

## UPAYA PENINGKATAN PARIWISATA DI PULAU KELAPA DUA KEPULAUAN SERIBU MELALUI MODEL *ECOTOURISM* DENGAN MENGOPTIMASI AKTIVITAS MARKETING MELALUI *SOCIAL MEDIA*

Amelia Naim Indrajaya<sup>1)</sup>, Wiwiek Mardawiyah Daryanto<sup>2)</sup>, Evita Sukmawati<sup>3)</sup>, Clemence Perrin<sup>4)</sup>  
<sup>1),2),3),4)</sup> Sekolah Tinggi Manajemen Ipmi, Jakarta 12750, Indonesia  
Email: amelia.naim@ipmi.ac.id

### ABSTRAK

Pulau Kelapa Dua merupakan pulau pemukiman terkecil di wilayah Kepulauan Seribu. Agak sedikit berbeda dengan pulau-pulau pemukiman lainnya, di pulau ini masih dapat kita jumpai rumah-rumah panggung khas masyarakat pesisir yang terbuat dari kayu. Penduduk Pulau Kelapa Dua ini berasal dari Bugis yang merupakan pelaut ulung sehingga sejak 30 an tahun yang lalu bermukim di Pulau Kelapa Dua hingga saat ini. Hampir 98 % warga Pulau Kelapa Dua merupakan nelayan ikan dan cumi-cumi terutama para Bapak-Bapak, sedangkan Ibu-Ibunya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga yang merangkap sebagai Anggota Kelompok Usaha Bersama / KUBE. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengetengahkan Analisa SWOT serta menawarkan strategi yang diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan kepada masyarakat Pulau Kelapa Dua, terutama dalam meningkatkan kegiatan Eco-pariwisata yang ada di Pulau Kelapa Dua.

**Kata kunci:** Wirausaha, pulau seribu, *eco tourism*, online marketing, pariwisata bahari

### 1. PENDAHULUAN

Pulau Kelapa Dua merupakan pulau pemukiman terkecil di wilayah Kepulauan Seribu. Luasnya hanya 1,9 hektar dengan jumlah penduduk 337 jiwa. Letaknya juga tidak berjauhan dengan Pulau Kelapa atau Pulau Kelapa Satu dan Pulau Harapan. Pulau Kelapa Dua bentuknya menyerupai ikan. Pada bagian depannya lebar sehingga bisa ditinggali tetapi di ujung Utara dan Selatannya mengerucut hingga pantai sebelah utara dan selatan hanya seluas dua tiga kali melangkah. Untuk menuju pulau ini pengunjung dapat menggunakan perahu kecil dari Pulau Kelapa ataupun dari Pulau Harapan.

Agak sedikit berbeda dengan pulau-pulau pemukiman lainnya, di pulau ini masih dapat kita jumpai rumah-rumah panggung khas masyarakat pesisir yang terbuat dari kayu. Diceritakan bahwa penduduk Pulau Kelapa Dua ini yang berasal dari Bugis yang memang merupakan pelaut pelaut ulung sehingga terdampar di Pulau Kelapa Dua hingga beberapa generasi sampai saat ini. Hampir 98 % warga Pulau Kelapa Dua merupakan nelayan ikan dan cumi-cumi terutama para Bapak-Bapak, sedangkan Ibu-Ibunya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga yang merangkap sebagai Anggota Kelompok Usaha Bersama / KUBE.

Pulau Kelapa Dua walaupun memiliki potensi *eco-tourism* yang sangat baik, dengan adanya konservasi penyu laut, penanaman mangrove, dan terumbu karang, namun masih belum dikelola dengan baik, akibatnya belum banyak wisatawan yang mengenai Pulau Kelapa Dua, dan mau berkunjung ke Pulau Kelapa Dua.

