

Blue Ocean Startegy

by Hamsani Ubb

Submission date: 09-Mar-2021 07:33PM (UTC-0800)

Submission ID: 1528978604

File name: ham-devi_-blue.pdf (633.93K)

Word count: 4967

Character count: 32416

**BLUE OCEAN STRATEGY
PENGEMBANGAN PARIWISATA
DI PROPINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG**

**Hamsani¹
Devi Valeriani²**

Abstract

As an area which has long been known as a tin, almost all economic activity depends on the tin industry. It is natural resources are not renewable, therefore, it should be thought for economy sector in support of the Bangka Belitung. Tourism is one of the sectors which have the potential for regional Bangka Belitung, bearing numerous tourist objects can be developed and packed; expected to contribute through tourist visits.

The study is to analyze the development of tourism in the blue ocean strategy, is expected to provide inputs and become priority for stabilizing regional economy in the future. Things to be carried out, i.e. by the way subtract, create and enhance within the framework of a step in developing tourism in Bangka Belitung.

The analysis method is applicable in the strategy is the ocean or the blue ocean namely creating the market without competitive and to let the no longer relevant.

Keywords: *the development of tourism, blue ocean strategy*

1. PENDAHULUAN

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan provinsi baru yang lahir di era otonomi daerah. Provinsi ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2000 tentang penetapan wilayah Kepulauan Bangka Belitung sebagai daerah otonom provinsi dengan Ibukota Pangkalpinang.

Sebagai Provinsi yang lahir di era otonomi daerah, Kepulauan Bangka Belitung dituntut untuk mampu mengembangkan kebijakan regional dan lokal untuk mengoptimalkan pendayagunaan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Sejak masih merupakan bagian dari provinsi Sumatera Selatan, penghasilan utama daerah ini adalah dari sektor primer khususnya pertambangan timah. Bahkan hasil pertambangan timah daerah provinsi kepulauan Bangka Belitung mampu menguasai sekitar 30% kebutuhan akan timah dunia, yang memberikan penghasilan yang besar bagi devisa serta menyumbang jumlah yang tidak sedikit terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB). Sampai saat ini sektor pertambangan umum khususnya timah yang termasuk kelompok sektor primer masih merupakan andalan Pemerintah daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Tahun 2005 sektor ini mampu memberikan sumbangan terhadap PDRB sebesar 41,51%. Sedangkan

¹ Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

² Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

sektor Pariwisata yang termasuk kelompok sektor tersier hanya memberikan sumbangan terhadap PDRB sebesar 28,03% (BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung).

Pemerintah provinsi Kepulauan Bangka Belitung sudah menyadari untuk tidak terlalu bergantung pada sektor pertambangan, mengingat sifat dari sektor pertambangan sebagai sumber daya yang tidak dapat diperbaharui. Dengan hanya berfokus pada sektor pertambangan menyebabkan perekonomian provinsi Kepulauan Bangka Belitung rentan terhadap goncangan.

Langkah Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam menopang perekonomian merupakan langkah yang tepat. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memang memiliki banyak obyek wisata yang menarik untuk dikembangkan, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata seni dan budaya atau wisata lainnya. Berikut proyeksi jumlah wisatawan Kepulauan Bangka Belitung Tahun 2005-2014

Tabel 1.1
Proyeksi Jumlah Wisatawan Kepulauan Bangka Belitung
Tahun 2005-2014

Tahun	Wisnus		Wisman		Wisatawan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
2001	77,192		799		77,991	
2002	57,984	-24.9%	126	-84.2%	58,110	-25.5%
2003	40,549	-30.1%	578	358.7%	41,127	-29.2%
2004	70,636	74.2%	1,808	212.8%	72,444	76.1%
Komposisi	97%		3%		100%	
2005	72,661	2.9%	2,247	24.3%	74,908	3.4%
2006	75,131	3.4%	2,324	3.4%	77,455	3.4%
2007	77,686	3.4%	2,403	3.4%	80,089	3.4%
Komposisi	95%		5%		100%	
2008	80,192	3.2%	4,221	75.7%	84,413	5.4%
2009	84,523	5.4%	4,449	5.4%	88,972	5.4%
2010	89,087	5.4%	4,689	5.4%	93,776	5.4%
2011	93,898	5.4%	4,924	5.0%	98,822	5.4%
2012	98,968	5.4%	5,209	5.8%	104,177	5.4%
Komposisi	90%		10%		100%	
2013	100,322	1.4%	11,147	114.0%	111,469	7.0%
2014	107,345	7.0%	11,927	7.0%	119,272	7.0%

Sumber: RIPPDA Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (2007-2012), 2005

Masih terbatasnya jumlah wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan manca negara yang datang ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung disebabkan oleh pengelolaan yang belum optimal, tenaga ahli dibidang pariwisata masih minim, promosi masih sangat kurang, pengalokasian dana pada sektor ini juga masih sangat terbatas.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung agar temuan-temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi upaya pengembangan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli

Daerah (PAD), dapat membuka lapangan kerja baru serta meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat, maka penelitian mengenai Penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam mengembangkan Pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ini sangat penting untuk dilaksanakan. Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana *Blue Ocean Strategy* dalam mengembangkan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung? Penelitian ini akan menganalisis *Blue Ocean Strategy* pengembangan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

2. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Pariwisata

Pariwisata sebenarnya merupakan suatu kegiatan yang sudah ada sejak zaman dahulu. Dalam bentuknya yang sederhana pariwisata dahulu dikenal sebagai “bertamasya”, akan tetapi sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka bentuk kegiatan pariwisata berkembang menjadi suatu kegiatan yang bersifat lebih luas. Menurut Oka A. Yoeti (1996:21) Pariwisata adalah: Suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut.

