

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Turning the Tide: How the Blue Economy Can Contribute to a Green Recovery by Innovation in the Indonesian Islands

Sherlinda Octa Yuniarsa

Universitas Brawijaya, Malang

Email: sherlindaocta33@gmail.com

Abstract

This research study aims to analyze the impact of ultra-micro on entrepreneur and business innovation through tourism start-ups such as the green and blue economies with ultra-micro. This qualitative research uses data from local people as participants (respondents). This research absolutely uses non-probability sampling with purposive sampling. A research-designed CEMS with the MM used the data analysis technique. The results were shown by ultra-micro's impact on Semarang's digital economic platform industry. In contrast, an advantage of business with innovation is relatively straightforward with a new technology strategy in tourist and economic empowerment at District Areas, Manado. To sum up, this research involves sandwich generation as employees, customers, and communities where organizations operate should not only expect but demand ethical corporate behavior. A CEMS is an answer for strategies such as demands climate for the circular economy. Ultimately, some business and innovation strategies, like coastal areas, need more implementation to catch up with some access offline and online with collaboration between government, investors, and organizations such as encouraging sustainable economic growth. This research study from an opportunity and loss of business revenue and profit, then the barrier between economics such as new insight, experience, and impact to reach some business concepts by empowering sustainable innovation (unique product), sustainable finance (ultra-micro), and sustainable economic (blue economy and green economy), then catching up financial inclusion for Small Medium Enterprise in Manado, district areas.

Keywords sandwich generation, blue economy, green economy, ultra-micro, Manado.

1. Pendahuluan

Kota Manado terletak pada posisi geografis 124°40' — 124°50' Bujur Timur dan 1°30' – 1°40' Lintang Utara. Kota ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Minahasa dan Selat Mantehage di sebelah Utara, dengan Kabupaten Minahasa di sebelah Timur, dengan Kabupaten Minahasa di sebelah Selatan dan dengan Teluk Manado di sebelah Barat.

Kota ini memiliki wilayah daratan seluas 15.726 hektare. Manado juga merupakan kota pantai yang memiliki garis pantai sepanjang 18,7 kilometer. Kota ini juga dikelilingi oleh perbukitan dan barisan pegunungan. Wilayah daratannya didominasi oleh kawasan berbukit dengan sebagian dataran rendah di daerah pantai. Interval ketinggian dataran antara 0–40 persen dengan puncak tertinggi di Gunung Tumpa.

Wilayah perairan Kota Manado meliputi Pulau Bunaken, Pulau Siladen dan Pulau Manado Tua. Pulau Bunaken dan Siladen memiliki topografi yang bergelombang dengan puncak setinggi 200 meter. Sedangkan pulau Manado Tua adalah pulau gunung dengan ketinggian sekitar 750 meter.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Sementara itu, perairan teluk Manado memiliki kedalaman 2–5 meter di pesisir pantai sampai 2.000 meter pada garis batas pertemuan pesisir dasar lereng benua. Kedalaman ini menjadi semacam penghalang, sehingga sampai saat ini intensitas kerusakan Taman Nasional Bunaken relatif rendah.

Suhu udara rata-rata di Manado pada tahun 2020 berkisar antara 26,41°C sampai dengan 27,83°C. Tempat-tempat yang letaknya berdekatan dengan pantai mempunyai suhu udara rata-rata relatif tinggi. Kelembapan udara rata-rata cukup tinggi dengan nilai berkisar antara 77,22 persen sampai dengan 85,57 persen.

Kota Manado adalah kota yang berada pada muara-muara sungai besar. Ada tujuh sungai di Sulawesi Utara yang bermuara di Manado, yaitu Sungai Tondano, Sungai Sario, Sungai Bailang, Sungai Kolongan, Sungai Malalayang, Sungai Maasing, dan Sungai Kima. Kota ini pun berada pada elevasi yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan kota atau kabupaten lain di sekitarnya.

Ditilik dari komposisi penduduknya, Kota Manado memasuki tahap bonus demografi. Hal ini terlihat dari jumlah penduduk usia produktif (15–64 tahun) sebesar 316.003, lebih besar dibanding usia nonproduktif yang sebesar 135.913 orang. Dengan demikian, rasio ketergantungan Kota Manado sebesar 43,01 persen. Itu berarti setiap 100 orang yang berusia kerja (dianggap produktif) mempunyai tanggungan sebanyak 43 orang yang belum produktif dan tidak produktif lagi. Sehingga, ketika ingin mengetahui berbagai hal tentang tingkat produktifitas generasi baby boomers, millennial, hingga Z tentu memerlukan banyak kegiatan pelatihan. Misalnya, peningkatan pengetahuan terkait digital platform industri melalui hard dan soft skills oleh para profesional. Di sisi etnis, mayoritas penduduk Kota Manado berasal dari suku Minahasa. Penduduk asli Manado adalah subsuku Tombulu yang dapat dilihat dari beberapa nama kelurahan di Manado yang berasal dari bahasa Tombulu. Misalnya, Wenang (pohon wenang), Tumumpa (turun), Mahakeret (berteriak), Ranotana (air tanah), dan Pinaesaan (tempat persatuan).