Ada beberapa rumusan masalah yang ditemukan di pulau kelapa dua. Pertama; Dari sisi kualitas sumber daya manusia. Di Pulau Kelapa Dua, sekolah yang tersedia hanya PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) dan Taman Kanak-Kanak, oleh karena nya secara kualitas sumber daya manusia dibutuhkan pendidikan dan pelatihan lebih lanjut untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk aktivitas pariwisata. Kedua; Dari sisi kebersihan lingkungan. Sebagai tempat tujuan wisata, maka kebersihan lingkungan sangat penting agar wisatawan merasa nyaman berada di Pulau Kelapa Dua. Namun, keadaan di Pulau Kelapa Dua masih sangat berantakan, sampah berserakan di beberapa sudut desa. Ketiga; Infrastruktur yang ada di Pulau Kelapa Dua masih sangat minim. Saat ini restoran maupun tempat penginapan keadaannya masih jauh dari ekspektasi wisatawan. Empat; Masih kurangnya aktivitas marketing yang dilakukan untuk meningkatkan pariwisata di Pulau Kelapa Dua. Saat ini masih jarang terdengar wisatawan yang memilih pulau kelapa dua sebagai tujuan wisata mereka di kepulauan seribu.

Tujuan yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia Pulau Kelapa Dua agar mampu mendorong kegiatan pariwisata yang ada di Pulau Kelapa Dua. Selain itu program pendampingan ini bertujuan untuk mengembangkan model dan strategi untuk meningkatkan aktivitas pariwisata yang ada di Pulau Kelapa Dua termasuk pengembangan aktivitas marketing yang tepat.

Manfaat yang akan diperoleh setelah melaksanakan kegiatan ini akan terasa bagi masyarakat. Program ini juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan semakin meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Pulau Kelapa Dua.

Di pulau Kelapa Dua ini terdapat perusahaan pembesaran ikan Bawal Putih yang berasal dari Jepang yang khas dan hanya ada di Pulau Kelapa Dua ini. Ikan Bawal Putih ini sangat terkenal dan bahkan bisa mencapai 15 kilogram beratnya. Kondisi ini bisa saja menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang datang ke pulau Kelapa Dua.

Pulau Kelapa Dua ini merupakan pulau berpenduduk yang menjadi tetangga dari Pulau Harapan. Dibandingkan dengan Pulau Kelapa Besar dan Pulau Harapan yang penduduknya adalah warga campuran, penduduk di Pulau Kelapa Dua ini adalah seluruhnya warga suku Bugis. Bangunan-bangunan rumahnya hampir seluruhnya adalah rumah panggung yang menjadi ciri Suku Bugis. Begitu pula adat istiadatnya masih dipelihara hingga saat ini, seperti upacara syukuran laut yang dilakukan tahunan serta ritual budaya lain yang dilakukan sehari-hari.

Agak ke barat dari pulau ini, terdapat tempat penyelamatan penyu dan pembibitan mangrove di bawah Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu. Penyelamatan penyu di sini merupakan satu bagian dengan penyelamatan penyu di Pulau Pramuka. Biasanya penyu-penyu yang ditetaskan di tempat ini akan dilepaskan ke laut ketika sudah berumur lebih dari enam bulan. Ini adalah untuk menambah kemungkinan hidup dari penyu yang dilepaskan tersebut.

Sementara, di sebelah utara dari Pulau Kelapa Dua ini terlihat Pulau Panjang, satu-satunya pulau di Kepulauan Seribu yang memiliki bandar udara. Berdasarkan keterangan Rambo dan beberapa warga yang saya temui, bandar udara tersebut sangat jarang digunakan. Para penggunanya adalah pesawat-pesawat pribadi ukuran kecil. Baru beberapa tahun terakhir ini dilakukan pengembangan oleh pemerintah setempat, tetapi sepertinya belum ada perkembangan pasti.