Pada prinsipnya kepariwisataan dapat mencakup semua perjalanan, asal saja perjalanan tersebut untuk bertamasya atau berekreasi. Jadi Pariwisata merupakan suatu perjalanan, tetapi tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai kegiatan pariwisata.

Dalam pengertian pariwisata terdapat beberapa faktor penting yang menjadi ciri dari pariwisata yaitu:

- a. Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya
- c. Perjalanan itu walaupun apa bentuknya harus dilakukan dengan tamasya atau rekreasi
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjungi dan semata-mata sebagai konsumen ditempat tersebut.

Perjalanan wisata mempunyai berbagai macam motif dan tujuan tertentu, perbedaan motif tersebut menyebabkan adanya berbagai macam atau jenis pariwisata. Menurut Nyoman S. Pendit (2002:38) jenis pariwisata yang dikenal saat ini antara lain: wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata komersil, wisata industri, wisata politik, wisata konvensi, wisata sosial, wisata pertanian, wisata maritim, wisata cagar alam, wisata buru, wisata pilgrim, wisata bulan madu dan wisata petualangan, serta jenis wisata lainnya tergantung kepada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan di suatu daerah atau negara yang memang mendambakan industri pariwisatanya dapat maju dan berkembang.

Menurut Freddy Rangkuti (2002:3) sebagaimana mengutip pendapat Chandler, strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Selanjutnya Gamal Suwanto (1997:56) menyatakan ada beberapa langkah pokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a. Dalam Jangka pendek dititikberatkan pada optimasi
- b. Dalam Jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi
- c. Dalam Jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran

Menurut Happy Marpaung (2002:19) perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata.

Menurut Aditiawan Chandra (2007), upaya kegiatan mempromosikan tempat kunjungan wisata di daerah tidak semudah dengan kegiatan serupa yang dilakukan untuk produk-produk perusahaan. Disamping karakternya yang berbeda, tempat wisata perlu dijual dengan memanfaatkan jasa kegiatan public relations di pasar internasional. Promosi tempat tujuan wisata sangat diperlukan oleh daerah-daerah yang banyak potensi ditinjau air termasuk Kepulauan Bangka Belitung. Upaya ini menjadi sangat penting dalam kerangka penyelenggaraan otonomi daerah, promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokal disekitar daerah tujuan wisata. Dalam penelitiannya tentang Analisis pengembangan ekonomi dan investasi provinsi Maluku tahun 2000-2004, Agus tri Basuki (2006) menemukan dalam pengembangan pariwisata diperlukan pola keterkaitan regional dengan kawasan sekitarnya, yang dalam hal ini adalah kawasan Asia Pasifik.

2.2. Blue Ocean Strategy (Strategi Samudera Biru)

Dalam pengembangan pariwisata, sebaiknya suatu daerah harus menerapkan suatu strategi baru yang harus keluar dari *Status Quo*, harus menciptakan strategi masa depan yang gemilang, menerapkan penajauan dari kompetisi. Harus menekankan penciptaan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, fokus pada penumbuhan permintaan dan gerak menjauh dari kompetisi dalam bidang pariwisata yang sangat ketat saat ini baik antar daerah dalam negara Indonesia maupun dengan negara lain.

Pujono Agus Suhendro (2007) dalam pengamatannya tentang pariwisata Bengkulu, menyatakan bahwa dunia kepariwisataan Bengkulu tidak berkembang disebabkan kekeliruan dalam menentukan *positioning*. *Positioning* Bengkulu sebagai Bumi Rafflesia adalah salah besar. Kebiasaan masyarakat feodal yang selalu mengagung-agungkan masa lalu masih melekat pada masyarakat Bengkulu. Tidak berani membuat perubahan secara signifikan. Rafflesia adalah masa lalu, bukan masa depan, oleh karena itu pemerintah dan masyarakat Bengkulu harus melakukan perubahan yang berarti, terutama *positioning* sebagai Bumi Rafflesia. Bagi Bengkulu untuk memenangkan persaingan dengan daerah tujuan wisata lain sama tanpa memiliki senjata andalan adalah sama dengan memasuki samudera merah (Red Ocean), oleh karena itu Bengkulu harus memiliki sesuatu yang berbeda dari daerah lain, harus berani menciptakan peluang pasar tanpa pesaing, mengemas strategi masa depan gemilang yaitu dengan melakukan *Blue Ocean Strategy* (strategi samudera biru).

