



## WIDYA PUBLIKA

JURNAL ILMIAH MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK  
PASCASARJANA UNIVERSITAS NGURAH RAI

### **SENDANG BIRU TOURISM PENCIPTAAN VALUE CREATION SEBAGAI OPTIMALISASI PENGEMBANGAN POTENSI WISATA BAHARI BERBASIS PENTA HELIX MODEL**

**Ida Ayu Githa Girindra**

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya; email : Daygitha@gmail.com

---

#### **Abstract**

*Pantai Sendang Biru which is located in Malang Regency which has potential resources with development in socio-economic field. In addition, Sendang Biru Beach is also front corridor in the Sempu Island Nature Reserve which affects the vulnerability of area due to its proximity and the large number of community activities on Sendang Biru Beach. This research uses descriptive research with qualitative approach. The analysis technique is SWOT. The result of research is Sendang Biru Beach has potential become the main pillar, such as catch fish farming, fishermen center, strategic location with Sempu Island Nature Reserve, and Fish Auction Place (TPI). This potential is integrated in the form of integrated marine tourism development, value creation, and integrated into solution in utilizing coastal potential. The implications of developing coastal potential are able to 1) Empower the community; 2) Welfare of society; 3) Increase creativity and productivity; 4) Improve the regional economy and society; and 5) potential branding strategy of Sendang Biru Beach. The development of marine tourism requires Penta-Helix based strategy that accommodates the five stakeholders according to their respective roles. The use of Penta-Helix-based strategy is a form of the 4.0 industrial revolution agenda, namely strengthening the industrial economy.*

**Keywords:** Maritime, Marine Tourism, Value Creation, Penta-Helix

---

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Program Kontribusi maritim melalui sektor produksi perikanan tangkap Indonesia pada 2012 adalah sebesar 5,44 juta ton dan meningkat menjadi 5,71 juta ton di 2013 atau tumbuh sebesar 4,96 persen. Pertumbuhan produksi ikan tangkap laut tertinggi jatuh pada 2014, yaitu sebesar 5,48 persen dibandingkan 2013 dengan jumlah produksi mencapai 6,04 juta ton. Pada 2015, jumlah produksi perikanan

tangkap laut mencapai 6,2 juta ton. Terkait dengan hal ini, Indonesia dianggap sebagai pemasok produk perikanan yang cukup kuat. Beberapa negara mengandalkan hasil perikanan Indonesia, seperti Cina, Amerika Serikat, dan Jepang. Berdasarkan data, pasokan ikan dunia tidak mengalami penurunan. Data yang terkumpul bahkan menunjukkan pertumbuhan produksi yang positif. Selain itu, meski memegang peringkat nomor dua di dunia untuk panjang pantai, Indonesia tidak serta merta unggul sebagai negara pengekspor hasil perikanan di dunia. Indonesia bahkan tidak masuk dalam daftar 10 pengekspor utama hasil perikanan dunia. Namun, dalam kategori produksi perikanan laut, Indonesia masih tetap memegang peran penting dalam perdagangan dunia. Indonesia menempati posisi kedua sebagai produsen perikanan laut terbesar. Meskipun Indonesia menempati posisi kedua sebagai produsen perikanan laut terbesar di dunia, namun kenyataannya sektor perikanan belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Hal ini terlihat dari kontribusinya yang hanya menyumbang sekitar 2 persen terhadap PDB Nasional.

Rendahnya kontribusi sektor perikanan menjadi sinyal bahwa pengelolaan dan koordinasi antara perencanaan dan pembangunan di bidang kelautan dan perikanan masih lemah. Padahal, dengan pengelolaan dan koordinasi yang tepat, Indonesia dapat memaksimalkan potensi kekayaan maritim dan menjadi negara maju. Sebab, untuk pertama kalinya, populasi dunia mengonsumsi lebih banyak ikan yang dibudidayakan ketimbang ikan tangkapan liar. Hal ini menunjukkan bahwa perikanan tangkap liar dapat dikelola secara berkelanjutan dan di satu sisi potensi budidaya ikan begitu besar. Potensi maritim Indonesia, selain meningkatkan gizi pengonsumsi, menjadi salah satu sumber pemasukan negara, sekaligus dapat mendukung mata pencaharian dengan pekerjaan yang produktif. Apalagi, Indonesia memiliki jumlah pekerja di bidang perikanan dan kelautan yang tergolong besar, bahkan salah satu terbanyak di Asia. Potensi lain yang dapat dimanfaatkan pada sektor maritim berupa sektor pariwisata. Hal ini terbukti bahwa Indonesia menempati garis pantai terpanjang ke dua di dunia. Menurut Menteri Pariwisata, Arief Yahya, menyampaikan bahwa potensi Indonesia yang besar di