Sebagai rangkuman fasilitas yang ada di Pulau Kelapa Dua adalah antara lain:

1. Tempat Ibadah, Ada sebuah masjid di Pulau Kelapa Dua yang bernama Masjid AL-Janatun Na'im merupakan tempat ibadah umat Islam satu-satunya yang terdapat di Pulau Kelapa Dua karena yang mayoritas penduduknya beragama Islam.
2. Sekolah PAUD dan Taman Kanak-Kanak
3. Water Treatment & Reverse Osmosis (RO) merupakan sumber air bersih kedua bagi warga Pulau Kelapa Dua setelah air hujan.
4. Taman Nasional

Hal-hal yang unik dan menarik yang terdapat di Pulau Kelapa Dua:

1. Ada acara tahunan yang rutin diselenggarakan di oleh penduduk Pulau Kelapa Dua, yaitu acara syukuran dan selamatan laut yang merupakan wujud rasa syukur warga Pulau Kelapa Dua atas melimpahnya hasil tangkapan laut yang telah disediakan oleh Tuhan Y.M.E.
2. Hampir 70 % rumah-rumah warga Pulau Kelapa Dua merupakan rumah adat panggung yang merupakan ciri khas dari Suku Bugis.
3. Pulau Kelapa Dua terbentang dari arah Timur dan Barat sehingga pulau ini sangat cocok untuk menikmati panorama dan pemandangan matahari terbit / sunset dan matahari terbenam / sunset.
4. Terdapat penangkaran penyu dan penanaman mangrove.

## 2. METODE

Di era globalisasi ini, masalah minimnya lapangan pekerjaan masih sangat dominan khususnya bagi lulusan pendidikan formal (SMA, D3 maupun S1) dimana daya serap industri yang tidak seimbang dengan jumlah lulusan. Oleh sebab itu, upaya pemerintah dalam menggalakan program kewirausahaan terus ditingkatkan baik dari industri berbasis produk, kerajinan maupun industri non-produk (layanan dan teknologi).

Gerakan program Eko wisata akhir-akhir ini giat digalakkan oleh pemerintah guna menumbuhkan kecintaan pada lingkungan, dipandu oleh Kementerian Lingkungan dan Kehutanan. Pulau Kelapa Dua adalah bagian dari Taman Nasional Kepulauan Seribu. Oleh sebab itu penting sekali untuk menggalakkan Eko tourism. Selain untuk meningkatkan kualitas lingkungan, ini juga dapat mengurangi angka pengangguran serta juga dapat lebih meningkatkan daya tarik pulau Kelapa Dua sebagai tujuan daerah pariwisata.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Abdimas) ini dilaksanakan oleh para dosen dibantu para mahasiswa sekolah manajemen, perwakilan dari Sekolah Tinggi Manajemen IPMI pada tanggal 26 November 2017, dan beberapa kunjungan di bulan berikutnya.

Metode kegiatan pengembangan komunitas sosial yang kami terapkan sebagai berikut:

1. Para guide dari pulau kelapa dua dan pulau sekitarnya diberikan pelatihan untuk melayani dan memandu wisatawan mancanegara.
2. Para pemandu diperkenalkan dengan konsep "Service Excellence" serta pariwisata ramah lingkungan dengan konsep *Eco Tourisme* melalui wisata menanam terumbu karang, menanam mangrove, serta budidaya penyu.
3. Memberikan model-model penguatan pariwisata bahari yang disesuaikan dengan pulau Kelapa Dua
4. Memberikan pengenalan promosi daring melalui penjualan produk dan *tourisme* secara online dan melalui sosial media.

Garis-besar dari pelaksanaan kegiatan sosial ini mencakup kegiatan-kegiatan sebagai berikut: Bermula dari penyusunan ide kegiatan sosial, pemilihan sasaran/tujuan aktifitas sosial ini, penentuan waktu, tempat dan lokasi, persiapan kegiatan, sesi pengenalan kiat melayani wisatawan manca negara, sesi bimbingan bagaimana cara menjual dan memasarkan secara on-line (via social media), serta meningkatkan potensi pariwisata pulau kelapa dua, sehingga pada pemantauan yang akan dilakukan secara berkala.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan yang telah dilaksanakan sesuai dengan rancangan atau rencana kegiatan adalah sebagai berikut:

Berdasarkan pengamatan kami selama kunjungan ke Pulau Kelapa Dua, kami melihat adanya potensi yang sangat baik dari Pulau Kelapa Dua, walaupun di sisi lain ada beberapa kekurangan yang harus segera diperbaiki.

