

Optimalisasi Pariwisata di Pulau Untung Jawa melalui Peningkatan Kompetensi SDM POKDARWIS

Nurina¹, ST Trikariastoto²

^{1,2}Universitas Persada Indonesia YAI

JL Diponegoro no 74

E-mail : 1nurina@upi-yai.ac.id, trikarias@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

. Pulau Untung Jawa, sebuah permata tersembunyi di Kepulauan Seribu yang menawarkan potensi wisata yang luar biasa. Pulau ini mudah diakses dan berlokasi dekat dengan wilayah Tangerang, menjadikannya destinasi yang menarik untuk dikunjungi. Namun sayangnya, potensi wisata yang dimiliki pulau ini belum sepenuhnya terkelola dengan baik. Terdapat 13 destinasi wisata yang dapat diakses di Pulau Untung Jawa dan pulau-pulau di sekitarnya, namun pengembangan potensi tersebut masih terbuka lebar. Untuk mendorong pengembangan wisata yang lebih baik, pemerintah telah mendukung terbentuknya POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata). POKDARWIS diharapkan dapat terus mengembangkan potensi wisata yang ada, namun tantangan besar masih menghadang, terutama dalam peningkatan kemampuan SDM dalam menemukan, menciptakan, dan mengelola potensi wisata yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pulau Untung Jawa memiliki berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh POKDARWIS. Perlu adanya pola pendekatan yang berbeda dengan teman-teman di Jakarta untuk membangun kemampuan SDM yang optimal dalam mengelola potensi wisata yang ada. Dengan mengoptimalkan potensi wisata yang ada dan memperhatikan semua dimensi yang mempengaruhi keberhasilan implementasi, Pulau Untung Jawa memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata yang terkenal dan diminati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Mari bersama-sama kita jaga dan kembangkan potensi wisata Pulau Untung Jawa untuk masa depan yang lebih baik.

Kata kunci : Potensi Wisata, pulau Untung Jawa, POKDARWIS, Digital Marketing

ABSTRACT

. Untung Java Island, a hidden gem in the Thousand Islands that offers extraordinary tourism potential. The island is easily accessible and located close to the Tangerang area, making it an attractive destination to visit. But unfortunately, the tourism potential of this island has not been fully managed properly. There are 13 tourist destinations that can be accessed on Untung Java Island and surrounding islands, but the development of this potential is still wide open. To encourage better tourism development, the government has supported the formation of POKDARWIS (Tourism Awareness Group). POKDARWIS is expected to continue to develop existing tourism potential, but major challenges still face,

especially in improving the ability of human resources to find, create, and manage existing tourism potential.

The results showed that Untung Java Island has various tourism potentials that can be further developed by POKDARWIS. There needs to be a different approach pattern with friends in Jakarta to build optimal human resource capabilities in managing existing tourism potential. By optimizing existing tourism potential and paying attention to all dimensions that affect the success of implementation, Untung Java Island has the potential to become a well-known tourist destination and in demand by local and foreign tourists. Let's together maintain and develop the tourism potential of Untung Java Island for a better future.

Keywords: Tourism Potential, Untung Java island, POKDARWIS, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Desa Wisata Pulau Untung Jawa merupakan salah satu destinasi pariwisata yang menarik di wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta. Terletak tidak jauh dari Tangerang, provinsi Banten, pulau ini dapat dicapai dengan naik kapal dari beberapa dermaga, baik dari Jakarta maupun Tangerang. Bagi wisatawan yang ingin perjalanan yang lebih murah dan cepat, disarankan untuk menyeberang dari Dermaga Tanjung Pasir, Tangerang, dengan waktu tempuh sekitar 30-45 menit.

Pulau Untung Jawa menawarkan spot-spot yang masih alami dan indah, serta laut yang tenang yang cocok untuk snorkeling atau berenang di tepi pantai. Dengan luas wilayah 40,10 hektar dan jumlah penduduk sekitar 2.440 jiwa, pulau ini memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik, seperti Pantai Arsa, Pantai Sakura, Pantai Sentigi, dan lain sebagainya.

Namun, pengembangan pariwisata di Pulau Untung Jawa masih terbatas dan kurang tertata dengan baik. Beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain keterbatasan kompetensi pengelola homestay dalam pelayanan prima, pengetahuan tentang pengolahan makanan minuman berbasis sumber daya lokal secara sehat dan ramah lingkungan, serta keterbatasan kemampuan berbahasa Inggris.