sektor pariwisata, baik dari segi ukuran, pertumbuhan, maupun dampaknya (Departemen Komunikasi, 2016).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang paling murah dan mudah untuk dikembangkan. Pengembangan sektor pariwisata dapat memberi sumbangan yang berarti kepada PDB, cadangan devisa, dan lapangan pekerjaan (Departemen Komunikasi 2016). Berdasarkan Menteri Koordinator Maritim potensi sumbangan wisata maritime terhadap target perolehan 20 juta wisatawan di 2019 cukup besar, yaitu mencapai empat juta orang, jelas bahwa sumbangan untuk mencapai 20 miliar dolar AS dari pariwisata cukup besar dari sektor ini (Saroh, 2016). Hal ini terbukti bahwa sektor pariwisata menjadi sektor industri yang berkelanjutan, maka perlu adanya alokasi dana yang memadai untuk pengembangan sektor pariwisata. Gubernur Bank Indonesia pada salah satu diskusi menyampaikan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung oleh ekonomi di daerah, oleh karena itu perlu dilakukan reformasi di berbagai sektor dan penguatan pada sektor riil, seperti penguatan daya saing di bidang kemaritiman dan pariwisata (Departemen Komunikasi, 2016). Namun, masih banyak tantangan terhadap permasalahan yang terjadi pada sektor perikanan dan kelautan Indonesia, khususnya terhadap kesejahteraan perekonomian masyarakat pesisir yang mayoritas bermata pencaharian sebagai nelayan dan pelaku usaha pembudidayaan. Salah satunya terjadi pada masyarakat pesisir Pantai Sendang Biru yang terletak di wilayah Kabupaten Malang yang memiliki potensi sumberdaya dengan pengembangan di bidang sosial ekonomi.

Kawasan Pesisir Sendang Biru merupakan salah satu pantai yang prospektif untuk dikembangkan menjadi kawasan Industri Maritim yang berbasis pada Industri Perikanan Terpadu. Keunggulan dari pantai Sendang Biru adalah memiliki selat dengan barier Pulau Sempu, sehingga memberikan keamanan kepada armada tangkap yang berlabuh di Pusat Pendaratan Ikan Pondokdadap dan berhadapan langsung dengan Samudera Hindia. Produksi ikan yang di daratkan oleh nelayan Sendang Biru pada tahun ini sebesar 12.690,773 ton/tahun, sedangkan potensi stok ikan pelagis besar yang ada di Selatan Jawa 22.000 ton/tahun. berarti tingkat pemanfaatannya baru mencapai 57 persen. Dengan demikian, prospek

pengembangannya masih terbuka lebar, yaitu sebesar 43 persen. Potensi ikan yang tertangkap di perairan Malang Selatan dan yang teridentifikasi di pusat pendaratan ikan Pondokdadap serta catatan laporan statistik perikanan Kabupaten Malang terdapat 15 jenis ikan yang terklasifikasikan kedalam ikan pelagis besar dan kecil, demersal dan ikan karang seperti madidihang (*Thunnus albacares*), tuna mata besar (*Thunnus obesus*), albakora (*Thunnus allalunga*), tuna sirip biru selatan (*Thunnus macoyii*), dan tuna abu-abu (*Thunnus tonggol*) dan cakalang (*Katsuwonus pelamis*). Secara keseluruhan Pantai Sendang Biru memiliki potensi yang menjadi pilar utama, seperti pembudidayaan ikan tangkap, sentral nelayan, letak strategis dengan Cagar Alam Pulau Sempu, dan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) berupa Pelabuhan Perikanan Pantai Pondokdadap.

Berdasarkan potensi sumberdaya perikanan yang dimiliki dan kondisi topografis, geografis dan oceanografis, maka Kawasan Pesisir Sendang Biru perlu direncanakan pengembangan kawasan yang terpadu dan terencana, sehingga pembangunan tersebut dapat berkelanjutan. Value Creation menjadi langkah dalam menciptakan nilai tambah dari suatu potensi yang ada yang akan memberikan value. Penambahan nilai tersebut bertujuan menciptakan model ekonomi baru dan mendorong perekonomian masyarakat pesisir. Berdasarkan potensi sumberdaya yang dimiliki maka Kawasan Pesisir Sendang Biru perlu direncanakan pengembangan kawasan wisata bahari yang terpadu dan terencana. Hal ini sesuai dengan UU Nomor 01 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil. Upaya untuk merealisasikan pembangunan tersebut, maka pemerintah Kabupaten Malang dalam penyusunan perencanaan tersebut, semestinya melibatkan seluruh stakeholders dan merespon aspirasi masyarakat melalui suatu model Penta-Helix. Model ini mengkolaborasikan 5 aktor yang berkontribusi dalam pembangunan wisata bahari yaitu aktor pemerintah sebagai regulator, swasta sebagai penyedia modal, masyarakat sebagai sumber daya manusia serta pemberi aspirasi, akademisi berperan sebagai konseptor seperti melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan sumber daya manusia, dan media yang berperan sebagai expender dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image. Secara umum dijelaskan bahwa Penta-Helix merupakan

sebuah proses yang di dalamnya melibatkan berbagai stakeholder yang terkait untuk mengungkap kepentingan masing-masing instansi dalam mencapai tujuan bersama.