Berikut adalah strength dan weaknesses berdasarkan pengamatan kami:

- a. *Strenght* (Kekuatan)
  - Kebudayaan yang unik (Bugis)
  - Memiliki eco-tourism yang bagus, yaitu penangkaran penyu dan penanaman mangrove
  - Semangat yang tinggi dari penduduk lokal untuk mau belajar sesuatu hal yang baru.
- b. *Weaknesses* (Kelemahan)
  - Belum adanya infrastruktur yang memadai di Pulau Kelapa Dua untuk wisatawan. Tidak adanya restaurant/tempat makan yang maupun tempat penginapan yang nyaman. Sehingga ketika wisatawan berkunjung ke Pulau Kelapa Dua, maka mereka akan menginap di Pulau lain.
  - Masih rendahnya tingkat edukasi penduduk lokal mengenai bagaimana cara mengelola industry pariwisata yang baik.
  - Belum adanya aktivitas marketing secara baik, untuk memasarkan Pulau Kelapa Dua

Berdasarkan analisa kekuatan dan kelemahan di atas, kami merasa perlu melakukan sesuatu untuk Pulau Kelapa Dua, karena kami melihat adanya kesempatan yang baik untuk industry pariwisata di Pulau Kelapa Dua, walaupun tentunya adapula ancaman dibalik kesempatan tersebut.

1. *Opportunity* (Kesempatan)
  - a) Generasi milenial lebih suka traveling daripada membeli rumah, sementara jumlah generasi milenial ini sendiri di Indonesia kurang lebih 34.45%, tentunya ini menjadi market yang sangat besar untuk industry pariwisata.
  - b) Belum banyak pariwisata yang menawarkan kebudayaan yang unik di kawasan DKI Jakarta khususnya Pulau Seribu.
  - c) Tidak semua pulau di DKI Jakarta/Pulau Seribu memiliki eco-tourism yang baik seperti Pulau Kelapa Dua.
  - d) Kemajuan social media yang memudahkan orang untuk bisa memasarkan produk dengan lebih mudah, murah dan cepat.

## 2. *Threats* (Ancaman)

- a) Persaingan dengan Pulau-Pulau lain di Kepulauan Seribu yang sudah lebih tertata dengan baik.
  - b) Waktu tempuh yang cukup lama dan relative mahal untuk perjalanan ke Pulau Kelapa Dua.
- ### 3. Usulan Kegiatan Lanjutan

Melihat paparan di atas, maka kami memutuskan untuk melakukan beberapa aktivitas lanjutan yang sifatnya lebih berkelanjutan untuk membantu masyarakat Pulau Kelapa Dua:

- a) Membuat “The Cleanest RT” award

Kebersihan merupakan hal penting bagi wisatawan saat berkunjung ke sebuah tempat wisata. Untuk senantiasa menjaga kebersihan lingkungan, maka akan diadakan kompetisi antar RT (Rukun Tetangga) di Pulau Kelapa Dua. Kegiatan ini akan diikuti oleh 3 RT yang ada di Pulau Kelapa Dua dan akan diadakan 1 tahun sekali. Pemenang akan mendapatkan piala dari Ketua RW dan akan di arak keliling Pulau Kelapa Dua dengan tujuan untuk menciptakan awareness kebersihan di antara penduduk Pulau.

- b) Merapihkan Penampilan Guest House

Selama ini Pulau Kelapa Dua hanya dijadikan tempat transit oleh para wisatawan. Mereka hanya mampir ke Pulau Kelapa Dua untuk sekedar melihat penyau dan menanam mangrove. Oleh karenanya, kami berpikir untuk bisa bekerjasama dengan perusahaan Cat di Indonesia, untuk mengadakan kegiatan CSR di Pulau Kelapa Dua, dengan merapihkan rumah-rumah yang selama ini dijadikan Guest House. Guest House yang ada di Pulau Kelapa Dua akan tetap mempertahankan ciri khas Bugis sebagai keunikannya.