Dalam konteks permasalahan ekonomi sirkular di Indonesia, khususnya di wilayah Manado, model bisnis *offline* dan *online* diperlukan untuk mengetahui bagaimana industri lokal akan menghasilkan pendapatan dan laba dengan ultra mikro, mengganti kerugian proporsi nilai produk lokal. Kemudian, mulai menargetkan pelanggan dalam berbagai kondisi pasar digital, posisi di pasar *online* atau rantai nilai yang kompetitif dan juga proyeksi antara pendapatan dan biaya, yaitu kemudahan pembayaran atau pengelolaan keuangan sebagai cara berbisnis dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Pembelian produk secara *online* untuk wilayah lokal seperti Manado biasanya menggunakan kombinasi saluran karena mereka mengikuti perjalanan pelanggan mereka baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama di daerah tertinggal atau di kepulauan. Mereka juga memilih produk untuk kawasan wisata yaitu dengan tujuan berinteraksi dengan banyak merek melalui kegiatan ekonomi biru dan ekonomi hijau. Dalam hal ini, mereka tidak menggunakan saluran digital secara terpisah atau solusi untuk munculnya inovasi berkelanjutan di wilayah Manado dan sekitarnya. Karena, mereka mengonsumsi media lain termasuk cetak, TV, email langsung,

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

dan iklan luar ruang sebagai strategi promosi.

Sehingga, hal ini mengikuti pendekatan yang efektif untuk menggunakan komunikasi secara digital, yang merupakan bagian dari strategi pemasaran *omni-channel*. Semuanya mendefinisikan tentang bagaimana saluran pemasaran yang berbeda harus terintegrasi dan saling mendukung dalam hal pengembangan proporsinya, kemudian komunikasi yang lancar di seluruh saluran yang berbeda dengan layanan yang sangat baik, juga perangkat yang baik.

Di sektor pariwisata, kota yang dikenal akan keramah-tamahan penduduknya ini merupakan salah satu tujuan wisata dibagian timur Indonesia, dengan andalannya wisata bahari. Di kota ini terdapat berbagai macam bentuk destinasi wisata. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Manado, terdapat 86 obyek pariwisata di mana delapan obyek di antaranya merupakan obyek pariwisata alam.

Salah satu destinasi wisata yang populer adalah Taman Nasional Bunaken yang dikenal sebagai salah satu taman laut terindah di dunia. Taman Laut Bunaken terkenal oleh formasi terumbu karangnya yang luas dan indah sehingga sering dijadikan lokasi penyelaman oleh turis-turis mancanegara. Maka dari itu, perlu adanya pengembangan blue economy untuk kawasan perairan Manado, Sulawesi Utara.

Di samping destinasi wisata, kuliner juga menjadi salah satu hal menarik di Manado, terutama karena cita rasa pedas dari masakan mereka yang sangat khas. Karena berada di daerah pesisir, makanan yang khas di kota ini berasal dari olahan ikan. Populernya makanan olahan ikan ini dapat dilihat dari banyaknya restoran yang menjamur di berbagai sudut kota. Bentuknya beragam, sebut saja ikan kuah asang, ikan kuah woku, tinituan, sambal roa, panike, panada, dan masih banyak lainnya. Kuliner lainnya yang merupakan khas Manado, antara lain, bubur manado, woku blanga, nasi kuning, es brenebon, klapertaart, dan gohu. Karena potensi wisata yang besar tersebut, industri pariwisata di kota Manado semakin tumbuh dan berkembang. Salah satunya ditandai dengan cukup banyaknya hotel dan sarana pendukung lainnya. Sampai tahun akhir tahun 2020, terdapat 120 buah hotel, 26 di antaranya hotel berbintang, 98 restoran dan 163 rumah makan.

Namun, rantai saluran yang berkembang dapat memahami perilaku *omni-channel* dengan teknik yang kuat yang direkomendasikan oleh Mc. Donald dan Wilson (2002) untuk menganalisis perubahan tentang pengembangan pariwisata di Manado dengan pengenalan pasar yang sesuai dengan media sosial atau koneksi internet. Rantai saluran menunjukkan pelanggan alternatif baik nasional maupun internasional di wilayah Sulawesi Utara, terutama Manado dengan preferensi saluran yang berbeda. Sehingga, hal ini dapat digunakan untuk menilai kinerja saat ini dan masa depan dari jenis perjalanan pelanggan ini.

