

**LAMPIRAN**  
**TRANSKRIP WAWANCARA**

**Responden 1**

Tanggal Wawancara : 1 Juni 2021

Tempat/Waktu : Pelabuhan Kali Adem, Muara Angke

**Profil Responden 1**

1. Nama : Adi Hermawan
2. Umur : 42 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Asal : Kepulauan Seribu
5. Pekerjaan : Pemilik *Travel* Wisata

**Hasil Wawancara**

**Bagian 1: Profil *Travel***

1. Sejak kapan berdirinya *Travel* wisata anda?

Jawab:

*Travel* Adi Tidung Tour sudah berdiri dari tahun 2014. Alasan kenapa memiliki nama tersebut karena Adi Hermawan selaku pendiri merupakan warga asli pulau Tidung namun menangani *travel* wisata pulau besar seperti Pulau Tidung, Untung Jawa dan Pari.

2. Apa visi dan misi *Travel* wisata anda?

Jawab:

Tidak ada visi dan misi khusus pada *travel* Adi Tidung Tour. Namun *travel* wisata ini memiliki keinginan sebagai warga asli Kepulauan Seribu untuk bagaimana caranya agar masyarakat Pulau Seribu mempunyai penghasilan lebih dari pariwisata. Salah satunya adalah dengan cara meningkatkan fasilitas-fasilitas yang ada di kepulauan seribu, kebersihan dan tempat-tempat unggulan

yang dirawat sehingga dapat menarik wisatawan datang berwisata ke Kepulauan Seribu.

3. Ada berapa banyak karyawan yang bekerja di *travel* anda?

Jawab:

Jumlah karyawan tetap pada *travel* wisata Adi Tidung Tour dan kebanyakan *travel* wisata asli dari kepulauan seribu adalah 1 orang *supervisor* dan memiliki banyak karyawan *freelance* (masyarakat asli Kepulauan Seribu yang bekerjasama dalam menangani wisatawan dalam memandu pada *travel* wisata. Para masyarakat ini biasanya bekerja pada semua *travel* wisata asli Kepulauan Seribu).

4. Bagian/divisi apa saja yang ada di *travel* wisata anda?

Jawab:

*Travel* wisata asli Kepulauan seribu biasanya hanya memiliki 2 bagian yaitu *supervisor* dan *freelance*. Jumlah karyawan *freelance* biasanya tergantung dari berapa jumlah wisatawan yang dapat dibawa setiap minggunya, semakin banyak wisatawan yang datang maka semakin banyak karyawan *freelance* yang dipekerjakan. 1 orang karyawan *freelance* bisa memandu 10 orang wisatawan. Sedangkan tugas dari *supervisor* adalah sebagai seorang *leader* atau biasa disebut koordinator lapangan dan penanggung jawab dalam hal pemasaran dan promosi *travel* wisata.

5. Apakah *travel* anda memiliki bagian khusus untuk menangani pemasaran dan promosi?

Jawab:

Penanggung jawab dalam masalah pemasaran dan promosi pada *travel* Adi Tidung Tour adalah Mas Adi Hermawan sendiri sebagai *supervisor* sekaligus pemilik. Tugas dari Mas Adi Hermawan tersebut adalah membuat brosur-brosur dan spanduk serta memasarkan dan mempromosikan paket wisata melalui halaman *facebook* dan *website* [aditidungtour.com](http://aditidungtour.com).

