

## Strategi Jitu *Blue Ocean* Menciptakan Peluang Industri Pariwisata Tanpa Persaingan di Provinsi Bangka Belitung

Sultan Ilhamsyah<sup>1</sup>, Vindi Nurmala Dewi<sup>2</sup>, Veronica Ruth Rohani Siburian<sup>3</sup>, Indah Noviyanti<sup>4</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,  
Universitas Bangka Belitung  
Kampus Terpadu Universitas Bangka Belitung, Balunijuk Kab. Bangka

Balun Ijuk, Kec. Merawang, Kabupaten Bangka, Kepulauan Bangka Belitung 33172

Email Korespondensi : [sultandafa98@gmail.com](mailto:sultandafa98@gmail.com), [windianeka@gmail.com](mailto:windianeka@gmail.com),  
[veronicasiburian1@gmail.com](mailto:veronicasiburian1@gmail.com), [indahnoviyanti@ubb.ac.id](mailto:indahnoviyanti@ubb.ac.id)

**Abstract** *Blue Ocean Strategy* offers a transformational opportunity for the tourism industry to escape fierce competition and explore new, unexplored markets. The research method used is a qualitative method based on literature studies from previous research, by evaluating and analyzing relevant scientific journals. To implement *Blue Ocean Strategy* effectively, there are several tools and frameworks that can be used, such as the *Blue Ocean Strategy Canvas* and the *ECRR Blue Ocean Strategy* concept. In order to create opportunities for the tourism industry without competition, a situation analysis was carried out using *SWOT analysis* (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) to understand the current position of Bangka Belitung. Natural beauty is one of the strengths that can be developed in developing tourism in Bangka Belitung. Apart from that, it is also necessary to identify new market opportunities such as ecotourism, local culture or unique adventures. Through the application of the *Blue Ocean Strategy* and its principles, the Bangka Belitung tourism industry has the potential to create a unique and unexplored new market.

**Keywords:** *Tourism Industry, Blue Ocean Strategy, Bangka Belitung Islands*

**Abstrak** *Blue Ocean Strategy* menawarkan peluang transformasional bagi industri pariwisata untuk keluar dari persaingan yang sengit dan menjelajahi pasar baru yang belum terjamah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif berdasarkan studi literatur dari penelitian sebelumnya, dengan melakukan evaluasi dan analisis jurnal ilmiah yang relevan. Untuk menerapkan *Blue Ocean Strategy* secara efektif, terdapat beberapa alat dan kerangka kerja yang dapat digunakan, seperti *Kanvas Strategi Blue Ocean* dan konsep *ECRR Blue Ocean Strategy*. Dalam rangka menciptakan peluang industri pariwisata tanpa persaingan, analisis situasi dilakukan dengan menggunakan analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk memahami posisi Bangka Belitung saat ini. Keindahan alam menjadi salah satu kekuatan yang dapat dikembangkan dalam mengembangkan pariwisata di Bangka Belitung. Selain itu, identifikasi peluang pasar baru seperti ekowisata, budaya lokal, atau petualangan unik juga perlu dilakukan. Melalui penerapan *Blue Ocean Strategy* dan prinsip-prinsipnya, industri pariwisata Bangka Belitung memiliki potensi untuk menciptakan pasar baru yang unik dan tidak terjamah.

**Kata Kunci:** *Industri Pariwisata, Strategi Samudra Biru, Kepulauan Bangka Belitung*

### PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor yang memainkan peran penting dalam perekonomian global dan lokal. Pariwisata di Indonesia diakui oleh Bank Indonesia sebagai sektor yang efektif dalam meningkatkan penerimaan devisa negara. Keberagaman sumber daya alam, budaya, kuliner, dan kekayaan yang ada di dalam negeri menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan kekayaan alam yang luar biasa, mulai dari pantai-pantai eksotis, hutan tropis, hingga situs warisan budaya yang mendunia, Indonesia menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan internasional dan domestik. Sebagai industri yang berkembang, pariwisata tidak hanya menawarkan pengalaman rekreasi yang memuaskan bagi para wisatawan, tetapi juga memberikan dampak yang luas bagi

perkembangan sosial dan ekonomi suatu daerah. Pariwisata juga menjadi sarana penting untuk mempromosikan dan melestarikan kebudayaan lokal, dengan wisatawan yang sering tertarik pada keunikan tradisi, seni, dan kuliner khas Indonesia (Rahma, 2020).

Selain sebagai sarana rekreasi, pariwisata memiliki peran yang signifikan dalam memperluas dan menyamakan peluang usaha serta lapangan kerja, mendorong pembangunan wilayah, meningkatkan pendapatan nasional, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Dengan demikian, industri pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memberdayakan komunitas lokal dan memperkaya kehidupan sosial serta budaya (Prastiyan & Yulianto, 2019).