Menurut penelitian oleh Thomas dan Sullivan (2005) diasumsikan bahwa memberikan contoh pengecer *omni-channel AS* yang digunakan oleh pelacakan lintas saluran seperti pembelian melalui penugasan setiap pelanggan yang sangat baik untuk pengidentifikasi secara unik untuk menghitung preferensi pada saat itu dengan ekonomi biru dan produk ekonomi hijau. Cara lain, Juaneda-Ayensa et al.,(2016) meyakini bahwa inovasi personal adalah tingkat di mana

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



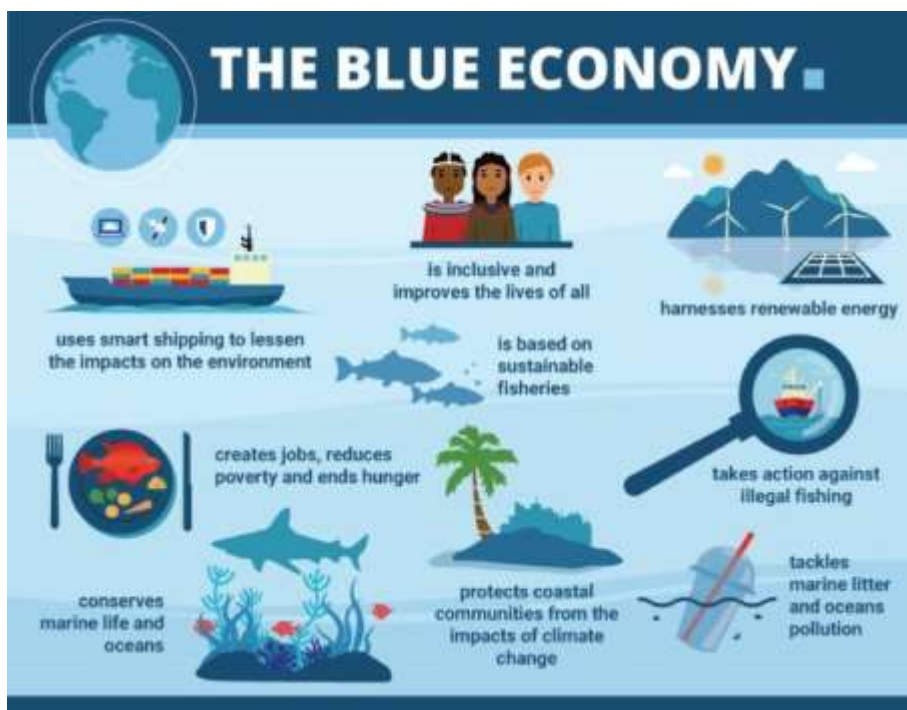
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

seseorang lebih suka mencoba hal baru dengan berbagai produk atau saluran lokal dan mencari pengalaman yang tidak terduga. Hal ini dapat berdampak positif pada niat pembelian omni-channel untuk produk lokal.

2. Tinjauan Literatur

Ekonomi Biru (the blue Economy). Teori mengenai Ekonomi Biru menyatakan bahwa saat ini istilah ini sudah banyak digunakan di seluruh dunia dengan tiga makna yang saling berbeda, yaitu kontribusi pengembangan konsep sustainability untuk kawasan ocean terhadap ekonomi, kebutuhan untuk menangani lingkungan, serta keberlanjutan ekologis bagi laut. Setelah ini, ekonomi lautan sebagai peluang pertumbuhan bagi negara maju dan berkembang. Berdasarkan teori ekonomi biru, Conservation International dalam ekonomi biru benar-benar membahas tentang manfaat ekonomi yang mungkin tidak dapat dipasarkan seperti penyimpanan karbon, perlindungan pesisir, dan nilai-nilai budaya.

Gambar 1. Strategi dan Pemberdayaan Ekonomi Biru



Di wilayah ini, kekuatan ekonomi biru sangat besar. Sebab, ekonomi biru mencakup semua industri dan sektor yang berkaitan dengan laut, pesisir, dan lautan. Dalam arti luas, baik yang berada di laut maupun di daratan seperti di wilayah Manado. Termasuk juga di dalamnya adalah pelayaran, penangkapan ikan, produksi energi (terbarukan), pelabuhan, galangan kapal, akuakultur, produksi alga, pembangunan, dan pengembangan produk dari hasil laut.

