

PENGUATAN DESA WISATA DAN OPTIMALISASI UMKM MELALUI PENINGKATAN KUALITAS MANAJEMEN MASYARAKAT KEPULAUAN SERIBU

Jaka Warsihna*), Imam Farisi, Trini Prastati, Heriani, Teguh Nursantoso
Universitas Terbuka
jaka-warsihna@ecampus.ut.ac.id*

ABSTRACT

Pulau Harapan is one of the villages in the Thousand Islands Regency. Pulau Harapan Baru sub-district is the northernmost sub-district and consists of the 33 islands, 4 islands are inhabited by residents, 11 islands are nature reserves, 10 are tourism islands, and 5 forestry islands. Harapan Island is widely known by both local and and 5 forestry islands. Harapan Island is widely known by both local and tourists foreign. This is evident from the large number of tourists, especially local tourists who travel every holiday to Pulau Seribu. According to data from the Tourism Awareness Group, approximately 2,000 local tourists and domestic come to Harapan Island every Saturday-Sunday. They arrived at Harapan Island Saturday morning from Jakarta (Marina Ancol or Kali Adem, Muara Angke), then by fishing boats spread to several islands for tours, especially for diving or snorkling, then in the afternoon back to stay and Sunday afternoon back to Jakarta. So many tourists, currently on Harapan Island only stay and eat. With the presence of community service from the Open University for strengthening and optimizing MSMEs so that tourists stay longer, do shopping, and lots of activity. For this reason, UT conducts community service with the Harapan Islands Village Head Partner developing human resources (Teachers and Tourism Awareness Groups) training on the use of ICT, then to Darma Wanita and Majelis Taklim for making fish balls. Results from Pk Mini makes teachers teach more professionally and based on potential and wisdom local, tourism-aware groups that understand tourism management by utilizing technology especially in the promotion and manufacture of souvenirs, as well as culinary emergence made from fish which is favored by tourists. Thus, tourists a lot shop on Harapan Island and improve the welfare of the community in Harapan Island Village

Kata kunci: *Strengthening Tourism Villages, Optimizing MSMEs, Quality Improvement, community management and the Thousand Islands*

ABSTRAK

Pulau Harapan Baru merupakan salah satu kelurahan di Kabupaten Kepulauan Seribu. Kelurahan Pulau Harapan Baru posisinya kelurahan paling utara dan terdiri dari 33 pulau. Dari 33 pulau tersebut 4 pulau dihuni penduduk, 11 pulau sebagai cagar alam 10 pulau pariwisata, dan 5 pulau kehutanan. Pulau harapan sudah banyak dikenal oleh wisatawan baik lokal maupun asing. Hal ini terbukti banyaknya wisatawan terutama lokal yang setiap hari libur berwisata ke Pulau Harapan. Menurut data dari Kelompok Sadar Wisata, kurang lebih 2000 wisatawan lokal dan domestik datang ke Pulau Harapan setiap Sabtu-Minggu. Wisatawan tersebut datang di Pulau Harapan Sabtu pagi dari Jakarta (Marina Ancol atau Kali Adem, Muara Angke), kemudian dengan perahu nelayan menyebar ke beberapa pulau untuk berwisata terutama untuk diving atau snorkling, kemudian sorenya kembali untuk menginap dan Minggu siang kembali ke Jakarta. Begitu banyaknya wisatawan tersebut, saat ini di Pulau Harapan hanya menginap dan makan. Dengan kehadiran pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dari Universitas Terbuka untuk menguatkan dan optimalisasi UMKM agar wisatawan tinggal lebih lama, melakukan belanja, dan banyak aktivitas. Oleh karena itu Universitas Terbuka melakukan PKM dengan Mitra Lurah Kepulauan Harapan mengembangkan

SDM (Guru dan Kelompok Sadar Wisata) pelatihan pemanfaatan TIK, kemudian kepada Darma Wanita dan kelompok majelis taklim pembuatan bakso ikan. Hasil dari PKM ini mampu menghasilkan guru yang professional dan berbasis potensi serta kearifan lokal. Selain itu, kelompok sadar wisata yang memahami pengelolaan wisata dengan memanfaatkan teknologi terutama dalam promosi dan pembuatan cideramata, serta munculnya kuliner berbahan dasar ikan yang digemari oleh wisatawan. Dengan demikian, wisatawan banyak berbelanja di Pulau Tidung dan Pulau Pramuka sehingga mensejahterakan masyarakat di Kelurahan Pulau Harapan.

