



**DIGITALISASI WISATA DI PANTAI SIGANDU KABUPATEN
BATANG MELALUI SMART CONNECT BEACH (SCOBEBACH)
SEBAGAI BENTUK USAHA MEWUJUDKAN
EKONOMI BERKELANJUTAN**

Talitha Rahmania¹, Elsa Syahputri², Dita Silvi Evika³
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan
talitharahmania123@gmail.com

ABSTRAK

Sigandu Beach is the largest beach tourism area in Batang Regency, Central Java. Sigandu Beach is a beach tourism center that has a variety of destinations, especially destinations in the form of cafes along the shoreline. Its strategic place attracts many visitors from various regions to come to Sigandu Beach to enjoy cafes with beach nuances. Therefore, a strategy to develop the potential of Sigandu Beach is needed to make the tourist area more widely known to the public. This research uses a literature study method from previous research journals, and uses Strength, Weakness, Opportunity and Threat Analysis so that the strengths and weaknesses of the village can be recognized and to see the opportunities and threats faced to pioneer Sidomekar Village into a Tourism Village. We also have innovations by creating the SCOBEBACH (Smart Connect Beach) application which aims to make it easier for visitors to choose the right café based on their needs. The digitalization of the economy is a form of integration of the Sigandu Beach tourism area with the hope of improving the regional economy and realizing a sustainable economy.

ARTIKEL INFO

Keywords:
sustainable economy,
digitalization, beach
tourism, technology.



I. Latar Belakang dan Tujuan

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan potensi sektor maritim yang melimpah. Salah satu sektor yang menyumbang pertumbuhan perekonomian negara terbesar yaitu sektor pariwisata. Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa jumlah perjalanan wisata nasional per Maret 2024 naik 7,45% dari tahun sebelumnya serta menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebanyak 3,83% pada tahun 2023. Pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. (Ketimpangan et al., 2020)

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses, yaitu proses melingkupi pembentukan institusi- institusi baru, pembangunan industri- industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menjadikan produk dan jasa yang lebih baik, identifikasi pasar-pasar baru, alih ilmu pengetahuan, dan pengembangan perusahaan-perusahaan baru. Setiap cara pembangunan ekonomi daerah memiliki maksud untuk meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja bagi Masyarakat daerah. (Ketimpangan et al., 2020). Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses yang melibatkan berbagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat melalui pemberdayaan sumber daya yang dimiliki.

Di daerah pantai, pembangunan ekonomi sering kali dikaitkan dengan sektor pariwisata dan perikanan. Salah satu strategi yang menjanjikan untuk meningkatkan perekonomian lokal adalah pembangunan kafe dan tempat makan. Salah satu contoh daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata daerah Pantai yaitu di Kabupaten Batang, tepatnya ada di Kawasan Pantai Sigandu. Pantai Sigandu telah berkembang dengan banyaknya usaha terutama usaha kuliner berupa café-café yang telah dibangun di sepanjang jalan Sigandu. Banyaknya jumlah dan ragam café yang ada seringkali membingungkan pengunjung untuk memilih café yang tepat dengan kebutuhan dan seleranya karena minimnya informasi yang disediakan di internet. Belum lagi, pengunjung harus mencari satu persatu café.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek pembangunan kafe dan tempat makan di daerah pantai, termasuk dampaknya terhadap ekonomi lokal, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan manfaat yang dihasilkan. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat diperoleh rekomendasi yang tepat untuk menentukan tempat atau kuliner mana yang akan dituju. Oleh karena itu, kami menghadirkan sebuah aplikasi bernama SCOBACH (Smart Connect Beach) yang dapat menjadi solusi untuk mencari café di sepanjang lokasi Pantai Sigandu yang sesuai dengan



kebutuhan dan selera. Café-café tersebut terintegrasi dalam satu wadah aplikasi dan dapat dijangkau pengguna dengan mudah.