Endangered balance of the ocean ecosystem. Ada aktivitas yang berdampak secara kumulatif melalui lingkungan atau alam, yaitu ekosistem terbesar di planet kita seperti Indonesia.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

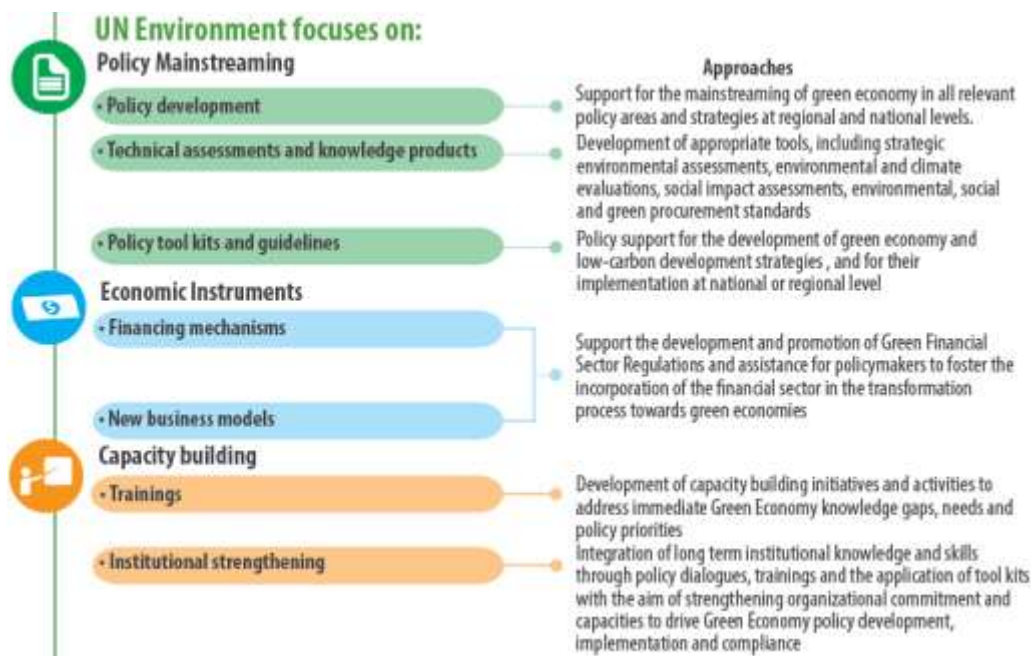
Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Konsekuensi dari penggunaan dan eksploitasinya laut telah menjadi semakin luas selama beberapa dekade, diperparah oleh perubahan iklim dan emisi gas rumah kaca. Misalnya, tumpukan sampah, plastik, dan tumpahan minyak yang menjadi masalah besar di kawasan laut atau perairan. Ditambah lagi dengan beban tak kasatmata dari mikroplastik, bahan kimia, nutrisi, dan kebisingan bawah laut. Sebaliknya, hilangnya keanekaragaman hayati dan habitat alami serta risiko kesehatan bagi rantai makanan merupakan konsekuensinya. Singkatnya, hal ini menyebabkan kerusakan dan ekosistem laut yang sangat sensitif seperti terumbu karang, yang mendukung keberagaman hayati dan mengurangi dampak laut bagi kehidupan laut.

Gambar 2. Green Economy with UN Environmental



Jalan menuju ekonomi biru yang berkelanjutan. Berdasarkan konsep, pendekatan, dan langkah-langkah yang diperlukan, umat manusia telah mengambil tindakan untuk melindungi lautan. Banyak perusahaan, lembaga, dan organisasi yang berkontribusi pada pemulihan, perlindungan, atau pemeliharaan ekosistem laut yang produktif, serta mempromosikan ketersediaan air bersih, fasilitas sanitasi telah menjadi pemangku kepentingan penting dalam konsep Ekonomi Biru. Pada tahun 2030, luas kawasan perairan sebagai salah satu upaya dalam melakukan perlindungan laut yang akan diperluas dari 11% saat ini menjadi 30%. Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah diabadikan dengan perlindungan laut sebagai Tujuan 14 - Kehidupan di Bawah Air dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Karena, Dekade Penelitian Kelautan PBB untuk Pembangunan Berkelanjutan dimulai pada tahun 2021. Ada banyak hal yang belum kita ketahui tentang ekosistem besar ini dan konsekuensi dari campur tangan manusia. Di tingkat Eropa juga, perlindungan laut, dan air serta keberlanjutan keragaman hayati, tentu diperlukan dari Ekonomi Biru menjadi fokus utama, paling tidak dengan Green Deal.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Ekonomi Hijau (The Green Economy). Investasi hijau merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang bisa dilakukan oleh perusahaan yang mendukung dan menyediakan beberapa produk berdasarkan hasil pengembangan konsep dan pencapaian ekonomi hijau. Sebaliknya, keuangan hijau merupakan struktur aktivitas keuangan yang telah diciptakan untuk memastikan hasil lingkungan yang baik. Pada akhirnya, investasi hijau tersebut tidak akan merusak lingkungan, dan investasi ke arah perbaikan infrastruktur yang mendukung perusahaan tersebut dengan mengurangi investasi yang berkelanjutan.