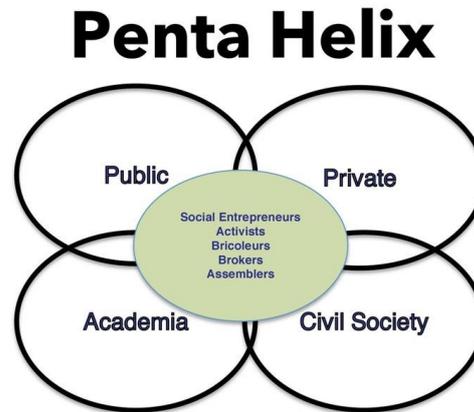
Pengembangan wisata bahari tersebut diperlukan model Penta-Helix yang mengakomodasi kelima stakeholders (Pemerintah, Swasta, Masyarakat, Akademisi, dan Media) sesuai dengan peran masing-masing. Model Penta-Helix tersebut sebagai wujud agenda industri 4.0, yaitu penguatan ekonomi industri. Pemerintah saat ini terus membahas mengenai industri generasi ke-empat atau industri 4.0. Bahkan, Presiden Joko Widodo (Jokowi) telah meresmikan peta jalan atau roadmap yang disebut Making Indonesia 4.0. Perwujudan optimalisasi potensi wisata bahari di Pantai Sendang Biru yang akan ditunjang oleh berbagai aspek dan berbagai sektor selain pemerintah, Dari uraian yang telah disajikan, dapat dihasilkan rumusan masalah yaitu bagaimana menerapkan konsep *Value Creation* sebagai optimalisasi pengembangan potensi wisata Sendang Biru menjadi wisata bahari terpadu dan terencana melalui model *Penta-Helix* ?

## II. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 *Penta Helix Model*

Model Penta Helix didasarkan pada lima jenis pemangku kepentingan yaitu bisnis, administrasi publik, penduduk lokal, sektor pengetahuan dan permodalan (Muhyi dkk, 2017). Model ini sangat cocok untuk masalah multi pemangku kepentingan dimana pemangku kepentingan mewakili berbagai kepentingan di suatu tempat atau masalah. Sedangkan menurut Halibas dkk (2017) Penta Helix adalah model pengembangan sosial-ekonomi melalui kolaborasi dan kemitraan antara akademisi, pemerintah, industri, LSM sektor masyarakat sipil, dan pengusaha sosial. Terdapat beberapa pendapat mengenai lima aktor dalam model Penta Helix. Namun model Penta Helix lebih dikenal dengan konsep ABCGM yaitu Academician, Business, Community, Government, dan Media (Slamet dkk, 2017). Kunci utama kesuksesan inovasi ini adalah adanya sinergi dan komitmen yang kuat antar pemangku kepentingan dalam menjalankan. Model Penta Helix sangat

berguna untuk mengelola kompleksitas berbasis aktor. Berikut merupakan gambar dari model Penta Helix :



Gambar 2.1 Penta-Helix Model

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa peran akademis adalah sebagai konseptor dengan melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan pada sumber daya manusia. Bisnis berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur TIK, dengan mendukung perubahan pada sumber daya manusia, proses bisnis dan produk yang dihasilkan ke era digital. Komunitas berperan sebagai akselerator sebagai sarana untuk memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital dan sebagai penghubung antar pemangku kepentingan. Pemerintah berperan sebagai regulator yang memiliki regulasi dan mengkoordinasi seluruh pemangku kepentingan. Media berperan expander untuk mendukung publikasi dalam promosi dan informasi. Model pengembangan sosial dan ekonomi Penta Helix mempromosikan budaya inovasi dan sinergi kreatif. Hal ini untuk inovasi sosial di mana para aktor berkumpul dari berbagai sektor masyarakat untuk berbagi tujuan bersama menggunakan keterampilan dan sumber daya khusus untuk mengatasi berbagai tantangan masyarakat (Halibas dkk, 2017).

## 2.2 Value Chain

Shank dan Govindarajan (1992), mendefinisikan *Value Chain Analysis*, merupakan alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari aktifitas-aktifitas yang dilakukan, mulai dari bahan baku

sampai ketangan konsumen, termasuk juga pelayanan purna jual. Selanjutnya Porter (1985) menjelaskan, Analisis *value chain* merupakan alat analisis strategik yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi dimana value pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri. *Value chain* mengidentifikasikan dan menghubungkan berbagai aktivitas strategik diperusahaan. Tujuan dari analisis *value chain* adalah untuk mengidentifikasi tahap-tahap *value chain* di mana perusahaan dapat meningkatkan value untuk pelanggan atau untuk menurunkan biaya. Penurunan biaya atau peningkatan nilai tambah (*Value added*) dapat membuat perusahaan lebih kompetitif.

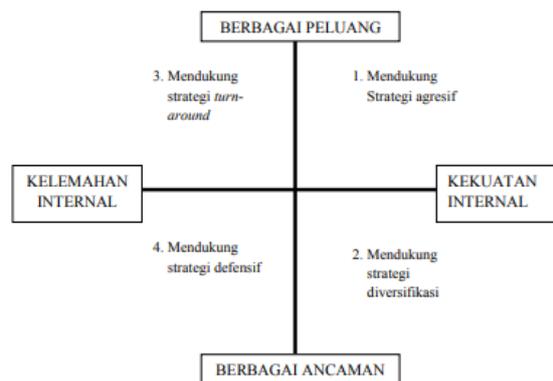
Menurut Porter ( 1985 ), konsep rantai nilai menyediakan suatu kerangka yang sesuai untuk menjelaskan bagaimana suatu kesatuan organisasi dapat mengelola pertimbangan yang substansial dalam mengalokasikan sumber dayanya, menciptakan pembedaan dan secara efektif mengatur biaya-biayanya. Porter selanjutnya mengajukan suatu model rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menghasilkan nilai tambah bagi konsumen, yang mana ada model ini ditampilkan keseluruhan nilai yang terdiri dari aktifitas- aktifitas nilai dan keuntungan (*margin*), aktifitas nilai dibagi menjadi lima aktifitas utama (*primary activities*) dan empat aktifitas pendukung (*support activities*). Aktifitas utama digambarkan secara berurutan yaitu membawa bahan baku ke dalam bisnis (*inbound logistic*), diubah menjadi barang jadi (*operation*), mengirim barang yang sudah jadi (*outbound logistic*), menjual barang tersebut (marketing and sales) dan memberikan layanan purna jual (*service*).