Gambar 1. Ide rumah warna-warni di Malang

- c) Membuat Restaurant

Pada saat kami berkunjung ke Pulau Kelapa Dua, kami disajikan makanan yang sangat lezat yang merupakan makanan khas Bugis. Namun dari sisi penyajian dan tempat makannya masih sangat jauh dari standar yang diharapkan oleh wisatawan. Oleh karena nya, kami berpikir untuk bisa bekerjasama dengan Universitas-Universitas Pariwisata, agar tugas akhir mahasiswa/i nya adalah membuat project di Pulau Kelapa Dua. Dimana para mahasiswa/i tersebut mengajarkan kepada penduduk lokal bagaimana menyajikan makanan dengan baik sekaligus bagaimana mengelola bisnis kuliner yang baik.



Gambar 2. Menu Makan Siang di Kelapa Dua



Gambar 3. Ide restaurant di pantai

d) Membuat spot foto

Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini wisatawan sangat gemar berfoto dan upload ke social media. Oleh karena nya penting untuk bisa menciptakan spot-spot foto di Pulau Kelapa Dua. Akan lebih baik lagi jika tetap dikaitkan dengan keunikan budaya Bugis yang merupakan budaya asli dari penduduk Pulau Kelapa Dua.



Gambar 4. Ide spot foto dan kostum di Farm House Lembang Bandung



Gambar 5. Ide spot dan kostum di Jogja



Gambar 6. Ide spot foto di pantai

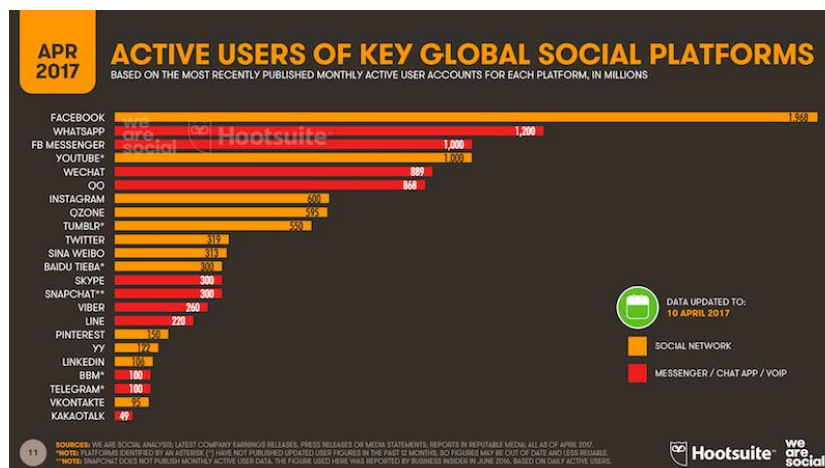
e) Membuat aktivitas marketing

Berdasarkan data 2016, 132.7 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, artinya lebih dari 50% penduduk Indonesia sudah mengenal dan menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari, dan 65% nya adalah penduduk pulau Jawa.



