



Meningkatkan Daya Tarik Destinasi Wisata Tepian Mahligai melalui Perbaikan Infrastruktur dan Media Sosial

Heni Susanti^{1*}, Zulkifli², Rika Perdana Sari³, Irsan Taufik Ali⁴,
Khairul Rahman⁵, Dia Meirina Suri⁶, Detri Karya⁷, Evi Yanti⁸

^{1, 2, 5, 6, 7} Universitas Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia

³ Politeknik Caltex Riau, Pekanbaru, Indonesia

⁴ Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

*Corresponding author: heni@law.uir.ac.id

Received 14-08-2025

Revised 20-08-2025

Published 10-09-2025

ABSTRAK

Tepian Mahligai terletak ±700 meter dari Gerbang Tol XIII Koto Kampar, sehingga berpotensi besar menjadi destinasi wisata unggulan. Namun, beberapa tahun terakhir jumlah kunjungan menurun. Identifikasi Tim menemukan permasalahan utama: (1) belum adanya SOP dan pembagian tugas yang jelas, (2) promosi masih dilakukan secara konvensional, dan (3) keterbatasan SDM dalam promosi digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan melalui ceramah dan diskusi mengenai strategi pengelolaan wisata berbasis hukum, pelatihan promosi melalui media sosial, serta perbaikan fasilitas berupa pengecatan jembatan dengan warna menarik untuk meningkatkan daya tarik visual. Hasil kegiatan menunjukkan mitra memperoleh pemahaman tentang SOP dan pembagian tugas, meningkatnya kemampuan promosi digital, serta tersedianya fasilitas yang lebih baik. Dengan demikian, PKM ini telah terlaksana sesuai tujuan dan memberikan dampak positif bagi pengelolaan dan pengembangan Tepian Mahligai.

Kata kunci: Daya tarik; Desa Wisata; Tepian Mahligai; Media Sosial

ABSTRACT

Tepian Mahligai is located approximately 700 meters from the XIII Koto Kampar Toll Gate, making it highly potential to become a leading tourist destination. However, in recent years, the number of visitors has declined. The team's identification revealed several main issues: (1) the absence of a clear SOP and division of tasks, (2) promotions still relying on conventional methods, and (3) limited human resources in digital promotion. The Community Service Program (PKM) was carried out through lectures and discussions on tourism management strategies within the legal framework, training on social media promotion, and facility improvements such as repainting the bridge with attractive colors to enhance visual appeal. The results showed that partners gained understanding of SOP and task distribution, improved digital promotion skills, and benefited from better facilities. Thus, the PKM was successfully implemented in accordance with its objectives and provided a positive impact on the management and development of Tepian Mahligai.

Keywords: Attractions; Tourist Village; Tepian Mahligai; Social Media

PENDAHULUAN

Tewujudnya industri pariwisata di Provinsi Riau akan mampu menggerakkan perekonomian melalui peningkatan investasi di bidang pariwisata. Objek wisata sangat



berpotensi menarik minat masyarakat (Yulanda and Zainal 2024). Keberagaman budaya serta kondisi alam Indonesia menjadi kekuatan untuk menjadikan pariwisata sebagai penghasil devisa yang utama. Pemanfaatan modal sosial yang teridentifikasi dimanfaatkan paling dominan adalah jaringan, karena menjadikan mereka mampu bekerjasama untuk menjadikannya objek wisata yang menarik.

Objek wisata berada di kawasan danau PLTA Koto Panjang di prakarsai oleh Pokdarwis Kampung Danau Koto Panjang pada tahun 2014. Kelompok yang terdiri dari pemuda, nelayan dan petani. Tepian mahligai merupakan pintu masuk di kawasan danau PLTA Koto Panjang, gerbang tepian mahligai yang berjarak hanya 700 meter dari Exit Tol XIII Koto Kampar itu memiliki banyak potensi perikanan, budaya, hutan alami, air terjun. Biaya tiket masuk per orang : Rp.15.000/Orang, menawarkan paket wisata kolam renang di jantung wisata, kemudian paket antar jemput, paket memancing dan paket air terjun tambang murai dan paket air terjun pulo simo. Manajemen Izin mitra Berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Kampar Nomor : Kpts.912/DPK-DP/79, tidak memiliki SOP dan Job Desk dalam berkerja. Pemasaran hanya melalui mulut ke mulut dan belum memanfaatkan teknologi, dan belum ada website khusus untuk pemasaran. Jumlah SDM yang dimiliki mitra berjumlah 10 orang.