### 2.3 SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2009: 18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis

selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi kinerja pengelolaan jurnal ilmiah secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi model pengembangan jurnal untuk mencapai tujuan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan.

- 1) Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman). Menurut Kotler (2009: 51), unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran eksternal dan internal.
- 2) Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan). Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Sumber : Rangkuti (2013:20)

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG Matriks.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif (uraian terhadap suatu peristiwa atau masalah) berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati tidak secara langsung, atau studi kasus tunggal dan dalam satu lokasi saja (Tim Penulis Universitas Negeri Malang, 2010). Paradigma kualitatif menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks dan rinci (Indiarto dan Bambang, 1999). Studi deskriptif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subyek berupa: individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Penelitian kualitatif bertitik tolak pada teori substantif dan teori formal yang telah diakui kebenarannya. Teori substantif adalah teori yang dikembangkan untuk keperluan substantif atau empiris dalam inkuiri suatu ilmu pengetahuan, misalnya sosiologi, antropologi, psikologi dan lain sebagainya. Di sisi lain, teori formal adalah teori untuk keperluan formal atau yang disusun secara konseptual dalam bidang inkuiri suatu ilmu pengetahuan, misalnya sosiologi, psikologi dan sebagainya (Indiarto dan Bambang, 1999).

#### **3.2 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Indiarto dan Bambang, 1999).

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah :(1) Studi pustaka, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian; (2) Dokumenter, Studi dokumentasi dilakukan dengan jalan membaca laporan-laporan penulisan sebelumnya serta artikel yang diakses dari internet, buku maupun jurnal yang sesuai dengan permasalahan. Pada metode ini penulis hanya memindahkan data yang relevan dari suatu sumber atau dokumen yang diperlukan; (3) Diskusi, yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pembicaraan dan pertukaran pikiran dengan orang-orang yang berkompeten dengan obyek yang sedang diteliti guna memecahkan masalah tertentu; (4) Intuitif-Subjektif, merupakan melibatkan pendapat penulis atas masalah yang sedang dibahas (Abdul Ghofar, 1999).

### **3.4 Teknik Analisis Data**

Analisis data bertujuan untuk menyerderhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut. Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti. (Moeloeng, 2004). Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memantu organisasi dalam mempertimbangkan secara hati-hati kapablilitas internal organisasi dan mennggunaka hasilnya untuk membentuk pilihan strategis. Analisis SWOT pertimbangan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang

dimiliki organisasi. Dengan menggunakan analisis SWOT, suatu organisasi dapat memilih strategi yang mendukung misinya dan mengeksploitasi kesempatan dan kekuatannya, dan menenentralisir ancamannya serta menghindari kelemahannya.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Gambaran Umum Konsep *V-Chain*

Perubahan paradigma pembangunan nasional dari land-based economic development menjadi ocean-based economic development menjadikan pembangunan kelautan sebagai platform pembangunan ekonomi pemerintah Kabupaten Malang, khususnya di Malang Selatan. Sehingga hampir semua variabel politik-ekonomi diarahkan terhadap kinerja ekonomi kelautan. Diharapkan dari tujuh program unggulan yang dicanangkan oleh pemerintah Kabupaten Malang (Rubianto, I., 2001), pembangunan sektor kelautan dapat dijadikan prime mover economic yang memiliki keterpaduan antar sektor, sehingga setiap sektor mampu menghasilkan barang (*goods*) dan jasa (*services*) yang berdaya saing tinggi secara berkeadilan dan berkelanjutan dan dapat dijadikan sumber kemakmuran masyarakat, khususnya masyarakat Malang.



Gambar 2. Konsep *V-Chain* dengan *Output* Wisata Bahari

Sumber : Olahan Penulis, 2020

*V-Chain* atau *Value Chain* menjadi langkah dalam menciptakan nilai tambah dari suatu potensi yang ada yang akan memberikan value. Konsep ini

mengkolaborasikan semua komponen potensi yang terdapat di Kawasan Pesisir Sendang Biru yang bertujuan menciptakan model ekonomi baru dan mendorong perekonomian masyarakat pesisir. Berdasarkan potensi sumberdaya perikanan yang dimiliki dan kondisi topografis, geografis dan oceanografis, maka Kawasan Pesisir Sendang Biru perlu direncanakan pengembangan kawasan wisata bahari yang terpadu dan terencana, sehingga pembangunan tersebut dapat berkelanjutan. Untuk merealisasikan pembangunan tersebut, maka pemerintah Kabupaten Malang dalam penyusunan perencanaan tersebut, semestinya melibatkan seluruh stakeholders dan merespon aspirasi masyarakat melalui suatu sistem *Collaborative Governance*. Sistem ini melibatkan terdapat 3 (tiga) aktor yang berkontribusi dalam pembangunan wisata bahari yaitu aktor pemerintah sebagai regulator, swasta sebagai penyedia modal, dan masyarakat sebagai sumber daya manusia serta pemberi aspirasi.

