



Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui Pelatihan *Digital marketing* di Kepulauan Seribu Pulau Pari

Rian Rianto¹, Gufron Amirullah²

¹Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jl. Tanah Merdeka, Jakarta Timur, Indonesia, 16630

*Email koresponden: rian0882@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received: 30 Jan 2024

Accepted: 25 Apr 2024

Published: 30 Jun 2024

Kata kunci:

Digital marketing;

Kepulauan Seribu;

Pulau Pari

Keywords:

Digital marketing;

Pari Island;

Thousand islands

ABSTRAK

Background: Pulau Pari, yang terletak di Kepulauan Seribu, merupakan destinasi pariwisata dengan keindahan alam yang menarik bagi wisatawan lokal dan internasional. Potensi ekonomi dari pariwisata Pulau Pari menjadi peluang penting untuk meningkatkan pendapatan daerah. Dalam usaha mengoptimalkan jumlah kunjungan wisatawan, metode pemasaran digital menjadi pilihan strategis. **Metode:** Penelitian ini berfokus pada pendekatan kualitatif yang memberikan gambaran strategi pemasaran yang cocok untuk Pulau Pari dan upaya-upaya mengatasi tantangan yang ada. Data penelitian didapat melalui wawancara dan dokumentasi, memaparkan perkembangan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Pulau Pari. Pelatihan *Digital marketing* diberikan kepada masyarakat setempat dengan homestay. Metode ini melibatkan paparan langsung dengan presentasi menggunakan media digital serta praktek dalam memasarkan produk secara online. **Hasil:** Hasilnya menunjukkan bahwa digital marketing, melalui internet, media sosial, dan platform online lainnya, adalah sarana efektif untuk mencapai audiens target dan mendorong interaksi yang berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pariwisata. Dengan fokus pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, pengembangan pariwisata alam dan bahari, serta promosi global yang berkelanjutan, strategi pengembangan Pulau Pari terarah pada tiga pilar ini. Meskipun *Digital marketing* menjadi pendekatan yang kuat, perhatian terhadap pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat tetap harus dijaga. **Kesimpulan:** Dengan pelatihan *Digital marketing* dan pendekatan yang holistik, Pulau Pari dapat menjadi destinasi pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak terlibat.

ABSTRACT

Background: Pari Island, which is located in the Thousand Islands, is a tourism destination with natural beauty that is attractive to local and international tourists. The economic potential of Pari Island tourism is an important opportunity to increase regional income. In an effort to optimize the number of tourist visits, *Digital marketing* methods are a strategic choice. **Method:** This research focuses on a qualitative approach that provides an overview of marketing strategies that are suitable for Pari Island and efforts to overcome existing challenges. Research data obtained through interviews and documentation, explains the development of tourism and economic growth of Pari Island. *Digital marketing* training is provided to local communities at homestays. This method involves direct exposure with presentations using digital media as well as practice in marketing products online. **Results:** The results show that digital marketing, via the internet, social media, and other online platforms, is an effective means of reaching target audiences and encouraging interactions that have a significant impact on the growth of the tourism economy. With a focus on improving the economy and community welfare, developing natural and marine tourism, as well as sustainable glo-

bal promotion, Pari Island's development strategy is focused on these three pillars. Even though *Digital marketing* is a strong approach, attention to environmental preservation and community welfare must still be maintained. **Conclusion:** With *Digital marketing* training and a holistic approach, Pari Island can become a sustainable tourism destination and provide long-term benefits for all parties involved.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal *AbdimasMu*, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Pulau Pari adalah sebuah pulau yang berada di Ibu Kota DKI Jakarta, lebih tepatnya kawasan ini berada di Kepulauan Seribu. Pulau Pari merupakan sebuah tempat pariwisata yang mempunyai daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara karena mempunyai keindahan alamnya. Sehingga, pulau pari mempunyai peluang usaha dalam meningkatkan perekonomiannya. Salah satu aktivitas pariwisata yang memiliki potensi dan dapat dikembangkan adalah objek wisata pulau pari yang memiliki tiga pantai diantaranya adalah Pantai Perawan, Pantai Rengge, dan Pantai Bintang. Pulau Pari mempunyai luas tidak lebih dari 200 Km² dan apabila berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Daerah DKI Jakarta No 1 Tahun 2012, Pulau Pari akan diperuntukan Sebagai pemukiman 40% Serta pariwisatanya sebesar 60% ([Alimudin & Dharmawati, 2022](#)).