Pada tahun 2025 yaitu terkait peluang destinasi wisata Tepian Mahligai yang semakin hari sedikit pengunjung yang juga berdampak berkurangnya produksi dan pemasaran bakso khas desa yang selama ini menjadi oleh-oleh pengunjung. Program pengabdian masyarakat seyogyanya berkelanjutan, oleh karena itu, tim berupaya untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi mitra saat ini, dan yang menjadi Prioritas permasalahan mitra sasaran yang akan diselesaikan melalui aspek Hukum, Manajemen, Teknologi Informasi Komunikas

Pengembangan industri pariwisata di Provinsi Riau memiliki potensi strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan investasi pada sektor pariwisata.(Isabela, Wahyuni, and Riau 2022) Keberadaan objek-objek wisata yang memiliki daya tarik tinggi, didukung oleh keberagaman budaya serta kekayaan sumber daya alam Indonesia, menjadi modal utama untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor penyumbang devisa yang signifikan. Salah satu komponen modal sosial yang paling dominan dalam pengembangan pariwisata adalah jejaring (networking), yang berperan penting dalam memperkuat kolaborasi antara masyarakat dan pemangku kepentingan(Puspantari 2022). Contoh nyata penerapan modal sosial tersebut dapat ditemukan pada destinasi wisata Tepian Mahligai, yang berlokasi di kawasan Danau PLTA Koto Panjang. Destinasi ini diinisiasi pada tahun 2014 oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kampung Danau Koto Panjang, yang terdiri atas unsur pemuda, nelayan, dan petani.

Secara geografis, Tepian Mahligai terletak hanya ± 700 meter dari Gerbang Tol XIII Koto Kampar, sehingga memiliki aksesibilitas yang tinggi. Kawasan ini menawarkan potensi wisata perikanan, budaya, hutan alami, dan air terjun.(Mita Aulia Putri and Mayarni Mayarni 2023) Berdasarkan ketetapan pengelola, biaya tiket masuk

sebesar Rp15.000 per orang, dengan beragam paket wisata, antara lain wisata kolam renang, layanan antar-jemput, paket memancing, kunjungan ke Air Terjun Tambang Murai, serta Air Terjun Pulo Simo.