#### **4.1.1 Pembudidayaan Ikan Tangkap**

Kawasan Pesisir Sendang Biru saat ini memiliki Pusat Pendaratan Ikan Pondokdadap dan merupakan pusat kegiatan perikanan tangkap terbesar di Kabupaten Malang. Produksi ikan yang di daratkan oleh nelayan Sendang Biru pada tahun ini sebesar 12.690,773 ton/tahun, sedangkan potensi stok ikan pelagis besar yang ada di Selatan Jawa 22.000 ton/tahun. berarti tingkat pemanfaatannya baru mencapai 57%. Dengan demikian, prospek pengembangannya masih terbuka lebar, yaitu sebesar 43%. Potensi ikan yang tertangkap di perairan Malang Selatan dan yang teridentifikasi di pusat pendaratan ikan Pondokdadap dan catatan laporan statistik perikanan Kabupaten Malang terdapat 15 jenis ikan yang terklasifikasikan kedalam ikan pelagis besar dan kecil, demersal dan ikan karang seperti madidihang (*Thunnus albacares*), tuna mata besar (*Thunnus obesus*), albakora (*Thunnus allalunga*), tuna sirip biru selatan (*Thunnus macoyii*), dan tuna abu-abu (*Thunnus tonggol*) dan cakalang (*Katsuwonus pelamis*).

Apabila ditilik dari potensi dan peluang yang ada agar potensi yang dimiliki tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan dapat berlangsung secara berkesinambungan maka dalam pengelolaan kawasan tersebut harus direncanakan

secara terpadu. Untuk kepentingan tersebut, maka dalam perencanaan pembangunannya harus betul-betul melibatkan semua stakeholder. Hal ini penting diperhatikan mengingat sumber daya ikan yang tertangkap di Pusat Pendaratan Pondokdadap Sendang Biru memiliki komoditi ekspor, seperti tuna dan cakalang. Komoditas ini merupakan komoditas ekspor yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan berorientasi bisnis. Dengan demikian, guna meningkatkan produksi hasil tangkapan yang memiliki kualitas dan kualitas tinggi perlu disusun suatu model pengelolaan yang berkelanjutan sehingga dapat bermfaat untuk semua stakeholder.

#### **4.1.2 Sentral Nelayan**

Aktivitas nelayan di kawasan pesisir Sendang Biru dibedakan menjadi nelayan penangkap ikan, nelayan pemilik kapal, dan nelayan pengolah ikan. Nelayan yang menangkap ikan dibedakan berdasarkan jenis kapal yang digunakan saat melaut, yaitu terdapat nelayan jukung, nelayan payang, nelayan pakisan, dan nelayan sekoci. Dengan adanya pembagian seperti itu, nelayan memiliki fungsi masing-masing dan aktivitas penangkapan hingga pendaratan ikan berjalan lancar. Untuk saat ini jumlah nelayan di Pantai Sendang Biru adalah 750 orang, dengan 5000 unit armada kapal.

#### **4.1.3 Letak Strategis dengan Cagar Alam Pulau Sempu**

Kawasan Pesisir Sendang Biru merupakan salah satu pantai yang prospektif untuk dikembangkan menjadi kawasan Industri Maritim yang berbasis pada Industri Perikanan Terpadu. Keunggulan dari pantai Sendang Biru adalah memiliki selat dengan barrier Pulau Sempu : panjang selat 4 km, lebar 400-1500 m, kedalaman rata-rata 20 m, sehingga perairan di wilayah tersebut relatif tenang, sehingga memberikan keamanan kepada armada tangkap yang berlabuh di Pusat Pendaratan Ikan Pondokdadap dan berhadapan langsung dengan Samudera Hindia. Pantai Sendang Biru sebagai koridor depan dalam wilayah Cagar Alam Pulau Sempu berpengaruh terhadap kerentanan wilayah Cagar Alam Pulau Sempu karena letaknya yang sangat dekat dan banyaknya aktivitas masyarakat di Pantai Sendang

Biru. Masyarakat sekitar dapat menggunakan kesempatan ini untuk menyediakan fasilitas akses transportasi bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan dari Pulau Sempu ini. Hal ini tentunya akan menambah nilai ekonomi dari masyarakat sekitar.

#### **4.1.4 Tempat Pelelangan Ikan (TPI)**

Pelabuhan Perikanan Pantai Pondokdadap Desa Tambakrejo Kecamatan Sumber-manjing Wetan, Kabupaten Malang atau yang lebih dikenal dengan sebutan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Sendangbiru. Pelabuhan ini dalam waktu yang tidak terlalu lama akan dikembangkan menjadi pelabuhan tangkap yang cukup representatif serta menjadi salah satu Outering Fishing Port di Indonesia. Fasilitas yang dipersiapkan cukup lengkap antara lain: dermaga, Tempat Pelelangan Ikan, pabrik es, sarana air bersih dan fasilitas penjualan solar khusus nelayan (SPDN). PPP Pondokdadap juga dilengkapi Kantor Badan Pengelola Pelabuhan, gedung pertemuan, mess dan perbengkelan.