## Bagian 2: Paket Wisata

1. Apa saja paket wisata yang *travel* anda tawarkan?

Jawab:

Paket wisata yang ditawarkan pada *travel* wisata Adi Tidung Tour beraneka ragam, biasanya tergantung dari minat wisatawan apakah wisatawan ingin pergi ke pulau a, ke pulau b atau pulau c. Para *travel* wisata dapat menyanggupi keinginan wisatawan tersebut. Namun normalnya *travel* wisata menawarkan 3 paket khusus sesuai pulau yang dituju yaitu: 1. paket hemat yang memiliki minimal pemesanan adalah 10 wisatawan. paket hemat tersebut memiliki harga paket sebesar Rp.330,000 per wisatawan. 2. paket standar memiliki harga paket Rp.350,000 per wisatawan dengan minimal pemesanan 10 wisatawan. 3. adalah paket komplit yang memiliki perbedaan Rp.20,000 dari setiap paket yang ada yaitu Rp.370,000 per wisatawan dengan minimal pemesanan 10 wisatawan per paket. Paket komplit yang ditawarkan oleh *travel* di Adi Tidung Tour di antara lain adalah: 1. Tiket pulang pergi kapal penyebrangan 2. penginapan bersih ber-*ac* 3. makan 3 kali sehari 4. *bbq* Pada malam hari 5. mendapatkan *tour guide* per paket wisata 6. Sepeda untuk berkeliling pulau selama dua hari yang bisa dipakai 24 jam 7. *banana boat* 8. *snorkeling* melihat keindahan terumbu karang 9. berkeliling Kepulauan Seribu menggunakan kapal yang sudah disiapkan oleh pihak *travel* wisata. Paket wisata tersebut berdurasi 2 hari 1 malam. Sedangkan untuk paket standar yang harganya lebih murah Rp.20,000 dari paket komplit hanya mengurangi paket *banana boat* saja. Dan untuk paket hemat yang lebih murah Rp.40,000 dari paket komplit menghilangkan paket *banana boat* dan *snorkeling*, yang berarti dalam paket hemat ini tidak terdapat paket untuk olahraga air bagi wisatawan.

2. Bagaimana cara *travel* anda dalam menentukan harga paket wisata?

Jawab:

Paket wisata ditentukan dari kegiatan apa saja yang bisa dilakukan oleh wisatawan. Biasanya hanya terletak perbedaan pada jenis olahraga air yang ditawarkan per paket wisata.

3. Bagaimana alur pemesanan paket wisata dari calon wisatawan ke *travel* anda?

Jawab:

sistem pemesanan pada *travel* Adi Tidung Tour yang pertama adalah melalui *website online* resmi *travel* yaitu *aditidungtour.com* atau dengan mengklik iklan-iklan yang biasanya dipasang di mesin pencarian *google* atau bisa langsung mengunjungi halaman *facebook* resmi dari Adi Tidung tour untuk melakukan pemesanan paket wisata.

4. Bagaimana sistem pembayaran dari calon wisatawan ke *travel* Anda?

Jawab:

Pembayaran pembelian paket wisata biasanya melalui transfer *bank*. Jika wisatawan sudah selesai bernegosiasi dan menentukan paket wisata yang diinginkan, maka wisatawan sesuai kesepakatan harus menyerahkan uang jaminan sebesar 10 sampai 20%. Pembayaran tidak hanya dapat dilakukan secara transfer bank, bisa juga dibayarkan langsung tatap muka secara tunai. Hal ini biasanya dilakukan oleh wisatawan yang takut atau sedikit ragu dengan pembayaran transfer bank karena maraknya kasus penipuan yang dilakukan oleh *travel* wisata. Biasanya pembayaran secara langsung dilakukan di pelabuhan Muara Angke kali adem dimana saat koordinator lapangan dari *travel* wisata tersebut sedang bertugas di Jakarta. Ada sedikit tips dari Mas Adi Hermawan selaku pemilik dari Adi Tidung Tour mengenai cara menghindari penipuan oleh oknum *travel* wisata. Jangan langsung percaya dengan orang yang mengatasnamakan *travel* wisata Kepulauan Seribu karena sangat marak akan penipuan, banyak oknum-oknum nakal yang mengatasnamakan dirinya sebagai orang asli dari Kepulauan Seribu namun setelah wisatawan percaya dan transfer sejumlah uang untuk membeli paket wisata, namun orang tersebut malah melarikan diri membawa uang wisatawan tersebut. Mas Adi Hermawan menyarankan mendengarkan baik-baik logat bicara orang tersebut. menurut Mas Adi Hermawan bahasa asli orang Kepulauan Seribu sangatlah sopan karena kebanyakan dari Mereka sudah terbiasa menyambut wisatawan