II. Tinjauan Pustaka

A. Ekonomi Berkelanjutan

Ekonomi berkelanjutan adalah suatu pendekatan yang mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi dengan keberlanjutan sosial dan perlindungan lingkungan. Tujuan utamanya adalah mencapai kemakmuran nilai jangka panjang bagi generasi saat ini dan masa yang akan datang. Nilai jangka panjang ini dapat ditingkatkan secara konsisten dan matang dalam kinerja organisasi yang menerapkan nilai-nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam pengembangan nilai tersebut biasanya menggunakan prinsip-prinsip berdasarkan pada standar 3P yaitu profit (keuntungan ekonomi), people (orang), dan planet (lingkungan hidup). (Evdokimova et al., 2021)

Perekonomian ada untuk mendukung masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan manusia, perekonomian ini adalah sistem dalam masyarakat di mana sumber daya terbatas (tanah, tenaga kerja, modal) dikelola secara adil dan berkelanjutan. Tujuan akhir dari perekonomian berkelanjutan adalah untuk meningkatkan kondisi kehidupan sehari-hari dan meminimalkan dampak buruk terhadap lingkungan. (Rany et al., 2020)

B. Digitalisasi Ekonomi

Digitalisasi Ekonomi telah menjadi fenomena global yang berpengaruh signifikan terhadap perkembangan ekonomi. Digitalisasi ekonomi adalah pengembangan sistem ekonomi yang memungkinkan pengguna mengakses sistem dari mana saja dan kapan saja dengan koneksi internet. Ini membantu pengguna menghasilkan uang karena mereka dapat mengakses sistem dari mana saja dan kapan saja. Ini juga membantu pengguna yang tidak bisa datang ke tempat untuk mengurangi waktu yang diperlukan untuk melakukan transaksi, yang biasanya memakan waktu yang lama jika mereka sibuk. (Edo Parpadma Nagri, 2021)

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang menggunakan pendekatan sistematis dan subjektif dalam memaparkan suatu fenomena dan bersifat empiris, serta berorientasi pada upaya pemahaman fenomena secara umum (Sugiyono, 2013). Dalam analisis, penulis mendapatkan informasi dari data sekunder yang



didapatkan dari jurnal, buku, dan website yang terkait, serta menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam program. Freddy (2014) menyatakan analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategi klasik yang meliputi kerangka kerja kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman, dimana instrument tersebut merupakan cara yang sederhana dalam mengidentifikasi cara terbaik melaksanakan suatu strategi.

Proses pengembangan strategi selalu melibatkan misi, tujuan, dan kebijakan entitas sehingga memerlukan peninjauan factor internal maupun eksternal, dalam hal ini analisis SWOT dapat berperan dalam menggambarkan situasi dan kondisi yang mungkin dihadapi sehingga mampu menemukan solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut. (Putri et al., 2018). Analisis SWOT terdiri dari empat komponen, yaitu:

- a. *Strenght* (Kekuatan): merupakan analisa kondisi internal yang dimiliki entitas dan dapat menjadi kekuatan. Kekuatan ini berguna untuk mendukung pengembangan program dan menjadi manfaat dalam menghadapi persaingan.
- b. *Weakness* (Kelemahan): merupakan analisa kekurangan dalam entitas yang dapat menjadi kelemahan program. Kelemahan ini dapat menjadi hambatan entitas dalam menjalankan dan mengembangkan program.
- c. *Opportunity* (Peluang): merupakan kondisi dan situasi eksternal entitas yang dapat mendukung pengembangan program dimana meliputi pihak eksternal, kondisi ekonomi, dan regulasi pemerintah.
- d. *Threats* (Ancaman): merupakan kondisi dan situasi eksternal entitas yang dapat menjadi ancaman dan menghambat berjalannya proses pengembangan program.

Kotler (2000) mengelompokkan factor-faktor eksternal sebagai bagian dari lingkungan makro serta menambahkan aspek demografi dan lingkungan yang tidak dapat dikendalikan. Sedangkan, dalam analisis factor internal membutuhkan asimilasi dan evaluasi dalam operasional entitas.

Tabel 1. Analisis SWOT pada aplikasi SCOB EACH

No	Aspek SWOT	Keterangan
1.	<i>Strenght</i> (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none">• SCOB EACH menyediakan fitur yang dapat memudahkan pengguna mencari café sesuai dengan kebutuhan dan selera• Aplikasi mudah diakses karena berbasis website jadi pengguna tidak perlu mengunduh



2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> Keterbatasan sumber daya pengembang SCOBEACH sehingga memerlukan bantuan pihak luar yang ahli dalam pengelolaan aplikasi
3.	<i>Opportunity</i> (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> Café-café di Sigandu belum terintegrasi dalam satu website sehingga SCOBEACH dapat menjadi solusi yang efektif Kesediaan pihak-pihak terakrit untuk bekerjasama dalam mengembangkan dan memperkenalkan SCOBEACH
4.	<i>Threats</i> (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> Pengunjung terbiasa menggunakan fitur Google dalam mencari informasi tempat sehingga perlu usaha lebih dalam memperkenalkan SCOBEACH ke pengguna

