

INOVASI PEMASARAN MELALUI BANYUWANGI MALL DALAM UPAYA EKSISTENSI PRODUK LOKAL DENGAN SASARAN WISATAWAN

Dian Pratama

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
dian.pratama-2017@feb.unair.ac.id

Nofel Andriawan

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
nofel.andriawan-2017@feb.unair.ac.id

Dimas Fajar Noercholis

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
dimas.fajar.nurcholis-2017@feb.unair.ac.id

Bari Bahtiar

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
bari.bahtiar-2017@feb.unair.ac.id

Raka Gemilang Hevrinanda

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
raka.gemilang.hevrinanda-2017@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata di Banyuwangi, memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian yang ada. Secara bertahap, perekonomian Banyuwangi, mengalami trend kenaikan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan sektor pariwisata ini, juga menyebabkan naiknya permintaan terhadap penginapan (hotel), dan juga produk oleh-oleh. Akan tetapi, kenaikan permintaan terhadap produk oleh – oleh tersebut, tidak diimbangi dengan mudahnya sarana untuk menjangkau produk tersebut. Kendala ini, disebabkan karena geografi Banyuwangi yang luas, dan tempat produksi oleh – oleh tersebut tidak terpusat di suatu tempat. Diera digital ini, jarak bukanlah menjadi masalah dalam bertransaksi, maka untuk menanggulangi permasalahan tersebut, pemerintah kabupaten Banyuwangi, membuat suatu portal khusus penjualan oleh-oleh, yaitu Banyuwangi mall sebagai upaya peningkatan omzet penjualan melalui e-commerce.

Kata kunci: *Banyuwangi Mall, E-Commerce, Inovasi Pemasaran, Produk Lokal*

PENDAHULUAN

Kabupaten Banyuwangi mulai tumbuh dan berkembang menjadi destinasi wisata baru di Indonesia. Perkembangan pariwisata yang pesat ini, merupakan salah satu penopang tumbuhnya perekonomian di Banyuwangi. Pertumbuhan sektor pariwisata ini juga tidak terlepas dari penyediaan jasa akomodasi, dan juga promosi melalui sektor informasi dan komunikasi.¹

Perkembangan sektor pariwisata di Banyuwangi tidak hanya berpengaruh terhadap terkenalnya nama Banyuwangi, akan tetapi hal ini berpengaruh terhadap perekonomian. Kunjungan wisatawan yang kian meningkat, menyebabkan naiknya permintaan akan produk – produk yang ada, baik produk barang, maupun jasa.

Tumbuhnya hotel – hotel, dan juga *homestay* menjadi penanda, semakin naiknya perekonomian, karena ditopang oleh sektor pariwisata. Selain produk jasa, produk yang

¹ news.detik.com

mengalami kenaikan adalah produk oleh – oleh khas dari Banyuwangi sendiri seperti batik motif *gajah oling*, makanan kering, dan juga kerajinan tangan.

Naiknya produk oleh – oleh ini, dijawab oleh masyarakat Banyuwangi dengan munculnya berbagai UMKM baru yang memproduksi oleh – oleh khas Banyuwangi, seperti munculnya UMKM yang memproduksi kue kering di Rogojampi, produksi anyaman bambu di gintangan, dan produksi batik di Macan Putih.

Dengan berdirinya UMKM baru ini, diharapkan mampu untuk memenuhi permintaan oleh–oleh yang terus meningkat. Akan tetapi ternyata hasilnya tidak sesuai dengan harapan. Berdirinya UMKM baru ini belum mampu memenuhi naiknya permintaan. Hal ini bukan dikarenakan oleh output yang kurang (*excess demand*), akan tetapi disebabkan oleh faktor lain.

Salah satu faktornya adalah sulitnya mengakses lokasi dari pusat perkotaan, ini dikarenakan belum adanya centra oleh –oleh yang lengkap. Jauhnya akses lokasi ini menjadi pertimbangan sendiri bagi para wisatawan, selain karena membutuhkan biaya tambahan, wisatawan juga membutuhkan waktu yang tidak sedikit untuk mendapatkan oleh – oleh yang diinginkan.

Melihat kondisi yang ada, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi akhirnya membuat suatu inovasi untuk memfasilitasi para produsen oleh – oleh agar lebih mudah dijangkau konsumen. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan sistem informasi berbasis internet.

Kemajuan teknologi di era digital yang sangat pesat membuat penyebaran informasi semakin cepat. Demikian halnya dengan pengembangan , inovasi dan promosi pariwisata terlihat semakin nyata. Penggunaan website ataupun aplikasi sebagai alat mempromosikan pariwisata semakin marak digunakan saat ini, dapat kita lihat dengan maraknya situs-situs dan aplikasi penyedia jasa pariwisata di internet.

