

**FUNDRAISING BERBASIS WEBSITE VITAMIN SEA: PROGRAM INOVATIF
PENGEKSPLORAN DAN PROMOSI DESTINASI WISATA BAHARI UNTUK
MENSUKSESKAN PESONA INDONESIA (WONDERFUL INDONESIA) DALAM
MEWUJUDKAN INDONESIA SEBAGAI POROS MARITIM DUNIA**

Pipin Nur Azizi
Universitas Negeri Surabaya
pipinnurazizi@mhs.unesa.ac.id

Agung Mahardika
Universitas Negeri Surabaya
agungmahardika@mhs.unesa.ac.id

A.Nuzul
Universitas Negeri Surabaya
a.nuzul@mhs.unesa.ac.id

ABSTRACT

The importance of the tourism role on improving coastal communities welfare and enhance the competitiveness of Indonesian maritime tourism in preparing Indonesia as a world's maritime axis encourage the writing of this paper. There are many challenges on actualizing tourism sector as the Indonesian economy driver, such as the low quality of human resource and tourism budget. Therefore in this is important how to improve the potential of Indonesian maritime tourism to provide significant benefits to the community and development of Indonesian tourism. The purpose of paper is to provide solution on obtaining donations as a driver of community to create a positive image of Indonesian maritime tourism destination areas as well as open opportunities for the involvement of other sectors in order to improve the society's welfare. Vitamin Sea is a platform where people can collect and give donation for tourism development. This innovative program also promotes Pesona Indonesia and Wonderful Indonesia program. Based on the results it can be concluded that the implementation of fundraising program based on Vitamin Sea website can help coastal communities in obtaining alternative funding for maritime tourism potential areas and improve the competitiveness of Indonesian maritime tourism.

Keywords: Maritim Sector, Fundrising, Vitamin Sea

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara bahari dan kepulauan terbesar di dunia, yang tersusun atas 17.504 pulau dengan 95.181 km garis pantai (terpanjang kedua di dunia setelah Kanada), dan keindahan alam (pantai, pulau-pulau kecil, panorama permukaan laut dan bawah laut) yang menakjubkan, sejatinya memiliki potensi pariwisata bahari yang luar biasa besar, bahkan terbesar di dunia (Dahuri, 2012). Luasnya perairan yang dimiliki Indonesia menjadi modal potensial untuk membangun kekayaan bangsa. Perairan Indonesia dijadikan aset tempat menggalang kekuatan dalam mewujudkan strategi menguntungkan bagi basis maritim di semua bidang yang akan menjadikan Indonesia sebagai negara yang berlimpah kekayaan yang dapat menghasilkan sarana masyarakat yang sejahtera.

Potensi wisata bahari tersebut belum mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat dan Indonesia kedepannya. Kinerja pariwisata bahari Indonesia masih tertinggal jauh dari negara tetangga. Sektor pariwisata bahari Malaysia mampu menyumbang 40% terhadap pendapatan pariwisata, sedangkan Indonesia hanya 15% (Noviendi, 2015). Buruknya kinerja pariwisata bahari

Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya aksesibilitas, variasi obyek wisata (*attractions*) terbatas, daya dukung dan kualitas lingkungan, masih kurangnya promosi tentang pariwisata bahari, dan yang terakhir adalah terbatasnya anggaran pemerintah untuk pembangunan pariwisata. Selain itu, banyak ancaman yang terjadi utamanya *illegal fishing* dan pengakuan daerah teritorial maritim oleh negara lain.