Value Technology Start Ups. Menurut komisi penelitian oleh Google dan oleh National Institute of Economic and Social Research (Nathan, 2013). Setidaknya ada 270.000 perusahaan yang membentuk ekonomi digital seperti negara Inggris. Pendapatan akan dilaporkan dengan bisnis digital ini, yang tumbuh 25% lebih cepat daripada perusahaan non-digital dan mereka mempekerjakan 15% lebih banyak orang. Industri digital sering kali memiliki hambatan yang lebih rendah seperti kerusakan ekonomi untuk masuk ke dunia, baik berupa penawaran maupun permintaan untuk wisatawan nasional atau internasional. Misalnya, biaya transaksi dan tenaga kerja yang berkurang, dibandingkan dengan perusahaan yang lebih tradisional, yang memiliki lebih banyak aset fisik. Perubahan teknologi bersifat eksponensial dan orang-orang menggunakannya untuk mengganggu sebagian besar industri dengan model bisnis alternatif, sehingga perdu adanya inovasi berupa teknologi untuk meningkatkan perekonomian di daerah.

Assess Digital Business. Seperti halnya semua perusahaan yang baru berdiri, tentu saja mengalami kesulitan bagi investor untuk menilai keberlanjutan akses digital dalam jangka panjang karena masih sebagai perusahaan rintisan. Ada sejumlah pendekatan yang dapat digunakan untuk mengakses keberhasilan ekonomi (ekonomi biru), inovasi berkelanjutan (ekonomi hijau), dan keuangan berkelanjutan (ultra mikro) bagi perusahaan. Sayangnya, ada banyak contoh yang menunjukkan bahwa perusahaan dot-com dinilai terlalu tinggi oleh investor yang ingin mendapatkan keuntungan cepat dari investasi mereka. Karena, ada beberapa anomali yang jelas dari perusahaan tradisional dibandingkan dengan perusahaan rintisan digital.

Business Model for E-Commerce. Bagian utama dalam model bisnis kanvas adalah tentang urutan logika atau manual yang perlu dipertimbangkan, termasuk: 1. Proporsi nilai, 2. Segmen pelanggan, 3. Hubungan pelanggan, 4. Saluran, 5. Mitra utama, 6. Aktivitas, 7. Sumber daya, 8. Struktur biaya, 9. Aliran pendapatan

3. Metode Penelitian

A Process for Digital Marketplace Analysis. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan proses analisis pasar lokal secara digital untuk bisa menyentuh setiap peluang dan menghubungkan pemangku kepentingan di dunia tentang industri pariwisata di Manado, Sulawesi Utara. Beberapa informasinya adalah tentang generasi muda yang ikut terlibat dalam kegiatan ekonomi hijau maupun ekonomi biru di area pesisir. Namun, banyak produk lokal, target pasar, atau sekadar bisnis kompetitif yang didorong untuk mencapai tujuan dalam industri digital sebagai hasil dari kerajinan tangan. Kemudian, mengeksplorasi beberapa daerah di pesisir laut sebagai dukungan untuk ekonomi biru dan ekonomi hijau seperti budaya Aborigin untuk memberikan literasi digital, merasakan dampak produk lokal, dan munculnya berbagai ide,

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

serta inovasi yang unggul.

Dari sisi lain terkait warga lokal (partisipan) yaitu generasi Z, milenial, dan *baby boomer* sebagai generasi *sandwich* yang akan mendukung dan membantu mewujudkan segala perubahan dari penjualan kawasan wisata maupun produk lokal secara tradisional ke digital. Hal tersebut tentu akan membentuk strategi bisnis yang menarik dengan cara baru yang berbeda melalui teknologi dan media sosial.

Berdasarkan bidang penelitian ekonomi dan pariwisata tersebut, digunakan kata kunci berupa ide dan strategi baru dengan sistem bisnis tertentu dan terstruktur. Banyak artikel yang dicari melalui basis data daring melalui www.sciencedirect.com yang diterbitkan dari tahun 2014 hingga 2024 dan buku-buku yang terkait dengan inovasi, wirausahawan, internasional bisnis, dan ekonomi di Indonesia.