Sistem Informasi merupakan sebuah sistem yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah informasi. Sistem dengan pendekatan prosedur sistem dapat didefinisikan sebagai kumpulan prosedur yang mempunyai tujuan tertentu. Informasi didefinisikan sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya, berupa nilai yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pengambilan keputusan baik saat ini ataupun di masa depan. Internet merupakan jaringan komputer global di seluruh dunia yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publik, dan dapat diakses dari mana saja.

Pemanfaatan internet dalam upaya memberikan informasi dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk memfasilitasi pelaku UMKM yang memproduksi oleh –oleh dengan membuat suatu wb atau portal yang bernama "*Banyuwangi mall*". Langkah ini diharapkan mampu mendongkrak penjualan, dan menarik minat wisatawan untuk membeli oleh –oleh tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan, Pemerintah Banyuwangi juga berharap situs ini mampu menambah omzet penjualan mereka, dan meningkatkan taraf hidup mereka.

STUDI PUSTAKA

a. PARIWISATA

Pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan lainnya (UNESCO, 2009 dalam (Ardianti, 2016). Sedangkan menurut UU No.10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan

wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah².

b. INOVASI PEMASARAN

Inovasi yang dimaksud mencakup inovasi produk, inovasi jasa dan inovasi proses. Reguia mengatakan bahwa inovasi produk adalah pengembangan produk baru, membuat perubahan dalam desain produk saat ini atau menggunakan teknik baru. Inovasi proses adalah implementasi produksi atau metode pengiriman yang benar-benar baru atau peningkatan secara signifikan. Inovasi proses berguna untuk mengurangi biaya produksi dan juga untuk memuaskan para pelanggannya. Sedangkan inovasi jasa adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja pelayanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. (Maraya Azizah Rashin & Astri Ghina, 2018)

c. PERTUMBUHAN EKONOMI

Pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan jangka panjang dalam kemampuan suatu negara untuk menyediakan semakin banyak barang ekonomi kepada penduduknya, kemampuan ini tumbuh sesuai kemajuan teknologinya dan penyesuaian kelembagaan serta ideologis yang di perlukan.

d. E – COMMERCE

E-commerce adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet (Supriyanto; and Anggraini, 2018). Mempromosikan menggunakan website bisa dimasukkan ke dalam e-commerce, dalam hal ini misalnya website pemerintah daerah kabupaten Banyuwangi dalam mempromosikan produk UMKM khususnya produk oleh - oleh. Namun ide baru ini masih belum mendapatkan perhatian dari berbagai pihak dan pelaku pariwisata. (Ardianti, 2016)

e. BANYUWANGI MALL

Banyuwangi Mall adalah situs web yang dimiliki oleh Kantor Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Banyuwangi untuk menampilkan dan mempromosikan produk UKM (Kecil dan Menengah Usaha) di Banyuwangi (Hernanda, Mindarti and Riyanto, 2018).

Banyuwangi mall adalah suatu inovasi pemerintah kabupaten Banyuwangi untuk mendorong UMKM yang *Go online*. Banyuwangi mall ini merupakan salah satu upaya untuk memudahkan wisatawan membeli oleh-oleh khas Banyuwangi dan juga langkah dalam menghadapi era digital. (Setyowati and Utama, 2018)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan pengembangan proyek. Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan wisatawan atau pelancong yang sedang berwisata di Banyuwangi. Selain wawancara data primer, sumber data juga diperoleh melalui observasi aplikasi Banyuwangi Mall. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui data statistik kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi serta literature dan jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian.

Selain pendekatan pengembangan proyek, penulis juga menggunakan metode deskriptif analisis, adapun pengertian dari metode deskriptif analitis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dengan kata lain penelitian deskriptif analitis mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

² UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah identifikasi kebutuhan. Pada tahap ini dilakukan penggalan data dengan teknik wawancara dan observasi. Wawancara di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi dengan teknik semi wawancara. Wawancara juga dilakukan pada wisawatan baik domestik maupun asing yang sedang berwisata di Gunung Ijen dan Pulau Merah. Sedangkan observasi dilakukan dengan cara mengamati sistem informasi Banyuwangi Mall yang berjalan saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor perekonomian yang terus berkembang pesat. Banyuwangi adalah salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata alam dan budaya yang beragam dan kompleks. Potensi kekayaan panorama dan budaya Banyuwangi ini dapat dimaksimalkan dengan menjadikannya pariwisata untuk masyarakat lokal maupun masyarakat luar.