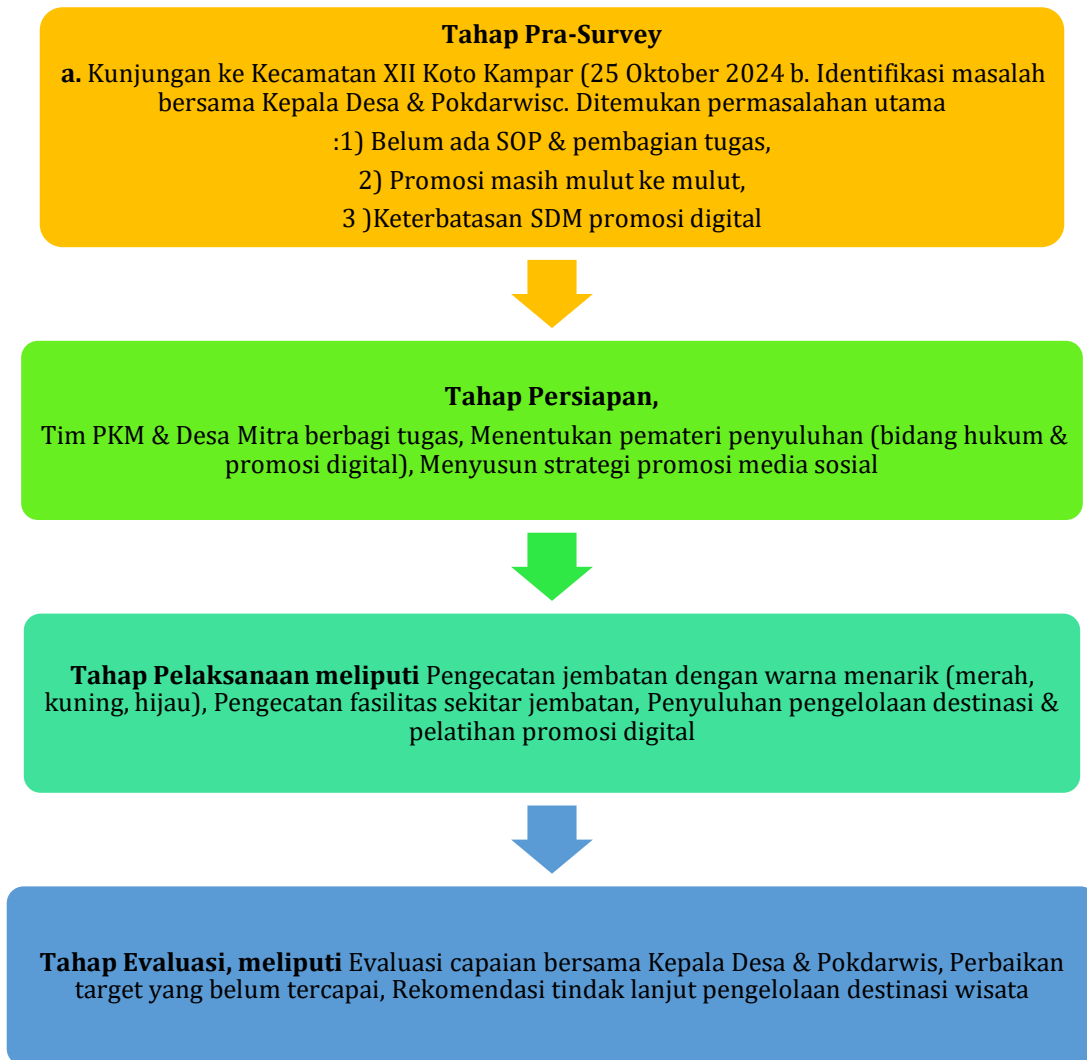
Namun demikian, berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Nomor: Kpts.912/DPK-DP/79, manajemen pengelola belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) maupun pembagian uraian tugas (*job description*) yang terstruktur. Strategi pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional, yakni melalui promosi dari mulut ke mulut, tanpa pemanfaatan teknologi informasi secara optimal, termasuk belum tersedianya situs web resmi. Sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam pengelolaan berjumlah 10 orang.

Memasuki tahun 2025, destinasi wisata Tepian Mahligai menghadapi tantangan penurunan jumlah kunjungan wisatawan, yang berdampak langsung terhadap penurunan produksi dan penjualan bakso khas desa sebagai salah satu komoditas oleh-oleh unggulan. Kondisi ini menuntut adanya intervensi melalui program pengabdian kepada masyarakat yang bersifat berkelanjutan. Oleh sebab itu, tim pengabdian merumuskan fokus penyelesaian permasalahan mitra pada tiga bidang prioritas, yaitu: (1) aspek hukum, (2) aspek manajemen, dan (3) aspek teknologi informasi dan komunikasi, dengan tujuan meningkatkan tata kelola, daya tarik, dan keberlanjutan destinasi wisata Tepian Mahligai.

Dari uraian diatas bisa disimpulkan bahwa Mitra memiliki beberapa permasalahan, (1) Belum memiliki SOP dan pembagian tugas yang jelas dalam pengelolaan destinasi wisata Tepian Mahligai, (2) Promosi destinasi wisata tepian mahligai selama ini dilakukan secara mulut ke mulut, karena keterbatasan SDM., (3) Keterbatasan SDM dalam hal mempromosikan destinasi wisata tepian mahligai secara daring, karena keterbatasan SDM. Tujuan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yang pertama untuk memberikan gambaran mengenai SOP dan pembagian tugas yang jelas dan transparan dalam pengelolaan destinasi wisata Tepian Mahligai, lalu yang kedua untuk memberikan pengetahuan kepada pengelola destinasi wisata Tepian Mahligai cara-cara promosi melalui teknologi yakni melalui pembuatan konten di Tepian Mahligai, dan yang ketiga untuk memberikan langkah atau tahapan membuat konten promosi baik dengan cara upload foto atau video di media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan di Balai pertemuan desa Pulau Gadang menggunakan metode ceramah/presentase, kemudian dilanjutkan dengan diskusi kepada mitra yakni kepada desa pulau Gadang dan jajaran.(Susanti et al. 2023). Ada beberapa tahapan-tahapan dari kegiatan ini, sebagai berikut :