Pelabuhan Perikanan Pantai Pondokdadap merupakan pelabuhan perikanan pantai yang disiapkan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi perikanan di wilayah selatan propinsi Jawa timur, sejalan dengan pengembangan jalur lintas selatan yang sekarang sedang dikerjakan oleh Pemerintah Propinsi Jawa Timur. Pelabuhan ini juga menjadi salah satu sasaran program outer fishing port yang merupakan program Pemerintah Pusat dan Daerah. Dengan komoditi unggulannya yaitu ikan tuna, pelabuhan ini secara geografis sangat strategis dan menguntungkan bagi usaha penangkapan ikan tuna karena dekat dengan daerah penangkapan ikan tuna (tuna fishing ground), dan ke depan fasilitas infrastruktur transportasi akan terus dibangun/disiapkan oleh Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Timur.

#### **4.2 Konsep Model *Penta Helix Model***

Perubahan Model *Penta Helix* didasarkan pada lima jenis pemangku kepentingan yaitu bisnis, administrasi publik, penduduk lokal, sektor pengetahuan dan permodalan (Muhyi dkk, 2017). Model ini sangat cocok untuk masalah multi pemangku kepentingan dimana pemangku kepentingan mewakili berbagai

kepentingan di suatu tempat atau masalah. Sedangkan menurut Halibas dkk (2017). Penta Helix adalah model pengembangan sosial-ekonomi melalui kolaborasi dan kemitraan antara akademisi, pemerintah, industri, LSM sektor masyarakat sipil, dan pengusaha social. Terdapat beberapa pendapat mengenai lima aktor dalam model Penta Helix. Namun model *Penta Helix* lebih dikenal dengan konsep ABCGM yaitu *Academician, Business, Community, Government*, dan *Media* (Slamet dkk, 2017). Kunci utama kesuksesan inovasi ini adalah adanya sinergi dan komitmen yang kuat antar pemangku kepentingan dalam menjalankan.

Model *Penta Helix* sangat berguna untuk mengelola kompleksitas berbasis aktor. Model Penta Helix merupakan model yang menjelaskan bagaimana akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media harus saling berhubungan untuk mendukung dan meningkatkan inovasi. Menerapkan sistem inovasi yang kuat dapat memberi dampak positif pada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Melalui kolaborasi sinergis ini diharapkan bisa mewujudkan sebuah inovasi yang didukung oleh berbagai sumber daya yang berinteraksi secara sinergis.

#### **4.3 V-Chain Berbasis *Penta Helix* Model**

. *V-Chain* Value Creation menjadi langkah awal dalam dalam menciptakan nilai tambah dari suatu produk atau potensi yang ada. Model ini mengkolaborasikan semua komponen potensi yang terdapat di Kawasan Pesisir Sendang Biru yang bertujuan menciptakan model ekonomi baru dan mendorong perekonomian masyarakat pesisir. Kawasan pesisir Sendang Biru memiliki banyak potensi yang belum teroptimalkan dengan baik. Potensi-potensi yang ada seperti adanya pembudidayaan ikan tangkap, sentral nelayan, letak strategis dengan Cagar Alam Pulau Sempu, dan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) perlu untuk dikembangkan melalui suatu model *Penta Helix*. Sistem ini mengkolaborasikan aktor-aktor pemerintahan dan non pemerintahan untuk merealisasikan potensi yang ada. Dalam paradigma governance, terdapat tiga aktor (*government, private sector, civil society*) yang berperan dalam pembangunan. Pemerintah mulai mengikutsertakan aktor non pemerintahan (sektor swasta, masyarakat, akademisi, dan peran media) dalam suatu program pembangunan. Kapasitas kelimanya dibutuhkan untuk saling

melengkapi kapasitas aktor lain. Kawasan pesisir Sendang Biru akan diarahkan untuk pusat kegiatan ekonomi yang mampu menggerakkan perekonomian Malang Selatan berupa wisata bahari terpadu dengan model Penta Helix. Kelima aktor diatas dalam membangun suatu potensi pantai memiliki peran masing-masing yang berbeda.

Pemerintah disini sebagai penggerak pemberdayaan masyarakat, fasilitator, dan pelaksana kebijakan. Pemerintah menjadi penggerak adanya perubahan yang ada di Sendang Biru dengan melihat berbagai potensi yang ada sehingga masyarakat di kawasan pesisir menjadi terberdayakan, selain itu peran pemerintah sebagai fasilitator juga sangat penting mengingat dalam posisi ini pemerintah menyediakan fasilitas-fasilitas yang diperlukan untuk pembangunan wisata bahari yang berkolaborasi dengan sektor swasta. Berkembangnya sektor pariwisata mendorong pemerintah untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya sebagai konsekuensi logis dan yang dapat meningkatkan kualitas hidup baik wisatawan dan masyarakat setempat sebagai tuan rumah. Sektor swasta memegang dalam hal penyedia modal berupa peralatan. Dalam konsep Nandang Bimar Tourism dikarenakan salah satu potensi yang dimiliki adalah wisata air maka swasta dapat menyediakan wisata wahana air seperti adanya banana boat, snorkeling, dan lain sebagainya.

