



## Peningkatan Ekonomi Pesisir Melalui Packaging Produk yang Menarik dan Penjualan Online di Kepulauan Pari

Julaeha<sup>1</sup>, Gufron Amirullah<sup>2</sup>, Rizki Dwi Siswanto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jl. Raya Bogor Km. 23 No. 99 RT. 4/RW. 5, Rambutan, Kec. Ciracas, Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13830

\*Email koresponden: [2102055031@uhamka.ac.id](mailto:2102055031@uhamka.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 04 Jan 2024

Accepted: 25 Mei 2024

Published: 30 Jun 2024

#### Kata kunci:

Bahari;  
Pengemasan;  
Penjualan Online;  
Produk Lokal

#### Keywords:

Local Products;  
Nautical;  
Online Sales;  
Packaging

### ABSTRAK

**Background:** Kepulauan Pari merupakan target mitra pada program Kuliah Kerja Nyata Bahari pada tanggal 18-30 Juni 2023, dan terkenal dengan destinasi wisatanya yaitu Pantai Pasir Perawan yang dapat menjadi potensi dalam membantu perekonomian pesisir. Namun keunggulan tersebut perlu dimanfaatkan juga untuk meningkatkan perekonomian pada produk lokal lainnya. Tujuan disini untuk membantu mitra dalam kreatifitas packaging produk agar dapat menarik peminat konsumen atau sebagai label makanan khas Pulau Pari dan mitra dapat menambah wawasan dalam aktivitas penjualan online dari hasil produk lokalnya. **Metode:** Metode yang digunakan pada kegiatan ini yaitu dengan metode observasi, diskusi dan sosialisasi. **Hasil:** Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa mitra menggunakan label fotocopy dalam kemasan yang dijual karena tidak ingin repot dalam membuat kemasan yang menarik. Kemudian aktivitas masyarakat yang biasa belanja online melalui salah satu marketplace yaitu Lazada tetapi masih minim pengetahuan dalam melakukan penjualan online, yang mana hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh mitra sebagai peluang meningkatkan perekonomian yang dapat di akses lebih luas. **Kesimpulan:** Kegiatan program ini dapat membantu meningkatkan perekonomian mitra lebih baik melalui packaging product, menambah wawasan mitra dalam aktivitas penjualan online dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

### ABSTRACT

**Background:** The Pari Islands are a target partner for the Maritime Real Work Lecture program on 18-30 June 2023, and are famous for their tourist destination, namely Pasir Perawan Beach, which has the potential to help the coastal economy. However, these advantages also need to be utilized to improve the economy for other local products. The aim here is to help partners in creative product packaging so that it can attract interested consumers or as a label for typical Pari Island food and partners can increase insight into online sales activities of their local products. **Method:** The method used in this activity is observation, discussion and socialization methods. **Results:** These results show that there are several partners using photocopy labels in the packaging they sell because they don't want to bother making attractive packaging. Then, people's activities usually shop online through one of the marketplaces, namely Lazada, but they still lack knowledge in making online sales, which partners can use as an opportunity to improve the economy that can be accessed more widely. **Conclusion:** This program activity can help improve partners' economies better through product packaging, increase partners' insight into online sales activities and be implemented in everyday life.



## PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai negara maritim atau kepulauan terbesar di dunia dengan luas wilayah yang meliputi 17.508 pulau dan lautannya mencapai 5,8 juta km<sup>2</sup> atau 70% dari luas wilayah Indonesia (Katalinga, 2013). Salah satu yang menjadi bagian dari banyaknya jumlah pulau tersebut yaitu Kepulauan Seribu, terdiri kurang lebih 110 buah pulau secara administratif merupakan termasuk wilayah di bawah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Pemerintah Kabupaten Kepulauan Seribu memiliki 2 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kepulauan Seribu Utara dan Kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, dan terdapat 6 Kelurahan diantaranya yaitu Kelurahan Pulau Harapan, Kelurahan Pulau Kelapa, Kelurahan Pulau Tidung, Kelurahan Pulau Panggang, Kelurahan Pulau Pari dan Kelurahan Pulau Untung Jawa. Kepulauan Seribu telah ditetapkan oleh Pemerintah Indonesia sejak tahun 2016 sebagai salah satu dari sepuluh destinasi wisata terbaik atau sebagai wisata Bahari, dan Pulau Pari merupakan bagian dari wisata alam yang menarik di Kepulauan Seribu yaitu objek wisata Pantai Pasir Perawan (Pradeisy, 2020).