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian

HASIL KEGIATAN

Adapun beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, (1) Belum memiliki SOP dan pembagian tugas yang jelas dalam pengelolaan destinasi wisata Tepian Mahligai, (2) Promosi destinasi wisata tepian mahligai selama ini dilakukan secara mulut ke mulut, karena keterbatasan SDM., (3) Keterbatasan SDM dalam hal mempromosikan destinasi wisata tepian mahligai secara daring, karena keterbatasan SDM. Adapun solusi yang diberikan Tim kepada mitra yang pertama, memberikan penyuluhan hukum mengenai SOP dan pembagian tugas dalam pengelolaan destinasi wisata Tepian Mahligas, yang disampaikan oleh Dr. Khairul Rahman, S.Sos., M.Si tentang "Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata dalam Koridor Hukum dan Regulasi Nasional".



Gambar 2. Penyampaian Materi

Dalam penyampainnya disampaikan bahwa Pengelolaan destinasi wisata dari perspektif hukum memerlukan dasar legalitas yang kuat dan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan (Priangani, Mudji, and Windary 2020). Landasan utama yang menjadi acuan adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, (Nasution, Batubara, and Arif 2022) khususnya Pasal 14 yang mengatur bahwa setiap usaha pariwisata wajib memenuhi standar usaha yang mencakup aspek legalitas, keamanan, kenyamanan, kelestarian lingkungan, dan kelengkapan fasilitas. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional memberikan panduan strategis dalam pengembangan destinasi berkelanjutan, sementara Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2018 mengatur Standar Usaha Pariwisata sebagai acuan teknis dalam penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) (Resmiatini and Sari 2022). Dalam hal perlindungan lingkungan, pengelola wajib mematuhi ketentuan UU Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, termasuk penyusunan AMDAL atau UKL-UPL bila diperlukan (Pangaribua and Putra 2022).

Pemateri kedua yakni ibu Dr. Dia Meirina Suri, S. Sos., M.Si, beliau menyampaikan Untuk memviralkan sebuah destinasi wisata di media sosial, (Rachman, Wahyuni, and Imamah 2024) langkah utama yang perlu dilakukan adalah membangun identitas dan cerita unik yang membedakan destinasi tersebut dari yang lain, misalnya melalui keindahan alam, kisah sejarah, atau tradisi lokal yang khas. (Nasution, Batubara, and Arif 2022) Cerita ini kemudian dikemas dalam konten visual berkualitas tinggi berupa foto atau video yang diambil pada waktu terbaik seperti pagi atau sore hari, dipadukan dengan tren musik dan format populer di TikTok atau Instagram Reels. Konten harus bersifat informatif, memuat harga tiket, fasilitas,

dan tips kunjungan, serta dilengkapi hashtag relevan dan tag akun pihak terkait seperti influencer, pemerintah daerah, atau media wisata. (Astutiningsih, Sutrisno, and Istania 2024)