Penelitian ini memiliki beberapa kriteria seperti: 1. Artikel ilmiah telah dibahas dengan kapasitas bisnis untuk ekonomi dan manajemen sebagai variabel independen, terkait dengan inovasi dalam berbagai bentuk produk lokal seperti keunikan barang dagangan. 2. Artikel menggunakan teks atau sumber berbahasa Inggris. 3. Artikel telah diterbitkan tahun 2014-2024

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, 10 artikel diambil dari tahap awal yang dibahas dengan ide bisnis yang unik dan proses yang berbeda untuk menang sebagai wirausahawan muda seperti generasi sandwich. Metodologi penelitian ini telah memilah-milah produktivitas dan kinerja keuangan dengan tingkat bisnis yang tinggi dan dilihat dari waktu yang berharga, kemudian mengembangkan sistem manajemen yang lebih etis untuk bisnis rintisan pariwisata dengan ultra Mikro.

4. Hasil dan Pembahasan

Adapun pertumbuhan ekonomi di Manado, Sulawesi Utara telah menjadi tumpuan bagi masyarakat dan sekitarnya. Dukungan dari berbagai pihak, sektor, termasuk para multi-stakeholder tentu menjadi hal berbeda dari meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pergerakan masyarakat pesisir, terutama mengenai peningkatan produk lokal yang dikemas secara tradisional menjadi digital untuk keutuhan nilai tambah bagi para pelaku ekonomi di kepulauan.

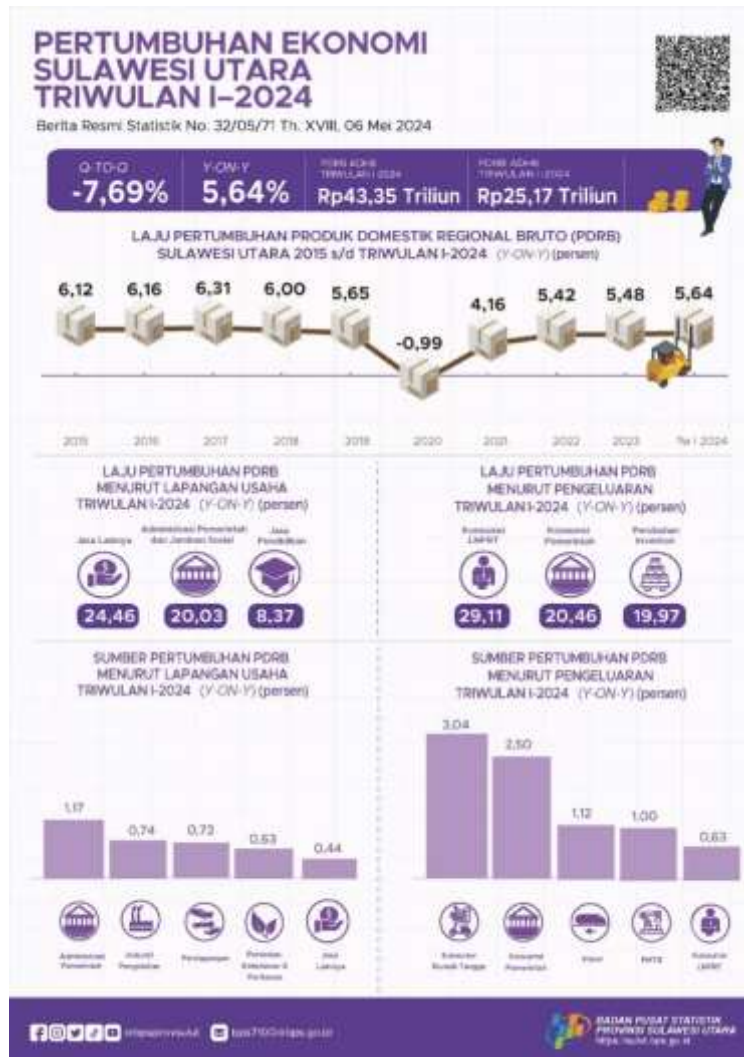
Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Gambar 3. Economic Growth in Manado, North Sulawesi



Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Jika melihat dari data yang ada, seperti analisis pertumbuhan ekonomi pada triwulan ii-2024, yaitu:

- pertumbuhan ekonomi 5,13% (y-on-y)
- pertumbuhan ekonomi 5,63% (q-to-q)
- pertumbuhan tertinggi pada lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 7,37%
- pertumbuhan tertinggi pada komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga sebesar 5,01%
- pertumbuhan tertinggi pada lapangan usaha transportasi dan pergudangan sebesar 20,47%
- pertumbuhan tertinggi pada komponen impor barang dan jasa sebesar 16,27%