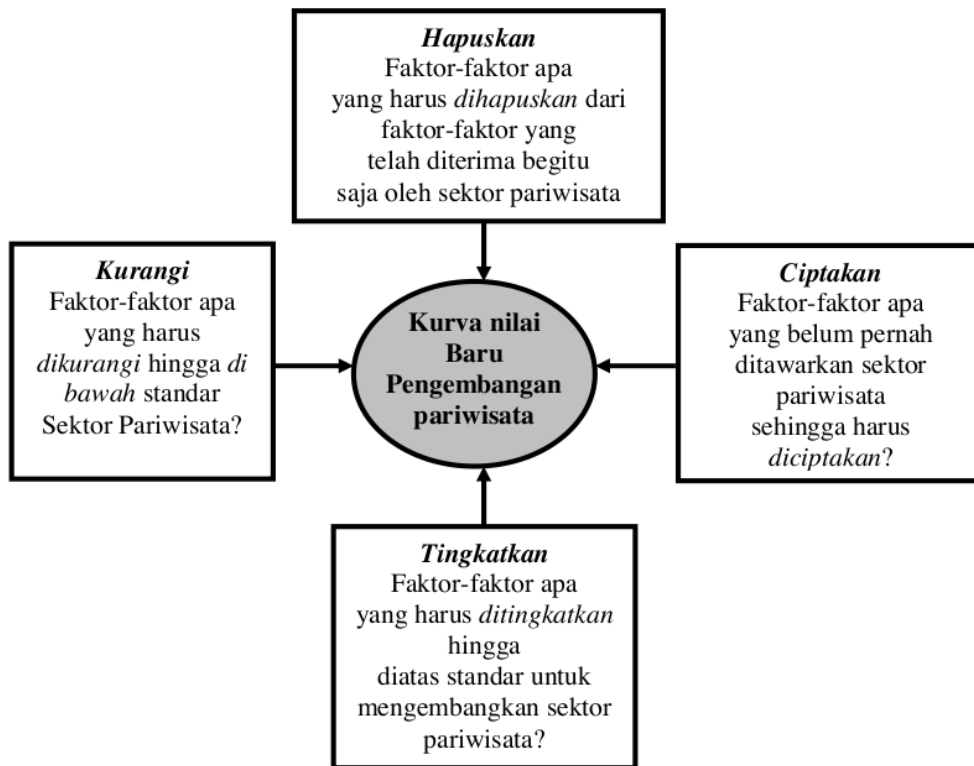
Selanjutnya W.Chan Kim dan Renee Mauborgne (2006:10) menyatakan bahwa *Blue ocean strategy* menantang perusahaan untuk keluar dari samudera merah persaingan berdarah dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, sehingga kata kompetisi pun menjadi tak relevan. Dalam hal ini pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menciptakan ruang pasar baru atau

sasaran wisatawan tertentu yang dijadikan target utama yaitu wisatawan yang memiliki keterkaitan dengan etnis tertentu yaitu cina atau tionghoa, sehingga yang harusnya menjadi target sasaran adalah Negara-negara yang banyak didiami oleh etnis tionghoa misalnya Negara Republik Rakyat Cina, singapura, malaysia, dan lain-lain. Zarmawis Ismail (2005) dalam penelitiannya tentang *Daya Saing Ekonomi Indonesia*: studi kasus pariwisata menemukan bahwa dalam upaya peningkatan daya saing industri pariwisata dimasing-masing daerah, penting dirumuskan upaya-upaya untuk mendapatkan kondisi biaya yang rendah dalam pengembangan usaha pariwisata.

2.3. Kerangka Penelitian

Berikut kerangka penelitian *Blue Ocean Strategy* Pengembangan Pariwisata Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Hal-hal yang harus dilakukan yaitu hapuskan, kurangi, ciptakan dan tingkatkan dalam bentuk kerangka kerja empat langkah dalam mengembangkan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Gambar 1: Kerangka Kerja Empat Langkah



Sumber : Dimodifikasi oleh peneliti, 2013

2.4. Penelitian Terdahulu

Widiyanto (2008), dalam penelitiannya berjudul Pengembangan Pariwisata Pedesaan, dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil yang didapatkan dari penelitian bahwa pengembangan pariwisata pedesaan di desa wisata Ketingan mengandalkan daya tarik alam, yaitu habitat burung. Strategi yang akan dikembangkan adalah meningkatkan pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, memelihara mutu dari apa yang menarik dan ditawarkan dari obyek tersebut.