Gambar 3. Pengecatan Jembatan Danau Tepian Mahligai

Strategi distribusi dilakukan dengan konsistensi unggahan di jam-jam ramai pengguna, melibatkan influencer atau komunitas untuk memberikan ulasan, serta mendorong interaksi audiens melalui ajakan berkomentar, berbagi, atau menandai teman. Seperti memposting di Instagram, (Shalsagiani and Suryasih 2023) Kolaborasi dengan UMKM dan media lokal, serta penyelenggaraan lomba foto atau video, juga dapat memperluas jangkauan promosi dan memperkuat peluang destinasi menjadi viral. (Husain 2024) Kemudian ibu Dr. Dia memberikan contoh beberapa destinasi wisata yang cukup viral dan berkepanjangan hingga hari ini, seperti Desa Wisata Nglanggeran (Gunungkidul, DIY), (Brilliana and Mustofa 2024). Dulunya desa biasa di lereng gunung api purba, sekarang viral berkat pengelolaan ekowisata, spot sunrise, dan embung Nglanggeran yang cantik (Nuviah Herawati and Susilo Budi Winarno 2024)



Gambar 4. Kondisi Tepian Mahligai Setelah Perbaikan fasilitas



Gambar 5. Foto bersama dengan mahasiswa dan anggota Pokdarwis



Gambar 6. Foto Bersama Sekretaris Desa dan Tim IT

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Pulau Gadang dapat dikatakan telah berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Pertama, dari sisi manajerial, penyampaian materi mengenai penyusunan SOP dan pembagian tugas memberikan kejelasan peran bagi setiap pengelola destinasi wisata Tepian Mahligai. (Resmiatini and Sari 2022) Hal ini penting untuk mengatasi persoalan awal berupa ketidakjelasan struktur kerja yang selama ini menjadi kendala. Kedua, dalam aspek pengetahuan, kegiatan PKM berhasil meningkatkan pemahaman mitra mengenai strategi promosi berbasis teknologi. Sebelumnya, promosi wisata Tepian

Mahligai hanya mengandalkan metode tradisional dari mulut ke mulut, sehingga keterjangkauan informasi sangat terbatas. Dengan adanya pelatihan mengenai pembuatan konten digital, mitra memperoleh wawasan baru yang relevan dengan perkembangan era digital. Ketiga, dalam aspek keterampilan, praktik pembuatan dan pengunggahan konten berupa foto maupun video ke media sosial memberikan pengalaman langsung bagi mitra. (Pristiana and Susanti 2021) Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif, sehingga mitra mampu mempraktikkan promosi secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya mencapai tujuan yang direncanakan, tetapi juga memberikan dampak positif berupa peningkatan kapasitas manajerial, pengetahuan, dan keterampilan promosi digital. Dampak tersebut diharapkan dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan pengelolaan dan peningkatan daya tarik wisata Tepian Mahligai di masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh Tim dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra dalam pengelolaan destinasi wisata Tepian Mahligai meliputi ketiadaan SOP dan pembagian tugas yang jelas, minimnya promosi yang selama ini hanya dilakukan dari mulut ke mulut, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam memanfaatkan media daring untuk pemasaran. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim memberikan dua solusi strategis. Pertama, melalui penyuluhan hukum terkait penyusunan SOP dan pembagian tugas yang sesuai ketentuan perundang-undangan, berlandaskan UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, PP No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, Permenparekraf No. 3 Tahun 2018 tentang Standar Usaha Pariwisata, serta UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup serta Dr. Dia Meirina Suri, S.Sos., M.Si, menekankan bahwa destinasi wisata bisa viral lewat cerita unik, konten visual menarik, dan kolaborasi luas, seperti keberhasilan Desa Wisata Nglanggeran di Gunungkidul.