Analisis ekonomi sirkular untuk pasar digital merupakan bagian penting dalam mengembangkan rencana bisnis dalam jangka panjang atau menciptakan posisi pemasaran digital secara jangka pendek. Ada analisis pasar yang membantu menentukan jenis utama produk lokal yang menarik di kawasan pesisir Sulawesi Utara, terutama Manado. Namun, analisis ini menggambarkan perjalanan pelanggan atau aliran pengunjung daring antara mesin pencari, situs media, dan perantara lain ke organisasi dengan pesaing. Calon pelanggan-pelanggan di pasar digital secara alami akan beralih ke mesin pencari untuk menemukan produk, layanan, merek, dan hiburan. Tentu saja, mesin pencari bertindak sebagai sistem distribusi produk lokal beserta paket edukasi untuk wisata, yang menghubungkan pencari ke situs perantara yang berbeda. Sebaliknya, aliran digital akan mengetahui alur tau padatnya kunjungan antar situs oleh pemasar di sektor pariwisata mereka.

Adapun *platform digital* seperti Facebook, Google, dan Salesforce telah berkembang dengan infrastruktur atau ekosistem pasar yang baik dan sehat, dimana menghubungkan situs web melalui pertukaran data, memberikan peluang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan sebagai hasil review setiap berkunjung ke Manado maupun ke Bunaken tau pulau lainnya.

Analisis penelitian ini berdampak pada ekosistem yang berbeda bagi perilaku pelanggan secara *online*.

Jurnei Para Pelanggan. Deskripsi tentang perilaku pembeli melalui omni-channel modern sebagai cara untuk menggunakan media yang berbeda untuk memilih pemasok, melakukan pembelian, dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak seperti multi-stakeholder. Meskipun demikian, penciptaan produk baru merupakan perjalanan perantara dari wisatawan internasional dan lokal. Bisa jadi situs baru tersebut diperoleh melalui pembelian atau bermitra dengan beberapa pemangku kepentingan.

Review of marketplace channel structures. Struktur saluran pasar menggambarkan cara bagi perusahaan manufaktur atau organisasi yang mengirimkan sejumlah besar produk dan layanan kepada pelanggannya. Saluran distribusi tersebut terdiri dari satu atau lebih perantara seperti pedagang grosir dan pengecer. Karena, hubungan antara perusahaan dan mitra salurannya berkorelasi dengan internet sebagai teknologi yang menawarkan sarana untuk melewati beberapa saluran pengembangan ekonomi guna menuangkan inovasi-inovasi produk lokal di industri digital, yaitu Manado, Bunaken, dan lain-lain.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Dalam hal ini, peneliti melakukan beberapa analisis terhadap komoditas laut melalui peningkatan blue economy, mengingat komoditas unggulan Sulawesi Utara lainnya adalah ikan tuna dan cakalang dengan nilai ekspor sebesar 75,9 juta dolar AS, makanan olahan sebesar 73,5 juta dolar AS dan rempah-rempah sebesar 54,3 juta dolar AS.

Table 1. Varied Environment for Clusters of Innovation

Country	Particular Region	Context	Challenges	Interventions
Europe: Germany	Munich	Historical Entrepreneur booms in the 1800s and after the Second World War: Emergency of global industry such as BMW, Siemens, and Allianz	Continue economic prosperity. Munich has not been able to sustain high-growth start-ups	Government financial initiatives at Techinsche Universitat Munchen (TUM) plus donor to support. But, self financial entrepreneur center that provides spin out, entrepreneur education, seed financing, industry & global linkage.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Country	Particular Region	Context	Challenges	Interventions
Asia: Japan	Overall	Growth of large organization, such as Panasonic, Toyota, Canon, Sony, & Honda	Two lost decades of last 20 years with minimal economic growth, continuous recession, of new innovation industry. Partly, attribute to local culture and education, legal, and financial factors.	University of Tokyo has development the innovation & entrepreneurship office to facilitate entrepreneurship education, technology transfer, and seed funding partners with private donors to create incubation facility.

