

KONSTRUKSI PEMBERDAYAAN WISATA ALAM MELALUI “MARKETPLACE ONLINE” BERBASIS *BRAND STRATEGY* UNTUK PERCEPATAN PEMBANGUNAN DAN PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI 4.0 DI DAERAH TERTINGGAL WILAYAH PESISIR JAWA TIMUR



Tim Pelaksana:
Dr. SOEHARDJOEPRI, M.Si (Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya)
Dr. MAMAK BALAFIF, M.EC (Universitas Bhayangkara Surabaya)
ANAK AGUNG SAGUNG ALIT WIDYASTUTI, ST, MT (Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya)

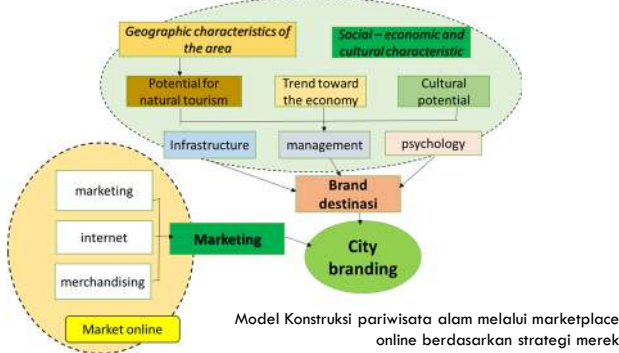


Konteks pemasaran sebuah daerah, kota, dan negara telah menjadi suatu hal yang sangat dinamis, kompetitif, dan banyak dibicarakan akhir akhir ini. Kota, daerah, dan negara menyadari bahwa perlunya *brand strategy* yang akan memberikan banyak keuntungan dan manfaat bagi daerah itu sendiri. Dengan diberlakukannya MEA pada awal tahun 2016 beberapa waktu lalu, menjadikan pemerintah memiliki peranan yang sangat strategis dalam menciptakan nilai (*value*), dan juga daya saing kota di tengah ekonomi global. Luasnya kawasan pesisir yang ada di Indonesia berpengaruh terhadap tingkat kehidupan sosial ekonomi masyarakat. permasalahan kemiskinan, kesenjangan sosial, kelangkaan sumberdaya perikanan, konflik sosial antar kelompok pengrajin ikan laut dan kerusakan ekosistem. Kriteria daerah tertinggal: perekonomian masyarakat, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, kemampuan keuangan daerah, aksesibilitas dan karakteristik daerah^{1}. Sesuai peraturan presiden nomor 131 Tahun 2015 tentang Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2015-2019 di Jawa Timur adalah: 1.Kab. Bondowoso; 2. Kab. Situbondo; 3. Kab. Bangkalan; 4. Kab. Sampang. Dalam memacu pertumbuhan suatu wilayah atau negara sangat tergantung dari keunggulan atau daya saing sektor-sektor ekonomi wilayahnya. Sektor basis yang menjadi penentu utama dalam memacu pertumbuhan perekonomian suatu wilayah atau negara, juga terdapat keunggulan kompetitif yang dimiliki setiap sektor. Hal ini dijelaskan dalam teori daya saing yang merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Pendekatan yang sering digunakan untuk mengukur daya saing salah satu indikatornya yaitu keunggulan kompetitif, yang merupakan kemampuan suatu daerah untuk memasarkan produknya ke luar daerahnya^{2}. Pembangunan yang merata perlu dilakukan terlebih bagi masyarakat di daerah tertinggal obyek penelitian yaitu Bangkalan dan Situbondo, yang berada di daerah pesisir. Mereka termasuk *agent of development* yang paling reaktif terhadap perubahan lingkungan. Sayangnya tempat wisata alam daerah tertinggal tersebut masih belum banyak yang mengunjungi karena status kota Situbondo dan Bangkalan bukan kota wisata. Hal ini terdengar seperti sebuah kekurangan namun bagi wisatawan merupakan hal yang sangat menarik^{3}.

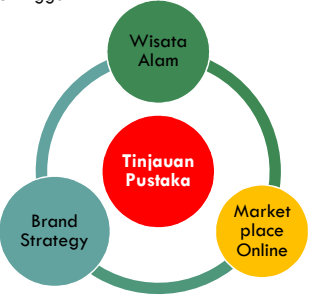
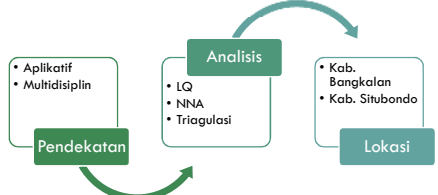
TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memanfaatkan potensi wisata alam di daerah tertinggal wilayah pesisir Jawa Timur secara optimal guna peningkatan taraf kehidupan ekonomi masyarakat di wilayah yang mata pencahariannya berasal dari sekitar daerah wisata alam agar terjadi peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), dengan judul: Konstruksi Pemberdayaan Wisata Alam Melalui “Marketplace Online” Berbasis Positioning Untuk Percepatan Pembangunan Dan Peningkatan Daya Saing Industri 4.0 Di Daerah Tertinggal Wilayah Pesisir Jawa Timur Dengan lokasi penelitian di 2 kabupaten yaitu: 1.Kab. Situbondo; 2.Kab. Bangkalan. Metode: Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu ekonomi pembangunan, matematika terapan dan informatika. Target Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan secara bertahap selama tiga tahun. Tahun pertama melakukan identifikasi stakeholder untuk pembentukan model yang berlangsung di wilayah obyek penelitian wisata alam di daerah tertinggal wilayah pesisir. Tahun kedua, model wisata alam melalui “marketplace online” berbasis positioning untuk percepatan pembangunan dan peningkatan daya saing industri 4.0 di daerah tertinggal wilayah pesisir jawa timur. Tahun ketiga, uji coba model wisata alam melalui “marketplace online” berbasis positioning untuk percepatan pembangunan dan peningkatan daya saing industri 4.0 di daerah tertinggal wilayah pesisir jawa timur.

PEMBAHASAN ANALISIS TRIAGULASI



METODOLOGI



KESIMPULAN