Kata kunci: *Penguatan Desa Wisata, Optimalisasi UMKM, Peningkatan Kualitas, manajemen masyarakat, dan Kepulauan Seribu*

PENDAHULUAN

Indonesia negara yang kaya dengan keberagaman. Beragama suku, agama, bahkan alam-pun memiliki heterogen yang membuat setiap orang tertarik untuk mengunjungi negara ini. Salah satu ketertarikan dan belum tentu dimiliki oleh negara lain adalah sektor pariwisata bahari. Bahkan sektor pariwisata bahari ini menjadi *destination branding* yang dimiliki Indonesia (Sayogi & Demartoto, 2018). Artinya wisata-wisata bahari yang dimiliki Indonesia saat ini sudah mampu menjadi daya jual dan menarik para wisatawan untuk meng-explore lebih jauh keindahan bahari yang dimiliki Indonesia. Makanya pemerintah Indonesia memiliki keyakinan yang maksimal untuk dapat memperkenalkan produk destinasi wisata serta mengkomunikasikan keunikan estinasi tersebut kepada calon-calon wisatawan yang produktif. Tentu hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan warga yang berada di wisata bahari tersebut (Husna & Novita, 2020; Luth'v et al., 2022).

Wisata bahari yang semakin menjadi primadona bukan alasan yang dibuat dalam satu atau dua hari. Namun wisata bahari ini memang sudah menjadi pelopor perkembangan wisata internasional Menurut founder Bima Travel, Hani Hanifa, mengatakan bahwa dibandingkan mengunjungi tempat wisata berupa pemandangan alam seperti pegunungan dan lokasi bersejarah, wisatawan lebih tertarik dengan wisata bahari, yaitu pemandangan pantai yang ada di pulau-pulau di Indonesia (Pradini & Alya, 2022). Pantai-pantai tersebut dianggap menarik karena memberikan gambaran keindahan pasir putih, ombak laut, air laut yang biru dan bersih sehingga menjadi daya Tarik bagi seluruh wisatawan. Salah satu pulau yang dianggap potensial untuk menjadi pusat daya tarik wisatawan adalah Pulau Panggang dan Harapan di Kepulauan Seribu (Ariyanti, 2016; Amri et al., 2021). Berdasarkan pemaparan dari founder Bima Travel tersebut memang wisata bahari memang wisata unggulan yang patut dikembangkan, mengingat 80% Indonesia dikelilingi oleh lautan yang luas. Kalau tidak dimanfaatkan tentu anugrah yang sudah diberikan oleh Tuhan tidak akan termanfaatkan dengan baik.

Penulis melihat salah satu wisata bahari yang perlu dikembangkan adalah Kepulauan Seribu yang terletak di provinsi DKI Jakarta, khususnya Pulau Tidung dan Pulau Pramuka. Pulau Tidung dan Pulau Pramuka ini merupakan salah satu obyek wisata bahari andalan Kepulauan Seribu. Hal ini disebabkan Pulau Tidung dan Pulau Pramuka sendiri memberikan pemandangan alam yang luar biasa mengagumkan dengan paparan air laut bening dan berwarna hijau kebiru-biruan. Selain itu di bagian laut dangkal, wisatawan dapat melihat panorama dasar laut dari atas jembatan cinta. Semua potensi yang dimiliki oleh pulau tersebut mampu mengundang wisatawan dalam dan luar Indonesia untuk mengunjungi pulau yang indah ini.