Pemerintah kabupaten Banyuwangi, tidak menyia-nyiakan kesempatan dan potensi yang ada ini. Dengan inovasi promosi melalui media massa dan juga inovasi dalam pengenalan budaya yang dijadikan sebagai sebuah festival, mampu mengoptimalkan pendapatan daerah Banyuwangi dari sektor pariwisata.

Dari pengoptimalan sektor pariwisata ini menyebabkan meningkatnya kunjungan wisatawan untuk menikmati keindahan alam Banyuwangi. Meningkatnya kunjungan wisatawan ini juga diikuti dengan meningkatnya konsumsi masyarakat. Hal ini dapat memunculkan potensi baru yang meningkatkan perekonomian masyarakat seperti dibidang perhotelan, perdagangan, seni budaya, dan produk lokal yang dapat dijadikan oleh – oleh khas dari daerah Banyuwangi.

Setelah menikmati keindahan alam Banyuwangi, para wisatawan akan pulang ke asalnya dengan membawa oleh-oleh asli Banyuwangi dan dari hal itu akan mengenalkan kebudayaan Banyuwangi di berbagai daerah maupun negara lain. Potensi ini menyebabkan maraknya usaha UMKM baru yang bergerak dalam produksi oleh – oleh khas Banyuwangi, seperti makanan, kaos, batik, dan kerajinan tangan. Kemunculan UMKM baru ini adalah upaya masyarakat untuk memenuhi permintaan yang kian meningkat.

Disamping kabar gembira tersebut, ternyata peningkatan permintaan akan oleh-oleh khas Banyuwangi ini, memiliki berbagai kendala, antara lain luasnya daerah Banyuwangi, serta tidak adanya kemudahan dalam mengakses oleh-oleh yang diinginkan. Diera digital ini, para wisatawan, khususnya wisatawan manca negara akan sangat malas jika harus berkunjung langsung ke tempat penjualan oleh-oleh, karena tidak efisien dan membutuhkan biaya lebih. Hal ini menyebabkan turunnya omzet penjualan para produsen oleh-oleh khas Banyuwangi seperti batik, kerajinan tangan, dan lain sebagainya. Untuk menyikapi pergeseran pola ekonomi masyarakat di era digital ini, pemerintah kabupaten Banyuwangi berinovasi membuat portal Banyuwangi mall untuk mempermudah wisatawan mendapatkan oleh-oleh khas Banyuwangi secara efisien tanpa harus mengunjungi tempat penjualan secara langsung, dimana kebanyakan tempat penjualan oleh-oleh ini jauh dari pusat kota dan tempat penginapan wisatawan.

Dibuatnya situs Banyuwangi mall ini diharapkan oleh pemerintah daerah agar dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat, khususnya produsen yang memproduksi produk oleh-oleh khas daerah Banyuwangi. Dengan adanya Banyuwangi mall ini, diharapkan penjualan oleh-oleh khas Banyuwangi mengalami peningkatan, dengan peningkatan penjualan ini, diharapkan mampu menambah taraf hidup masyarakat kabupaten Banyuwangi, dan juga sebagai upaya dalam meningkatkan eksistensi produk lokal agar mampu berdaya saing global.

Memilih produk oleh-oleh Banyuwangi dapat dimudah kan dengan Banyuwangi mall. Pada awalnya oleh-oleh yang terletak jauh dari pusat kota Banyuwangi dengan letak penginapan para wisatawan dapat dimudahkan dengan Banyuwangi mall. Para pelaku umkm pun dengan situs online ini dapat meningkatkan omzet mereka dan terciptanya perekonomian yang lebih sejahtera.

Cara kerja Banyuwangi Mall, dapat diuraikan sebagai berikut ini :