Gambar 7. Statistik Pengguna Internet Indonesia

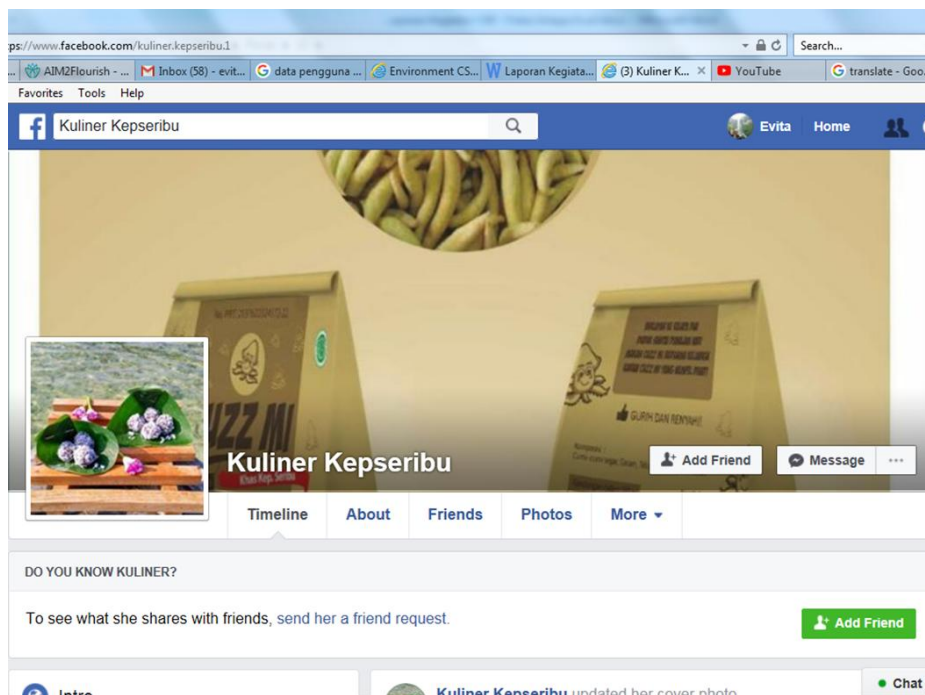
Melihat perilaku ini, tentunya bisa dijadikan sebuah opportunity aktivitas marketing untuk menjual pariwisata Pulau Kelapa Dua.



Gambar 8. Statistik Pengguna Aktif Sosial Media Platform di Dunia

Berdasarkan data April 2017, facebook merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia, sehingga bisa dikatakan paling tidak akan ada target market kita yang akan tersasar dengan media facebook.

Oleh karena itu, maka ide yang kami usulkan adalah dengan melakukan beberapa aktivitas marketing melalui sosial media. Sebenarnya Pulau Kelapa Dua sudah memiliki sosial media berupa facebook dan instagram, namun masih belum dikelola dengan baik.



Sebelum kita menentukan aktivitas marketing yang akan kita lakukan, maka terlebih dahulu kita harus menentukan siapa target customer kita.

Tabel 1. Target Customer

Segmenting Targeting Positioning	Pecinta wisata alam, khususnya Pantai Milenial usia 20 – 35 tahun Menikmati Bugis <i>Culture Heritage</i> di Kepulauan Seribu.
--	---

Adapun beberapa aktivitas marketing yang akan dilakukan adalah :

a. *Content Marketing*

Adalah strategi pemasaran dimana kita merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang mampu menarik audiens yang tepat sasaran, kemudian mendorong mereka menjadi customer.

Dua tujuan dari content marketing adalah:

- 1) Menarik audiens baru untuk mengenal bisnis anda.
- 2) Mendorong (mengajak) mereka untuk menjadi customer.

Untuk menarik audiens baru mengenal Pulau Kelapa Dua, maka ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan :

- 1) Membuat film dengan lokasi di Pulau Kelapa Dua, hal ini sudah *in progress* di jalankan oleh team Gerakan 1000
- 2) Memberikan pengalaman gratis wisata ke Pulau Kelapa Dua kepada beberapa selebgram yang memiliki follower dengan jumlah banyak.
- 3) Memberikan pengalaman gratis wisata ke Pulau Kelapa Dua kepada travel blogger.