Gambar 1. Kondisi Lokasi Pengabdian di Kepulauan Seribu

Semua keunggulan yang dimiliki ini, sayangnya belum dimanfaatkan dengan maksimal oleh masyarakat bahkan pemerintah. Dimana masih sedikit media sosial yang mempromosikan kecantikan dari pulau-pulau ini dan juga mempublikasikan potensi yang ada melalui teknologi. Padahal Pulau Tidung dan Pulau Pramuka masih bagian dari provinsi DKI Jakarta yang notabenehnya adalah pusat perekonomian terkuat di Indonesia. Tentu perlu upaya yang menyeluruh dari semua pihak, khususnya pemerintah daerah dan aparaturnegara yang ada di Pulau Tidung dan Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Seluruh petugas atau pegawai kelurahan perlu menjadi contoh dan pelopor dalam pemanfaatan media sosial sebagai upaya *destination branding* dipulau tersebut (Saetban et al., 2022).

Goodnewsfromindonesia.com (2018) mengungkapkan berbagai keindahan alam yang dimiliki oleh pulau Panggang dan pulau Harapan tidak akan bermakna sama sekali kalau tidak dipromosikan secara optimal oleh pemerintah dan masyarakat yang ada disana. Oleh karena itu, perlu adanya strategi-strategi khusus yang digunakan untuk mempromosikan wisata bahari Pulau Tidung dan Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Salah satu upaya yang dilakukan adalah penulis sebagai bagian dari pengiat wisata bahari sekaligus akademisi merasa peduli untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Terbuka. Tujuan pengabdian ini murni untuk meningkatkan wisata dan juga produk dari Pulau Tidung dan Pulau Pramuka di Kepulauan Seribu.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini berfokus pada optimalisasi media digital dalam rangka meningkatkan promosi pariwisata dan UMKM di Pulau Tidung dan Pramuka. Agar dapat memberikan solusi terhadap masalah tersebut serta proses pendampingannya dapat berjalan dengan lancar, kegiatan PKM ini akan menggunakan beberapa metode, yaitu presentasi dan ceramah kombinasi dengan diskusi dan Latihan. Adapun skema pelatihan dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Skema Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu

Tahapan	Materi Pengabdian	Peralatan
Sesi 1	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi pariwisata yang efektif • Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi • Pentingnya optimalisasi penggunaan media sosial untuk promosi pariwisata 	<i>Infocus, laptop, ruangan, spidol, wifi, papan tulis</i>
Sesi 2	Strategi pemanfaatan dan pengelolaan media sosial untuk promosi pariwisata yang dapat bermanfaat terhadap proses pengembangan pariwisata di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu	<i>Infocus, laptop, ruangan, spidol, papan tulis, Wi-fi, smartphone</i>
Sesi 3	<ul style="list-style-type: none"> • Mengemas pesan promosi situs-situs utama pariwisata • Teknik fotografi dengan menggunakan <i>Handphone</i> • Pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata 	<i>Smartphone, Wi-fi/ mobile data</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian berjalan dengan optimal dan partisipasi yang ikut cukup menggambarkan bahwa materi yang disampaikan sangat penting bagi mereka. Materi yang diberikan ini ditujukan kepada pegawai kelurahan di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu. Peserta yang hadir di lokasi kurang lebih 10 orang yang mewakili setiap kelurahan yang ada disana. Penulis melihat semua peserta mampu mengikuti pemaparan materi yang diberikan oleh narasumber

dengan baik dan bahkan sangat antusias dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan. Berikut ini beberapa foto kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian pada gambar 2.



Gambar 2. Foto-foto kegiatan tim pengabdian yang berangkat ke lokasi dan sudah berada dilokasi pengabdian (kiri ke kanan)

Kegiatan presentasi dan ceramah kombinasi dengan diskusi dengan memberikan materi terkait hal-hal yang perlu diperhatikan dalam rangka mengotimalkan media digital sehingga mampu meningkatkan promosi pariwisata dan UMKM di Pulau Tidung dan Pulau Pramuka. Selanjutnya diberikan pelatihan langsung cara penggunaan teknologi informasi yang dapat digunakan untuk promosi, misalnya promosi sederhana menggunakan *instagram*, *facebook*, atau *youtube*.

Materi yang diberikan terbagi dalam 3 sesi. Sesi pertama membicarakan komunikasi pariwisata yang efektif, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dan pentingnya optimalisasi penggunaan media sosial untuk promosi pariwisata. Sesi 2 melakukan pemanfaatan dan pengelolaan media sosial untuk promosi pariwisata yang dapat bermanfaat terhadap proses pengembangan pariwisata di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, dan sisi terakhir 3 yaitu mengemas pesan promosi situs-situs utama pariwisata, teknik fotografi dengan menggunakan handphone, dan pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata.