Masyarakat menjadi aktor ketiga yang ikut serta dalam tercapainya wisata bahari kawasan pesisir Sendang Biru, dalam hal ini mengingat salah satu potensi yang dimiliki oleh kawasan ini adalah dekat dengan pulau Sempu sehingga masyarakat disini dapat menyediakan kapal-kapal sebagai akses transportasi untuk wisatawan yang ingin berkunjung ke pulau Sempu dengan hal ini otomatis akan menambah nilai ekonomi atau penghasilan dari nelayan atau masyarakat setempat. Akademisi pada model *Penta Helix* berperan sebagai konseptor. Pada konsep Nandang Bimar Tourism peran akademisi diperlukan untuk membuat terobosan inovasi terbaru mengenai konsep wisata bahari sehingga eksistensi Nandang Bimar Tourism tetap terjaga, selain itu akademisi berperan dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat sekitar Sendang Biru dalam memanfaatkan potensi

perikanan yang ada menjadi suatu produk makanan olahan ikan yang dapat menjadikan icon atau ciri khas dari Sendang Biru seperti abon ikan tuna, sarden ikan, dan lain sebagainya sehingga masyarakat setempat memiliki tambahan penghasilan. Media pada model Penta Helix berperan sebagai expender. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image. Melalui peran media, sarana promosi Ndang Bimar Tourism dapat dikenal oleh kalangan masyarakat baik domestik maupun manca negara.

#### **4.4 Implikasi *V-Chain* terhadap Potensi Kawasan Pesisir Sendang Biru**

*V-Chain* atau *Value Chain* menjadi langkah dalam menciptakan nilai tambah dari suatu potensi yang ada yang akan memberikan value. Implikasi dengan adanya *V-Chain* terhadap kondisi di Kawasan Pesisir Sendang Biru diantaranya adalah:

1) Memberdayakan masyarakat dan mensejahterakan masyarakat.

Berbagai potensi yang ada di kawasan pesisir Sendang Biru apabila teroptimalkan dengan baik akan menjadi suatu kawasan wisata bahari yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Penduduk sekitar Sendang Biru dapat memanfaatkan potensi yang ada seperti menyediakan transportasi bagi wisatawan yang datang untuk mengunjungi pulau Sempu, menjual produk-produk khas Sendang Biru kepada wisatawan yang datang, meningkatkan jumlah tangkap ikan dengan melihat jumlah stok ikan setiap tahun, serta mengoptimalkan adanya tempat pelelangan ikan (TPI) atau dikenal Pelabuhan Perikanan Pantai Pondokdadap yang secara geografis sangat strategis dan menguntungkan bagi usaha penangkapan ikan tuna karena dekat dengan daerah penangkapan ikan tuna (tuna fishing ground), dan ke depan fasilitas infrastruktur transportasi akan terus dibangun/disiapkan oleh Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Timur.

2) Meningkatkan kreativitas dan produktivitas.

Melalui konsep *V-Chain* masyarakat sekitar Sendang Biru dapat memanfaatkan potensi perikanan yang ada menjadi suatu produk makanan olahan ikan yang dapat menjadikan icon atau ciri khas dari Sendang Biru seperti abon ikan tuna,

sarden ikan, dan lain sebagainya sehingga masyarakat setempat memiliki tambahan penghasilan. Selain itu dari data dari Laporan Pusat Informasi Pelabuhan Perikanan (2018) masih ada peluang sebesar 43% bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi penangkapan ikan di Sendang Biru. Saat ini masyarakat baru memanfaatkan ikan sebanyak 12.690,773 ton/tahun padahal potensi stok ikan pelagis besar yang ada di Selatan Jawa 22.000 ton/tahun. berarti tingkat pemanfaatannya baru mencapai 57%.

3) Meningkatkan perekonomian daerah dan masyarakat.

Pemerintah daerah dituntut untuk dapat menghidupi dirinya sendiri dengan mengadakan pengelolaan terhadap potensi yang dimiliki, untuk itu usaha untuk mendapatkan sumber dana yang tepat merupakan suatu keharusan. Terobosan-terobosan baru dalam memperoleh dana untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah harus dilakukan, salah satunya adalah sektor pariwisata. Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni: kontribusi langsung dan tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang di import dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung.

4) Strategi branding potensi Pantai Sendang Biru.

Wisata bahari Sendang Biru dengan sistem *Collaborative Governance* (pemerintah, swasta, dan masyarakat) yang diharapkan menjadi strategi dalam memanfaatkan potensi yang ada di Sendang Biru, strategi ini diwujudkan sebagai realisasi agenda industri 4.0, yaitu penguatan ekonomi industri. Pemerintah saat ini terus membahas mengenai industri generasi ke-empat atau industri 4.0. Bahkan, Presiden Joko Widodo (Jokowi) telah meresmikan peta jalan atau roadmap yang disebut Making Indonesia 4.0. Peran media menjadi sangat penting dalam branding Wisata bahari Sendang Biru baik itu melalui media cetak ataupun media online yang sekarang sedang mengalami trend.

Dengan hal ini masyarakat luar dapat mengetahui adanya wisata bahari Sendang Biru.

## **V. PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Pengoptimalan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia perlu adanya penanganan secara langsung dari pemerintah sebagai stakeholder dalam menunjang perekonomian nasional, mengingat Indonesia didukung oleh potensi kekayaan alam yang memadai. Hal ini menjadi perhatian khusus pada Pemerintahan Presiden Jokowi dengan dimasukkannya ke dalam salah satu visi berupa “Mewujudkan Indonesia sebagai Poros Maritim Dunia”. Namun, masih banyak tantangan terhadap permasalahan yang terjadi pada sektor perikanan dan kelautan Indonesia, khususnya terhadap kesejahteraan perekonomian masyarakat pesisir yang mayoritas bermata pencaharian sebagai nelayan dan pelaku usaha pembudidayaan. Salah satunya terjadi pada masyarakat pesisir Pantai Sendang Biru yang terletak di wilayah Kabupaten Malang yang memiliki potensi sumberdaya dengan pengembangan di bidang sosial ekonomi.