Dengan demikian untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tentunya pengelola objek wisata pulau pari harus melakukan berbagai macam cara untuk menarik wisatawan, baik itu luar negeri maupun dalam negeri. Salah satunya adalah dengan melakukan komunikasi pemasaran yang tepat yaitu dengan metode *Digital marketing* yang baik. Sehingga, mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk datang dan belibur ke Pulau Pari. Menurut ([Trianita & Larasati, 2021](#)), Pariwisata adalah salah satu jenis Industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, standar hidup, serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan di Pulau Pari, Kepulauan Seribu. Dalam penelitiannya Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana menekankan pada makna dan proses dari hasil suatu aktivitas. Maka dengan demikian penulis dapat memberikan sebuah gambaran mengenai strategi pemasaran apa yang cocok untuk diterapkan di Pulau Pari dalam mengembangkan Pariwisata, serta upaya-upaya apa yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada di Pulau Pari.

Data yang dikumpulkan adalah berupa perkembangan Pulau Pari dalam sektor pariwisata dan peningkatan ekonomi serta dokumen penunjang lainnya yang memberikan informasi yang sejelas – jelasnya mengenai tujuan penelitian. Data tersebut diperoleh penulis melalui wawancara yang didapatkan dari Narasumber yang tepat.

Pelatihan *Digital marketing* di berikan kepada masyarakat pulau pari yang mempunyai home stay. Palatihan ini berupa paparan atau ceramah secara langsung dengan menggunakan powe poin serta di praktekan juga bagaimana cara mengiklankan atau menjula produk di dunia di

gital oleh penulis. Kegiatan ini diikuti oleh Warga RT 01 Pulau pari yang berlangsung selama satu sesi. Seperti yang tertera di tabel berikut :

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan *Digital Marketing*

Hari dan tanggal	Kegiatan yang dilaksanakan	Teknik Kegiatan
Senin, 26 Juni 2023	Pelatihan <i>Digital marketing</i> dilakukan secara offline di Rt.01 dengan menghadirkan Perkumpulan Ibu -Ibu	<ul style="list-style-type: none"> • Praktik • Ceramah • Diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing adalah bentuk pemasaran produk, layanan, atau merek menggunakan platform dan kanal digital, seperti internet, media sosial, mesin pencari, email, dan platform online lainnya. Tujuan utama dari *Digital marketing* adalah untuk mencapai audiens target secara efektif, berinteraksi dengan mereka, dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan tertentu, seperti pembelian, langganan, atau interaksi lainnya yang diinginkan dan berdampak penting terhadap ekonomi wisata.

Ekowisata adalah sebuah perjalanan yang bertanggung jawab ke tempat-tempat yang alami dengan menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat (Katalinga, 2013). Sedangkan *Digital marketing* Maka dari pada itu KKN BAHARI mempunyai tujuan untuk meningkatkan ekonomi serta wisata yang berada di Pulau Pari khususnya dengan menggunakan teknologi digital. Dengan demikian strategi pengembangan Pariwisata Pulau Pari difokuskan kepada 3 poin penting yaitu :

1. Meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.
2. Mengembangkan indrustri wisata alam dan bahari
3. Mengembangkan media promosi pariwisata Pulau Pari secara global dan berkelanjutan.

Masyarakat di Pulau Pari banyak sekali yang mempunyai Homestay atau penginapan yang sewaan yang di peruntukan untuk turis yang berkunjung ke Pulau Pari akan tetapi infomasi penginapan tersebut hanya sekerdar mulut ke mulu sehingga menyulitkan paraturis untuk mencari penyinapan dari jarak jauh. Dengan demikian penulis membuat program kerja Pelatihan *Digital marketing* kepada Masyarakat Pulau Pari.



Gambar 1. Pemaparan Materi *Digital Marketing*

Digital marketing adalah bentuk pemasaran produk, layanan, atau merek menggunakan platform dan kanal digital, seperti internet, media sosial, mesin pencari, email, dan platform online lainnya. Pelatihan ini dilakukan kepada masyarakat Pulau Pari khususnya Perkumoulan Ibu-Ibu RT. 01 dengan menggunakan metode ceramah dengan menggunakan Power Poin serta ada sedikit Praktek bagaimana cara memasarkan atau menjual produk mereka di media sosial atau pun *market place*.