Hastuti (2005) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Potensi Wisata Alam di Daerah Pesisir Selatan Kabupaten Gunung Kidul, memiliki tujuan potensi wisata daerah pantai dan faktor pembeda kunjungan wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dan analisis data sekunder dengan observasi dan didapat hasil: 1) Daerah penelitian mempunyai tiga potensi yaitu tinggi, sedang dan rendah. 2) Faktor yang berpengaruh terhadap perbedaan kunjungan wisata adalah industri pariwisata dan sarana pengunjung.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian survei yang bersifat deskriptif kualitatif. Variabel yang akan disoroti dalam penelitian ini adalah pengembangan pariwisata. Kajiannya akan dilakukan pada strategi pengembangan pariwisata ditinjau dari sektor pemasarannya dan potensi pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian Lokasi Penelitian

Waktu penelitian, dilakukan selama 1 tahun mulai bulan maret 2013 sampai dengan Februari 2014. Tempat penelitian dilaksanakan di 4 Kabupaten dalam provinsi Kepulauan Bangka Belitung yaitu pada obyek-obyek wisata yang ada, Dinas-Dinas Pariwisata baik Provinsi maupun Kabupaten/Kota, serta badan atau lembaga-lembaga yang ada kaitannya dalam bidang pariwisata yang ada dalam Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh obyek wisata yang ada di kabupaten/kota dan Badan atau lembaga yang ada hubungannya dengan bidang Pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

3.3. Metode Pengumpulan Data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, dengan cara:
 - a. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang terlibat dalam obyek penelitian, dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan Dinas Pariwisata kabupaten atau kota serta lembaga-lembaga atau badan yang ada keterkaitannya dalam bidang pariwisata dalam provinsi Kepulauan Bangka Belitung.
 - b. Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek-obyek wisata yang ada dalam provinsi Kepulauan Bangka Belitung.
 - c. Kuisisioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket/daftar pertanyaan kepada wisatawan.

- d. Dokumentasi adalah pengumpulan data dari dokumen-dokumen yang terdapat pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan Dinas Pariwisata kabupaten atau kota serta lembaga-lembaga atau badan yang ada ketekaitannya dalam bidang pariwisata dalam provinsi Kepulauan Bangka Belitung.
2. Data sekunder yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dengan cara membaca buku-buku serta literatur-literatur yang erat kaitanya dengan permasalahan yang diteliti.

3.4. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis *Blue Ocean Strategy* atau strategi samudera biru yaitu menciptakan ruang pasar tanpa pesaing dan membiarkan kompetisi tak lagi relevan.

3.5. Langkah Kerja

Dalam memasarkan potensi pariwisata yang ada, perlu dilakukan dengan membangun strategi samudera biru dalam rangkaian utilitas wisatawan sebagai pembeli, harga, biaya dan pengadopsian.

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung perlu membangun strategi samudra biru dalam rangkaian utilitas konsumen yaitu wisatawan baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari mancanegara, selanjutnya adalah harga, biaya dan pengadopsian.

Titik awalnya adalah utilitas para wisatawan. Apakah produk yang akan ditawarkan memberikan utilitas istimewa? Adakah alasan menarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi kepulauan Bangka Belitung? Jika tidak, maka tidak ada potensi bagi pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung untuk mulai melakukan startegi samudera biru. Di sini hanya ada tersisa dua pilihan. Menyingkirkan ide ini sementara atau memikirkan kembali hingga mendapatkan jawaban Ya.

Saat jawaban Ya sudah didapatkan terhadap pertanyaan utilitas istimewa dari produk pariwisata yang akan dipasarkan, kita bisa melangkah pada tahap kedua: menetapkan harga strategis yang tepat. Yang menjadi persoalan dalam hal ini pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tidak ingin semata-mata mengandalkan harga untuk menarik minat kunjungan para wisatawan. Pertanyaan kuncinya adalah: Apakah harga yang ditawarkan akan mampu menarik para wisatawan untuk melakukan kunjungan ? Jika tidak, ini berarti bahwa wisatawan tidak mampu membelinya. Jadi produk-produk wisata yang ditawarkan tidak akan mampu menciptakan kehebohan pasar.

Kedua langkah tadi berkaitan dengan sisi pemasaran dari potensi pariwisata yang ada, kedua langkah tersebut memastikan bahwa pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung telah menciptakan lompatan dalam menarik minat para wisatawan untuk berkunjung, dimana pelayanan yang didapatkan sama dengan kepuasan yang didapatkan dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh para wisatawan selama melakukan kunjungan.

Mengamankan sisi penerimaan membawa kita memasuki tahap ketiga yaitu biaya. Bisakah pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menciptakan biaya yang ditargetkan dan tetap mendapatkan penerimaan yang berupa Pendapatan Asli Daerah yang memadai. Bisakah pemerintah provinsi Kepulauan Bangka Belitung

dan segenap pelaku pariwisata yang ada mendapatkan pendapatan pada harga yang strategis dengan biaya yang terjangkau oleh para calon wisatawan yang menjadi sasaran.