Pulau Bangka, pulau yang dijuluki "Bumi Timah", selama ini dikenal sebagai penghasil timah terbesar di Indonesia. Kekayaan alam ini menjadi tulang punggung perekonomian bagi masyarakat Bangka Belitung. Namun, di balik gemerlap timah, tersembunyi luka mendalam akibat maraknya korupsi yang menggerogoti sektor pertambangan. Dengan adanya rumor kasus korupsi dengan kerugian negara sebesar 271 Triliun. Bangka Belitung juga dihadapkan pada beberapa permasalahan ekonomi, seperti ketergantungan pada sektor pertambangan yaitu ekonomi Bangka Belitung selama ini didominasi oleh sektor pertambangan timah, yang rentan terhadap fluktuasi harga global. Kurangnya diversifikasi ekonomi seperti ketergantungan pada satu sektor ini menyebabkan minimnya diversifikasi ekonomi, sehingga membuat Bangka Belitung rentan terhadap krisis ekonomi. Tingginya angka pengangguran menjadi salah satu indikator masih belum optimalnya pemanfaatan potensi daerah. (Cipta, 2017)

Dibalik permasalahan ekonomi tersebut, Bangka Belitung menawarkan potensi yang lebih dari sekadar berkecimpung di bidang pertambangan. Bangka Belitung menyimpan pesona alam yang luar biasa dan siap untuk memikat para wisatawan. Keindahan alamnya yang masih alami, mulai dari pantai berpasir putih yang indah, hutan tropis yang rimbun, hingga pulau-pulau kecil yang menawan dan eksotis. Pulau ini merupakan permata tersembunyi di timur Sumatera dengan potensi wisata yang luar biasa. (Valeriani & Wardhani, 2015)

Di tengah Persaingan Lautan Merah (*Red Ocean*) yang semakin ketat, industri pariwisata terus mencari celah untuk berkembang. Strategi Lautan Biru (*Blue Ocean Strategi*) hadir sebagai solusi inovatif dan jalan keluar dari gemerlapnya Persaingan Lautan Merah. Strategi Lautan Biru menawarkan peta jalan untuk menciptakan pasar baru yang belum terjamah dan keluar dari persaingan sengit diberbagai sektor dan peluang ekonomi. Artikel ini membahas bagaimana peran penting *Blue Ocean Strategy* dalam menciptakan pasar tanpa persaingan pada bidang industri pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, mulai dari pengertian, variabel-variabel kunci Strategi Lautan Biru, hingga implementasinya di bidang pariwisata. Strategi Lautan Biru menawarkan peluang transformatif bagi industri pariwisata untuk keluar dari lautan merah persaingan dan menjelajahi lautan biru yang penuh potensi. Dengan menerapkan strategi ini secara kreatif dan inovatif, para pelaku industri dapat membuka pasar baru, menumbuhkan permintaan, dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. (Muzha, 2015)

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Pariwisata**

Hunziker dan Krapf dalam (Lemy, 2018) menjelaskan bahwa, pariwisata mengacu pada jumlah fenomena dan hubungan yang muncul dari perjalanan dan tinggal sebagai bukan

penduduk, selama mereka tidak bertujuan menjadi penduduk tetap dan tidak terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan mencari uang. Pariwisata mencakup berbagai aktivitas rekreasi dan budaya yang dilakukan oleh wisatawan untuk menikmati destinasi yang dikunjungi tanpa tujuan bekerja atau menetap secara permanen. Selain itu, pariwisata melibatkan interaksi, perputaran budaya, serta dampak sosial dan lingkungan yang penting untuk pengembangan berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Selain itu, menurut Tingginehe et al. (2019) pariwisata merupakan serangkaian kegiatan yang melibatkan berbagai aspek dan interaksi yang menjadi kebutuhan bagi individu dan negara, yang didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh individu, keluarga, atau kelompok dari tempat asal ke destinasi lain untuk tujuan wisata, bukan untuk tujuan kerja atau penghasilan finansial. Selain itu, pariwisata melibatkan berbagai aspek seperti akomodasi, transportasi, atraksi, dan layanan pendukung lainnya yang mendukung pengalaman wisatawan. Interaksi antara wisatawan dan penduduk lokal, budaya, serta lingkungan setempat juga menjadi bagian integral dari pariwisata, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan sosial daerah tujuan wisata.

Rusata (2019) juga berpendapat bahwa industri pariwisata memiliki peran yang vital dalam menghidupkan perekonomian suatu wilayah. Harapannya, sektor ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui kegiatan perdagangan dan jasa. Untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan maksimalkan manfaat bagi penduduk lokal, pengelolaan destinasi pariwisata perlu dilakukan dengan pendekatan yang lebih profesional. Hal ini mencakup pengembangan infrastruktur yang memadai, promosi yang efektif, serta pemeliharaan kebersihan dan keamanan destinasi. Dengan pendekatan yang profesional, diharapkan pariwisata dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi wilayah tersebut.

### ***Blue Ocean Strategy (Strategi Samudera Biru)***

*Blue Ocean* merujuk pada industri atau pasar yang belum ditemukan saat ini, sehingga belum terpengaruh oleh persaingan (Irawan & Samrin, 2019). Dalam konteks ini, *Blue Ocean* menandakan kesempatan baru yang belum dieksplorasi oleh pesaing dan belum terikat oleh aturan dan batasan yang sudah ada. Strategi *Blue Ocean* memungkinkan perusahaan untuk menciptakan ruang pasar yang baru dan unik, yang memungkinkan mereka untuk menjadi pemimpin pasar tanpa harus bersaing secara langsung dengan pesaing yang sudah mapan.

Menurut Kim dan Mauborgne (2023) strategi *Blue Ocean* melibatkan penciptaan diferensiasi dan penurunan biaya secara bersamaan untuk membuka peluang pasar baru dan menciptakan permintaan baru. Ini bertujuan untuk menciptakan dan menguasai ruang pasar yang belum terjamah, sehingga mengurangi relevansi persaingan. Konsep ini berasumsi bahwa batasan pasar dan struktur industri tidaklah tetap dan dapat diubah oleh tindakan dan keyakinan para pelaku industri. Dengan mengadopsi pendekatan ini, perusahaan dapat menciptakan lapangan baru tanpa terpengaruh oleh persaingan yang ada, membuka jalan menuju pertumbuhan yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif jangka panjang.

Selain itu, Melendez Araya et al. (2022) berpendapat bahwa strategi *Blue Ocean* meluncurkan produk dan layanan baru yang berkualitas, memperoleh penerimaan konsumen, serta mengeksplorasi segmen pasar baru. Ini menegaskan bahwa untuk mencapai kesuksesan, perusahaan harus memilih untuk berhenti bersaing satu sama lain. Hal ini dapat membantu

perusahaan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang dalam industri.

### **SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)**

Rangkuti (2015), menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu alat untuk menyusun secara sistematis identifikasi beberapa faktor yang digunakan untuk membangun strategi pemasaran. Analisis ini memfokuskan pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi atau produk. Dengan menggunakan pendekatan ini, perusahaan dapat memahami posisi relatifnya di pasar dan mengidentifikasi strategi yang tepat untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi instrumen penting dalam pengembangan rencana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Menurut Siswanto (2019) tujuan analisis SWOT meningkatkan analisis strategi dengan memfokuskan perhatian pada 4 kunci faktor yang penting untuk kesuksesan strategi yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Dengan menggunakan pendekatan ini, perusahaan dapat secara lebih efektif memahami lingkungan internal dan eksternalnya serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan strategisnya. Analisis SWOT membantu dalam mengoptimalkan kekuatan internalnya, mengatasi kelemahannya, memanfaatkan peluang pasar, dan menghadapi ancaman yang ada. Analisis SWOT sangat berharga dalam perencanaan strategis, membantu organisasi membuat keputusan yang lebih baik dan strategi yang lebih terarah untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

### **METODE PENELITIAN**

Penulisan literatur review melibatkan langkah-langkah mengumpulkan, memilih, merangkum, dan menyajikan artikel. Untuk menyelesaikan penulisan, penulis mencari artikel jurnal menggunakan Google Scholar dengan kata kunci Blue Ocean Strategy (BOS). Dari berbagai artikel yang ditemukan, dipilih 23 artikel yang relevan. Setelah evaluasi, dipilih 12 artikel yang memenuhi kriteria penelitian. Artikel-artikel ini kemudian disusun dalam tabel berdasarkan penulis, tahun publikasi, judul, dan hasil penelitian. Dilakukan analisis dan tinjauan pada bagian pembahasan dan kesimpulan artikel. Terakhir, tambahan informasi diberikan pada bagian pembahasan, kesimpulan, dan rekomendasi.

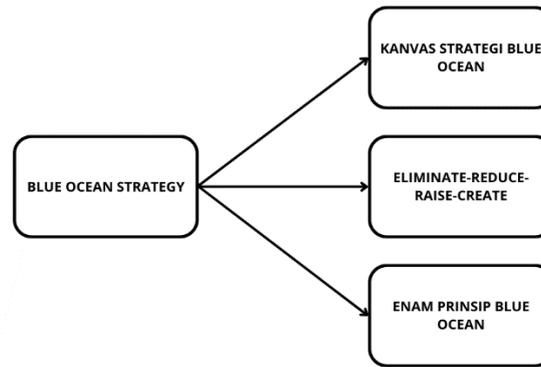
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan Strategi *Blue Ocean* dalam menciptakan peluang industri pariwisata tanpa persaingan di Provinsi Bangka Belitung. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif berdasarkan studi literatur dari penelitian-penelitian sebelumnya, yang terdiri dari evaluasi dan analisis jurnal ilmiah yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Menurut Nursalam (2016) metode studi literatur melibatkan serangkaian aktivitas yang terkait dengan pengumpulan referensi, membaca, mencatat informasi, dan mengelola materi untuk keperluan penulisan. Kartiningrum (2015) juga berpendapat bahwa melakukan studi literatur juga akan memberikan manfaat dalam memahami inti dari penelitian yang lebih luas dari isu yang sedang diselidiki. Selain itu, penelitian kualitatif merujuk pada studi yang bertujuan untuk menggali, memahami, menganalisis, dan menemukan fenomena tertentu dari pihak yang bersedia memberikan informasi yang relevan untuk penelitian (Moleong, 2016).

## PEMBAHASAN DAN HASIL

### Pembahasan

#### Alat Dan Kerangka Kerja Bos

Untuk menerapkan BOS secara efektif, terdapat beberapa alat dan kerangka kerja yang bisa digunakan:



Gambar 1.1 Kerangka Kerja *Blue Ocean Strategy*

Kanvas Strategi Samudra Biru (*Blue Ocean Strategy - BOS*) merupakan alat penting untuk memvisualisasikan dan menganalisis strategi bisnis dalam menciptakan pasar baru (*Blue Ocean*) yang belum terjamah. Penerapannya pada sektor pariwisata Bangka Belitung dapat membantu mengidentifikasi peluang baru dan mengembangkan proposisi nilai unik yang menarik wisatawan.

#### Kanvas Strategi Samudra Biru

1) Faktor Penentu Nilai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga</li> <li>• Kualitas layanan</li> <li>• Keunikan pengalaman</li> <li>• Aksesibilitas</li> <li>• Keamanan</li> <li>• Keberlanjutan</li> <li>• Pelestarian budaya</li> <li>• Keterlibatan masyarakat lokal</li> </ul>
2) Tingkat Penawaran Saat Ini	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan survei dan analisis data untuk mengetahui tingkat penawaran saat ini untuk setiap faktor penentu nilai. Misalnya: Harga wisata di Bangka Belitung masih tergolong cukup tinggi dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya di Indonesia.</li> <li>• Kualitas layanan di beberapa tempat wisata masih perlu ditingkatkan.</li> </ul>
3) Kurva Nilai Ideal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menentukan tingkat penawaran yang ideal untuk setiap faktor penentu nilai.</li> </ul>

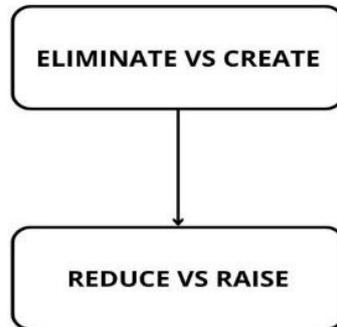
	<p>Misalnya: Menawarkan harga yang kompetitif dengan kualitas layanan yang tinggi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan bagi wisatawan.</li> <li>• Memastikan aksesibilitas yang mudah ke berbagai tempat wisata.</li> <li>• Menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan.</li> <li>• Melestarikan budaya lokal dan melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata.</li> </ul>
4) Blok Nilai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengidentifikasi peluang untuk menciptakan nilai baru. Misalnya: Menawarkan paket wisata yang menggabungkan wisata alam, budaya, dan edukasi.</li> <li>• Mengembangkan wisata bahari yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.</li> <li>• Menciptakan program homestay yang memungkinkan wisatawan untuk tinggal bersama masyarakat lokal.</li> </ul>
5) Blok Non-Nilai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengidentifikasi faktor-faktor yang tidak dianggap penting oleh pelanggan dan harus dihilangkan atau dikurangi. Misalnya: Birokrasi yang rumit dalam proses perizinan wisata.</li> <li>• Kurangnya infrastruktur penunjang wisata, seperti jalan dan transportasi.</li> <li>• Kurangnya informasi dan promosi wisata yang efektif.</li> </ul>
6) Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menerapkan enam prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i> untuk menciptakan <i>value innovation</i>. Misalnya: Merekonstruksi batas pasar pariwisata Bangka Belitung dengan menjangkau segmen wisatawan baru.</li> <li>• Berfokus pada gambaran besar dengan menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan.</li> <li>• Mengatasi hambatan organisasi dengan membangun komitmen dan kerjasama dari berbagai pihak.</li> </ul>

**Tabel 1.1 Kanvas Strategi Samudra Biru dan Penerapannya dalam Industri Pariwisata Bangka Belitung**

Kanvas Strategi *Blue Ocean* merupakan alat yang ampuh untuk merumuskan strategi *Blue Ocean* yang efektif dalam sektor pariwisata Bangka Belitung. Dengan menerapkan BOS secara sistematis dan kreatif, Bangka Belitung dapat menciptakan proposisi nilai unik yang

menarik wisatawan baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Penting untuk diingat bahwa penerapan BOS membutuhkan komitmen, kerjasama, dan inovasi dari berbagai pihak terkait.

### **Konsep ECRR *Blue Ocean Strategy* Terhadap Industri Pariwisata Bangka Belitung**



**Gambar 1.2 Kerangka Konsep ECRR *Blue Ocean Strategy* Terhadap Industri Pariwisata Bangka Belitung**

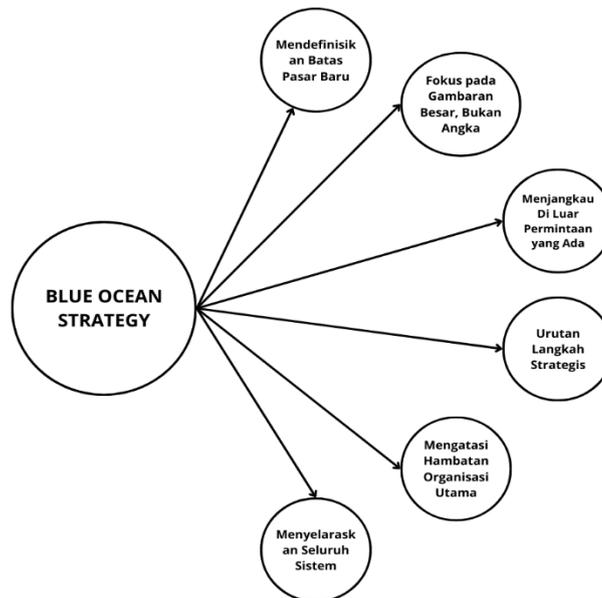
Industri pariwisata di Bangka Belitung, khususnya di wilayah pesisir, seringkali terjebak dalam model wisata massal yang ramai dan berdampak negatif terhadap lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan transformasi paradigma menuju pariwisata bahari yang berfokus pada konservasi terumbu karang dan pemberdayaan masyarakat lokal. Konsep wisata massal yang berfokus pada kuantitas pengunjung dan profit semata harus dihilangkan. Model ini seringkali memicu eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam dan budaya, serta menghasilkan limbah yang mencemari lingkungan. Sebagai gantinya, perlu diciptakan konsep wisata bahari yang berkelanjutan, di mana kelestarian terumbu karang dan pemberdayaan masyarakat lokal menjadi prioritas utama.

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengurangi ketergantungan pada wisata pantai yang seringkali ramai dan padat. Hal ini dapat dilakukan dengan diversifikasi produk wisata, seperti eksplorasi pulau-pulau terpencil, wisata budaya desa adat, dan wisata sejarah pertambangan timah. Diversifikasi ini tidak hanya akan mengurangi tekanan pada lingkungan pantai, tetapi juga membuka peluang baru bagi masyarakat lokal untuk terlibat dalam industri pariwisata.

Selanjutnya, perlu dilakukan peningkatan kualitas akomodasi dan atraksi wisata budaya. Akomodasi wisata harus dirancang dengan prinsip ramah lingkungan dan budaya lokal. Atraksi wisata budaya seperti desa adat dan situs sejarah timah perlu dikemas dengan lebih menarik dan edukatif, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung dan masyarakat lokal. Transformasi ini membutuhkan komitmen dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal. Pemerintah perlu mengeluarkan kebijakan yang mendukung pariwisata berkelanjutan, seperti insentif bagi pelaku usaha yang menerapkan praktik ramah lingkungan dan program pemberdayaan masyarakat lokal. Pelaku usaha pariwisata perlu berinvestasi dalam infrastruktur dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Masyarakat lokal perlu dilibatkan dalam proses perencanaan dan pengelolaan wisata, sehingga mereka dapat memperoleh manfaat ekonomi dan sosial dari industri pariwisata.

Dengan transformasi ini, pariwisata di Bangka Belitung dapat menjadi industri yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, serta memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi semua pihak yang terlibat.

### **Penerapan Kerangka BOS dan 6 Prinsip *Blue Ocean* Terhadap Industri Pariwisata Bangka Belitung**



Penerapan kerangka BOS dan 6 prinsip *Blue Ocean* pada sektor pariwisata Bangka Belitung memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan komitmen dan kerjasama dari berbagai pihak, Bangka Belitung dapat menjelajahi samudra biru pariwisata dan mencapai kejayaan ekonomi yang berkelanjutan.

#### **1.) Mendefinisikan Batas Pasar Baru**

- Mempertanyakan asumsi: Menantang asumsi tradisional tentang pariwisata di Bangka Belitung, seperti fokus pada wisata pantai dan wisata massal.
- Memperluas cakupan: Mempertimbangkan pasar yang lebih luas, seperti wisatawan lokal, wisatawan regional, dan wisatawan mancanegara dengan minat khusus.
- Mencari alternatif: Mengidentifikasi alternatif yang dipilih wisatawan, seperti wisata petualangan, wisata budaya, dan wisata berkelanjutan.

#### **2.) Fokus pada Gambaran Besar, Bukan Angka**

- Menciptakan nilai: Menentukan proposisi nilai unik yang menarik wisatawan, seperti pengalaman wisata yang autentik, ramah lingkungan, dan berkelanjutan.
- Membangun cerita: Mengembangkan cerita yang menarik tentang Bangka Belitung, bukan hanya berfokus pada statistik dan data.
- Menciptakan pengalaman: Memberikan pengalaman wisata yang tak terlupakan bagi wisatawan, bukan hanya menawarkan paket wisata standar.

#### **3.) Menjangkau Di Luar Permintaan yang Ada**

- Mengidentifikasi kebutuhan tersembunyi: Memahami kebutuhan dan keinginan wisatawan yang belum terpenuhi, seperti wisata edukasi, wisata kesehatan, dan wisata spiritual.

- Menciptakan pasar baru: Menciptakan pasar baru dengan menawarkan produk dan layanan wisata yang unik dan inovatif.
  - Menjangkau segmen baru: Menjangkau segmen wisatawan baru, seperti wisatawan keluarga, wisatawan muda, dan wisatawan senior.
- 4.) Urutan Langkah Strategis**
- Menentukan faktor kunci: Mengidentifikasi faktor-faktor penentu nilai yang penting bagi wisatawan di Bangka Belitung.
  - Menentukan urutan langkah: Menentukan urutan langkah untuk meningkatkan, mengurangi, atau menghilangkan faktor-faktor penentu nilai.
  - Menciptakan nilai berkelanjutan: Memastikan strategi BOS berkelanjutan dan dapat diadaptasi dengan perubahan pasar dan tren wisatawan.
- 5.) Mengatasi Hambatan Organisasi Utama**
- Membangun komitmen: Membangun komitmen dari semua pemangku kepentingan dalam pariwisata Bangka Belitung untuk menerapkan strategi BOS.
  - Meningkatkan keterampilan: Meningkatkan keterampilan sumber daya manusia di bidang pariwisata untuk mendukung strategi BOS.
  - Menyesuaikan struktur organisasi: Menyesuaikan struktur organisasi untuk mendukung implementasi strategi BOS.
- 6.) Menyelaraskan Seluruh Sistem**
- Komunikasi yang efektif: Mengkomunikasikan strategi BOS secara efektif kepada semua karyawan dan pemangku kepentingan.
  - Kerja sama antar departemen: Memastikan kerjasama antar departemen dalam implementasi strategi BOS.
  - Pemantauan dan evaluasi: Melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala untuk memastikan strategi BOS berjalan sesuai rencana.

Penerapan Prinsip BOS pada Pariwisata Bangka Belitung:

- 1) Menawarkan wisata bahari berkelanjutan. Seperti meningkatkan kualitas wisata bahari dengan fokus pada pelestarian terumbu karang dan pemberdayaan masyarakat lokal.
- 2) Mengembangkan wisata budaya yang unik. Menawarkan wisata budaya yang mengangkat tradisi dan kearifan lokal Bangka Belitung, seperti wisata ke desa-desa tradisional, pertunjukan seni budaya, dan wisata kuliner.
- 3) Memanfaatkan teknologi *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR). Menyediakan pengalaman wisata *virtual* yang memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi Bangka Belitung secara *virtual* sebelum mereka berkunjung.
- 4) Mengembangkan paket wisata edukasi. Menawarkan paket wisata yang edukatif, seperti wisata ke museum, situs bersejarah, dan taman nasional.
- 5) Menyelenggarakan event pariwisata internasional. Mengadakan *event* pariwisata internasional yang menarik wisatawan dari berbagai negara, seperti festival budaya, festival musik, dan lomba olahraga bahari.

**Melaksanakan Rangkaian Strategi BOS untuk Menciptakan Peluang Industri Pariwisata Tanpa Persaingan di Provinsi Bangka Belitung**

Pariwisata di Bangka Belitung memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh dengan mengadopsi Strategi *Blue Ocean* yang berfokus pada penciptaan pasar baru dan unik yang bebas dari persaingan ketat, berbeda dengan strategi *Red Ocean* yang berfokus pada persaingan pasar yang sudah ada. Rangkaian Strategi *Blue Ocean* untuk mengembangkan pariwisata di Bangka Belitung dengan menciptakan nilai baru yang menarik bagi wisatawan.

**Analisis Situasi dan Identifikasi Peluang**

a. Analisis situasi dengan melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats*) untuk memahami posisi Bangka Belitung saat ini.

<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keindahan alam</li> <li>• Pantai yang eksotis</li> <li>• Kaya akan budaya lokal</li> <li>• Keunikan flora dan fauna</li> <li>• Warga lokal yang ramah</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruktur yang belum memadai</li> <li>• Kurangnya promosi</li> <li>• Rendahnya kualitas layanan wisata</li> <li>• Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan</li> <li>• Keamanan yang rentan di destinasi wisata</li> <li>• Minimnya kerajinan khas bangka belitung dan harganya yang relatif mahal</li> <li>• Harga tiket dan souvenir relatif mahal dibandingkan daerah lain</li> <li>• Kurangnya transportasi menuju destinasi wisata</li> </ul>
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wisatawan yang mencari destinasi baru dan eksotis</li> <li>• Banyak wisata yang belum terjamah dan dikembangkan</li> <li>• Kuliner unik yang menjadi ciri khas bangka belitung</li> <li>• Banyaknya budaya bangka belitung yang dapat di explore wisatawan</li> <li>• Penambahan fasilitas penunjang</li> </ul>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan destinasi wisata di daerah lain</li> <li>• Adanya perubahan iklim</li> <li>• Adanya krisis ekonomi.</li> <li>• Eksploitasi sumberdaya alam yang merusak destinasi wisata</li> </ul>

- b. Identifikasi peluang pasar baru yang belum terlayani atau kurang terlayani dalam industri pariwisata seperti wisatawan yang tertarik pada ekowisata, budaya lokal, ataupun petualangan unik. Termasuk wisatawan internasional yang mencari destinasi yang belum terlalu ramai atau segmen keluarga yang menginginkan pengalaman liburan yang berbeda.

Dengan menerapkan strategi *Blue Ocean*, Bangka Belitung dapat menciptakan pasar baru dalam industri pariwisata yang unik dan tanpa persaingan langsung. Strategi ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik destinasi tetapi juga memastikan keberlanjutan dan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

## Hasil

Menurut Putri, Tumbel, dan Jorie (2022) berdasarkan hasil penelitian bahwasannya salah satu faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas penerapan BOS di bidang industri pariwisata adalah jika suatu daerah tidak memiliki objek wisata, maka kemungkinan besar tidak ada wisatawan yang ingin berkunjung ke daerah tersebut. Objek serta daya tarik wisata merupakan bagian penting dalam lingkungan hidup yang terdiri dari sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya buatan yang dikembangkan dan dikelola sebagai daya tarik untuk menjadi destinasi wisata atau tujuan wisata.

Menurut Hamsani dan Valeriani (2015), dijelaskan bahwa Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki beragam potensi objek wisata yang dapat dikembangkan. Terdapat 56 destinasi Bahari, 8 wisata Sejarah, 45 tempat wisata budaya dan religi, serta 20 lokasi agro wisata. Selain keterbatasan anggaran dan kurangnya infrastruktur pariwisata yang memadai, pengembangan objek wisata ini juga masih terhambat oleh sumber daya manusia. Beberapa pelaku pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mengungkapkan bahwa pengelolaan kawasan wisata di Bangka Belitung masih kurang optimal dan memerlukan perbaikan, terutama dalam hal infrastruktur dan fasilitas pendukung. Kurangnya kerajinan lokal khas Bangka Belitung seperti souvenir, kaos, gantungan kunci, dan produk lainnya menyebabkan banyak wisatawan pulang tanpa membawa oleh-oleh. Jika ada, harga produk-produk tersebut cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan souvenir dari daerah lain. Penambahan fasilitas pendukung seperti area relaksasi, permainan outbond, dan fasilitas lainnya diperlukan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke wisata Bangka Belitung. Biaya tiket yang masih cukup tinggi menjadi salah satu hambatan bagi wisatawan yang ingin mengunjungi Bangka Belitung, ditambah dengan jumlah maskapai penerbangan yang terbatas. Keterbatasan angkutan umum dan taksi pada malam hari juga menjadi kendala bagi wisatawan yang ingin menjelajahi Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Setelah penulis menganalisis menggunakan analisis SWOT, Bangka Belitung memiliki potensi yang signifikan untuk berkembang menjadi destinasi wisata unggulan dengan mengatasi kekurangan yang ada, memanfaatkan peluang pasar yang baru, dan menghadapi tantangan dengan strategi yang tepat. Dengan keindahan alam yang memukau, pantai yang eksotis, serta kekayaan budaya lokal yang unik, Bangka Belitung menawarkan daya tarik yang kuat bagi wisatawan. Namun, untuk mencapai potensi tersebut, perlu ada peningkatan infrastruktur dan promosi yang lebih gencar untuk menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional. Rendahnya kualitas layanan wisata dan kesadaran Masyarakat terhadap

kebersihan lingkungan juga perlu ditingkatkan, sementara keamanan di destinasi wisata harus lebih diperhatikan. Selain itu, perlu ada upaya untuk mengembangkan dan memasarkan kerajinan khas daerah dengan harga yang kompetitif.

Dengan demikian, Bangka Belitung dapat menarik wisatawan yang mencari destinasi baru dan eksotis, menawarkan ekowisata, budaya lokal, dan petualangan unik. Segmen pasar baru, seperti wisatawan internasional yang mencari tempat yang belum ramai dan keluarga yang menginginkan pengalaman liburan berbeda, dapat menjadi target utama. Dengan strategi yang tepat, termasuk penambahan fasilitas penunjang dan menjaga kelestarian sumber daya alam, Bangka Belitung bisa menjadi destinasi wisata unggulan yang berkelanjutan dan kompetitif di pasar global.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penerapan kerangka *Blue Ocean Strategy* (BOS) dan enam prinsip *Blue Ocean* akan membantu menciptakan pasar baru yang belum dijelajahi dan menghindari persaingan ketat di pasar yang sudah ada. Kerangka BOS memandu para pemangku kepentingan dalam merancang strategi yang efektif, sedangkan enam prinsip *Blue Ocean* memberikan arahan khusus untuk menciptakan nilai tambah yang unik bagi industri pariwisata Bangka Belitung. Untuk mengembangkan pariwisata di Bangka Belitung perlu dilakukan analisis situasi dan identifikasi peluang melalui analisis SWOT. Peluang pasar baru harus diidentifikasi, seperti wisatawan yang tertarik dengan ekowisata, budaya lokal, atau petualangan unik. Pengembangan utilitas, penetapan harga yang strategis, dan pemasaran yang efektif juga penting dalam menciptakan proposisi nilai yang unik bagi wisatawan.