1. Aktivitas pertama adalah pendaftaran online yang dapat dilakukan oleh Pengunjung, UKM, dan Layanan Pengiriman. Selanjutnya data dimasukkan ketika mendaftar akan diverifikasi dan disimpan dalam data basis dikelola oleh admin di Rumah Kreatif (RK).
2. Hasil verifikasi yang dilakukan oleh admin di RK adalah selesai, sehingga pengunjung dapat masuk sebagai pelanggan, UMKM pemain dapat login sebagai Penjual, dan layanan ekspedisi bisa masuk sebagai pengirim.
3. Pelanggan kemudian login dengan akun yang telah terdaftar untuk masuk kembali ke sistem Banyuwangi-Mall.com. Pelanggan dapat memilih barang atau layanan yang akan dibeli. Dan Pemain UMKM sebagai Penjual dapat melihat pesanan jika mereka telah login ke dalam akun di banyuwangi-mall.com. Maka pilihan akan direkam segera dan diteruskan ke UMKM atau Akun penjual melalui pesan yang terkandung dalam email penjual. Selain akun penjual, spesifikasi pesanan juga termasuk dalam database pesanan di akun Admin. Setiap aktivitas yang dicatat sebagai pelanggan dan pembeli, dicatat dalam database pengunjung di RK.
4. Aktivitas keempat adalah pelanggan dapat langsung melakukan metode pembayaran khusus ke rekening Bank BNI. Pembayaran itu telah dikonfirmasi secara otomatis dimasukkan ke dalam sistem di bank BNI yang tergabung dalam Banyuwangi-mall.com.
5. Setelah menerima pembayaran, Bank BNI memperbarui data pembayaran dalam sebuah sistem yang juga dapat dilihat langsung oleh UMKM dan administrator. Penjual harus menerima pemberitahuan status pembayaran, dan segera mengirim barang jika pembayaran status telah terbayar.
6. Untuk pengiriman barang, bisa dilakukan melalui sistem di mana Penjual memasukkan data asal dan tujuan, yang kemudian diteruskan ke layanan pengiriman.
7. Setelah mengirim Penjual untuk mengkonfirmasi sistem, pengiriman layanan memperbarui status barang yang sudah dalam perjalanan, dan mengkonfirmasi apakah barang telah tiba di tangan pembeli. Begitu juga dengan pembeli yang melakukan konfirmasi, serta respons jika barang sudah sampai. Output dari tanggapan akan masukkan dan dikelola oleh admin di RK untuk digunakan sebagai materi dalam promosi dan penjualan perdagangan sosial.

KESIMPULAN

Kemajuan sektor pariwisata sebagai penopang ekonomi di Banyuwangi memberikan berbagai dampak positif bagi perekonomian masyarakat. Naiknya kunjungan wisatawan menyebabkan naiknya pula konsumsi dan permintaan akan berbagai barang dan jasa.

Salah satu produk yang mengalami kenaikan secara signifikan adalah oleh-oleh khas daerah Banyuwangi, baik berupa makanan, kaos, batik, maupun kerajinan tangan. Kenaikan permintaan ini dijadikan peluang oleh berbagai masyarakat dengan cara membuat usaha baru yang memproduksi oleh-oleh, untuk memenuhi tingginya permintaan tersebut.

Munculnya usaha baru ini, selain diharapkan mampu memenuhi permintaan pasar, juga diharapkan mampu meningkatkan taraf kesejahteraan, melalui omzet yang didapatkan. Akan tetapi, hasilnya tidak sesuai apa yang diharapkan, permintaan yang meningkat tersebut tetap tidak bisa dipenuhi, karena sulitnya akses dari pusat kota menuju tempat produksi dan penjualan oleh-oleh tersebut. Faktor lain yang mempengaruhi adalah tidak adanya centra oleh-oleh yang menawarkan barang lengkap. Permasalahan yang ada tersebut, segera ditanggapi oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, dengan membuat suatu web atau portal yang bernama *Banyuwangi mall*. Portal ini diharapkan mampu menjadi solusi dari permasalahan yang ada, yaitu wisatawan dapat membeli oleh-oleh tanpa harus datang langsung ke tempat produksi atau penjualan. Dengan pemanfaatan teknologi yang ada, diharapkan *Banyuwangi mall* mampu meningkatkan omzet penjualan dan juga taraf hidupnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, R. I. (2016) 'Pengembangan Potensi Pariwisata, Ekonomi Lokal Berbasis e-Commerce Kawasan Wisata Gunung Ijen kab. Banyuwangi', *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), pp. 47–59.
- Hernanda, D. W., Mindarti, L. In. and Riyanto (2018) 'Community Empowerment Based on Good Tourism Governance in the Development of Tourism Destination', *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 6(13), pp. 126–135. doi: 10.21776/ub.jitode.2018.006.02.08.
- Maraya Azizah Rashin & Astri Ghina (2018) 'Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing Identification of Innovation and Business Performance in Enhance', pp. 213–219.
- Setyowati, Y. and Utama, A. A. G. S. (2018) 'Digital Business Collaboration and Efficiency in Accounting Information System of Banyuwangi-Mall . Com', *International Journal of Engineering & Technology*, 7(September), pp. 268–271.
- Supriyanto; and Anggraini, O. (2018) 'Penguatan Kapasitas Usaha Perikanan dalam Pengembangan E-commerce di Kabupaten Bantul', in *Proceeding of Community Development*, pp. 173–179.