Langkah terakhir adalah menghadapi rintangan-rintangan pengadopsian. Apa saja rintangan-rintangan pengadopsian dalam menggulirka ide untuk memasarkan potensi pariwisata yang ada. Sudahkah pemerintah daerah beserta pelaku-pelaku pariwisata yang ada menghadapi rintangan-rintangan yang ada secara langsung? Jika pemerintah daerah beserta pelaku-pelaku pariwisata yang ada dapat menghadapi rintangan-rintangan yang ada secara langsung, maka dapat dikatakan bahwa strategi samudera biru (*Blue Ocean strategy*) layak diterapkan dalam memasarkan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Langkah selanjutnya adalah menentukan indeks ide strategi samudra biru. Meskipun perusahaan harus membangun strategi samudra biru dalam rangkaian utilitas, harga, biaya, dan pengadopsian, yang menjamin sukses komersil. Indeks ide samudra biru (*Blue Ocean Strategy Idea*) memberikan tes sederhana tapi handal, masing-masing kriteria diberikan penilaian yang akan diisi pada titik-titik yaitu positif atau negatif dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1 : Indeks Ide Strategi Samudra Biru Pengembangan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Utilitas	Apakah ada utilitas istimewa? Apakah ada alasan kuat untuk menikmati produk-produk wisata yang ditawarkan?
Harga	Apakah harga yang ditawarkan bisa menarik kebanyakan calon wisatawan?
Biaya	Apakah struktur biaya sesuai dengan biaya sasaran?
Pengadopsian	Apakah sudah menangani hambatan-hambatan pengadopsian secara langsung?

Ket: Jawaban untuk titik-titik diatas adalah positif (+) atau negative (-)

Mengeksekusi Strategi Samudera Biru (*Blue Ocean Startegy*)

Setelah mengembangkan samudera biru, suatu organisasi dalam hal ini pemerintah provinsi Kepulauan Bangka Belitung harus melaksanakan startegi yang telah direncanakan tersebut. Setiap strategi memiliki kesulitan tersendiri untuk dieksekusi.

1. Strategi samudrera biru ¹ melambangkan langkah yang signifikan dalam meninggalkan *status quo*.

2. Rintangan kedua yang harus diatasi adalah keterbatasan sumber daya, semakin besar pergeseran dalam strategi yang akan dilakukan, maka akan semakin besar sumber daya yang dibutuhkan dalam mengeksekusi strategi ini.
3. Rintangan ketiga adalah motivasi. Bagaimana Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memotivasi pelaku-pelaku sektor pariwisata yang merupakan pemain-pemain kunci untuk bergerak cepat dan tangkas meninggalkan status quo yang telah terjadi selama ini yang menyebabkan industri Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung jalan ditempat.
4. Rintangan terakhir adalah rintangan politis, tantangan-tantangan kepentingan dan aturan-aturan yang tidak mendukung juga harus diatasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Objek penelitian ada di 4 (empat) lokasi Penelitian yaitu : Kota Pangkalpinang, Kabupaten Bangka, Kabupaten Belitung dan Kabupaten Belitung Timur. Sedangkan yang menjadi responden penelitian ini adalah responden (pelaku pariwisata) baik yang di Kota Pangkalpinang, Kabupaten Bangka, Kabupaten Belitung maupun yang berada di Kabupaten Belitung Timur dengan unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Wisatawan
- b. Hotel
- c. Restoran
- d. Biro Perjalanan
- e. Pusat cinderamata
- f. Pusat penjualan makanan oleh-oleh

4.2. Pengujian Strategi Samudra Biru sudah diterapkan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung?

Strategi samudera biru memiliki tiga kualitas yang saling melengkapi, yaitu fokus, gerak menjauh (divergensi), dan motto utama yang memikat. Tanpa tiga kualitas ini, strategi samudera biru akan tampak kabur dan sulit dikomunikasikan sehingga tidak menjadi berbeda dari pesaing. Namun topik kita mengenai pariwisata, perbedaan yang dimaksud adalah perbedaan umum bukanlah menunjukkan keunikan potensi yang dimiliki oleh daerah wisata tersebut.

Pertama fokus, profil strategis yang dibuat harus menunjukkan adanya kejelasan dan kefokusannya. Dalam pembuatan profil strategis, perhatikan hal-hal yang direspon oleh wisatawan terkait dengan berbagai fasilitas, baik fasilitas inti maupun fasilitas pendukung,

Dari hasil kuesioner, semua elemen pelaku bisnis pariwisata (hotel, biro perjalanan, restoran, galery cinderamata, toko makanan khas) belum fokus 100% terhadap target wisata yaitu pengunjung (wisatawan) dari luar Pulau Bangka dan Belitung. Rata-rata hanya 60% (21 orang), wisatawan menganggap bahwa fasilitas hotel, restoran, biro perjalanan, pusat cinderamata, makanan khas Bangka Belitung memadai, sedangkan selebihnya (15 orang) menganggap belum memadai. Perlu terus diupayakan peningkatan berbagai fasilitas agar benar-benar mampu menciptakan suasana nyaman bagi wisatawan.

Kualitas yang kedua adalah divergensi, dinas pariwisata dan instansi terkait (hotel, restoran, biro perjalanan dll) sebaiknya menjauhi persaingan dan menawarkan

sesuatu yang bukan umum ditawarkan oleh industri pariwisata dan mencari tahu hal-hal yang dianggap penting dan unik bagi wisatawan. Hanya mengandalkan keindahan panorama alam tanpa ada variasi yang signifikan dianggap masih hal-hal yang umum. Perlu juga menonjolkan pariwisata olah raga (*sport tourism*), pariwisata untuk urusan dagang (*business tourism*), pariwisata budaya (*culture tourism*), disamping menawarkan pariwisata menikmati perjalanan (*tourism pleasure*) atau pariwisata rekreasi (*recreation tourism*).