wisatawan sehingga wisatawan dapat merasa nyaman berada di Kepulauan Seribu. Cara termudah adalah dengan meminta identitas diri dari admin yang melayani kita dalam pemesanan paket wisata. jika *travel* sebuah *travel* yang benar maka admin dari *travel* tersebut akan dengan senang hati memperlihatkan KTP untuk membuktikan *travel* tersebut asli.

5. Apa yang Anda lakukan jika paket wisata yang diinginkan calon wisatawan sedang tidak tersedia?

Jawan:

Kejadian seperti pertanyaan tidak pernah terjadi, karena *travel* wisata selalu bekerjasama dalam menangani wisatawan sehingga keinginan wisatawan akan selalu terpenuhi. Terlebih lagi kebanyakan wisatawan selalu memilih pulau yang terkenal seperti Pulau Untung Jawa dan lain-lain.

6. Apa saja yang mempengaruhi proses jadi atau tidaknya calon wisatawan dalam pemesanan paket wisata di *travel* anda? (contoh: harga yang terlalu mahal hingga calon wisatawan tidak jadi memesan paket wisata)

Jawab:

pada tahun 2017 ke bawah wisatawan tidak terpengaruh dengan harga dari paket yang ditawarkan. Wisatawan biasanya tetap baik-baik saja dengan harga yang sudah ditentukan tanpa ada tawar-menawar yang berakhir dengan tidak jadinya wisatawan membeli paket wisata karena harga yang terlalu tinggi. Hal ini karena biasanya para *travel* wisata asli dari Kepulauan Seribu memberikan harga yang rata-rata relatif sama pada setiap paket yang mereka tawarkan. Perbedaan harga dari setiap *travel* biasanya hanya berpaut dari Rp.10,000 hingga Rp.20,000 per paket wisata yang ditawarkan. Namun 2017 keatas barulah para wisatawan mulai memiliki banyak permintaan khusus pada paket wisata yang mereka inginkan, sehingga terkadang ada *travel* wisata yang bisa memenuhi dan ada yang tidak. Hal utama biasanya yang diminta oleh wisatawan adalah penginapan, jika penginapannya sesuai maka mereka akan membeli paket wisata tersebut jika tidak maka mereka akan mencari sana sini dengan *travel* yang lain, padahal biasanya yang ditawarkan adalah di

penginapan yang sama hanya bagaimana para *travel* wisata berani memberi harga lebih murah ke wisatawan.

### **Bagian 3: Pemasaran dan Promosi**

1. Media apa saja yang *travel* anda gunakan untuk memasarkan dan mempromosikan paket wisata di Pulau Untung Jawa?

Jawab:

Media utama yang dipakai oleh *travel* wisata Adi Tidung Tour adalah media *internet*. *Travel* wisata memiliki *website* aditidungtour.com dan halaman *facebook* Ali Tidung Tour. *Travel* wisata ini juga memasarkan paket wisata melalui *google ads*, dimana para calon wisatawan hanya perlu mencari kata kunci paket wisata kepulauan seribu di mesin pencari *google* maka iklan-iklan tersebut akan bermunculan.

2. Seberapa luas jangkauan wilayah pemasaran dan promosi yang selama ini bisa tercapai dalam mempromosikan paket wisata pada *travel* anda?