Pada kegiatan pengabdian ini memang hanya berfokus kepada pemaparan materi dalam bentuk ceramah, lalu dilanjutkan diskusi dengan tanya jawab, dan terakhir melakukan latihan kepada pegawai yang ada di Pulau Tidung. Kedepannya perlu dilakukan *follow up* untuk memperlihatkan keberhasilan dari program pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Terbuka. Proses yang dilakukan ini dilakukan supaya berdampak langsung kepada keberhasilan tujuan menjadi Kawasan wisata bahari yang terkemuka dan terkenal luas, baik wisatawan nasional maupun internasional. Oleh sebab itu, diperlukan evaluasi atau pengontrolan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Bentuk penilaian akan dijelaskan dalam format berikut:

Tabel 2. Instrumen Pengukuran Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Variabel	Indikator
1	Pengetahuan (Kognitif)	a. Pemahaman mengenai strategi pemanfaatan dan pengelolaan media sosial dalam promosi pariwisata b. Pemahaman mengenai teknik-teknik pengemasan pesan dan pengambilan gambar untuk produksi konten media sosial
2	Perasaan (Afeksi)	a. Sikap pegawai kelurahan di Pulau Tidung terhadap pemanfaatan dan pengelolaan media sosial dalam promosi pariwisata

No	Variabel	Indikator
3	Keterampilan (Konasi)	<p>b. Sikap Pegawai kelurahan di Pulau Tidung terhadap Pengaplikasian teknik-teknik pengemasan pesan dan pengambilan gambar untuk produksi konten media sosial</p> <p>a. Kemampuan Pegawai kelurahan di Pulau Tidung dalam memanfaatkan dan mengelola media sosial dalam promosi pariwisata</p> <p>b. Keterampilan pegawai kelurahan di Pulau Tidung dalam mengemas pesan dan teknik pengambilan gambar untuk produksi konten media sosial</p>

Inilah instrumen pengukuran kegiatan pengabdian masyarakat yang nantinya bisa di follow up lebih lanjut untuk memperlihatkan keberhasilan dari proses pengabdian yang sudah dilakukan. Walaupun begitu, apa yang sudah dilakukan oleh tim pengabdian sudah menjadi langkah yang bagus dan patut dijadikan rujukan, karena presentasi, ceramah, diskusi dan latihan memang tahapan standar yang sudah sering dilakukan. Menurut Rad et al (2022) dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahapan presentasi, ceramah, diskusi, dan latihan adalah tahapan-tahapan yang mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia, karena masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang suka berbicara dan mengungkapkan perkataan secara lisan.

Merujuk kepada pendapat tersebut, yang sudah dilakukan tim pengabdian adalah langkah yang bagus. Karena sudah mampu menyalurkan keinginan masyarakat di Pulau Tidung dan Pulau Pramuka untuk mencapai keinginan dalam memaksimalkan potensi wisata bahari di kawasan Kepulauan Seribu. Kedepannya nanti supaya lebih terukur bagaimana tingkat pemahaman masyarakat dalam pengabdian ini perlu *follow up* yang terukur seperti yang dijelaskan pada tabel diatas.

Selain itu penulis melihat bahwasanya hasil dari PKM ini sudah mampu menghasilkan guru yang professional dan berbasis potensi serta kearifan lokal. Kelompok sadar wisata yang memahami pengelolaan wisata dengan memanfaatkan teknologi terutama dalam promosi dan pembuatan cideramata, serta munculnya kuliner berbahan dasar ikan yang digemari oleh wisatawan. Dengan demikian, wisatawan banyak berbelanja di Pulau Tidung dan Pulau Pramuka mensejahterakan masyarakat di Kelurahan Pulau Harapan.

