing usaha yang dimiliki.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Benoa, Kabupaten Badung, Bali. Sasaran kegiatan adalah pelaku usaha souvenir yang aktif

menjalankan usaha dan memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas pariwisata. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 30 orang.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar peserta dapat mengidentifikasi kebutuhan usahanya sendiri serta memperoleh solusi yang sesuai dengan kondisi usaha masing-masing.

Program dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan	Kegiatan	Luaran
Persiapan	Survei dan identifikasi kebutuhan peserta	Data kebutuhan pelatihan
Sosialisasi	Pengenalan strategi peningkatan kompetensi usaha	Pemahaman awal peserta
Pelatihan	Pemasaran digital, inovasi produk, manajemen usaha	Peningkatan keterampilan
Pendampingan	Konsultasi dan pengembangan usaha	Strategi pengembangan usaha
Evaluasi	Pre-test dan post-test	Data peningkatan kompetensi

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan dilaksanakan secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil. Tahapan pelatihan dan pendampingan menjadi fokus utama untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menghadapi perubahan pasar dan persaingan usaha.

Tabel 2. Karakteristik Peserta

Kategori Usaha	Jumlah
Kerajinan Tangan	12
Aksesoris Khas Bali	8
Produk Seni	5
Souvenir Modern	5
Total	30

Karakteristik peserta menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha bergerak di bidang kerajinan tangan dan aksesoris khas Bali yang memiliki keterkaitan kuat dengan kebutuhan wisatawan.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, pre-test, dan post-test. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti program.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi dari seluruh peserta. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan dalam diskusi, simulasi pemasaran digital, dan kegiatan pendampingan pengembangan produk.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap berbagai aspek kompetensi usaha.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kompetensi Peserta

Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Pemasaran Digital	42	88
Inovasi Produk	48	90
Manajemen Usaha	45	87
Pengelolaan Keuangan	40	84
Strategi Pemasaran	50	92

Data menunjukkan bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan yang signifikan setelah pelaksanaan program.

Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga berhasil mengembangkan berbagai strategi usaha baru yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar wisata.

Tabel 4. Capaian Program Pendampingan

Capaian	Persentase (%)
Memiliki akun promosi digital aktif	85
Mengembangkan produk baru	78
Menerapkan pencatatan keuangan sederhana	80
Menyusun strategi pemasaran usaha	88
Memanfaatkan media sosial untuk promosi	90

Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

PEMBAHASAN

Peningkatan kompetensi pelaku usaha souvenir di Desa Bena menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan memberikan dampak yang positif terhadap kapasitas usaha peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek pemasaran digital, inovasi produk, manajemen usaha, dan pengelolaan keuangan.

Kemampuan pemasaran digital menjadi salah satu aspek yang mengalami peningkatan paling tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mempromosikan produk kepada pasar yang lebih luas. Penggunaan media sosial dan platform digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau wisatawan sebelum maupun sesudah kunjungan wisata.

Pada aspek inovasi produk, peserta mulai memahami pentingnya diferensiasi produk untuk meningkatkan daya tarik souvenir yang ditawarkan. Produk yang memiliki ciri khas lokal dan nilai budaya yang kuat cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan produk yang bersifat umum.

Peningkatan kemampuan manajemen usaha dan pengelolaan keuangan juga menjadi capaian penting dalam program ini. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur.

Setelah pendampingan, peserta mulai menerapkan pencatatan sederhana yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan usaha.

Kegiatan ini juga memperkuat kemampuan peserta dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami karakteristik konsumen wisata, pelaku usaha dapat menyusun strategi promosi yang lebih tepat sasaran sehingga mampu meningkatkan peluang penjualan produk.

Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kesiapan pelaku usaha souvenir dalam menghadapi persaingan industri pariwisata yang semakin dinamis. Penguatan kompetensi menjadi modal penting dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan dan mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

KESIMPULAN

Program peningkatan kompetensi pelaku usaha souvenir di Desa Benoa berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam aspek pemasaran digital, inovasi produk, manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan yang signifikan setelah pelaksanaan kegiatan.

Program ini juga mendorong peserta untuk menerapkan berbagai inovasi dalam pengembangan usaha sehingga lebih siap menghadapi persaingan industri pariwisata. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan yang berkelanjutan perlu terus dilakukan untuk mendukung penguatan kapasitas pelaku usaha souvenir dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Pariwisata Indonesia 2024*.
2. Buchari Alma. (2020). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
3. Freddy Rangkuti. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
4. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Laporan Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta.
5. Marketing 5.0. (2021). Hoboken: Wiley.
6. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *SME and Entrepreneurship Outlook*.
7. Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
8. Tourism Management. (2021). London: Routledge.
9. United Nations World Tourism Organization. (2020). *Tourism and Local Economic Development Report*.
10. World Bank. (2021). *Digital Transformation of Small Businesses in Tourism Destinations*.