Pelatihan ini bertujuan supaya masyarakat Pulau Pari bisa memasarkan produk mereka di media digital dan mempromosikan homestay yang ada di sana kepada para turis yang ingin berkunjung sekaligus memudahkan para turis untuk mencari penginapan di Pulau Pari

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Pulau Pari memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan ekonomi yang signifikan. Dengan luas wilayah yang terbatas dan peraturan yang mengalokasikan sebagian besar pulau untuk pariwisata, penting bagi pengelola pulau untuk memanfaatkan berbagai strategi pemasaran yang efektif guna menarik lebih banyak wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah digital marketing. Metode ini memungkinkan promosi pulau dan fasilitasnya kepada audiens yang lebih luas melalui platform digital seperti internet, media sosial, dan mesin pencari. Pelatihan *Digital marketing* kepada masyarakat setempat, terutama yang memiliki homestay atau penginapan, dapat membantu mereka memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasa mereka kepada para wisatawan. Dengan fokus pada tujuan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, mengembangkan sektor pariwisata alam dan bahari, serta mempromosikan Pulau Pari secara global dan berkelanjutan, pengelola dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri pariwisata. Dengan adanya upaya pelatihan digital marketing, masyarakat Pulau Pari dapat berkontribusi dalam mengangkat citra pulau dan menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Namun, perlu diingat bahwa *Digital marketing* hanya merupakan salah satu aspek dari strategi pengembangan pariwisata yang komprehensif. Selain itu, upaya pelestarian alam dan lingkungan serta perhatian terhadap kepentingan masyarakat lokal juga harus menjadi fokus utama dalam mengembangkan Pulau Pari sebagai destinasi pariwisata yang berkelanjutan..

UCAPAN TERIMA KASIH

Suksesnya kegiatan KKN Bahari 2023 dan terlaksananya Program Kerja tidak terlepas dari dukungan pihak-pihak beirkut ini, saya mahasiswa KKN Bahari 2023 mengucapkan terimakasih kepada:

1. TIM Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Prof. Hamka Jakarta
2. Dosen Pembimbing Lapangan Uhamka, Bpk. Dr. Gufron Amirullah, M.Pd

3. Kaprodi Pendidikan Bahasa Inggris, Mom Meita Lesmiaty Khasyar S.S, M.Pd
4. Kedua Orang Tua
5. Teman – teman KKN Bahari 2023

DAFTAR PUSTAKA

- Adzra Muthi'ah Hafizhah, Beta Budisetyorini, and Sumaryadi. 2022. "Influence of Social Media Marketing on Tourist Visit Intention To Pari Island, Thousand Island." *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism* 1(01): 32–41.
- Alimudin, Muhamad, and Desak Made Dharmawati. 2022. "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design)." *Jurnal EMT KITA* 6(2): 342–50.
- Ardianto, D. (2021). Pemasaran Digital dalam Pengembangan Pariwisata Pulau Pari. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 5(1), 20-29.
- Azizi, Muhammad et al. 2020. 5 Suparyanto dan Rosad (2015) *Effective Digital Marketing*.
- Fernandez, D., Merina, M., & Susilo, S. (2020). Pelatihan Teknik Sitasi dan Pencarian Referensi untuk Meningkatkan Publikasi Ilmiah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. *Jurnal SOLMA*, 9(1), 113–120. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4049>
- Haryono, Gampo, and Albetris Albetris. 2022. "Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing Untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6(1): 136.
- Hermawan, R., & Santoso, T. (2018). Analisis Potensi dan Pengembangan Pariwisata di Kepulauan Seribu. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 189-198.
- Katalinga, Genyas. 2013. "Analisis Ekonomi Dan Daya Dukung Pengembangan Ekowisata Pulau Pari Kepulauan Seribu, Jakarta." : 61. http://file.pksdmo.lipi.go.id/id098-61498-2650_314.pdf.
- Pradana, A. A., & Puspitasari, E. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pari Melalui Pemasaran Digital. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(1), 15-24.
- Raharjo, K., & Saputra, D. A. (2018). Analisis Potensi Pariwisata Berbasis Alam dan Budaya di Pulau Pari, Kepulauan Seribu. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(2), 176-185.
- Sari, Sukarni Novita, and Mercy Devina De Fretes. 2021. "Pengembangan Pariwisata Dalam Upaya Pembangunan Ekonomi Masyarakat Di Pulau Pari Kepulauan Seribu." *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 2(2): 6–12.
- Susanto, A., & Widyawati, D. (2017). Analisis Potensi dan Pengembangan Ekowisata di Pulau Pari Kepulauan Seribu. *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*, 2(1), 58-65.
- Susanto, A., & Widyawati, D. (2019). Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat di Pulau Pari, Kepulauan Seribu. *Jurnal Geografi Indonesia*, 3(1), 1-10.
- Trianita, Yanti, and Annisa Dinda Larasati. 2021. "Strategi Integrated Marketing Communication Pada Objek Wisata Pulau Pari Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan." *BroadComm* 3(2): 28–38.
- Wisnubroto, E. A., & Santoso, P. B. (2019). Potensi dan Peluang Ekowisata di Pulau Pari, Kepulauan Seribu. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 87-95.
- Yanti, Dewi. 2020. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba The Effect Of Digital Marketing Toward Enhancement Tourist Visit In Toba Lake." *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11(1): 16–26.