Kondisi tersebut mendorong terciptanya program inovatif pengentasan masalah pengembangan wisata bahari dan promosi daerah wisata bahari dalam bentuk *fundraising* berbasis *website* yang bernama "*Vitamin Sea*". Program ini juga sangat membantu pemerintah untuk memberdayakan daerah tujuan wisata yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Serta, dapat meningkatkan devisa negara melalui sektor pariwisata. Keunggulan tersebut dapat memaksimalkan pertumbuhan peningkatan usaha dibidang industri wisata bahari, meningkatkan masyarakat sadar wisata, dan mensukseskan program pemerintah yang bertajuk "Pesona Indonesia" dalam mencapai target wisatawan domestik dan pencapaian target 20 juta wisatawan mancanegara dalam tajuk "*Wonderful Indonesia*". Pemaksimalan Program Inovatif ini juga menjadikan Pariwisata sebagai sektor pendukung Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai poros maritim dunia.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *Vitamin Sea* menjadi program inovatif berbasis website pengekplorasi daerah potensi wisata bahari ?
2. Bagaimanakah *Vitamin Sea* menjadi inovasi promosi wisata dan pemberdayaan masyarakat sadar wisata bahari ?

Bagaimana dampak *Vitamin Sea* terhadap eksistensi pariwisata dalam mengembangkan perekonomian bangsa ?

Tujuan Penulisan

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Memberikan wawasan tentang *Vitamin Sea* sebagai program inovatif berbasis website pengekplorasi daerah potensi wisata bahari.
2. Menginformasikan *Vitamin Sea* menjadi inovasi promosi wisata dan pemberdayaan masyarakat sadar wisata bahari dalam rangka mensukseskan pengembangan target wisata.
3. Menyampaikan dampak *Vitamin Sea* terhadap eksistensi pariwisata dalam mengembangkan perekonomian bangsa.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Menurut Oka A Youti (1990) Pariwisata merupakan bahasa Sansekerta, yang terdiri dari dua suku kata diantaranya *pari* dan *wisata*. *Pari* yaitu banyak, berkali-kali, adapun *wisata* disebut perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "*travel*" dalam bahasa Inggris

Sedangkan Suwartono Gamal (2004) menjelaskan bahwa pariwisata yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang dilain tempat tinggalnya karena sesuatu alasan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.

Bentuk Pariwisata

Nyoman. S. Pendit (2002) menjelaskan bahwa bentuk pariwisata dibagi menjadi lima kategori diantaranya asal wisatawan, akibatnya terhadap neraca pembayaran, jangka waktu, jumlah wisatawan, dan alat angkut yang digunakan. Adapun bentuk pariwisata tersebut dijelaskan di antaranya:

- a. Menurut asal wisatawan
Dapat dijelaskan bahwa apabila wisatawan dari dalam negeri maka disebut wisatawan lokal yang hanya pindah tempat saja. Sedangkan apabila dari luar negeri maka disebut wisatawan asing
- b. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran
Apabila kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing, maka memberi dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjunginya, hal ini disebut pariwisata aktif. Tetapi apabila kepergian seorang warga negara ke luar negeri memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negerinya, maka disebut pariwisata pasif.
- c. Menurut jangka waktu
Apabila wisatawan berwisata dengan jangka waktu panjang maka bisa dipastikan mereka berwisata kategori lama pada suatu tempat tujuan. Begitupun sebaliknya.
- d. Menurut jumlah wisatawan
Apabila pariwisata datang dengan cara sendiri maka disebut wisata tunggal. Sedangkan apabila datang secara bersamaan maka disebut rombongan.
- e. Menurut alat angkut yang dipergunakan
Kategori ini bisa disebut menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung bagaimana cara sang wisatawan tiba.

Pengembangan Pariwisata

Sujali (1989) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata didasarkan pada sifat, kemampuan, fungsi, ruang jangkauan pemasaran yang akan dicapai. Adapun alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah yaitu untuk tujuan wisata, dan ada kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut (Oka A Youti, 1990).

Selain itu pengembangan pariwisata juga mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh nilai-nilai ekonomi positif sebagai katalisator dalam pembangunan ekonomi pada beberapa sektor yang ada. Untuk mengembangkan setiap sektor pembangunan, sebagai landasan awal juga harus mengetahui kondisi ekonomi pada masa mendatang karena akan menjadi landasannya. Selain itu perlu diperhatikan bahwa perencanaan sangat diperlukan unit besaran tertentu (Oka A Youti, 1990).