Kualitas yang ketiga adalah motto yang memikat. Hal ini menjadi dasar untuk mengkomunikasikan pemahaman strategi yang dibuat. Motto harus menggambarkan strategi yang akan dilakukan dan tujuan yang hendak dicapai oleh Pelaku Wisata di Provinsi Bangka Belitung.

Strategi yang dibuat harus diuji melalui empat hal secara berurutan yaitu utilitas pembeli dalam hal ini adalah wisatawan, harga/tarif strategis, biaya sasaran, dan rintangan pengadopsian.

Pengujian yang pertama adalah masalah utilitas, banyak wisatawan tidak mengenal paket wisata atau sudah mengenal tetapi tidak memanfaatkan fasilitas paket wisata, baik yang ditawarkan oleh hotel-hotel maupun oleh biro perjalanan. Wisatawan lebih suka pergi ke lokasi wisata bebas tanpa terpaku oleh paket wisata, sehingga wisatawan lebih bebas baik mengenai lokasi yang akan dikunjungi maupun mengenai *space* waktu yang digunakan. Dari 35 orang responden, baru 56,62% yang menganggap semua fasilitas, keamanan, kebersihan, parkir, pusat galeri, pusat makanan khas, hotel dan restoran menyatakan cukup bermanfaat, sedangkan sisanya 43,38% menganggap belum bermanfaat maksimal. Berarti ada peluang *blue ocean* terkait dengan masalah utilitas. Meskipun angka ini belum menunjukkan angka yang maksimal, perlu berbagai upaya agar wisatawan merasa nyaman dan betah untuk tinggal lebih lama di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Jika wisatawan bersedia mencoba produk wisata yang ditawarkan, rangkaian uji dilanjutkan pada uji harga strategis. Jika tidak, maka tidak ada peluang *blue ocean* dalam strategi yang dibuat karena wisatawan belum merasakan sesuatu yang istimewa dan yang berbeda dari produk yang ditawarkan pesaing (wisata daerah lain).

Dari kuesioner yang kita sebarkan ke wisatawan, terkait dengan harga paket wisata dan kesesuaian antara harga dengan kualitas yang diterima, 15 responden (42,86%) setuju bahwa harga paket wisata yang ditawarkan terjangkau oleh wisatawan dan 20 responden (57,14%) merasa harga masih terlalu tinggi. Sedangkan kesesuaian antara harga dengan kualitas yang mereka terima, 17 orang (48,47%) yang merasa puas dan 18 orang (51,43 %) masih merasa kecewa. Belum optimalnya harga dan kualitas menunjukkan sebenarnya masih peluang untuk mengembangkan *Blue Ocean Strategy*.

Pengujian yang ketiga adalah biaya sasaran. Para pelaku bisnis wisata harus mampu memproduksi dengan biaya sasaran untuk mengamankan laba yang akan diperoleh. Ada tiga cara untuk mencapai biaya sasaran, yaitu merampingkan proses operasional, bermitra dan mengubah model pemberian harga. Jawaban responden yang menganggap bahwa harga yang ditawarkan, 51,43% masih mahal, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis belum melakukan pengelolaan biaya sasaran. Starategi samudera biru belum dapat dilakukan jika para pelaku bisnis wisata belum melakukan analisis biaya sasaran dalam penentuan harga starategis.

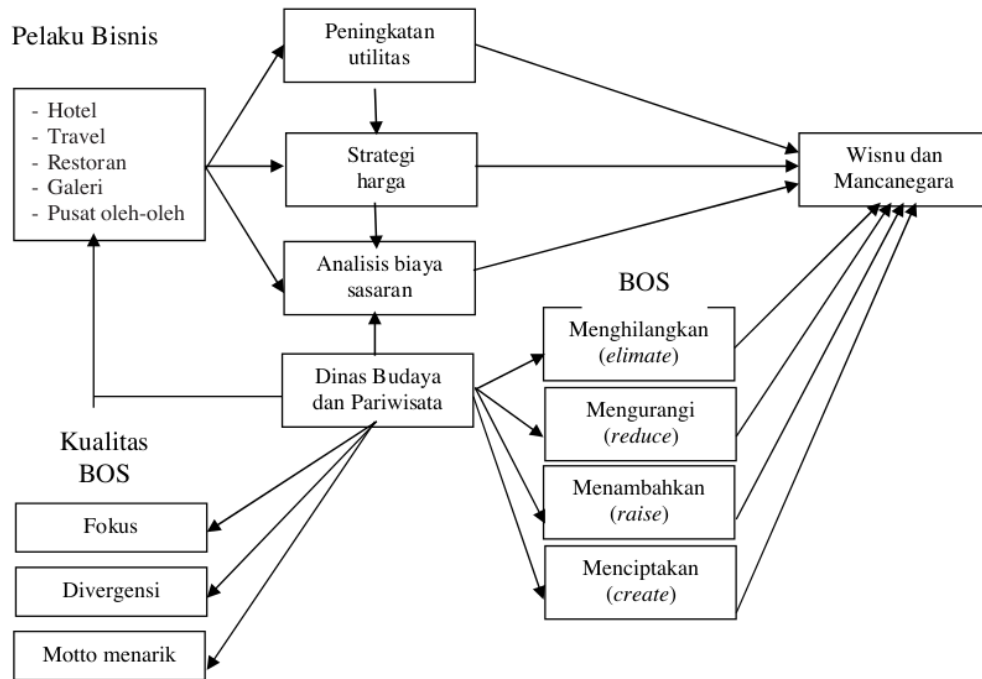
Terakhir, pengujian mengenai rintangannya pengadopsian model. Dari ketiga pengujian yang telah dilakukan di atas, jelaskan sekali bahwa para pelaku bisnis belum menerapkan strategi samudera biru, oleh karena itu, pengujian rintangannya pengadopsian model tidak perlu dilakukan, karena jelas sekali strategi samudera biru belum pernah dilakukan, meskipun ada beberapa unsur mengarah ke samudera biru, misalnya perbaikan fasilitas, dan pelayanan.