Kegiatan pengabdian ini akhirnya bisa tuntas diselesaikan sesuai jadwal dan berharap bisa memberikan informasi yang cukup jelas bagi pemerintah dan perangkat serta stakeholder terkait yang ingin memaksimalkan potensi wisata bahari yang ada di Indonesia. Kedepannya kegiatan ini nantinya akan ada alat ukur yang jelas dan waktu yang lebih lama sehingga bisa terlihat seberapa besar pemahaman dan praktik yang dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas manajemen SDM masyarakat Kepulauan Seribu menjadi wisata bahari berkelas dunia.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berfokus pada optimalisasi media sosial dalam rangka meningkatkan promosi pariwisata di Pulau Tidung. Topik tersebut sesuai dengan bidang ilmu dan keahlian yang dimiliki oleh tim pelaksana PKM yang berasal dari Universitas Terbuka. Seluruh tim pelaksana dapat berkontribusi dalam memperkenalkan pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi untuk peningkatan promosi pariwisata di Pulau Tidung dan Pramuka, Kepulauan Seribu.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam rangka pengembangan desa wisata dan optimalisasi UMKM melalui pengembangan manajemen masyarakat Kepulauan Seribu. Tim mengucapkan terimakasih banyak kepada Universitas Terbuka yang sudah memberikan kesempatan pendanaan pada hibah 2022. Selain itu juga mengucapkan terimakasih kepada masyarakat dan pegawai yang ada di Pulau Tidung dan Pramuka, Kepulauan Seribu yang mau menjadi bagian dari terealisasinya pengabdian ini.

REFERENSI

- Amri, A., Ramadhi, R., & Ramdani, Z. (2021). Effect of organization commitment, work motivation and work discipline on employee performance (study at. Pt. Pln (persero) P3b Sumatera UPT Padang). *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2(1), 88. <https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.3183>
- Ariyanti. 2016. Wisata Bahari Jadi Primadona. <https://traveling.bisnis.com/read/20160213/224/518786/wisata-bahari-jadi-primadona>
- Cahyu.2018. Industri Pariwisata Indonesia Kian Meningkat. https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3650849/industri-pariwisata-indonesia-kian-meningkat-pesat?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- CNN Indonesia. 2018. PHRI Industri Pariwisata Jadi Sektor Idola Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180924155205-269-332743/phri-industri-pariwisata-jadi-sektor-idola-indonesia>
- Febrinastri Fabiola. 2018. <https://www.suara.com/bisnis/2018/09/24/093619/pada-2017-devisa-dari-sektor-pariwisata-indonesia-naik-20>
- Nasional Sindonews. 2018/ <https://nasional.sindonews.com/read/1346186/18/prospek-cerah-pariwisata-indonesia-1539562923>
- Good News For Indonesia. Jembatan Cinta Wisata Pulau Tidung. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/07/19/jembatan-cinta-wisata-pulau-tidung-pulau-seribu>
- Husna, N., & Novita, D. (2020). Peran aesthetic experiential qualities dan perceived value untuk kepuasan dan loyalitas pengunjung wisata bahari di provinsi lampung. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 136–141. <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i1.4732>
- Luth'v, W. A., Sena Wangi, B. A., Lestari, R. A., Abidah, E. E., Salsabila, E., & Amri, A. (2022). Strategi pelayanan perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan pengguna jasa transformasi kereta api. *Insight Management Journal*, 2(2), 75–80. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i2.153>
- Pradini, G., & Alya, D. (2022). *Analisis harga, promosi, produk pariwisata dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung di pulau tidung, kepulauan seribu*. 7(3), 13.
- Rad, D., Egerau, A., Roman, A., Dughi, T., Balas, E., Maier, R., Ignat, S., & Rad, G. (2022). A Preliminary Investigation of the Technology Acceptance Model (TAM) in Early Childhood Education and Care. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 13(1), 518–533. <https://doi.org/10.18662/brain/13.1/297>

- Saetban, A. A., Fanpada, N., Selly, A., Padafing, L. B., Pimose, O. M., & Kalabahi, U. T. (2022). Memperkenalkan Kekayaan Alam Dan Budaya Sebagai Wisata Unggulan Desa Ombay Kecamatan Pantar Timur—Kabupaten Alor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 10.
- Sayogi, K. W., & Demartoto, A. (2018). Pengembangan pariwisata bahari (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringkuku Kabupaten Pacitan). *Journal of Development and Social Change*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.20961/jodasc.v1i1.20728>