Kawasan Pesisir Sendang Biru merupakan salah satu pantai yang prospektif untuk dikembangkan menjadi kawasan Industri Maritim yang berbasis pada Industri Perikanan Terpadu. Pantai Sendang Biru memiliki potensi yang menjadi pilar utama, seperti pembudidayaan ikan tangkap, sentral nelayan, letak strategis dengan Cagar Alam Pulau Sempu, dan Tempat Pelelangan Ikan (TPI). Potensi tersebut diintegrasikan berupa pengembangan wisata bahari terpadu, penciptaan value creation, dan terintegrasi menjadi solusi dalam memanfaatkan potensi pantai. Value creation menjadi langkah dalam menciptakan nilai tambah dari suatu produk. Hal ini akan memberikan value yang bertujuan menciptakan model ekonomi baru dan mendorong perekonomian masyarakat pesisir. Implikasi dari pengembangan potensi pantai tersebut mampu memberdayakan masyarakat, Mensejahterakan masyarakat, meningkatkan kreativitas dan produktivitas, Meningkatkan perekonomian daerah dan masyarakat dan strategi branding potensi Pantai Sendang Biru. Pengembangan wisata bahari tersebut diperlukan model Penta

Helix yang mengakomodasi kelima stakeholders sebagai wujud agenda industri 4.0, yaitu penguatan ekonomi industri.

## DAFTAR PUSTAKA

BPS Kabupaten Malang. 2018. Produksi Perikanan Tangkap Menurut Kecamatan dan Subsektor Di Kabupaten Malang 2014 – 2017.

Departemen Komunikasi. 2016. Pengembangan Potensi Indonesia di Bidang Maritim dan Pariwisata. Jakarta: Bank Indonesia.

Gerintya, Scholastica. 2017. Benarkah Ekspor Perikanan Indonesia Kuat?. <https://tirto.id/benarkah-ekspor-perikanan-indonesia-kuat-cuhH>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018. Pukul 20.00 WIB.

Ghofar, Abdul. 1999. Analisis Implikasi Pemikiran dan Penafsiran Akuntansi dari Paradigma Mainstream Barat dan Paradigma Islam dalam Kerangka Analisis Konsep TAO (Studi Kualitatif Komparatif Akuntansi Mainstream dan Akuntansi Alternatif dalam Pembentukan Akuntansi Humanis. Skripsi (S1). Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, Malang.

Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. R. 2017. The Penta Helix Model Of Innovation In Oman: An Hei Perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge & Management*, 12.

Handartoputra, Aly dkk. 2015. Penilaian Kerentanan Pantai Di Sendang Biru Kabupaten Malang Terhadap Variabel Oceanografi Berdasarkan Metode Cvi (Coastal Vulnerability Index). *Jurnal Management of Aquatic Resources*. vol. 4, no. 1, hal. 91-97, 2015.

Hermawan, David. 2006. Prospektif Pengembangan Kawasan Pesisir Sendang Biru untuk Industri Perikanan Terpadu. *Jurnal Protein*, vol. 13, no. 2, hal. 203-210, 2006.  
<https://malangkab.bps.go.id/statictable/2016/09/07/561/produksi-perikanan-tangkap-menurut-kecamatan-dan-subsektor-di-kabupaten-malang-2014---2016.html>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018. Pukul 20.00 WIB.

Indiarto, Nur dan Bambang Supomo. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. BPFE : Yogyakarta.

Kartajaya Hermawan. (2009). *New Wave Marketing, The World is Still Round The Market is Already Flat*. Indonesia: Gramedia.

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta. Erlangga.
- Muhyi, H. A., Chan, A., Sukoco, I., & Herawaty, T. 2017. *The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City*.
- Porter, E. M. 1985. *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press.
- Prahalad , C. K., & Ramaswamy, V. 2004. *Co-creation Experience: The Next Practice in Value Creation*. Harvard University of Michigan Business School Press : vol. 18, p.23. Pusat Informasi Pelabuhan Perikanan. 2018. *Produksi Perikanan PP. Pondok Dadap*. [http://pipp.djpt.kkp.go.id/profil\\_pelabuhan/1338/kapal\\_alat\\_tangkap](http://pipp.djpt.kkp.go.id/profil_pelabuhan/1338/kapal_alat_tangkap) Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018. Pukul 20.00 WIB.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. 2014. *Undang-undang UU Nomor 01 Tahun 20 / 2014 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau - Pulau Kecil*. Sekretaris Negara. Jakarta. Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. 2017. *Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.
- Tim Penulis Universitas Negeri Malang. 2010. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian, Artikel, dan Makalah*. Universitas Negeri Malang : Malang.
- Tonkovic, A. M., Veckie, E., & Veckie, V. W. 2015. *Applications Of Penta Helix Model In Economic Development*. *Economy of eastern Croatia yesterday, today, tomorrow*, 4, 385-393.
- Zamalludin. 2006. *Analisis Model Penciptaan Nilai (Value CreationI) dengan Mempertimbangkan Perbaikan Proses Bisnis untuk Meningkatkan Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan di POS EXPRESS PT POS INDONESIA*. Bandung: Universitas Widyatama. Skripsi