

ABSTRAK

APLIKASI *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA SEKTOR PARIWISATA

(Studi pada Objek Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat)

Oleh

RISYAH APRIGASI

Penelitian ini menggunakan teori *Blue Ocean Strategy* yaitu menantang perusahaan untuk keluar dari samudra merah atau persaingan berdarah dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi wisata yang menjadi peluang pariwisata baru di Kabupaten Pesisir Barat melalui Aplikasi *Blue Ocean Strategy*.

Metode deskriptif dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif berfokus pada pendekatan BOS (*Blue Ocean Strategy*).

Hasil penelitian yang diperoleh adalah: 1) Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesisir Barat memiliki potensi yang besar untuk menerapkan *Blue Ocean Strategy*; 2) Hapuskan, Kurangi, Tingkatkan, dan Ciptakan adalah langkah dalam mengembangkan pariwisata Kabupaten Pesisir Barat. Dari indikator ciptakan yang telah dijabarkan, maka Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat fokus pada Wisata Kuliner Olahan Ikan *Blue Marlin* dan Wisata Bisnis di Hutan Damar.

Diperlukannya inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan pariwisata, sehingga mampu menampilkan keunikan dan kekhasan yang dimiliki oleh Kabupaten Pesisir Barat yang dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung.

Kata Kunci : BOS (*Blue Ocean Strategy*), Strategi Pemasaran Pariwisata.