IV. Hasil dan Pembahasan

A. Konsep Penta Helix dalam SCOBEACH

Proses pengembangan potensi pariwisata memerlukan sinergi dari berbagai pihak seperti akademisi, pemerintah, media masa, dan sektor swasta yang dikenal dengan Konsep Penta Helix (Setya Yunas, 2019). Penta Helix merupakan bentuk kesatuan kolaborasi antar lini yaitu *Academic*, *Business*, *Community*, *Government*, dan *Media*. Penta Helix akan menjadi landasan yang digunakan dalam pengembangan SCOBEACH. Lima unsur dalam penta Helix menjadi indikator keberhasilan sekaligus mengukur tingkat perkembangan SCOBEACH.

Academy adalah unsur yang berperan dalam melakukan riset dan pengembangan SCOBEACH, dalam mengoptimalkan peran ini memerlukan kerjasama dengan pihak *developer* terutama yang dapat mengembangkan aplikasi SCOBEACH agar semakin memudahkan pengguna. *Business* merupakan pihak swasta yang memiliki usaha, dalam hal ini yaitu pengusaha Café di sepanjang Pantai Wisata Sigandu Kabupaten Batang. Para pengusaha café tersebut memegang peran yang sangat penting dalam pengembangan SCOBEACH karena membutuhkan ketersediaan mereka memberikan informasi terkait daftar menu, fasilitas, dan lokasi café. *Community*, merupakan masyarakat sekitar Sigandu yang juga berperan dalam pengembangan sekaligus menjaga lokasi wisata agar tetap aman, bersih, dan kondusif. *Government* menjadi pihak yang membantu mensosialisasikan program SCOBEACH sekaligus membuat regulasi yang dapat

mendukung dalam pengelolaan lokasi wisata Pantai Sigandu. Terakhir yaitu unsur media, terutama media massa memiliki peran dalam membangun branding SCOB EACH sehingga dapat mencakup sasaran pengguna yang lebih luas.

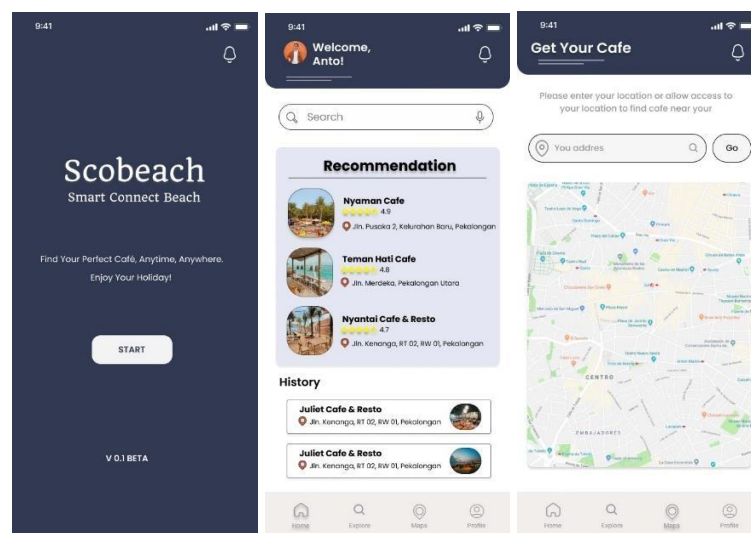
B. Strategi Implementasi SCOB EACH

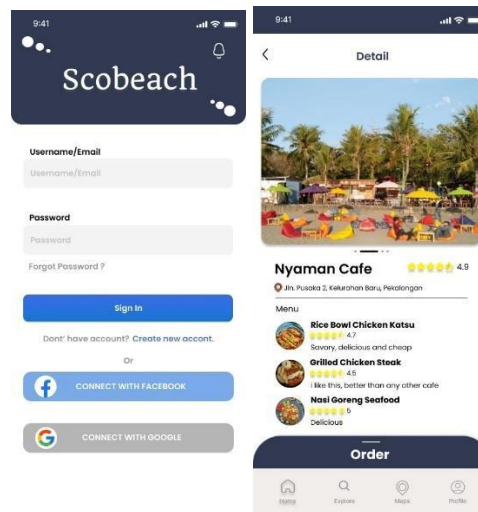
Proses realisasi dan implementasi SCOB EACH di wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang memerlukan beberapa tahapan yang terstruktur. Berikut tiga tahapan yang harus dilaksanakan dalam proses implementasi program:

1. Tahap Perencanaan

Tahap ini merupakan tahap awal yang termasuk dalam pra-pelaksanaan program. Tahapan ini merancang segala strategi sampai matang dimana meliputi pembuatan konsep dan tujuan awal, analisis kebutuhan teknologi, ketersediaan sumber daya, sinergi dengan pihak yang terlibat, perancangan aplikasi, pengujian aplikasi, dan strategi pengembangan program.