Berbagai uraian di atas sekali lagi menegaskan bahwa Pelaku Bisnis pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ternyata belum menerapkan Strategi Samudera Biru.

4.3. Penerapan Strategi Samudera Biru dalam mengembangkan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Untuk mengembangkan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, perlu menerapkan Strategi Samudera Biru. Gambar berikut memberikan panduan dalam melaksanakan Strategi Samudera Biru.

Gambar 3: Strategi Pengembangan Pariwisata di Provinsi Bangka Belitung



Sumber : Soebago, 2012 dimodifikasi

Sebelum menerapkan strategi samudera biru perlu melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Masing-masing pelaku bisnis (Hotel, Travel, Restoran, Galeri, Pusat Oleh-Oleh) harus meningkatkan utilitas termasuk semua fasilitas inti dan pendukung, kebersihan, keamanan, area parkir dan sebagainya.
2. Penetapan harga strategis perlu dilakukan dan dianalisis, disamping harga strategis dapat menarik minat wisatawan, harga strategis juga mampu menutupi biaya-biaya operasional tentunya dapat menghasilkan keuntungan juga.
3. Perlu efisiensi dalam segala hal, perampingan (*down sizing*) struktural jika dapat menekan biaya struktural, promosi harus efisien dan tetap menjaga kualitas layanan.

1 Jika semua telah memenuhi syarat, maka langkah berikutnya adalah menerapkan langkah-langkah dalam melaksanakan strategi samudera biru yaitu :

1. Menghilangkan (*eliminate*), komponen-komponen yang dianggap tidak efektif harus dihilangkan, seperti prosedur pemesanan (dipersingkat dengan via *online*), uang jaminan, ketatnya identitas pelanggan (misalnya tidak harus KTP, boleh SIM atau bentuk identitas lainnya). Komponen biaya yang dapat menimbulkan kesan mahal yang kurang relevan harus dihilangkan seperti biaya keamanan dan biaya kebersihan.
2. Mengurangi (*reduce*), komponen-komponen pariwisata yang dianggap mengganggu keefektifan strategi samudera biru, misalnya dari segi pajak hotel dan restoran, pajak/retribusi atau parkir yang terlalu tinggi, paket-paket wisata yang dianggap kurang efektif, promosi yang tidak tepat, dan lain-lain.
3. Menambahkan (*raise*), fasilitas yang ada di hotel, restoran, tempat wisata yang dianggap di bawah standar, perlu ditambahkan agar wisatawan merasa nyaman termasuk pelayanan yang sudah baik perlu terus ditingkatkan
4. Menciptakan (*create*), selama ini Dinas Budaya dan Pariwisata terlalu fokus ke wisata bahari/alam (*pleasure tourism*) dan rekreasi (*recreation tourism*), sedangkan pariwisata budaya (*culture tourism*), pariwisata olah raga (*sport tourism*), pariwisata bisnis (*business tourism*) dan pariwisata konvensi (*convention tourism*) belum dimunculkan. Contohnya, wisatawan mancanegara, David Shaleh (Australia), dia datang ke Bangka Belitung ingin mengunjungi situs budaya/sejarah, namun wisatawan tersebut merasa kurang memuaskan, karena kondisi situs sejarah yang dikunjunginya kurang perawatan dan ditambah lagi dengan fasilitas yang kurang mendukung.

Langkah-langkah dalam strategi samudera biru akan efektif jika memperhatikan tiga hal penting yaitu :

1. Fokus, semua pelaku bisnis harus fokus pada tujuan inti yaitu memuaskan wisatawan baik wisatawan nusantara (wisnu) maupun wisatawan mancanegara.
2. Divergensi, tetap mencari keunikan atau ciri khas tertentu yang tidak dimiliki oleh wisata daerah lain. Keunikan bebatuan yang besar-besar, berupa burung garuda (di Belitung), pasir putih bersih, wisata budaya/sejarah perlu terus ditingkatkan agar wisatawan datang ke

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung karena keunikan tersebut, yang tidak dimiliki oleh daerah lain.