Selain itu, kebanyakan oleh-oleh yang dijual bersifat musiman dan masih kurangnya aktivitas pemasaran untuk meningkatkan pariwisata di Pulau Untung Jawa. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya anggota POKDARWIS, agar mampu mendukung kegiatan pariwisata di pulau Untung Jawa

Program pendampingan ini juga bertujuan untuk mengembangkan model dan strategi yang tepat untuk meningkatkan aktivitas pariwisata

di Pulau Untung Jawa, termasuk pengembangan aktivitas pemasaran yang efektif. Dengan demikian, diharapkan pariwisata di pulau ini dapat berkembang lebih baik dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para wisatawan.

>>(Kosong 1 spasi tunggal 10 pt)

2. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan sebuah studi kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis interpretasi teks dan hasil wawancara guna mendapatkan pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017), penelitian kualitatif memfokuskan pada pencarian makna dari berbagai aspek yang terkait dengan fenomena yang diteliti.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teori implementasi yang dikemukakan oleh Van Meter dan Van Horn (1975). Menurut teori ini, terdapat enam dimensi yang mempengaruhi keberhasilan suatu implementasi kebijakan, yaitu ukuran dan tujuan kebijakan, sumber daya yang tersedia, karakteristik agen pelaksana, sikap dan kecenderungan para pelaksana, komunikasi antar-organisasi dan aktivitas pelaksana, serta lingkungan ekonomi, sosial, dan politik.

3. LANDASAN TEORI

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), merupakan suatu kelembagaan di masyarakat yang beranggotakan para pelaku pariwisata dan berperan sebagai penggerak dalam menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya pariwisata di daerah (Firmansyah, 2012)

Tujuan dibentuknya kelompok ini adalah untuk:

- 1.Meningkatkan peran masyarakat sebagai subjek dalam pengembangan pariwisata,
2. Menumbuhkan sikap positif dan dukungan dari masyarakat.
- 3.Mengenalkan, memelihara dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada untuk kemakmuran bersama

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) merupakan kelompok swadaya masyarakat yang memiliki kepeduliandalam pengembangan pariwisata di daerahnya. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) memiliki peran dan posisi yang penting dalam pengembangan pariwisata diantaranya:

1. Sebagai subyek atau pelaku pembangunanSebagai subyek atau pelaku pembangunan, yaitu masyarakat menjadi pelaku penting yang harus terlibat secara aktif dalam proses perencanaan danpengembangan kepariwisataan, bersama-sama dengan pemangku kepentingan memiliki peran dengan terkait linknya baik dari pemerintah maupun swasta.Dalam hal ini masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab untuk

bersama-sama mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya.

2. Sebagai penerima manfaat
Sebagai penerima manfaat berarti bahwa masyarakat diharapkan dapat memperoleh nilai manfaat ekonomi yang berarti dari pengembangan kegiatan kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat yang bersangkutan. Sehingga dengan adanya Kelompok Sadar Wisata diharapkan kesejahteraan masyarakat dapat meningkat melalui peningkatan perekonomian mereka.

3. Sebagai penggerak dalam menciptakan lingkungan dan suasana yang kondusif. Salah satu aspek mendasar dalam keberhasilan membangun kepariwisataan adalah dapat diciptakannya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat. Masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab sebagai tuan rumah (host) yang baik bagi tamu atau wisatawan yang berkunjung untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif. Dengan terciptanya lingkungan dan suasana yang kondusif diharapkan wisatawan akan merasa nyaman dan tidak bosan untuk berkunjung ke tempat pariwisata tersebut.

4. Mewujudkan Sapta Pesona dalam masyarakat. Sapta pesona adalah unsur penting yang harus diwujudkan bagi terwujudnya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu

tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Unsur sapta pesona meliputi: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Sebagai salah satu unsur penting dalam mendukung pengembangan destinasi pariwisata tentu tidak dapat terwujud tanpa adanya langkah dan juga upaya untuk merintis, menumbuhkan, mengembangkan dan melaksanakan secara konsisten. Sehingga Kelompok Sadar Wisata sebagai salah satu penggerak dalam masyarakat memiliki peran dalam mewujudkan Sapta Pesona tersebut. Terciptanya Sapta Pesona tersebut tentu akan memberi dampak positif bagi tempat wisata tersebut karena dapat menambah daya tarik wisatawan sehingga secara tidak langsung akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang.

Menurut Spillane dalam Sari (2011:27) ada lima unsur komponen pariwisata yang sangat penting, yaitu:

1. Attractions (daya tarik)
attractions dapat digolongkan menjadi site attractions dan event attractions. Site attractions merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan event attractions adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

2. Facilities (fasilitas-fasilitas yang diperlukan) fasilitas

cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan.