Adapun saran yang diberikan untuk pengelolaan destinasi wisata Tepian Mahligai agar segera di buat SOP pengelolaanya, kemudian di buat dalam AD / ART pengelolaan destinasi wisata dan rajin mempromosikan Tepian Mahligai ke Media Sosial seperti Tik Tok, Instagram, Facebook dan X, dan juga mengiklankan dan akan semakin maksimal jika mengagandeng selebgram-selebgram, kemudian untuk pengelola rutin membersihkan dan juga meningkatkan fasilitas-fasilitas yang ada disekitar seperti tempat untuk duduk, mushalla dll, untuk keberlanjutan desa wisata yang terus viral, seperti desa wisata di tempat lain yang sudah terlebih dahulu viral.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi serta Universitas Islam Riau (UIR) yang telah mendanai kegiatan Tim PKM, dan kepada Pemerintah Desa Pulau Gadang selaku mitra atas dukungan dalam pelaksanaan program peningkatan daya tarik destinasi wisata Tepian Mahligai melalui perbaikan infrastruktur dan optimalisasi media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Astutiningsih, Sri, Edy Sutrisno, and Ratri Istanisa. 2024. "Menuju Desa Wisata Bangkit: Implementasi Kebijakan Pemasaran Dalam Pemberdayaan Desa Wisata (Studi Komparatif Pada Desa Wisata Candirejo Dan Karangrejo Kabupaten Magelang)." *Journal of Public Policy and Applied Administration* 6(1): 1–30.
- Brilliana, Arifka, and Ummah Mustofa. 2024. "Kebijakan Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Dalam Mewujudkan Hak-Hak Masyarakat Lokal." *Jurnal Ilmu Pemerintahan* 6(2): 213–23.
<https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/reinventing>.
- Husain, Fahrissal. 2024. "Penerapan Standar Keamanan Pada Protokol CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Enviromental) Desa Wisata Geopark." *Journal Of Pentahelix Adpertisi*: 22–32.
- Isabela, Putriana, Sri Wahyuni, and Stie Mahaputra Riau. 2022. "Hukum Pariwisata Dan New Normal Dalam Pariwisata Buluh."
- Mita Aulia Putri, and Mayarni Mayarni. 2023. "Pengelolaan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai Di Desa Pulau Gadang Kecamatan Xiii Koto Kampar, Kabupaten Kampar." *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata* 2(1): 22–28.
- Nasution, Nurul Hasanah, Maryam Batubara, and Muhammad Arif. 2022. "Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Mandailing Natal Perspektif Ekonomi Islam Dengan Pendekatan QSPM." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(1): 423.
- Nuvia Herawati, and Susilo Budi Winarno. 2024. "Analisis Daya Tarik Wisata Pendukung Kawasan Gunung Api Purba Nglanggeran, Yogyakarta." *Journal of Tourism and Economic* 3(1): 58–65.
- Pangaribua, Sri Gembira, and Trisna Putra. 2022. "Buku Saku SOP Pelayanan Pemandu Wisata Daya Tarik Wisata Lae Simbilulu Kabupaten Pakpak Bharat." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6(1): 1110–23.
- Priangani, Ade, Dewi Astuti Mudji, and Shylvia Windary. 2020. "Pengembangan Manajemen Pariwisata Berkelanjutan Bagi Kelompok Karang Taruna Desa Warnasari Kecamatan pengalengan Kabupaten Bandung." *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2): 83–89.
- Pristiana, Ulfi, and Nanis Susanti. 2021. "Penyusunan Sop Kawasan Wisata Dusun Segunung, Desa Carang Wulung Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang." *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services* 1(3): 351–63.
- Puspantari, Kadek Aris. 2022. "Pengelolaan Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Desa Di Desa Wisata Besan Kabupaten Klungkung." *Journal of Contemporary Public Administration (JCPA)* 2(2): 43–49.
- Rachman, Fika Hastarita, Sri Wahyuni, and Imamah Imamah. 2024. "Boosting Competitiveness: Digital Branding of The Sreseh Mangrove Tourism Spot in Marparan Village." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)* 10(3): 138.
- Resmiatini, Erna, and Niki Puspita Sari. 2022. "Analisis Pembuatan Dokumen Standar Operasional Prosedur (Sop) Wisata Edukasi Kampung Nanas Palaan." *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 7(2): 180–90.

- Shalsagiani, Auralia Intan, and Ida Ayu Suryasih. 2023. "Analisis Peran Media Sosial Dalam Promosi Pariwisata (Studi Pada Akun Instagram @balibirdparkofficial)." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 11(2): 211–16.
- Susanti, Heni et al. 2023. "Penerapan Sistem Informasi Kesehatan (Siketan) Berbasis Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Keakuratan Laporan Bulanan Angka Penyakit Puskesmas Benteng." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3(3): 1286–93.
- Yulanda, Mela, and Zainal. 2024. "Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Objek Wisata Taman Wisata Alam Di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar." *Jurnal Mahasiswa Pemerintahan*: 487–95.