- 4) Mengadakan lomba fotografi dengan object foto di Pulau Kelapa Dua.
- 5) Lomba membuat kaos souvenir Pulau Kelapa Dua

Sedangkan untuk mendorong audiens untuk menjadi customer adalah dengan melakukan:

- 1) Menyiapkan paket wisata ke Pulau Kelapa Dua dan menjual melalui traveloka atau situs-situs traveling lainnya.
- 2) Orang yang mendaftarkan diri ke sosial media Pulau Kelapa Dua akan mendapatkan kode unik, dimana jika ada orang yang menggunakan kode unik tersebut saat membeli paket wisata maka pihak yang memiliki kode unik tersebut akan mendapatkan point yang dapat ditukarkan dengan pulsa, souvenir, atau bahkan wisata Pulau Kelapa Dua.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian paper di atas dapat disimpulkan bahwa pulau kelapa dua mempunyai potensi untuk pariwisata bahari berbasis budaya Bugis dan juga potensi untuk *Eco Tourism*. Para pemandu wisata meski minim latar belakang pendidikan, namun mereka bersemangat untuk mempelajari kiat kiat pelayanan untuk menyambut wisatawan manca negara. Dari hasil pengabdian masyarakat pengajar dan mahasiswa Sekolah Tinggi IPMI, kini para pemandu wisata telah mempunyai buku-buku pendukung layanan wisata untuk wisatawan dari mancanegara. Mereka juga telah memperagakan dan melakukan simulasi berbagai penyambutan untuk wisatawan dari berbagai latar belakang budaya. Pemandu wisata juga telah dibekali beberapa video untuk mengenali beberapa cara penyambutan standar untuk wisatawan dari Jepang, Australia, dan China.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar perlu dilakukan pelatihan intensif secara berkala untuk meningkatkan skill mereka. Proyek ini merupakan seri pembuka awal untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas para pemandu dan pegiat wisata pulau kelapa dua. Selain meningkatkan kemampuan para pemandu wisata, paper ini juga memberikan model peningkatan pariwisata kelapa dua berdasarkan hasil Analisa SWOT dalam bentuk pelaksanaan award kebersihan, merapihkan guest house, mengembangkan restoran, membuat spot foto, serta melakukan aktivitas marketing melalui online dan *social media campaign* melalui pembuatan film yang telah tayang mulai 29 Oktober 2018 sebagai premier film dari Impian Seribu Pulau, yang mengisahkan perjuangan untuk meraih impian dan harapan dari insan remaja pulau kelapa dua. Untuk memastikan kesuksesan program ini, diperlukan pendampiang yang berkelanjutan yang akan dilanjutkan bersama-sama oleh dosen dan mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen IPMI dengan merangkul pihak-pihak yang peduli akan perkembangan penduduk pulau Kelapa Dua.

## DAFTAR PUSTAKA

- Business UKM 2018, *Inspirasi Bisnis*, dari <https://bisnisukm.com/modal-rp-25-ribu-ibu-rt-ini-bisnis-kerajinan-beromzet-jutaan-rupiah.html>
- Biografi Pengusaha Wirausaha Mandiri 2016, *Buka Usaha Tali Temali Untung Kalau Digali*, dari <https://biografi-pengusaha.blogspot.com/2016/09/jualan-simpul-pramuka.html>
- Desa Mojolegi Web 14 Sept 2017, *Pengrajin Tas Makrame*, dari <http://mojolegi.sideka.id/2017/09/14/pengrajin-tas-macrame/>
- Majalah SCG Edisi April 2018, dari <https://edoc.site/majalah-scg-edisi-april-2018-pdf-free.html>
- Nanang Ajim (2015), *Produk Kerajinan Teknik Makrame*, dari <http://www.mikirbae.com/2015/12/produk-kerajinan-fungsi-pakai.html>
- Niky Sugesti (2016), *Etalase Catchy 2016 – 2017*, dari [www.etalasecatchy.com](http://www.etalasecatchy.com)
- Sita Wardhani SE, MSc (12 Sept 2017), *Perkembangan E-commerce di Indonesia*, dari <http://www.validnews.co/Perkembangan-E-commerce-di-Indonesia--1--YXAiJ>
- Waridah Muthi'ah. (2013). *Teknik Makrame dalam Tren Fashion: Ironi Terhadap Prinsip Dromologi (Studi Kasus Koleksi Spring/ Summer Dior 2011)*, Serat Rupa Vol. 1 Edisi I April 2013, dari <http://majour.maranatha.edu/index.php/sr/article/download/1241/1306>