3. Infrastructure (infrastruktur) daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan.

4. Transportations (transportasi) dalam objek wisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata.

5. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

6. Hospitality (keramah tamahan) wisatawan yang beradadalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi.

Digital Marketing

Digital marketing menurut Coviello, Milley dan Marcolin (2001) adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lainnya untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah diidentifikasi.

Pemasaran digital menurut Heidrick & Struggles (2009) adalah pengembangan pemasaran digital melalui web, ponsel, dan perangkat game, menawarkan akses baru ke iklan yang tidak digembar-gemborkan dan sangat berpengaruh.

Design Thinking

Menurut Kelley dan Brown dalam (Lazuardi & Sukoco, 2019), pendekatan design thinking adalah pendekatan inovasi yang berpusat pada manusia yang diambil untuk mengintegrasikan kebutuhan orang sebagai pengguna, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis. Pendekatan design thinking menggabungkan tiga unsur yaitu bisnis (viability), people (keinginan) dan teknologi (feasibility) sebagai pertimbangan dalam menciptakan ide. Design thinking menggabungkan kemampuan teknologi sesuai dengan keinginan pengguna sehingga dapat menjadi produk bisnis dan solusi yang efektif untuk memecahkan suatu masalah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ukuran dan Tujuan Kebijakan Dalam pelaksanaan suatu program tentunya memiliki tujuan akhir yang ingin dicapai. Jika tidak ada tujuan, maka program tidak dapat diukur apakah sudah berjalan efektif atau tidak. Implementasi digital marketing biasanya diukur dari pencapaian media aplikasinya. Untuk pemasaran yang paling

sederhana, kegiatan pemasaran digital biasanya dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok. Sedangkan pemasaran online yang paling rumit dilakukan dengan media website atau menggunakan aplikasi tersendiri. Untuk dimensi ukuran dan tujuan kebijakan, program digital marketing sudah memiliki dimensi dan tujuan yang jelas. Dalam Implementasi Sumber Daya, adanya sumber daya yang baik dan pemanfaatan yang tepat sangat mempengaruhi proses implementasi suatu program. Menurut Van Meter dan Van Horn dalam Wahab, 2008, sumber daya yang mempengaruhi proses pelaksanaansuatu program adalah sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia, merupakan sumber daya terpenting dalam pelaksanaan suatu program. Sumber daya manusia memegang peranan penting sebagai pelaksana suatu program.
2. Sumber daya keuangan, merupakan modal awal dalam pelaksanaan suatu program.
3. Sumber daya waktu, waktu untuk menjalankan sebuah program juga sangat dibutuhkan. Jika waktunya sangat mepet, maka program yang akan dilaksanakan tidak akan mencapai tujuannya secara optimal.

Pada dimensi sumber daya, dari ketiga sumber daya utama yang dibutuhkan hanya satu sumber daya yang dibutuhkan, yaitu sumber daya waktu. Sumber daya manusia dan keuangan masih terkendala,

sehingga implementasi program digital marketing hingga saat ini belum dapat berjalan secara maksimal.

Sebagian besar anggota POKDARWIS masih belum memiliki keterampilan yang memadai dalam mengelola media sosial, dan bagi kalangan muda POKDARWIS juga masih malu-malu dan belum banyak membuat konten promosi wisata didaerahnya.

Karakteristik Agen Pelaksana

Yang dimaksud dengan karakteristik disini adalah struktur birokrasi dan pola hubungan agen atau lembaga pelaksana program. Karakteristik agen pelaksana di Pulau Untung Jawa tidak dapat diteliti lebih lanjut karena keterbatasan waktu. Namun demikian, sepintas terlihat bahwa perlu adanya sinergi lebih lanjut antara program pemerintah dengan para pelaku pelaksana di lapangan.

Sikap atau Kecenderungan Pelaksana

Yang dimaksud dengan sikap pelaksana disini adalah tanggapan dari pelaksana apakah mereka memiliki keinginan untuk melaksanakan program. Ada beberapa unsur yang mempengaruhi sikap pelaksana dalam melaksanakan suatu program, yaitu pemahaman terhadap program, jenis tanggapannya (diterima, netral, atau ditolak), serta intensitas tanggapan itu sendiri. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan warga masyarakat pulau Untung Jawa dan ketua POKDARWIS yang dilakukan selama proses

penelitian, diketahui bahwa para anggota POKDARWIS sangat memahami dengan adanya program digital marketing pariwisata ini. Terutama mengenai apa maksud dan tujuan dibuatnya program ini. Kemudian hal ini juga dibuktikan dengan terus berlangsungnya kegiatan promosi pariwisata melalui akun media sosial Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Komunikasi Antar Organisasi dan Pelaksana