Dinas Pariwisata DKI Jakarta menyatakan bahwa data jumlah kunjungan wisata di Pulau Pari, baik itu kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal telah meningkat sejak tahun 2014. Sehingga ini menjadi peran pemerintah dalam UU No. 23 tahun 2014 untuk memberikan pembangunan dan pengembangan potensi wisata yang ada melalui sektor unggulan pariwisata dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kesejahteraan masyarakat lokal (Sari & De Fretes, 2021).

Berdasarkan dari data sensus Badan Pusat Statistika (BPS, 2022) tingkat kepadatan penduduk kepulauan seribu sekitar 3.400 jiwa/km<sup>2</sup> dan Pulau pari memiliki luas 41,32 hektar, terdiri dari 1 RW dan 4 RT dengan total sekitar 1.400 jiwa. Mayoritas penduduk Pulau Pari beragama Islam, terdiri dari berbagai jenis sosial budaya seperti Bugis, Jawa, Betawi, Sunda dan lainnya. Mata pencaharian di Pulau Pari yaitu Nelayan (rumput laut, penangkapan ikan kerapu), Pariwisata (penyewaan homestay dan tour guide), serta UMKM produk usaha kecil dan menengah seperti keripik sukun, dodol rumput laut, ikan asin dan lainnya (Wibisono et al., 2019). Awal mula pemberian nama Pulau Pari ini karena keberadaan ikan pari yang sangat melimpah di wilayah laut dangkal ini. Keunikan yang lainnya pada fenomena pasang surut laut yang menjadi titik wisata yang menarik dengan karakteristik pantai pasir kapur.

Selain keunggulan wisata Bahari yang dimiliki oleh warga Pulau Pari, namun terdapat problematika yang terjadi karena banyak warga khususnya pelaku UMKM Pulau Pari kurang berkreatifitas dalam memaksimalkan potensi yang ada seperti manfaat membuat pacakaging produk yang dapat menarik peminat konsumen dari hasil produk atau kuliner lokal di sana. Walaupun sebelumnya warga sudah mendapatkan sosialisasi terkait pentingnya packaging produk (Busyra et al., 2023). Tapi nyatanya tidak semua warga menerapkannya karena tidak ingin repot dalam melakukan kemasan. Sehingga terdapat beberapa penjual atau pelaku UMKM yang sudah memiliki label packaging produk hanya bentuk fotocopy dan ini dapat mengurangi nilai estetika dalam penjualan (Samsiyah et al., 2022).

Selain kemasan atau packaging produk sebagai salah satu bentuk promosi dalam menarik peminat konsumen, juga pedagang harus mengikuti perkembangan zaman saat ini yaitu era teknologi atau digitalisasi. Yang telah merubah hampir semua aktivitas manusia menggunakan

teknologi dalam bentuk virtual hanya dengan satu genggaman. Memudahkan konektivitas dalam mencari data atau berbagai sumber informasi cukup dilakukan melalui internet. Diambil dari (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023) mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,18 persen pada tahun 2023 atau menembus 215.626 miliar jiwa aktif menggunakan media sosial. Media sosial saat ini sangat berperan penting sebagai media komunikasi dan sarana promosi yang sangat efektif, karena media sosial memiliki cakupan pasar yang sangat luas (Purwanto et al., 2022). Contoh beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini yaitu, Tiktok, Twitter, Facebook, Instagram, dan Marketplace seperti Tokopedia, Shoope, dan Lazada.

Kegiatan kuliah kerja nyata atau disebut sebagai KKN Bahari 2023, perdana dilaksanakan di Pulau Pari yang diselenggarakan oleh lembaga pengabdian dan pemberdayaan masyarakat (LPPM UHAMKA) berkolaborasi dengan beberapa perguruan tinggi lain diantaranya Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA), Universitas Muhammadiyah Bogor Raya (UMBARA), Universitas Muhammadiyah Cirebon (UMC), dan Universitas Muhammadiyah Kupang (UMK). Dengan tujuan kegiatan pengabdian kolaborasi ini sebagai mensinergikan nilai sosial kepada masyarakat untuk terus menciptakan kehidupan yang lebih baik melalui pengabdian kepada masyarakat di wilayah pesisir.

Selain itu tujuan utama lain dari program kegiatan ini yaitu membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas kemasan atau packaging produk yang menarik agar dapat menambah nilai estetika atau peminat konsumen dalam penjualan produk lokal sebagai oleh-oleh wisata khas Pulau Pari untuk wisatawan yang telah berkunjung. Membantu para UMKM pesisir melalui peluang bisnis online atau penjualan dengan media sosial dan marketplace agar dapat diakses luas di luar pulau. Dengan target sasaran dari kegiatan ini adalah Ibu PKK dan Ibu-Ibu UMKM di wilayah Rt. 01 Pulau Pari

## **METODE PELAKSANAAN**

Data-data yang dikumpulkan untuk menganalisis sasaran target yaitu terdiri dari sejarah perkembangan Pulau Pari, batas administrasi, kebijakan pemerintah Pulau Pari, jumlah penduduk, aksesibilitas, daya dukung wisata, keadaan fisik, fasilitas, infrastruktur, persepsi dan preferensi pengunjung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari metode pengumpulan data primer yang dilakukan dengan observasi wilayah langsung dan wawancara. Sedangkan metode pengumpulan data sekunder dengan mempelajari jurnal-jurnal dan studi literatur. Metode yang digunakan pada kegiatan KKN Bahari 2023 ini yaitu, pertama melalui pendekatan komunikasi persuasif atau diskusi dengan target sasaran pada tanggal 20 Juni 2023 di wilayah Rt.01 agar tujuan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik. Kemudian bertukar informasi keadaan yang menjadi kekuarangan diwilayah tersebut seperti beberapa masyarakat yang hanya melakukan packaging sederhana seperti fotocopy karena tidak mau repot mengurus kemasan dan tidak peduli akan pentingnya suatu kemasan dalam penjualan, lalu aktivitas masyarakat yang sudah biasa belanja online namun belum ada yang melakukan penjualan online di media sosial atau marketplace karena minim pengetahuan dan akses yang terbatas. Kedua, sosialisasi kepada target sasaran yaitu Ibu PKK dan Ibu-Ibu UMKM di wilayah Rt. 01 Pulau Pari pada tanggal 26 Juni 2023 di lokasi rumah pak Suryadi selaku ketua Rt.01 dengan

waktu 45 menit dengan muatan materi tentang packaging produk dan penjualan online sekaligus menunjukkan contoh pengemasan yang baik dan 15 menit sesi tanya jawab. Diikuti oleh peserta dengan jumlah 9 orang dan anggota kelompok 1 KKN Bahari berjumlah 6 orang terdiri dari Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA), Universitas Muhammadiyah Bogor Raya (UMBARA), dan Universitas Muhammadiyah Cirebon (UMC).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pulau Pari terkenal memiliki pemandangan bawah laut dan alam yang sangat indah. Kondisi perairan yang bersih dan berpasir putih sangat bagus untuk 116 dinikmati sebagai wisata Bahari. Pantai Pasir Perawan, yang sekarang menjadi ikonik sebagai destinasi utama Pulau Pari, adalah salah satu daya tarik bagi wisatawan lokal (domestik) dan mancanegara (internasional). Hal ini memberikan dampak positif jumlah wisata yang mengunjungi Pulau Pari semakin meningkat (Qiyami, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, aktivitas wisata di Pulau Pari memberikan dampak manfaat ekonomi bagi operator wisata dan masyarakat secara keseluruhan, namun kelebihan wilayah tersebut juga harus dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi lokal lainnya. Seperti packaging produk, dengan cara ini penjualan kuliner lokal di Pulau Pari dapat menarik perhatian banyak wisatawan dan bahkan dapat dibuat sebagai makanan khas atau oleh-oleh bagi mereka yang berkunjung ke Pulau Pari (Sudaryanti et al., 2022). Dari hasil observasi, masyarakat Pulau Pari beberapa sudah menerapkan packaging produk, tetapi masih ada yang menggunakan label fotocopy karena tidak ingin repot dalam hal pengemasan padahal ini dapat menyebabkan nilai estetika penjualan kurang diminati oleh konsumen.