Jawab:

*Travel* wisata Adi Tidung Tour sudah memiliki jangkauan ruang lingkup pemasaran dan promosi yang mencangkup wilayah Asia, tidak hanya wisatawan asli Indonesia namun juga wisatawan mancanegara pernah menggunakan jasa dari Adi Tidung tour ini. Bahkan pada tahun 2020 *travel* wisata ini berhasil mendatangkan pemain bola *profesional* Manchester City untuk berwisata di Kepulauan Seribu. Hal ini dapat terjadi karena adanya sponsor-sponsor dari Manchester City yang bekerjasama dengan pihak Indonesia, sehingga pihak tersebut menyarankan untuk berlibur di Kepulauan Seribu dengan menggunakan *travel* wisata di Adi Tidung Tour ini.

3. Cara seperti apa yang *travel* anda lakukan untuk memaksimalkan jangkauan tersebut?

Jawab:

Ada keinginan besar *travel* Adi Tidung Tour untuk memperluas jangkauan ruang lingkup dari pemasaran dan promosi *travel* wisata Kepulauan Seribu.

Namun kembali lagi kepada Fasilitas apa yang dapat ditawarkan. Bagaimana peran pemerintah dalam mengembangkan potensi-potensi yang ada di Kepulauan Seribu untuk menarik minat wisatawan. Hal inilah yang membuat *travel* wisata ragu untuk memasarkan Kepulauan Seribu lebih luas lagi, karena tidak mungkin hanya sekedar menawarkan namun memiliki kemampuan yang sejalan dengan ekspektasi orang mancanegara datang ke Kepulauan Seribu.

4. Bagaimana perkembangan teknologi terutama media sosial, media cetak, media elektronik mempengaruhi pemasaran dan promosi *travel* anda?

Jawab:

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang ini sangatlah berpengaruh pada besar dan kecil nya *travel* wisata yang ada di Kepulauan Seribu. 90% wisatawan yang sudah berwisata adalah berasal dari pemasaran dan promosi yang dilakukan melalui *internet*. Wisatawan mencari tahu bagaimana cara pergi ke Pulau Seribu dengan mendapatkan informasi dari *internet* tersebut. 10% nya lagi berasal dari spanduk serta brosur-brosur yang ada ada pada berkembang pada masyarakat serta informasi dari mulut ke mulut wisatawan yang sudah pernah berwisata ke Pulau Untung Jawa.

5. Wisatawan seperti apa yang menjadi target pemasaran dan promosi *travel* anda?

Jawab:

Target wisatawan pada para tour wisata Adi Tidung Tour adalah wisatawan kalangan menengah dalam artian *travel* wisata ingin bisa mencangkup seluruh kalangan wisatawan.

6. Apa alasan *travel* anda memilih wisatawan tersebut sebagai target? (sesuai jawaban no.5)

Jawab:

Karena hal ini memudahkan para wisatawan dalam menentukan paket wisata apa yang dapat diambil. Jika target wisatawan nya adalah kelas atas maka wisatawan kelas bawah tidak mungkin dapat membeli paket tersebut sehingga tour wisata akan sepi, dan sebaliknya jika paket wisata yang ditawarkan untuk kalangan kebawah saja maka kalangan yang atas tidak akan mau memakai tour

wisata tersebut karena paket yang ditawarkan tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan untuk berwisata.

7. Bagaimana hasil dari pemasaran dan promosi tersebut dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke Pulau Untung Jawa setiap bulannya menggunakan *travel* anda? (jumlah rata-rata wisatawan)

Jawab:

*Travel* wisata Adi Tidung Tour biasa mendapat wisatawan kurang lebih dalam 1 minggu paling sedikit berkisar 20 wisatawan dan perbulannya kisaran 80 sampai 200 wisatawan pada saat hari liburan panjang (data tersebut merupakan data sebelum pandemi terjadi)

#### **Bagian 4: Kendala Pemasaran dan Promosi**

1. Kendala apa saja kah yang anda hadapi dalam melakukan promosi dan pemasaran paket wisata Pulau Untung Jawa?

Jawab:

Kendala utama dalam pemasaran dan promosi paket wisata pada tour wisata adalah *internet*. *Internet* sekali lagi menjadi hal yang sangat berpengaruh di mana *Internet* lah yang membuat *travel* wisata dapat hidup dan besar namun *internet* juga lah yang menjadi kendala bagi para *travel* wisata ini. Hal ini dikarenakan biaya penggunaan *internet* yang sangat mahal bagi para masyarakat lokal yang memiliki jasa *travel* wisata. menurut Adi Hermawan sebagai orang yang khusus terjun dalam bidang pemasaran dan promosi dalam *travel* wisata biaya termahal dalam melakukan pemasaran dan promosi adalah dalam permasalahan SEO atau search engine optimization. Biaya per tahunnya bisa menghabiskan Rp.5,000,000 lebih. Selain melalui SEO para pihak *travel* wisata juga memasarkan dan mempromosikan paket wisata mereka pada *Google Ads*. Cara kerja *Google Ads* ini adalah dengan cara wisatawan mencari di mesin pencari *Google* dengan kata kunci paket wisata Pulau Untung Jawa maka akan muncul paling atas dengan warna biru atau kuning paket wisata tersebut. Perbedaan dari SEO dan *Google* adalah jika *Google* harus membayar



jasa pemasangan iklan tersebut langsung ke pihak *Google*, sedangkan SEO para *travel* wisata harus membayar kepada orang-orang yang ahli dibidang *internet*. Karena sudah membantu mengoptimalkan pemasaran dan promosi dari *travel* wisata di *internet* tersebut. Untuk harga pemasaran dan promosi di *Google Ads* itu berdasarkan dari berapa paket klik yang beli oleh *travel* wisata untuk memasang iklan, jadi jika *travel* wisata membeli 50 klik perhari maka jika sudah 50 Klik (iklan dibuka oleh wisatawan) iklan tersebut akan hilang. Harga Untuk per satu kliknya biasanya dihargai sebesar Rp.3,000. Kendala lainnya adalah pada saat pemasaran iklan di *Google Ads* ini banyak pesaing-pesaing dari luar (*travel* yang bukan asli orang Kepulauan Seribu) yang memiliki kelakuan jahat dengan mengklik iklan-iklan tersebut dengan tujuan agar iklan tersebut segera hilang. Hal ini mengakibatkan *travel* wisata asli di Kepulauan Seribu tidak dapat memasarkan dan mempromosikan *travel* wisata mereka.

Kendala lainnya adalah masalah prosedur kesehatan yang diterapkan pemerintah di masa pandemi sekarang ini. Jika wisatawan ingin pergi berwisata ke Pulau Seribu maka wisatawan harus menunjukkan surat pemeriksaan Rapid Antigen 1x24 jam. Jika wisatawan tidak dapat menunjukkan hal tersebut maka meskipun wisatawan sudah datang ke pelabuhan maka harus putar balik karena dihalangi oleh Dinas Perhubungan yang menjalankan perintah dari Menteri Perhubungan di mana bahwasannya jika tidak memiliki surat tersebut maka wisatawan tidak dapat menyeberang ke Kepulauan Seribu.

2. Bagaimana cara *travel* anda dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawab:

Menurut Adi Hermawan selaku pihak pemasaran dan promosi, mengatasi hal pertama adalah dengan cara menambahkan *budget* dalam pemasaran dan promosi, itu adalah satu-satunya jalan yang bisa diambil *travel* wisata karena memang begitu harga yang ada untuk memasang iklan di *internet*. Namun untuk mengatasi kendala yang kedua tersebut sangatlah tidak mungkin karena hal tersebut terjadi karena tidak adanya persaingan yang sehat dari oknum-oknum *travel* sehingga kesadaran dan sportivitas lah yang dapat menanggulangi

masalah itu sendiri. Hal lain yang bisa dilakukan untuk menutupi hal tadi adalah melalui halaman *facebook* dengan mencantumkan nomor telepon yang dapat dihubungi maka pihak *travel* dapat memberikan informasi-informasi terkait paket wisata yang ditawarkan oleh paket *travel* tersebut. Sedangkan untuk kendala terakhir para *travel* wisata tidak bisa berbuat apa-apa sama sekali karena merupakan kebijakan dari pemerintah, sehingga mereka hanya dapat berharap pandemi segera berakhir dan kebijakan tersebut dihilangkan.