Kegiatan Pelaksanaan suatu program seringkali memerlukan koordinasi dengan instansi terkait lainnya. Dalam melakukan koordinasi diperlukan komunikasi yang baik agar besaran dan tujuan serta maksud dari suatu program dapat tersampaikan dengan jelas. Semakin baik komunikasi antar organisasi yang terlibat dalam menjalankan suatu program, maka akan semakin efektif pelaksanaan program tersebut. Untuk dimensi komunikasi antar organisasi dan pelaksanaan kegiatan sudah berjalan dengan baik. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah berkoordinasi dengan baik dengan pihak-pihak terkait baik di lingkungan pemerintah kabupaten maupun dengan pihak swasta. Lingkungan Ekonomi, Sosial dan Politik

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, dari ketiga lingkungan eksternal tersebut, hanya lingkungan politik yang mendukung pelaksanaan program digital marketing pariwisata ini. Untuk lingkungan sosial, sebagian besar masyarakat khususnya wisatawan belum mengetahui keberadaan aplikasi Pulo Seribu yang digunakan

sebagai media dalam implementasi digital marketing pariwisata. Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Faktor pendukung pelaksanaan program digital marketing memegang peranan penting dalam keberadaannya. Dengan faktor pendukung tersebut implementasi program digital marketing dapat berjalan lebih optimal. Berikut beberapa faktor pendukung dalam pelaksanaan program tersebut: Dukungan dari Pemerintah khususnya Kabupaten Kepulauan Seribu dan Dinas

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Ketersediaan sarana dan prasarana dasar seperti banyaknya pilihan transportasi menuju pulau, lokasi kuliner terpusat, ATM, gedung pertemuan dan lain-lain Masih banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan

Faktor penghambat merupakan faktor yang perlu dikaji lebih lanjut karena faktor tersebut dapat menghambat atau bahkan menghentikan proses penerapan program pemasaran digital. Adapun faktor penghambat dalam pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut: Sumber daya manusia masih kurang memadai baik dari segi jumlah maupun keahlian dan kemampuan di bidang kepariwisataan. Kurangnya pelatihan yang intens kepada masyarakat terutama bagaimana menggunakan media sosial untuk mempromosikan pariwisata di daerahnya dan bagaimana menerima tamu dengan baik dan memberikan kesan yang baik kepada wisatawan Kurangnya data base terkait pariwisata di pulau Untung Jawa terutama database

untuk homestay, catering dan pemandu wisata atau kegiatan wisata Paket wisata belum dikemas dengan baik, ada beberapa potensi yang belum dikemas dalam paket wisata. Belum ada oleh-oleh khas pulau yang tersedia sepanjang musim dan dikelola dengan baik.

Belum ada pusat untuk oleh-oleh menampilkan oleh-oleh khas pulau Untung Jawa.

Sebagian besar fasilitas homestay kurang memadai baik dari segi tata ruang, fasilitas maupun kebersihan. Implementasi Design Thinking Untuk mengatasi masalah di atas salah satu caranya adalah dengan mengenalkan masyarakat pada design thinking, cara ini digunakan agar anggota POKDARWIS dapat lebih menggali potensi diri dan memahami bagaimana cara membuat paket wisata sesuai dengan keinginan wisatawan. Tahapan yang dilakukan oleh peserta POKDARWIS adalah sebagai berikut: Empathize. Pada tahap ini dilakukan pencarian informasi dan pemahaman empatik kepada calon pengguna yang memiliki hubungan dengan masalah yang akan dipecahkan. Dimana pada tahap ini mereka diajak untuk mencari atau memahami apa yang diinginkan atau dibutuhkan wisatawan, baik sebelum datang ke Pulau Untung Jawa maupun setelah sampai di Pulau Untung Jawa. Dari hasil tahapan tersebut diketahui bahwa wisatawan biasanya bingung memilih homestay yang bagus dan sesuai budget, serta agak bingung kegiatan apa yang bisa dilakukan di pulau Untung Jawa.

Mendefinisikan. Pada tahap ini dilakukan analisis dan sintesa terhadap informasi yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya yaitu empati. Beberapa rumusan masalah yang ditentukan pada tahap ini akan digunakan untuk membangun ide dan konsep yang berkaitan dengan layanan, fungsi, dan elemen lainnya. Pada tahap ini peserta diajak untuk menemukan permasalahan mana yang mampu mereka atasi atau penuhi. Pada tahap ini diketahui bahwa mereka mampu membuat konten berisi informasi mengenai homestay dan kegiatan yang dapat dilakukan di pulau Untung Jawa.