Setelah hasil diskusi dan observasi lapangan dengan mitra, terdapat beberapa makanan lokal yang melimpah khas Pulau Pari seperti keripik sukun, dodol rumput laut, ikan asin, dan produk lokal lainnya. Tapi hanya dikonsumsi oleh warga sekitar dan sebagian dijual kepada orang terdekat atau tetangga pulau seperti Pulau Pramuka, Pulau Tidung, dan lainnya melalui transaksi secara langsung. Padahal ini menjadi potensi untuk masyarakat Pulau Pari melakukan penjualan online melalui marketplace atau media sosial agar penjualan dapat diakses lebih luas (Bahri et al., 2023). Aktivitas masyarakat sudah biasa dalam melakukan pembelian online, contoh marketplace yang sering digunakan seperti Lazada atau Shopee. Namun masyarakat Pulau Pari belum ada yang melakukan penjualan online ke luar pulau karena minim pengetahuan dan akses terbatas seperti penyedia jasa ekspedisi hanya satu mitra di pulau tersebut.

Kemudian memasuki kegiatan sosialisasi packaging produk dan penjualan online menggunakan alat bantuan yaitu layar proyektor, laptop, dan Power Point melibatkan ibu PKK dan ibu-ibu UMKM Rt.01 dilaksanakan pada hari senin, 26 Juni 2023 pukul 10.00 WIB-selesai bertempat di rumah pak Suryadi selaku ketua Rt.01 disambut dengan antusias baik dan dihadiri oleh 9 peserta. Sebelum memasuki sesi penyampaian materi antara peserta dan pemateri melakukan perkenalan agar terjalin kedekatan hangat serta dapat diterima dengan baik materi yang akan disampaikan. Dalam acara sosialisasi diisi oleh peserta KKN Bahari yaitu Julaeha dari Prodi Ekonomi Islam UHAMKA dan dibantu secara teknis oleh anggota kelompok 1 KKN Bahari. Materi yang dibahas mengenai tentang filosofi packaging produk agar peserta dapat memahami tujuan dari pentingnya packaging produk sebagai upaya untuk menarik peminat konsumen dan

sebagai identitas produk yang dapat dijadikan oleh-oleh atau makanan khas wisata Pulau Pari. Dijelaskan fungsi dari kemasan sendiri yaitu sebagai wadah, sarana distribusi dan alat pemasaran sehingga desain kemasan harus disesuaikan segmen pasar yang akan dituju (Effendi et al., 2021). Selain itu diberikan cara pembuatan desain packaging yang unik dan menarik mulai dari bentuk visual, logo, font huruf, warna, bentuk kemasan (botol, standing pouch atau lainnya), dan alamat kontak produk.

Materi selanjutnya yaitu mengenai tentang penjualan online. Sesi ini lebih banyak diskusi dan transfer ilmu pengetahuan seputar penjualan online di marketplace atau media sosial karena bisa diakses lebih luas, tanpa harus memiliki bentuk toko secara fisik, serta bisa dilakukan kapan pun dan di mana pun hanya dengan jaringan internet (Taryudi et al., 2021). Dari hasil diskusi dengan warga yang diwakili oleh peserta mengungkapkan aktivitas disini hampir semua sudah pernah melakukan belanja online dan yang paling sering digunakan yaitu marketplace seperti Lazada dengan jasa ekspedisi JNE atau JNT. Namun, belum ada kegiatan penjualan dari Pulau Pari ke luar daerah karena minim pengetahuan dan tidak melek teknologi yang bisa dimanfaatkan sebagai sarana transaksi penjualan selain media komunikasi melalui WhatsApp (Nurita et al., 2021). Padahal produk lokal disini sangat melimpah seperti keripik sukun dan olahan hasil laut, yang bisa dijadikan potensi untuk menambah nilai perekonomian dan dapat di konsumsi di luar wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pari.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari sosialisasi dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kepulauan Pari memiliki potensi banyak untuk meningkatkan nilai perekonomian selain dari kegiatan wisata. Salah satunya yaitu sumber daya alam dapat diproduksi sebagai makanan khas atau oleh-oleh untuk wisatawan yang berkunjung. Namun penerapan pentingnya kemasan yang menarik belum merata untuk produk lokal bahkan beberapa ada yang menggunakan label fotocopy karena repot dan malas mengeluarkan tambahan biaya. Begitupun pemasaran produk lokal belum banyak tersebar dimedia sosial, padahal di era digital penting sebagai promosi yang dapat diakses lebih luas. Adapun hasil kegiatan ini dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan perekonomian warga lokal dan menerapkannya di kehidupan sehari-hari. Namun yang menjadi kekurangan dari kegiatan ini perlunya edukasi lebih lanjut sekaligus pelatihan secara langsung dan monitoring secara berkala. Karena kegiatan ini terbatas oleh waktu harapannya hal tersebut mungkin bisa ditindak lanjuti oleh KKN Bahari berikutnya agar perekonomian di Pulau Pari lebih baik.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka (UHAMKA) yang telah mendanai kegiatan Kuliah Kerja Nyata Bahari 2023, kepada seluruh mitra kelurahan Kepulauan Seribu khususnya Rt.01 yang telah bersedia bekerja sama untuk program ini sehingga berjalan dengan baik, dan fasilitator yang senantiasa membantu mensukseskan selama kegiatan KKN Bahari berlangsung