3. Bagaimana cara anda kedepannya untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang akan menggunakan jasa *travel* anda?

Jawab:

Cara seluruh *travel* wisata yang ada di Kepulauan Seribu untuk meningkatkan wisatawan yang datang berkunjung ke Kepulauan Seribu lagi-lagi kembali tergantung kepada ada *internet*. Karena dari *internet* lah pemasaran dan promosi dapat disalurkan kepada calon-calon wisatawan. Baik atau tidaknya pemasaran dan promosi tersebut tidak dapat dilihat jika tidak di sosialisasikan kepada wisatawan, maka dari itulah *internet* sangat penting. Para *travel* wisata ini juga sangat mengharapkan kebijakan-kebijakan yang mendukung para masyarakat lokal dari pemerintah dalam mengembangkan wisata di Pulau Untung Jawa dan Kepulauan Seribu. Karena pemerintah lah yang memiliki kekuasaan dan anggaran dalam melakukan pengembangan dan perawatan. Jika pemerintah dapat memberikan kebijakan tersebut sehingga fasilitas-fasilitas yang ada nantinya memiliki kualitas yang baik dan bagus maka besar kemungkinan akan datang wisatawan-wisatawan baru ke Pulau Untung Jawa, Kepulauan Seribu. Pulau yang indah dan bersih, fasilitas-fasilitas kualitas tinggi yang menunjang pariwisata dengan berstandar internasional serta pemasaran dan promosi yang handal daripada *travel* wisata lah hal yang menjadi 3 kunci utama bagaimana kedepannya dapat menarik minat wisatawan berkunjung ke Pulau Untung Jawa, Kepulauan Seribu ini.

4. Bagaimana cara *travel* anda menghadapi persaingan dari perusahaan sejenis yang sudah ada?

Jawab:

Masalah persaingan sesama *travel* wisata asli dari Kepulauan Seribu biasanya jarang terjadi. Persaingan yang ada biasanya hanya sekedar siapa cepat mendapat wisatawan dia yang dapat. Jika *travel* wisata dapat menjual paket yang ditawarkan ke wisatawan maka *travel* tersebutlah yang berhak membawa wisatawan tersebut. Menurut Adi Hermawan para *travel* wisata asli kepulauan Seribu biasanya malah bekerja sama dalam menangani para wisatawan, biasanya disaat hari-hari libur panjang pada saat wisatawan membludak para *travel* wisata bekerja sama untuk membawa wisatawan. Contoh disaat kekurangan kapal untuk menyebrang maka para *travel* wisata saling bekerjasama meminjamkan kapalnya untuk digunakan *travel* lain yang sedang kebanjiran wisatawan. Karena persaingan yang minim inilah maka para *travel* wisata lokal hanya berharap kepada pemerintah agar lebih memikirkan Bagaimana nasib warga Kepulauan Seribu yang mencari nafkah di bidang pariwisata ini. Bagaimana kebijakan-kebijakan yang memudahkan para wisatawan agar bisa berwisata ke Kepulauan Seribu, maka jika sudah ada kebijakan yang mendukung hal tersebut maka barulah para *travel* wisata dapat berjuang bersama memasarkan dan mempromosikan paket wisata di Kepulauan Seribu ini ke masyarakat luas.