Pemerintah juga berperan dalam hal ini untuk menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai bentuk fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparat pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke luar negeri. Menurut Suwartono Gamal (2004) dalam mengembangkan pariwisata pemerintah harus memperhatikan beberapa hal diantaranya:

- a. Kebijakan Pengembangan Pariwisata
 1. Promosi
Promosi dalam intinya merupakan pelaksanaan upaya pemasaran. Promosi pariwisata harus dilaksanakan secara selaras dan terpadu, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
 2. Aksesibilitas
Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.

- b. Wisata Bahari
Wisata bahari adalah suatu jenis produk wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan. Jenis wisata ini memiliki keunggulan komparatif yang sangat tinggi terhadap wisata sejenis luar negeri.
- c. Produk Wisata
Adalah suatu Upaya untuk dapat menampilkan produk wisata yang bervariasi dan mempunyai kualitas daya saing yang tinggi.
- d. Sumber Daya Manusia
Modal dalam pengembagna pariwisata yaitu sumberdaya manusianya. Sumber daya manusia ini wajib memiliki suatu keahlian dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan jasa pelayanan pariwisata.
- e. Kampanye Nasional Sadar Wisata
Kampanye nasional sadar wisata pada hakikatnya merupakan suatu upaya memasyarakatkan sapta pesona yang turut menegakkan disiplin nasional dan jati diri bangsa Indonesia melalui kegiatan kepariwisataan.
- f. Kawasan Pariwisata
Pengembangan kawasan pariwisata dimaksudkan yaitu untuk :
 1. Meningkatkan peran serta daerah dan swasta dalam pengembangan pariwisata.
 2. Memperbesar suatu dampak positif pembangunan yang ada.
 3. Mempermudah pengendalian terhadap dampak lingkungan yang terjadi.

Masyarakat Sadar Wisata

Masyarakat Sadar Wisata yaitu merupakan salah satu alternatif pengembangan pariwisata terkait dengan kampanye sadar wisata. Pengembangan pariwisata nusantara yang dilakukan Masyarakat Sadar Wisata melalui berbagai kegiatan antara lain pembinaan masyarakat melalui kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang berfungsi sebagai penggerak pembangunan pariwisata.

Tujuan pembentukan masyarakat sadar wisata adalah sebagai mitra pemerintah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat di bidang pariwisata, meningkatkan sumber daya manusia, mendorong terwujudnya Sapta Pesona (keamanan, ketertiban, keindahan, kesejukan, kebersihan, Keramah-tamahan dan kenangan), meningkatkan mutu produk wisata dalam rangka meningkatkan daya saing serta memulihkan pariwisata secara keseluruhan. Seperti dikemukakan oleh Nyoman. S. Pendit (2002) sifat ramah tamah rakyat indonesia ini merupakan salah satu “model potensial” yang besar dalam pariwisata. Disamping keindahan alam dan atraksi yang menarik, sifat ramah tamah ini juga merupakan “investasi tak nyata” dalam arti kata sesungguhnya pada industri pariwisata, karena ia merupakan daya tarik tersendiri.

Industri Pariwisata

Secara umum masyarakat melihat bahwa industri adalah identik dengan bangunan pabrik secara kontinuitas melakukan proses produksi dengan menggunakan mesin-mesin dan berbagai teknologi. Tetapi akan sangat jauh berbeda ketika mengenal industri pariwisata. Antao VC dan Pinheiro (2015) memberi batasan tentang industri pariwisata sebagai

“Tourist is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them”.

Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya

perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode yang diterapkan atau cara pemasarannya (Muhammad Tahwin 2003). Batasan pariwisata sebagai suatu industri diberikan untuk menggambarkan apa sebenarnya pariwisata itu yang nantinya dapat memberikan pengertian yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Dalam memperoleh data dalam analisa ini, ditempuh melalui tahapan yaitu Tinjauan Kepustakaan dan dokumentasi. Dalam penelitian kepustakaan ini, penulis mengkaji sejumlah referensi dan mencari sumber informasi terkait dengan fakta mengenai permasalahan yang telah dikaji untuk menghasilkan sebuah pemecahan yang inovatif.

Penelitian ini menggunakan sebuah pendekatan kualitatif yang mana menurut Sugiyono (2009) yaitu seatu metode yang berlandaskan filsafat postpositivisme, dan digunakan untuk penelitian pada suatu kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai objek kunci.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

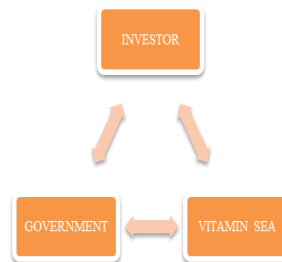
Program Inovatif Website Pengeksploran Daerah Potensi Wisata Bahari

Program Inovatif berbasis *fundraising* ini mengambil topik tentang penyelamatan wilayah maritim. Makna yang tergambar dari *Vitamin Sea* adalah website yang menghubungkan antara sahabat laut (pemilik proyek) dan donatur.



Gambar 4.1
Logo Vitamin Sea

Nantinya program ini akan membantu sahabat laut dalam menggalang dana untuk pengembangan wilayah maritim sebagai daerah potensi wisata. Dengan adanya program ini, sahabat laut dapat mengajukan proposal kepada *Vitamin Sea* untuk menggalang dana yang akan digunakan untuk memberdayakam wilayah maritim yang berpotensi sebagai daerah destinasi wisata.

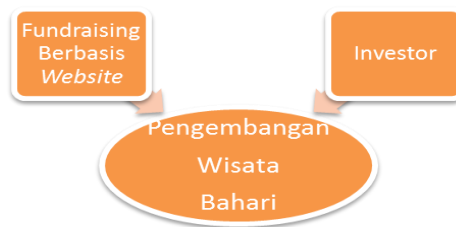


Gambar 4.2
Proses Fundraising

Proses fundraising ini bermakna penggalangan dana untuk mengembangkan potensi wisata maritim dan penawaran kepada investor untuk mengembangkan proyek sahabat laut. Dalam gambar 2 digambarkan mengenai bagaimana proses fundraising dalam bentuk penggalangan dana berbasis *website* maupun penawaran kepada investor secara langsung. Pada diagram yang menghubungkan antara pemerintah dan *Vitamin Sea*, pengelola berkoordinasi dengan pemerintah dalam hal ini adalah Kementerian Pariwisata untuk mendapatkan data daerah-daerah yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata bahari. Kemudian pengelola mendapatkan data dan selanjutnya digunakan sebagai bahan untuk menarik investor mendanai proyek sahabat laut.

Fundraising berlanjut pada diagram yang menghubungkan antara *Vitamin Sea* dan investor. Pengelola melakukan proses fundraising melalui *website Vitamin Sea*. Investor akan mengunjungi *website* dan melihat secara langsung proyek wisata bahari dari sahabat laut. Di proses ini *Vitamin Sea* menjadi pengelola dana investor dan akan digunakan untuk mengimplementasikan proyek sahabat laut.

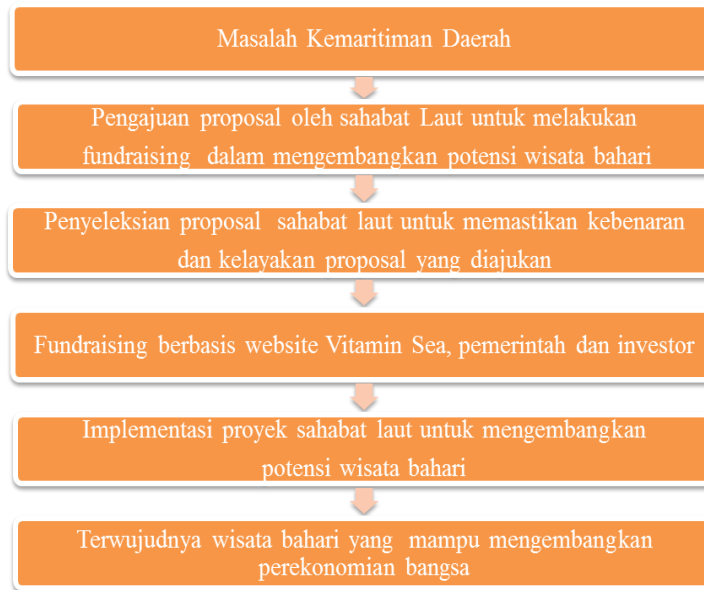
Hubungan diagram antara pemerintah dan Investor adalah *Vitamin Sea* mengundang investor untuk berinvestasi di proyek sahabat laut melalui pemerintah. Peran *Vitamin Sea* disini adalah sebagai penarik investor agar mendanai proyek sahabat laut melalui pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah harus menyediakan kebijakan yang akan mempermudah dan mendukung proses investasi dari penanam modal. Dengan proses *fundraising* yang dijelaskan di atas, dana yang diajukan sahabat laut akan terkumpul dan mendukung proyek pengembangan potensi wisata bahari.



Gambar 4.3
Sumber Fundraising

Diagram sebelumnya menjelaskan bagaimana proses *fundraising* berlangsung, gambar 3 akan menjelaskan dari mana saja sumber pendanaan untuk pengembangan potensi wisata bahari yang dilakukan dengan proses *fundraising*. Pertama pengelola akan melakukan proses fundraising di *website Vitamin Sea* dan hasil dari target penggalangan dana akan diserahkan kepada sahabat laut untuk pengembangan proyek.

Sumber pendanaan kedua berasal dari investor, dalam hal ini *Vitamin Sea* akan menawarkan dan menarik investor agar mendanai proyek sahabat laut melalui pemerintah. Kedua sumber pendanaan ini merupakan alternatif dalam proses *fundraising* yang dilakukan oleh *Vitamin Sea*. Dana dari masing - masing pihak yang terlibat akan diserahkan kepada pemilik proyek yang nantinya dimanfaatkan untuk mengembangkan wisata bahari.



Gambar 4.4
Sistem Pengelolaan

Dalam melakukan operasionalnya, *Vitamin Sea* memiliki tata cara untuk penggalangan dana. Sahabat laut yang memiliki proyek potensial dan ingin melakukan *fundraising*, diharuskan mengajukan proposal kepada pengelola (*Vitamin Sea's Administration*) melalui e-mail. Setiap proposal yang masuk ke *Vitamin Sea* akan dilakukan seleksi. Tahap ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa proposal yang diajukan tidak dimanipulasi. Proses seleksi proposal yang masuk dilakukan selama 3 hari. Seleksi didasarkan atas beberapa aspek diantaranya adalah latar belakang sahabat laut dan profil potensi daerah wisata yang memiliki daya tarik serta dapat dikembangkan menjadi daerah sadar wisata yang sesuai dengan *Sapta Pesona*.

Proposal yang masuk dan memenuhi syarat, pengelola akan mempromosikan proyek pada website *Vitamin Sea* untuk memulai proses penggalangan dana. Waktu periode kampanye *fundraising* ditentukan oleh sahabat laut. Pada tahap ini, segala informasi mengenai proyek sahabat laut akan dikampanyekan pada *website* untuk mendapatkan donasi. Pengelola memberikan kesempatan kepada sahabat laut untuk memperbaiki konten berupa tulisan, atau foto saat proyek sedang dipublikasikan di *Vitamin Sea*. Sahabat laut dapat menghubungi *Vitamin Sea* via e-mail jika ingin melakukan perubahan terhadap informasi yang dicantumkan di *website*.

Kegiatan dalam publikasi proyek sahabat laut terdapat komposisi donatur terdiri dari 50% donatur berasal dari lingkungan terdekat sahabat laut, 30% donatur berasal dari teman, 20% donatur berasal dari masyarakat luar. Proporsi donasi sebagian besar berasal dari lingkungan terdekat, sahabat laut diharuskan menginformasikan kepada lingkungan terdekatnya terlebih dahulu untuk lebih mudah mencapai target donasi yang diinginkan.

Dana akan ditransfer kepada sahabat laut setelah masa *fundraising* selesai. Setelah kami memberikan donasi yang terkumpul, sahabat laut diharuskan membuat laporan sesudah implementasi dana dan dokumentasi hasil proyek. Waktu yang diberikan adalah 30 hari setelah implementasi dana. Selama proses implementasi proyek, kami tetap menjalin komunikasi dengan sahabat laut untuk melakukan advokasi tentang proyek yang sedang dikerjakan.

Pengelola akan membuat sebuah promosi paket wisata dalam bentuk online dari laporan implementasi dana dan dokumentasi hasil proyek. Setelah implementasi dan proyek berjalan kami mendapatkan 30% dari keuntungan yang didapatkan oleh pengelola tempat wisata tersebut. Pengelola tempat wisata akan mendapatkan 70% dari keuntungan setiap bulan.

Manfaat dari peran *Vitamin Sea* sebagai pembangkit kesadaran masyarakat untuk mendirikan bisnis di sektor pariwisata dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Langkah ini juga sangat membantu pemerintah untuk mensukseskan kunjungan wisatawan baik dari domestik maupun mancanegara. Kemudian, dari promosi yang diadakan melalui sosial media dengan berbasis pusat informasi wisata bahari secara online, wisatawan dapat mengakses pengetahuan mengenai tempat wisata yang di inginkan secara cepat dan mudah tanpa harus datang ke *Tourism Information Centre*.



Gambar 4.5
Strategi pemasaran website *Vitamin Sea*

Semua produk dan jasa membutuhkan sebuah pemasaran yang efektif agar dikenal oleh banyak orang. Pemasaran ini berpengaruh terhadap keberadaan dan keberlanjutan sebuah produk dan jasa yang dihasilkan, oleh karena itu pemasaran merupakan kunci utama dalam kesuksesan produk dan jasa. Mengingat pentingnya pemasaran sebuah produk dan jasa, dibutuhkan strategi pemasaran untuk mengumpulkan dan menginformasikan donatur dalam penggalangan dana di website *Vitamin Sea*. Semakin banyak donatur yang terkumpul artinya semakin banyak peluang donasi yang akan diberikan dan akan membantu tujuan program ini dalam membantu proyek sahabat laut.

Kotler (2007) menjelaskan beberapa komunikasi bauran pemasaran terpadu, terdapat beberapa bauran komunikasi pemasaran yang akan digunakan untuk mengenalkan *Vitamin Sea* dengan mengambil segmentasi pemerhati lingkungan laut dan pariwisata.

1. Iklan (*Advertising*)

Kami akan melakukan proses periklanan di beberapa media sosial untuk mengenalkan *Vitamin Sea* kepada publik. Langkah ini diambil mengingat jumlah penggunaan media sosial di Indonesia yang tinggi dan merupakan instrumen mudah dan cepat untuk mempromosikan program kami. Media sosial yang akan kami gunakan dalam mendukung pemasaran adalah *facebook, twitter, black berry mesanger, line, path dan instagram*. Media sosial tersebut kami gunakan untuk membentuk sebuah grup dalam mengenalkan *Vitamin Sea* kepada pengguna sosial media.

2. Acara Khusus dan Pengalaman (*Special Event and Experience*)

Pendekatan yang kami lakukan yaitu membuat sebuah kegiatan yang bertujuan mengenalkan *Vitamin Sea* kepada donatur potensial. Maksudnya adalah, dengan mengadakan beberapa kegiatan sosial seperti penyelamatan kekayaan bahari. Kegiatan positif lainnya juga dilakukan dibidang pendidikan dan pelestarian kebudayaan lokal.

3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Vitamin Sea merupakan sebuah jasa yang kami berikan kepada mereka yang memiliki proyek untuk dikembangkan sebagai daerah potensial tujuan wisata maritim untuk

mendapatkan pendanaan. Penjualan pribadi yang dimaksud adalah sistem pemasaran yang mengedepankan pendekatan pribadi untuk mendapatkan donatur. Kami akan melakukan presentasi kepada pihak-pihak yang berpotensi memberikan donasi mengenai program yang kami tawarkan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan informasi lebih detail dan meyakinkan kepada calon donatur, sehingga peluang donatur untuk bergabung lebih besar.

Inovasi Promosi Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Sadar Wisata

Setelah proyek sahabat laut terlaksana, diperlukan strategi khusus untuk mempromosikan dan memberdayakan masyarakat agar wisata bahari yang dibangun dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Penulis mengajukan sebuah program bernama Juru laut. Ini merupakan proyek kelanjutan yang dibentuk pengelola *Vitamin Sea* dengan tujuan pengembangan Program Turis Cerdas. Gerakan ini didasarkan pada beberapa perilaku wisatawan terhadap penduduk lokal sebagai salah satu pengembangan literasi berbasis pengenalan adat istiadat dan tradisi Bangsa Indonesia. Gerakan ini juga diharapkan dapat mampu membuat masyarakat sadar, peduli, dan turut aktif dalam menjaga dan melestarikan, serta mengembangkan lokasi wisata.

Juru laut merupakan fasilitas yang disediakan untuk memandu dan menginformasikan pengunjung wisata bahari sehingga potensi dan segala sumber daya yang tersimpan dapat tersampaikan. Pengunjung juga akan mendapatkan pengalaman berharga mengenai destinasi wisata melalui program ini. Juru Laut juga akan menciptakan wisata bahari yang berkelanjutan dengan menyediakan pengalaman yang unik dan berharga bagi pengunjung. Menggunakan aplikasi berbasis *website*, pengunjung dapat memesan jasa pemandu wisata bahari. Dengan cara ini diharapkan tercipta efisiensi dalam bisnis yang dilakukan. Selain itu penggunaan aplikasi berbasis *website* juga memudahkan pemesanan dalam menggunakan jasa pemandu wisata.

Dalam merekrut tenaga kerja pemandu wisata, pengelola mengedepankan calon pemandu yang mempunyai kemampuan komunikasi, wawasan mengenai pariwisata dan tata karma sesuai dengan etika dan estetika kepribadian budaya Indonesia kepada pengunjung wisata. Selain itu pengetahuan yang luas terhadap potensi sumber daya alam dan kearifan budaya lokal patut dipenuhi oleh pemandu wisata. Semua ini ditujukan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pengunjung wisata.

Pengelola mengutamakan calon pemandu wisata berasal dari masyarakat sekitar. Pemberdayaan masyarakat lokal berbasis pariwisata maritim menjadi solusi bagi kesejahteraan masyarakat dan mendorong perekonomian Indonesia kedepannya. Program ini sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, sehingga potensi daerah dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat.

Eksistensi Pariwisata Dalam Mengembangkan Perekonomian Bangsa

Berkembangnya kesadaran dalam dibidang wisata bahari di Indonesia, diharapkan dapat memotivasi masyarakat Indonesia untuk berkembang dan bergelut dalam industri kreatif sebagai Industri tanpa batas. Selain itu dapat mencetak Generasi Muda Indonesia untuk menjadi generasi yang berjiwa Wirausaha yang memiliki nasionalisme tinggi. Semangat inilah yang menjadi kekuatan yang diberikan sebagai upaya mengeksplor daerah potensial wisata bahari yang memberikan daya tarik bagi wisatawan. Melalui *Vitamin Sea* masyarakat dapat memperoleh donasi untuk meningkatkan kualitas destinasi wisata serta membuka lapangan kerja di bidang pariwisata sebagai sarana optimalisasi pembangunan daerah. *Vitamin Sea* juga merupakan sebuah kerja sama media dalam mempromosikan proyek sahabat laut yang menjadi binaan pengelola dalam paket wisata yang menginformasikan segala fasilitas dan daya tarik melalui program inovatif berbasis website yang menampilkan visualisasi gambar sebagai suatu pembantu wisatawan mendapatkan informasi melalui media paket promosi daerah pada *Tourism Information Centre* secara *online* dan pengembangan sadar wisata melalui pemandu wisata pada daerah tersebut. Perkembangan *Vitamin Sea* juga pada akhirnya membentuk masyarakat yang memiliki tingkat kepedulian yang sangat tinggi terhadap perkembangan pemasaran pariwisata. Hal ini menunjang terciptanya masyarakat sadar wisata yang berdaya guna sebagai pemandu wisatawan

domestik maupun mancanegara. Program ini membantu wisatawan mendapatkan informasi saat berkunjung ke destinasi wisata bahari yang ada di seluruh wilayah Negara Indonesia.

Perkembang *Vitamin Sea* merupakan peluang peningkatan daya saing yang di tawarkan pada bidang pariwisata di sektor kelautan yang akan meningkatkan eksistensi perekonomian Indonesia. Peluang tersebut juga digunakan pemerintah Republik Indonesia dalam rangka mempromosikan Program Pesona Indonesia dan *Wonderful Indonesia* utamanya dibidang Maritim Harapan besar pemerintah akan mendapatkan peningkatan devisa yang dapat dimanfaatkan, pemberdayaan lingkungan kelautan dan peningkatan masyarakat sadar wisata yang memiliki jiwa wirausaha untuk menyukseskan Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai Poros Maritim Dunia.

SIMPULAN

Simpulan

Vitamin Sea merupakan program inovatif berbasis website fundraising yang menengahi antara sahabat laut (pemilik proyek) dan donatur. Program ini membantu masyarakat dan pemerintah dalam mengembangkan daerah potensi wisata maritim di Indonesia. Besarnya potensi wisata maritim di Indonesia seharusnya dapat menjadi tulang punggung kesejahteraan masyarakat pesisir, namun potensi yang ada kurang dioptimalkan sehingga kurang memberikan dampak besar bagi masyarakat dan pariwisata Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan masih rendahnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Dengan adanya *Vitamin Sea*, selain memudahkan wisatawan datang ke Indonesia, program inovatif ini juga memungkinkan kemudahan masyarakat dalam mengakses pendanaan dari donatur yang peduli terhadap kondisi pariwisata maritim Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Antao VC dan Pinheiro. 2015. "Surveillance for Occupational Respiratory Diseases in Developing Countries." *Semin Respir Crit Care Med*.
- Dahuri. 2012. "Pariwisata Bahari: Raksasa Ekonomi Indonesia Yang Masih Tidur." Retrieved (<https://rokhmindahuri.wordpress.com/tag/pariwisata-bahari/>).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Indeks.
- Muhammad Tahwin. 2003. "Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri Studi Kasus Kabupaten Rembang." *Jurnal Gemawisata* 1:236-49.
- Noviendi, Makalam. 2015. "Presrelease Wondersia Dorong Wisatawan Mancanegara Di Indonesia." Retrieved (www.kemenpar.go.id).
- Nyoman, S. Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Oka A Youti. 1990. "Hotel,Marketing Suatu Pengantar, WTO."
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujali. 1989. *Geografi Pariwisata Dan Kepariwisataan*. Yogyakarta: Fakultas Geografi UGM.
- Suwartono Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.