Ideate Pada tahap ini ditentukan solusi dari problem statement yang telah ditentukan pada tahap define. Pada tahap ini dilakukan proses thinking out of the box untuk memikirkan solusi dari permasalahan. Penentuan solusi atas beberapa rumusan masalah dilakukan bersama-sama dengan anggota tim sebagai tim pengembang. Pada tahap ini peserta diajak untuk memikirkan apa yang dapat mereka lakukan untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi. Pada tahap ini, peserta diajarkan cara membuat mediasosial (tiktok), kemudian diajarkan cara membuat konten, dan juga diajarkan cara mengemas homestay dan kuliner agar menarik.

Prototype Pada tahap ini dibuat sebuah prototype sebagai bentuk visual untuk menyelidiki solusi dari permasalahan yang ditentukan pada tahap selanjutnya.

Prototyping akan memudahkan untuk mendapatkan pandangan dari calon pengguna tentang bagaimana pengguna akan berperilaku dan berinteraksi dengan produk yang akan dikembangkan. Dan terakhir pada tahap ini para peserta diminta untuk melakukan apa yang mereka bisa. Pada tahap ini peserta diminta untuk rutin mengupload konten dan melihat feedback dari konten mereka. Dari hasil temuan pada penelitian ini maka ada beberapa hal yang perlu dilakukan agar pengembangan pariwisata di Pulau Untung Jawa dapat berjalan dengan baik yaitu:

1. Semua pihak yang berkepentingan seperti dinas pariwisata dan ekonomi kreatif, dinas KUKM dan kampus berkolaborasi dan bersinergi sehingga dapat memberikan pelatihan berkesinambungan yang tidak tumpang tindih
2. Para pelaku pariwisata khususnya POKDARWIS diberikan pelatihan secara terstruktur mulai dari homestay, pelayanan tamu, pelayanan wisata atraksi dan penataan kuliner
3. Difasilitasi satu tempat khusus untuk menampung kuliner khas pulau yang mengangkat kearifan lokal, seperti pepes ikan, kripik sukun, olahan rumput laut, dll
4. Melakukan penataan ulang pada destinasi wisata yang ada, bekerja sama dengan dinas pertamanan dan lingkungan hidup agar kawasan taman dapat ditata dengan lebih baik dan dibuat menjadi lebih bersih

5. Menyiapkan paket-paket wisata yang menarik dan murah, serta mempromosikannya agar para wisatawan yang datang tertarik dan mengetahui bahwa di pulau ini ada berbagai paket wisata, baik wisata religi, makan, wisata air, wisata edukasi dan lain lain

6. Mendorong masyarakat untuk lebih memperhatikan kebersihan dan penataan homestay agar dapat menarik wisatawan untuk menginap

7. Mengembangkan berbagai jenis wisata baru seperti paket memancing didermaga, paket menanam bakau, dan paket-paket lainnya

8. POKDARWIS bekerja sama dengan agen-agen wisata

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, banyak hal yang dapat dilakukan di Pulau Untung Jawa untuk meningkatkan potensi wisatanya, salah satunya dengan meningkatkan kemampuan anggota POKDARWIS mengenai cara mempertahankan dan mengembangkan potensi wisata yang ada.

Dengan menggunakan Design Thinking diharapkan anggota POKDARWIS dapat menciptakan solusi yang tepat sasaran, karena mereka diajarkan untuk melihat permasalahan dari sudut pandang wisatawan. Selain itu kerjasama dan komunikasi yang baik antar pihak juga menjadi kunci peningkatan potensi wisata, dengan komunikasi yang baik

maka gesekan yang terjadi di masyarakat dapat diminimalisir.

dan Ekonomi Kreatif, 2012), hal. 17. 6Ibid., hal. 18.

DAFTAR PUSTAKA

Brown, T. 2008. Design Thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84.

Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. 2001. Memahami interaktivitas yang didukung TI dalam pemasaran kontemporer. Jurnal Pemasaran Interaktif, (Vol.15 No. 4, hlm. 18-33).

Heidrick dan Perjuangan. 2009. Adopsi Digital Marketing dalam Keuangan. Layanan Di Bawah Krisis.

Blueardi, ML, & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: The Brains Behind Create the Gojek Application. Organum: Jurnal Ilmiah Manajemendan Akuntansi

Firmansyah., 2012, Pedoman Kelompok Sadar Wisata, Jakarta

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 6.

Sobel, L., & Groeger, L. 2012. Design Thinking: Menggali Peluang Industri Desain dan Bisnis di Australia.

Suwantoro Gamal, 2004, Dasar-Dasar Pariwisata, Yogyakarta: Andi Offset

Pedoman Kelompok Sadar Wisata, (Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata