

# Perumusan *Blue Ocean Strategy* dan *Coopetition* dalam Pengembangan Desa Wisata Menuju Pariwisata Berkelanjutan untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal di Kabupaten Klaten

Nelly Purnama Sari

Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University, Bogor

## ABSTRAK

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Desa wisata merupakan strategi untuk meningkatkan atraksi pariwisata dengan memanfaatkan potensi budaya, lingkungan, dan sumber daya desa. Di Kabupaten Klaten, Desa Ponggok telah berhasil mengembangkan pariwisata dengan pendirian BUMDes Tirta Mandiri yang mengelola potensi alam berupa sumber air dan objek wisata lainnya. Namun, tidak semua desa wisata mencapai kesuksesan serupa. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat, seperti *Blue Ocean Strategy* dan *cooperation strategy*, dalam pengembangan desa wisata menuju pariwisata berkelanjutan. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi potensi, kelemahan, peluang, dan ancaman desa wisata di Kabupaten Klaten. Selain itu, penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *cooperation strategy* juga dibahas sebagai langkah-langkah dalam pengembangan desa wisata. Penting untuk melibatkan berbagai pihak terkait, seperti pemerintah, masyarakat, akademisi, dan pelaku industri pariwisata, serta melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala untuk mencapai pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Klaten.

**Kata kunci:** *Blue Ocean Strategy*, *Coopetition*, Pariwisata Berkelanjutan

## Abstract

*The tourism sector has an important role in the economic development of a country. The tourism village is a strategy to increase tourism attractions by utilizing the cultural, environmental and village resource potential. In Klaten Regency, Ponggok Village has succeeded in developing tourism with the establishment of Tirta Mandiri BUMDes which manages natural potential in the form of water sources and other tourist objects. However, not all tourist villages achieve similar success. Therefore, the right strategy is needed, such as the Blue Ocean Strategy and cooperation strategy, in developing tourism villages towards sustainable tourism. In this study, a SWOT analysis was carried out to identify the potential, weaknesses, opportunities and threats of tourism villages in Klaten Regency. In addition, the application of the Blue Ocean Strategy and cooperation strategy are also discussed as steps in developing tourism villages. It is important to involve various related parties, such as the government, community, academics, and tourism industry players, as well as carry out periodic monitoring and evaluation to achieve sustainable tourism in Klaten Regency.*

**Key words:** *Blue Ocean Strategy*, *Coopetition*, *Sustainable Tourism*

## 1. PENDAHULUAN (10%)

Sektor pariwisata saat ini tengah menjadi salah satu komponen sentral dalam perkembangan ekonomi suatu negara dan untuk beberapa negara merupakan salah satu pendapatan utama negara (Purnomo et al., 2020). Sektor pariwisata semakin beragam dengan, tidak hanya menawarkan rekreasi saja, saat ini sektor pariwisata juga menawarkan produk budaya, sosial, teknologi, pengalaman,

wawasan atau ilmu pengetahuan maupun bisnis. Hal ini membuat menjadi landasan untuk pembangunan wisata berkelanjutan di sebagian besar wilayah di dunia (Turner & Freiermuth, 2016). Pengembangan wisata berkelanjutan tentu memerlukan banyak sumber daya dan kompetensi yang baik supaya wisatawan merasa puas dengan pengalaman di destinasi wisata yang telah dikunjungi.



Desa wisata merupakan produk wisata yang dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki desa, baik berupa masyarakat, alam, dan budaya sebagai sebuah identitas yang memiliki daya tarik wisata (Sudibya, 2018). Karena keunikan dan keragaman yang dimiliki masing-masing desa, pengembangan desa wisata dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan atraksi atau daya tarik pariwisata Indonesia. Selain dapat dijadikan strategi diversifikasi produk, karakteristik lain yang menjadikan desa wisata penting untuk diimplementasikan adalah aspek pelestarian budaya dan lingkungan hidup.

Melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Pemerintah Indonesia memberikan kewenangan yang tinggi kepada desa untuk mengelola aset dan meningkatkan kemandirian ekonomi desa. Berdasarkan UU Desa, desa dapat membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain dengan adanya UU Desa, pemerintah Indonesia juga membantu desa melalui dana desa yang meningkat setiap tahunnya. Keberhasilan pemanfaatan dana desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat salah satunya terjadi di Desa Ponggok Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah yaitu melalui pendirian BUMDes Tirta Mandiri. Badan Usaha Milik Desa ini berfungsi untuk mengelola potensi sumber daya alam yang ada di desa untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Purnomo et al., 2020).

Desa Ponggok memiliki potensi alam berupa sumber mata air jernih, segar dan melimpah dengan Umbul Ponggok sebagai objek wisata andalan. Desa Ponggok memiliki beberapa objek wisata, antara lain Umbul Ponggok, Umbul Besuki, Umbul Sigedhang, dan Waduk Galau. Selain itu, Desa Ponggok juga menawarkan wisata edukasi terkait tata kelola desa dan BUMDes, pengelolaan wisata, budidaya perikanan, budidaya maggot, ketahanan pangan, pertanian, pengelolaan sampah, dan UMKM.

Keberhasilan Desa Ponggok meraih penghargaan nasional menarik untuk dikaji karena dapat menjadi inspirasi bagi daerah lain dalam meningkatkan peran desa. pemerintah desa untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat. Pasalnya, Desa Ponggok yang awalnya terbelakang, kini menjadi desa mandiri yang kesejahteraan warga desanya semakin meningkat. Keberhasilan Badan Usaha Milik Desa dalam mengelola potensi desa dilalui dengan perjuangan keras oleh pengurus Badan Usaha Milik Desa dan kemampuan kepala desa untuk memotivasi semua pengurus yang terlibat. Tidak semua dari 27 Desa Wisata ini telah berhasil seperti Desa Ponggok, beberapa desa masih dalam tahap pengembangan, sehingga untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan diperlukan strategi yang tepat untuk mewujudkannya.

Strategi pembangunan berkelanjutan dalam dunia bisnis yang cukup terkenal salah satunya yaitu Blue Ocean Strategy. Blue Ocean Strategy adalah kerangka kerja strategis yang dikembangkan oleh W. Chan Kim dan Renée Mauborgne yang bertujuan untuk menciptakan ruang pasar yang belum dimanfaatkan dan biasa disebut sebagai "lautan biru". Melalui inovasi yang signifikan dan diferensiasi yang kuat, penerapan Blue Ocean Strategy dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan memperluas pangsa pasar dengan cara yang berbeda dari pesaing. Pada konteks pariwisata berkelanjutan maka keunggulan kompetitif merupakan salah satu point penting dalam keberhasilannya maka hal ini memungkinkan Blue Ocean Strategy dapat di adopsi dalam konteks pariwisata. Sehingga rumusan masalahnya yaitu **“Bagaimana penerapan Blue Ocean Strategy dalam Pengembangan Desa Wisata Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Klaten?”**

Selain menggunakan blue ocean strategy dapat pula menggunakan cooperation strategy. Cooperation strategy itu sendiri mengacu pada suatu situasi dimana para patner bekerja bersama untuk menyelesaikan masalah spesifik untuk mencapai tujuan bersama (Rodríguez-Pinto et al., 2011). Penggabungan antara strategi competition dan cooperation dikenal dengan istilah coopetition. Coopetition ini dilakukan dalam upaya mendapatkan manfaat yang lebih optimal (Ritala and Bouncken, 2016). Desa-desa wisata di Klaten memang bersaing dalam untuk mendapatkan wisatawan, namun karena terletak dalam satu



wilayah memungkinkan untuk menerapkan model cooperation strategy. Sehingga rumusan masalahnya yaitu **“Bagaimana penerapan Blue Cooperation strategy dalam Pengembangan Desa Wisata Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Klaten?”**

## 2. METODE (15%)

Metode yang digunakan untuk merumuskan strategi dalam makalah ini yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal (Utami et al., 2019). Sumber data penelitian ini adalah data selunder yang berasal dari Literature Review atau tinjauan pustaka. Literatures review adalah uraian tentang teorisi, temuan dan bahan penelitian lain yang diperoleh dari bahana

acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian. Literature review berisi ulasan, rangkuman, dan pemikiran penulis tentang beberapa sumber pustaka (artikel, buku, slide, informasi dari internet, dll) tentang topik yang dibahas (Sugiyono, 2015).

## 3. Hasil dan Pembahasan (70%)

### 3.1 Potensi Objek Wisata Desa Wisata Klaten Secara Umum dengan *SWOT Analysis*

Kabupaten Klaten merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Jawa Tengah dengan potensi kekayaan alam yang berupa sumberan mata air yang kemudian dikelola oleh masyarakat maupun pemerintah setempat, dalam data sumbermata air wilayah Kabupaten Klaten pada tahun 2007 terdapat 206 sumber mata air dengan pemanfaatan yang berbeda-beda, beberapa dari sumbermata air tersebut dimanfaatkan sebagai obyek wisata umbul dengan potensi yang mendukung sebagai produk suatu industri pariwisata (DPU Bid. Sumberdaya Alam, 2017). Tidak hanya umbul, mereka juga mengembangkan wisata kolam renang dan pemancingan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Jannah, 2018) maka dapat dirangkum hasil analisis SWOT wisata di Kabupaten Klaten nya secara umum sebagai berikut :

Strenghts (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sudah tersedia baik dari kamar mandi, parkir, tempat ibadah, rumah makan.</li> <li>2. Kondisi obyek wisata yang bersih dan terawat serta adanya petugas yang menjaga kebersihan obyek wisata.</li> <li>3. Sumber mata air yang jernih dan banyak dikunjungi oleh anak-anak untuk bermain air.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beberapa wisata belum adanya penunjuk arah yang memudahkan agar wisatawan mudah sampai dilokasi obyek wisata tersebut.</li> <li>2. Belum adanya atraksi penangkap sebagai penahan wisatawan.</li> <li>3. Beberapa tempat wisata kebersihan MCK/toiletnya belum terawat dengan baik.</li> <li>4. Beberapa tempat wisata memiliki lokasi yang kurang strategis serta kondisi jalan yang sempit dan kondisi aspal kurang baik</li> </ol>
Opportunities (Peluang)	Threat (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ramainya wistawan yang berkunjung sehingga dapat dimanfaatkan masyarakat untuk berjualan disekitar obyek wisata sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar</li> <li>2. Pemanfaatan obyek wisata umbul sebagai terapi Kesehatan mampu</li> </ol>	<p>Beberapa tempat wisata tidak memiliki pengawasan keamanan yang baik sehingga kemanana wisatawan tidak terjamin.</p>

meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung	
---	--

Sumber: (Jannah, 2018)

### 3.2 Implementasi Blue Ocean Strategy dalam Pengembangan Desa Wisata menuju Pariwisata Berkelanjutan

Berikut adalah analisis Blue Ocean Strategy dalam konteks tersebut:

1. Identifikasi pasar baru: Dalam pengembangan desa wisata, langkah pertama adalah mengidentifikasi segmen pasar baru yang belum dimanfaatkan sepenuhnya. Kabupaten Klaten mungkin memiliki sumber daya alam, budaya, atau tradisi yang belum dieksplorasi dengan baik untuk pariwisata. Misalnya, desa-desa dengan pemandangan alam yang indah, warisan budaya yang kaya, atau kerajinan lokal yang unik.
2. Mengurangi dan menghilangkan faktor-faktor yang membuat pariwisata tidak berkelanjutan: Salah satu aspek penting dari pariwisata berkelanjutan adalah meminimalkan dampak negatif pada lingkungan, budaya, dan masyarakat setempat. Dalam Blue Ocean Strategy, perlu mengidentifikasi dan menghilangkan faktor-faktor yang membuat pariwisata tidak berkelanjutan, seperti polusi, kerusakan lingkungan, atau pengusuran masyarakat setempat.
3. Inovasi layanan: Salah satu poin penting dalam Blue Ocean Strategy adalah menciptakan nilai tambah yang unik bagi pelanggan. Dalam pengembangan desa wisata, perlu mengembangkan layanan-layanan yang berbeda dan inovatif yang belum ada di pasar. Misalnya, menawarkan pengalaman yang berbeda melalui aktivitas ekowisata, tur budaya, atau pelatihan keterampilan tradisional bagi wisatawan.
4. Kolaborasi dan kemitraan: Dalam Blue Ocean Strategy, kolaborasi dengan berbagai pihak dapat memperluas pasar dan mengurangi risiko. Dalam konteks pengembangan desa wisata, kerja sama dengan pemerintah daerah, komunitas

lokal, perguruan tinggi, dan sektor swasta dapat membantu mengembangkan infrastruktur pariwisata, meningkatkan aksesibilitas, dan memperkuat daya tarik wisata.

5. Pemasaran dan branding: Dalam Blue Ocean Strategy, penting untuk membangun merek yang kuat dan mengkomunikasikan nilai tambah yang ditawarkan. Dalam pengembangan desa wisata, branding yang efektif dapat meningkatkan citra dan daya tarik destinasi. Promosi melalui media sosial, website, dan kerjasama dengan agen perjalanan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan.
6. Pemantauan dan evaluasi: Dalam Blue Ocean Strategy, penting untuk terus memantau dan mengevaluasi kinerja strategi yang diterapkan. Dalam pengembangan desa wisata, perlu melakukan pemantauan terhadap dampak pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat setempat. Evaluasi berkala dapat membantu mengidentifikasi keberhasilan, hambatan, dan peluang pengembangan lebih lanjut.

Dalam menerapkan Blue Ocean Strategy dalam pengembangan desa wisata menuju pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Klaten, penting untuk melibatkan berbagai pihak terkait, seperti pemerintah, masyarakat lokal, akademisi, dan pelaku industri pariwisata. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat menciptakan nilai tambah yang unik dan berkelanjutan bagi pariwisata di Kabupaten Klaten, sambil meminimalkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat setempat.

### 3.3 Implementasi Coopetition Strategy dalam Pengembangan Desa Wisata menuju Pariwisata Berkelanjutan

Coopetition strategy merupakan pendekatan strategis yang melibatkan kerjasama (cooperation) dan persaingan (competition) antara para pemangku

kepentingan untuk mencapai keuntungan bersama. Dalam konteks pengembangan desa wisata menuju pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Klaten, dapat diterapkan strategi coopetition dengan melibatkan berbagai pihak terkait. Berikut adalah analisis coopetition strategy dalam konteks tersebut:

1. Identifikasi dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan: Identifikasi dan melibatkan pemangku kepentingan yang relevan, seperti pemerintah daerah, masyarakat lokal, perguruan tinggi, pelaku industri pariwisata, dan LSM lingkungan. Melalui kerjasama ini, setiap pemangku kepentingan dapat berkontribusi dengan keahlian dan sumber daya mereka untuk mengembangkan desa wisata yang berkelanjutan.
2. Pemahaman bersama tentang tujuan dan nilai-nilai berkelanjutan: Penting untuk mencapai pemahaman bersama antara semua pihak terkait mengenai tujuan pengembangan desa wisata berkelanjutan. Hal ini melibatkan diskusi dan komunikasi yang terbuka tentang keuntungan jangka panjang, nilai-nilai budaya dan lingkungan yang perlu dijaga, serta manfaat ekonomi yang dapat diperoleh.
3. Pembagian sumber daya dan peran: Dalam coopetition strategy, penting untuk membagi sumber daya dan peran antara pemangku kepentingan. Misalnya, pemerintah daerah dapat bertanggung jawab atas pembangunan infrastruktur pariwisata, perguruan tinggi dapat memberikan pengetahuan dan penelitian untuk pengembangan berkelanjutan, sementara masyarakat lokal dapat menyediakan layanan wisata dan menjaga kelestarian lingkungan setempat.
4. Inovasi kolaboratif: Melalui kerjasama, pemangku kepentingan dapat mendorong inovasi kolaboratif dalam pengembangan desa wisata. Ini dapat meliputi pengembangan produk wisata yang unik, peningkatan layanan pelanggan, atau penggunaan teknologi hijau untuk mengurangi dampak lingkungan. Inovasi kolaboratif ini

dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan daya tarik bagi desa wisata Klaten.

5. Pengembangan paket wisata bersama: Pemangku kepentingan dapat bekerja sama untuk mengembangkan paket wisata yang menarik dan berkelanjutan. Ini bisa mencakup kerjasama dalam merancang tur, mengembangkan program pelatihan bagi masyarakat setempat, atau promosi bersama untuk menarik wisatawan. Dengan demikian, desa wisata di Kabupaten Klaten dapat menawarkan pengalaman yang kohesif dan komprehensif kepada wisatawan.
6. Pertukaran pengetahuan dan pembelajaran: Coopetition strategy juga melibatkan pertukaran pengetahuan dan pembelajaran antara pemangku kepentingan. Melalui kolaborasi, mereka dapat saling berbagi best practice, pengalaman, dan pelajaran yang dipelajari dalam pengembangan desa wisata. Hal ini dapat membantu memperbaiki kinerja secara kolektif dan mencapai tujuan pariwisata berkelanjutan.

Dalam menerapkan coopetition strategy, penting untuk membangun kepercayaan, komunikasi yang efektif, dan kerangka kerja yang jelas bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat. Dengan demikian, pengembangan desa wisata di Kabupaten Klaten dapat menjadi kolaborasi yang saling menguntungkan antara persaingan dan kerjasama untuk mencapai pariwisata berkelanjutan.

#### **4. Simpulan**

Penerapan Blue Ocean Strategy dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Klaten. Strategi ini memungkinkan desa wisata untuk menciptakan nilai baru dengan menciptakan pasar yang belum dieksplorasi secara luas. Coopetition (kerjasama dan persaingan) juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan desa wisata. Kolaborasi antara desa-desa wisata, pelaku bisnis, pemerintah, dan komunitas lokal dapat memperkuat daya

tarik dan daya saing wilayah. Keberlangsungan dari suatu strategi hanya bisa dilakukan apabila terdapat Kerjasama yang serasi dari berbagai pihak sehingga diharapkan :

1. Pemerintah Kabupaten Klaten untuk memberikan perhatian lebih dalam pengembangan desa wisata. Ini termasuk memberikan dukungan kebijakan, pendanaan, dan infrastruktur yang diperlukan untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan.
2. Memastikan adanya pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat setempat terkait industri pariwisata. Ini akan membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengelola desa wisata secara berkelanjutan serta memberikan pengalaman wisata yang berkualitas.

#### DAFTAR PUSTAKA

Jannah, M. (2018). *Obyek Wisata Candi Di Kabupaten Klaten Jawa Tengah*. <https://docplayer.info/181377887-Analisis-potensi-obyek-wisata-umbul-di-kabupaten-klaten-jawa-tengah.html>

Purnomo, S., Rahayu, E. S., Riani, A. L., Suminah, S., & Udin, U. (2020). Empowerment model for sustainable

tourism village in an emerging country. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 261–270. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.261>

Rodríguez-Pinto, J., Carbonell, P., & Rodríguez-Escudero, A. I. (2011). *Speed or quality? How the order of market entry influences the relationship between market orientation and new product performance*, *International Journal of Research in Marketing. Elsevier B.V.*, 28(2), pp. 145–154. doi: 10.1016/j.ijresmar.2011.02.001.

Sudibya, B. (2018). Wisata Desa Dan Desa Wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22–26. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v1i1.8>.

Sugiyono. (2015). metode penelitian. *Repository Unika Sogijapranata*, 1–100. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>

Turner, R., & Freiermuth, E. (2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016 Indonesia*. London: World Travel & Tourism Council.

Utami, Y. S., Simanjuntak, O. S., Permadi, V. A., & Sasmita, A. (2019). *SWOT Analysis As An Instrument For Strategic Planning Of Batik Kayu Craft Small Medium-Sized Enterprises ( SMEs ) In Krebet Bantul Yogyakarta*. 1(2), 94–102.