## TRANSKRIP WAWANCARA

### Responden 2

Tanggal Wawancara : 1 Juni 2021

Tempat/Waktu : Pelabuhan Kali Adem, Muara Angke

### Profil Responden 2

1. Nama : Sugeng
2. Umur : 46 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Asal : Jakarta Timur
5. Pekerjaan : Petugas Dinas Perhubungan di Pelabuhan Kali Adem

### Hasil Wawancara

1. Bagaimana keadaan pelabuhan Kali Adem selama masa pandemi berlangsung?

Jawab:

Pelabuhan pada masa pandemi sampai lebaran Idul Fitri masih relatif normal tidak sepi dan tidak ramai, masih banyak wisatawan yang berlibur ke Pulau Seribu. Sese kali di pelabuhan diadakan Rapid Antigen gratis yang diadakan oleh Dinas Perhubungan sebagai syarat wisatawan dapat berwisata ke Pulau Seribu. Wisatawan yang negatif bisa langsung membeli tiket dan untuk yang positif akan ditindak sesuai dengan prosedur yang ada.

2. Apa prosedur yang harus dilakukan oleh wisatawan yang ingin pergi ke Pulau Seribu?

Jawab:

Sampai liburan sebelum lebaran Idul Fitri masih belum ada peraturan yang serius, hanya perlu melakukan protokol kesehatan layaknya di tempat umum lainnya. Akan tetapi, setelah lebaran atau saat libur lebaran jumlah wisatawan meningkat drastis yang mengakibatkan tidak berjalannya protokol kesehatan. Pada saat itu bertepatan dengan adanya pemeriksaan dari Menteri Perhubungan

ke pelabuhan Kali Adem, sehingga dikeluarkannya peraturan hanya penduduk asli pemilik KTP Pulau Seribu saja yang dapat pergi. Peraturan ini hanya berlaku beberapa hari saja, dari hari lebaran sampai 5 hari kedepan. Mulai dari akhir mei sampai dengan sekarang diberlakukan peraturan baru dimana wisatawan harus menunjukkan hasil Rapid Antigen 1x24 Jam jika ingin berlibur ke Pulau Seribu. Prosedur tersebut hanya bersifat sementara mengingat kondisi pandemi yang terus meningkat. Jika sudah reda maka kemungkinan peraturan tersebut akan dicabut, dan wisatawan dapat berwisata ke Pulau Seribu dengan tenang dan nyaman kembali.



## TRANSKRIP WAWANCARA

### Responden 3

Tanggal Wawancara : 21 Juni 2021

Tempat/Waktu : Pelabuhan Kali Adem, Muara Angke

### Profil Responden 3

1. Nama : Rama Aditya
2. Umur : 28 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Asal : Bekasi
5. Pekerjaan : Pegawai Swasta (Wisatawan)

### Hasil Wawancara

1. Dari manakah informasi yang didapatkan sehingga memutuskan untuk berwisata ke Pulau Untung Jawa?

Jawab:

Banyak informasi yang didapatkan dari cerita-cerita dari kerabat dan juga mencari di *internet*. Dari *internet* banyak sekali iklan dari *travel* wisata yang menarik sehingga bisa dibandingkan dengan wisata ala *backpacker* terkait biaya yang harus dikeluarkan.

2. Berapa *budget* yang anda keluarkan untuk melakukan wisata ke Pulau Untung Jawa?

Jawab:

Biaya bervariasi tergantung ikut *travel* wisata atau *backpacker*. Untuk *Backpacker* rata-rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.450,000 dengan catatan membawa tenda sendiri untuk bisa kemah di pantai sehingga tidak mengeluarkan uang lebih untuk menyewa hotel atau *homestay*.

3. Apa tanggapan anda dengan fasilitas yang ada di Pulau Untung Jawa?

Jawab:

Pelabuhan Kali Adem sudah lebih bersih dan teratur dibandingkan dulu. Namun sayang lahan parkir yang tidak memadai karena sedang ada renovasi, sehingga wisatawan harus menipkan kendaraan di rumah warga yang menyediakan parkir dadakan. Hal ini menimbulkan rasa khawatir saat berwisata, sehingga kurang nyaman. Sedangkan untuk fasilitas di pulau, yang kurang adalah *toilet* kotor dan airnya yang asin sehingga tidak nyaman untuk bilas setelah bermain di laut. Ada beberapa hal positif seperti adanya masjid besar yang memudahkan wisatawan untuk beribadah, dan warga lokal yang ramah sehingga menimbulkan rasa nyaman saat berlibur.