Konsep ECRR dalam *Blue Ocean Strategy* dapat diterapkan untuk menciptakan pasar baru yang unik dan menarik. Konsep ECRR melibatkan penghapusan elemen-elemen yang tidak memberikan nilai tambah yang signifikan, penciptaan fitur-fitur baru, peningkatan kualitas layanan yang ada, dan pengurangan biaya-biaya yang tidak penting. Dengan menerapkan *Blue Ocean Strategy* dan prinsip-prinsipnya, industri pariwisata Bangka Belitung dapat menciptakan pasar baru dan unik, mengurangi persaingan langsung, dan memberikan nilai baru yang menarik bagi wisatawan, sehingga mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

### **Saran**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan industri pariwisata di Provinsi Bangka Belitung yaitu ;

#### **1) Adopsi Strategi *Blue Ocean***

Disarankan untuk mengadopsi strategi *Blue Ocean* dalam pengembangan pariwisata Bangka Belitung untuk menciptakan pasar baru yang unik dan tanpa persaingan. Hal ini dapat membantu menciptakan proposisi nilai unik yang menarik bagi wisatawan.

#### **2) Analisis SWOT**

Penting untuk melakukan analisis SWOT guna memahami posisi saat ini, mengidentifikasi peluang pasar baru, serta mengatasi tantangan dan ancaman yang ada. Analisis ini akan membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif.

### 3) Penerapan Konsep ECRR

Menggunakan konsep ECRR *Blue Ocean Strategy* dalam mengembangkan pariwisata Bangka Belitung, terutama dalam mengarahkan transformasi paradigma menuju pariwisata bahari yang berkelanjutan. Hal ini dapat menciptakan nilai tambah yang menarik bagi wisatawan.

### 4) Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Langkah-langkah strategis harus difokuskan pada meningkatkan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat setempat. Hal ini dapat dilakukan dengan menyelaraskan seluruh sistem dan mengatasi hambatan organisasi utama.

### 5) Menjadi Destinasi Wisata Unggulan

Dengan menerapkan strategi yang tepat, Bangka Belitung memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata unggulan yang berkelanjutan dan kompetitif di pasar global. Fokus pada gambaran besar dan menciptakan keunggulan yang membedakan dari destinasi wisata lainnya dapat menjadi kunci kesuksesan dalam pengembangan pariwisata di daerah tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chrismardani, Y. (n.d.). *IMPLEMENTASI BLUE OCEAN STRATEGY DI INDONESIA*. 8.
- Devi Valerian, R. S. (October 2015 ). *Alternative Tourism in the Belitung Island with the Blue Tourism Concepts as the Effort to Achieve the Quality of Life, Quality of Opportunity and Quality of Experience . Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol 6 No 5 S5, 6.*
- Dewa Ayu Tenara Kardinia Cidhy, L. M. (2016). *Pariwisata Kreatif Dan Kegiatan Ekstrakurikuler Berbasis Bambu Dalam Pengembangan Model Bisnis CV Suratini Bamboo. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 13, 13.*
- Hamsani, D. V. (n.d.). *BLUE OCEAN STRATEGY PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROPINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG. ( the development of tourism, blue ocean strategy), 15.*
- Hermawan, H. (September 2017). *Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot. Vol. IV No. 2(SWOT Pariwisata), 11.*
- Muzha, V. K. (2015). *MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN BLUE OCEAN STRATEGY (Vol. 4, No. 1 ed.). Malang: JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.*
- Nggini, Y. H. (Februari 2019 ). *ANALISIS SWOT ( STRENGTH, WEAKNES, OPPORTUNITY, THREATS) TERHADAP KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA PROVINSI BALI. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol 3, No. 1, 12.*
- Rahma, A. A. (2020). *Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. Jurnal Nasional Pariwisata, 12(1), 1-8.*

- Rifqi Asy'ari, R. D. (2021). *Kajian Konsep Ekowisata Berbasis Masyarakat Dalam Menunjang Pengembangan Pariwisata: Sebuah Studi Literatur. Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya (Pariwisata Budaya)*.
- Suhendi. (Tahun 2022). *Implementasi Blue Ocean Strategy (BOS) dalam Pemasaran STIE Miftahul Huda . Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 6 Nomor 1 , Halaman 1528-1538.*
- Trisanty Hanibe Putri, A. L. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kabupaten Kepulauan Sangihe . Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum) , Vol. 6 No. 1, 839 -850.*
- Wahyudi, T. W. ( 15 Desember 2023). *USULAN STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU SEBEDANG MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN BLUE OCEAN. Jurnal Untan, Volume 7, No. 3(Blue Ocean, Danau Sebedang, Strategi Pengembangan, SWOT), 122-129.*
- Zulfadli, D. W. ( Desember 2015). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KAMPOENG WISATA CINANGNENG DI KABUPATEN BOGOR DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS UNIVERSITAS TELKOM. e-Proceeding of Management, Vol.2, No.3( Strategi; Model Bisnis; SWOT; Model Bisnis Kanvas), 2503.*