3. Motto yang menarik, tidak perlu merubah motto, tetapi motto tersebut harus mencerminkan “roh” pariwisata yang di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Tetapi motto “*come and explore*”, sudah baik namun harus diiringi dengan berbagai upaya agar wisatawan dengan senang hati datang lokasi wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dan terus bereksplorasi dengan keindahan alam dan bahari, atau karena situs budaya/sejarah, yang dimiliki.

4.4 Fakta tentang Pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

4.4.1 Pariwisata masih tersendat

Pariwisata di Bangka Belitung sejak lama digadang-gadangkan menjadi sektor andalan Bangka Belitung pasca timah, bahkan Pulau Belitung sudah ditetapkan sebagai destinasi wisata ketiga setelah Bali dan Lombok. Upaya pengembangan masih tersendat. Selain belum ada payung hukum berupa keputusan Presiden untuk pengembangan destinasi wisata Belitung, pengembangan potensi Pariwisata Bangka Belitung belum terkoordinir dan terencana dengan baik. Justeru yang terjadi, beberapa objek wisata rusak dan ada pula yang terancam hancur.

Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Yusri Liputo, mengakui koordinasi antara pemerintah Provinsi dengan kabupaten/kota serta lintas sektoral belum berjalan maksimal. Tahapan pengembangan potensi pariwisata baru sebatas promosi, itupun bentuk promosinya belum terkoordinir dengan baik.

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki banyak objek wisata potensial untuk digarap. Objek wisata tersebut terdiri dari 56 wisata bahari, 8 wisata sejarah, 45 wisata budaya dan religi, dan 20 wisata agro wisata. Selain keterbatasan dana dan infrastruktur pariwisata yang belum memadai, pengembangan objek wisata tersebut masih terkendala sumber daya manusia.

4.4.2 Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung perlu banyak Pembenahan

Beberapa pelaku pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menyatakan bahwa kawasan wisata di Bangka Belitung belum terpoles dengan baik, dan harus dilakukan pembenahan baik infrastruktur maupun fasilitas penunjang lainnya. Masih minimnya kerajinan khas Bangka Belitung seperti souvenir, gantungan kunci, kaos dll sehingga banyak wisatawan pulang ke daerah asalnya tanpa membawa sesuatu yang terkesan. Kalaupun ada, harganya masih relatif mahal jika dibandingkan dengan souvenir dari daerah lain.

Penambahan fasilitas penunjang seperti tempat relaksasi, permainan outbound, dan fasilitas lainnya perlu disediakan agar para wisatawan betah berada di lokasi wisata Bangka Belitung.

Harga tiket yang masih relatif mahal, menjadi salah satu kendala bagi wisatawan untuk berkunjung ke Bangka Belitung selain jumlah maskapainya yang masih relatif kurang. Tidak tersedianya angkutan umum dan taksi di malam hari, menjadi kendala bagi turis untuk pergi berkeliling di seputar Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum sepenuhnya menerapkan Strategi Samudera Biru dalam mengembangkan pariwisata.
2. Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, memiliki potensi yang besar untuk menerapkan strategi samudera biru dalam mengembangkan pariwisata.
3. Untuk menerapkan Strategi Samudera Biru belum sepenuhnya didukung oleh semua pelaku bisnis pariwisata.
4. Dalam menghilangkan (*eliminate*), mengurangi (*reduce*), menambahkan (*raise*) dan menciptakan (*create*) faktor-faktor pariwisata, Dinas Budaya dan Pariwisata belum sepenuhnya memperhatikan non-potensi dan potensi faktor-faktor pariwisata yang dimiliki.

5.2. Saran

1. Perlu ada kesungguhan dari semua pihak khususnya Dinas Budaya dan Pariwisata dan pelaku bisnis (hotel, restoran, travel, galeri, pusat jajanan) untuk menerapkan strategi samudera biru dalam mengembangkan pariwisata
2. Perlu kajian ekonomi dan sosial yang mendalam dalam menerapkan strategi samudera biru.
3. Diperlukan inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan pariwisata sehingga mampu menampilkan keunikan dan kekhasan yang dimiliki oleh Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung Ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda, 2009. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2007-2012
- Blue Ocean Strategy, W. Chan Kim 2006, PT Serambi Ilmu Semesta
- BPS, 2009. Bappeda, Bangka Belitung Dalam Angka 2009, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Pangkalpinang.
- BPS, 2009, PDRB Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Tahun 2009, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Pangkalpinang.

Hastuti, Retno (2009), Analisis Potensi Wisata Alam di Daerah Pesisir Selatan Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.

Soebagy (2012). Strategi Pembangunan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal liquidity*, Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila.

Widianto (2008). Pembangunan Pariwisata Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Sekolah Tinggi Pariwisata Bali*.

Yoeti, Oka A, 1990. Pemasaran Pariwisata, Angkasa, Bandung.

-----, Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan.

Blue Ocean Startegy

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

24%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Korea National Open University

Student Paper

22%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off