SCOB EACH adalah aplikasi yang mengintegrasikan café-café yang ada di pantai Sigandu. Dalam aplikasi ini pengguna dapat mencari café terbaik yang sesuai dengan kebutuhan melalui pencarian fasilitas, sebagai contoh ketika pengguna ingin mengadakan suatu pertemuan maka pengguna dapat mencari dengan keyword “meeting room” pada pencarian aplikasi, nantinya aplikasi akan merekomendasikan café yang menyediakan fasilitas meeting room. Selain itu, pengguna juga dapat mengakses daftar menu yang tersedia sehingga dapat menikmati hidangan yang sesuai dengan selera.





Gambar 1. Tampilan Aplikasi SCOBEACH

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan ini mengeksekusi strategi yang telah dibuat di tahap perencanaan, dimana mencakup implementasi dan peluncuran aplikasi, pelatihan pengguna dan stakeholder, serta promosi program kepada sasaran pengguna melalui media massa.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahapan ini berjalan beriringan dengan proses pelaksanaan dimana mencakup monitoring kinerja aplikasi dan melakukan evaluasi melalui review pengguna untuk mengidentifikasi fitur yang perlu diperbaiki atau dikembangkan. Selain itu, juga mengevaluasi kerjasama dengan pihak-pihak terkait.

V. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kabupaten Batang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi ekonomi tinggi salah satunya ada pada sektor perairan khususnya pantai. Terdapat daerah bernama Pantai Sigandu yang memiliki pusat perekonomian terutama *café beach*. Namun, keberadaan *café-café* yang berjajar dan beragam seringkali membingungkan pengunjung untuk memilih *café* yang sesuai dengan kebutuhan karena tidak tahu apa saja fasilitas yang disediakan setiap *café*. Oleh karena itu, SCOBEACH (Smart Connect Beach) hadir untuk membantu memecahkan masalah tersebut. Dengan konsep mengumpulkan *café-café* dalam satu wadah yang terintegrasi, sehingga memudahkan pengguna mencari *café* melalui fasilitas maupun menu makanan yang diinginkan. Selain itu, penulis juga yakin SCOBEACH dapat membantu memperkenalkan sektor pariwisata dan kuliner di Pantai Sigandu ke masyarakat yang lebih luas. Pastinya hal tersebut akan meningkatkan pendapatan ekonomi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara jangka panjang dan berkelanjutan.



VI. Daftar Pustaka

- Edo Parpadma Nagri. (2021). Peran Digitalisasi Ekonomi dalam Perspektif Islam. *Journal of Practice Learning and Educational Development*, 1(4), 149–152.
<https://doi.org/10.58737/jpled.v1i4.25>
- Evdokimova, Y., Egorova, E., & Shinkareva, O. (2021). Building a Sustainable Economy: Opportunities and Prospects. *Proceedings of the Second Conference on Sustainable Development: Industrial Future of Territories (IFT 2021)*, 195(Ift), 173–176.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211118.032>
- Freddy, R. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia.
- Ketimpangan, A., Dan, E., Pertumbuhan, P., Daerah, E., Laut, W., Daerah, D. A. N., Gunung, W., & Bali, P. (2020). *Journals of Economics Development Issues (JEDI)*. 3(1), 61–69.
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Millenium* (H. Teguh, R. A. Rusli, & Benyamin (eds.)). PT Prenhallindo.
- Putri, R. A. S. I., Sinyor, E. P., & Putr, A. C. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 3, 173–187.
- Rany, A. P., Farhani, S. A., Nurina, V. R., & Pimada, L. M. (2020). Tantangan Indonesia dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui indonesia green growth program oleh BAPPENAS. *Jiep*, 20(1), 63–73.
- Setya Yunas, N. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>
- Badan Pusat Statistik (2024). *Perkembangan Pariwisata Maret 2024*.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/02/2350/perkembangan-pariwisata-maret-2024.html>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.