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Survei Pengguna Internet di Indonesia. *Bisnis.Com*, JAKARTA. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii@pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Bahri, B., Sari, N. P., & Alamsyah, F. (2023). Pelatihan Desain Kemasan (Packaging) Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Kapanewon Turi. *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- BPS. (2022). Tingkat Kepadatan Penduduk Kepulauan Seribu. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/publication/2022/02/25/0a2afea4fab72a5d052cb315/st-atistik-indonesia-2022.html>
- Busyra, N., Darmawati, D. M., Handayani, T., & Alimudin, M. (2023). Pengembangan Kemasan Produk Kuliner Lokal Kepulauan Pari. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 101–108.
- Effendi, N. I., Supriyati, & Herawati. (2021). Peningkatan Pemasaran Produk Melalui Pelatihan Disain Kemasan dan Promosi Multimedia Keripik Tempe Desa Kuamang Gading Kota Jambi. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(4).
- 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>
- Katalinga, G. (2013). Analisis Ekonomi Dan Daya Dukung Pengembangan Ekowisata Pulau Pari Kepulauan Seribu, Jakarta. 61.
- Nurita, E., Hanny, R., Anggraini, N., Bodewyn, R., & Pamulang, U. (2021). Pemasaran Online Sebagai Solusi Dalam. 2(1), 113–117.
- Pradeisya, A. (2020). Studi kelayakan wisata pantai pasir perawan sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Kepulauan Seribu Provinsi DKI Jakarta. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Purwanto, H., Apriyanti, Sidanti, H., Setiawan, H. S. H., & Sujianti, A. S. (2022). Labelling, Packaging dan Digitalisasi Pemasaran pada Umkm di Madiun pada Keripik Tahu Walik. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1).
- Qiyami, K. E. (2021). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Asset Based Community Development dalam Pengembangan Ekonomi Pariwisata di Pulau Pari, Kepulauan Seribu.
- Samsiyah, S., Eddy Sulistyawan, Moch. Munir Rachman, & Sigit Prihanto Utomo. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk Yang Menarik Pada Umkm Di Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).
- Sari, S. N., & De Fretes, M. D. (2021). Pengembangan Pariwisata Dalam Upaya Pembangunan Ekonomi Masyarakat Di Pulau Pari Kepulauan Seribu. *Abiwaras: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 2(2), 6–12.
- Sudaryanti, D., Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Industri Kreatif Melalui Pelatihan Packaging Dan Packing Di Rw 01 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 434–441.
- Susilo, S., & Amirullah, G. (2018). Pengelolaan dan Pemanfaatan Laboratorium Sekolah bagi Guru Muhammadiyah di Jakarta Timur. *Jurnal SOLMA*, 7(1), 127–137. <https://doi.org/10.29405/solma.v7i1.2380>
- Taryudi, A., Maulana, D., Kistia, J., Hanifah, N., & Retno, D. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu (Economic Recovery for Local UMKM Families through Improved Product Packaging and Online Marketing in Pekand. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*.

Wibisono, H., Musthofa, A., Kusuma, M. E., & Haryanto, I. (2019). Transformasi Wilayah Kepulauan di Metropolitan Jakarta. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 7(3), 181–195.