## TRANSKRIP WAWANCARA

### Responden 4

Tanggal Wawancara : 21 Juni 2021

Tempat/Waktu : Pelabuhan Kali Adem, Muara Angke

### Profil Responden 4

1. Nama : Dimas Octaviano
2. Umur : 27 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Asal : Jakarta Utara
5. Pekerjaan : Karyawan (Wisatawan)

### Hasil Wawancara

1. Cara seperti apa yang anda gunakan untuk berlibur ke Pulau Untung Jawa?  
(*Travel Wisata* atau *Backpacker*)

Jawab:

Pada kesempatan kali ini saya menggunakan jasa *travel* wisata. karena dulu saya pernah mencoba *backpacker* dan menurut saya repot serta lebih mahal.

2. Dari manakah informasi yang didapatkan sehingga memutuskan untuk berwisata ke Pulau Untung Jawa menggunakan *travel* wisata?

Jawab:

Informasi didapatkan melalui rekomendasi dari kerabat yang memiliki pengalaman menggunakan jasa *travel* wisata.

3. Menurut anda apa keunggulan berwisata menggunakan *travel* wisata ke Pulau Untung Jawa?

Jawab:

Menggunakan jasa *travel* wisata sangat simpel karena semua sudah direncanakan dengan paket-paket yang ada. Masalah biaya juga dibicarakan di awal sehingga semua sudah selesai dengan sekali proses, sedangkan jika



*backpacker* dari pengalaman saya, kadang suka ada permainan harga lagi di belakang oleh oknum jadi ada biaya tidak terduga yang sangat membuat tidak nyaman.



## TRANSKRIP WAWANCAR

### Responden 5

Tanggal Wawancara : 21 Juni 2021

Tempat/Waktu : Pelabuhan Kali Adem, Muara Angke

### Profil Responden 5

1. Nama : Muhammad
2. Umur : 27 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Asal : Lombok
5. Pekerjaan : Pengusaha Marmer (Wisatawan)

### Hasil Wawancara

1. Dari manakah informasi yang didapatkan sehingga memutuskan untuk berwisata ke Pulau Untung Jawa?

Jawab:

informasi saya dapatkan dari teman yang sudah sering berlibur ke Pulau Seribu. Selain itu saya juga mencari informasi dari *internet*. Banyak *travel* wisata yang mempromosikan dengan informasi yang lengkap, meskipun saat saya datang langsung masih ada hal unik di Pulau Untung Jawa yang tidak diinformasikan. Contohnya seperti adanya pohon bunga *sakura* dan Kampung Jepang yang unik.

2. Apa tanggapan anda dengan fasilitas yang ada di Pulau Untung Jawa?

Jawab?

Adanya bunga *sakura* dan Kampung Jepang di Pulau Untung Jawa membuat saya kagum sekaligus bangga karena di Indonesia bisa ada objek wisata yang seharusnya hanya bisa ditemui di Jepang tapi bisa dilihat langsung di Indonesia. Berlibur di Pulau Untung Jawa juga terasa sangat nyaman dikarenakan warga lokal yang ramah terhadap wisatawan. sedangkan untuk sisi negatif, menurut

saya terletak pada jadwal keberangkatan kapal yang terlalu pagi, sehingga menyulitkan wisatawan yang ingin pergi ke sana secara *backpacker* namun tinggal jauh dari pelabuhan. Kapal yang terbuat dari kayu juga membuat saya khawatir dengan keselamatan wisatawan, saat cuaca buruk pasti akan sangat berbahaya.