Source: Adaption from Engel (2009; 2015)

5. Kesimpulan

Strategi multichannel (omni-channel) merupakan salah satu penawaran dengan berbagai cara komunikasi baik secara langsung dan tidak langsung bagi pelanggan untuk berinteraksi dengan produk unik apa pun melalui ekonomi hijau dan ekonomi biru di wilayah distrik di Manado. Dalam hal ini, strategi utamanya adalah tentang desktop atau perangkat seluler melalui telepon atau toko fisik yang berada di sekitar Manado, yaitu seperti melakukan aktivitas pengenalan adat dengan budaya setempat kepada pengunjung atau turis lokal maupun internasional. Khususnya, hal ini berguna bagi pemasar yang benar-benar memahami jenis saluran digital di media sosial. Karena, adanya komunitas lokal antara generasi *sandwich* seperti *baby boomer*, milenial, dan Z dapat membuat daftar aktivitas positif dan kreatif tentang bagaimana beberapa perusahaan atau industri lokal dapat menjadi representasi dari berbagai jenis teknologi perantara di Manado, Sulawesi Utara.

Dalam penelitian ini, ingin mempersiapkan masing-masing pengaturan komersial dari berbagai profesional berupa ide-ide kreatif, yang mirip dengan metode tradisional ke modern, yaitu mendukung percepatan produk lokal oleh wilayah pesisir sebagai inovasi dan sistem pembayaran berkelanjutan secara digital. Karena, kemampuan di lapangan tentu saja berbeda, sehingga akan muncul penawaran dan harga baru untuk produk lokal seperti jenis pariwisata di

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Manado, yang telah menjadi sarana penting penjualan olahan ikan tuna dan cakalang secara *online* dan *offline* dengan keunikan proses tradisional ke modern untuk menjadi pengalaman berbeda dari berbagai pengunjung. Di sisi lain, omzet beberapa miliar dolar telah dicapai oleh eBay dari pelanggan yang menawarkan barang-barang seperti kerajinan tangan (wol), barang antik, dan hasil laut dengan pengalaman berbeda untuk turun langsung mencoba membuat salah satu produk lokal unggulan bersama warga lokal.

Penelitian ini berimplikasi pada penerapan ekonomi sirkular di wilayah Sulawesi Utara, terutama Manado melalui ekonomi biru dan ekonomi hijau. Karena, pemberdayaan inovasi berkelanjutan memerlukan implementasi yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan besar, industri kecil, dan masyarakat secara keseluruhan, seperti mengurangi biaya produksi, meningkatkan nilai tambah produk, mendorong inovasi, meningkatkan daya beli, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Makalah penelitian ini hanya membahas tentang pemberdayaan ekonomi dengan warga pesisir sebagai proses pembangunan berkelanjutan untuk mendukung ekonomi biru di daerah, seperti Manado, Bunaken, dan Pulau Bangka. Sehingga, perlu dikaji lebih lanjut peluang dan kerugian ekonomi untuk mencapai tujuan ekonomi sirkular dengan produk ramah lingkungan melalui energi terbarukan terutama di Sulawesi Utara.

Referensi

- Langley, C. Abdallah. (2011). Templates and turns in qualitative studies of strategy and management. *Res. Metho. Strateg. Manage*, volume 6, pages 201-235.
- Allan, Bentley B.; Meckling, Jonas O. (2021). "Creative Learning and Policy Ideas: The Global Rise of Green Growth". *Perspectives on Politics*: 1–19.
- Caporale, Bob. (2015). *Creative Strategy Generation Using Passion and Creativity to Compose Business Strategy That Inspire Action and Growth* (first edition). McGraw-Hill
- Cavanagh, J.; Mander, J. (2004). *Alternatives to Economic Globalization: A Better World Is Possible*. BK currents book. Berrett-Koehler Publishers. p. 325. Retrieved 29 May 2023.
- Dahlander and Gann. (2010). How open is innovation. *Res. Policy*, volume 39, issue 6, pages 699-709.
- Donald D. Dunn. (2016). *Designing Ethical Workplaces*. Business Expert Press: United States
- Hary Soegiri, Moeljadi, & Yuniarsa, S.O. (2020). The Impact of Innovation and Research and Development on the Transportation Performance: Moderating Role of Supply Chain Management. *Int. J Sup. Chain. Mgt*, Volume 9, No.3, June.
- Keane, Robert F. (1 November 2009). "The Green Advisor: SRI & Green Investing Grow Up". Investment Advisor. Archived from the original on 22 July 2012. Retrieved 11 June 2010.
- Klewitz, J. , Zeyen, A. , & Hansen, E. G. (2012). Intermediaries driving eco-innovation in SMEs: A qualitative investigation. *European Journal of Innovation Management*, 15(4), 442–467. 10.1108/14601061211272376.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Lynn R. Kahle, Eda Gurel-Atay, Eds (2014). *Communicating Sustainability for the Green Economy*. New York: M.E. Sharpe. ISBN 978-0-7656-3680-5.

Moeljadi, Yuniarsa, S.O., Seminar, A.R. (2020). Analysis of A Farmer's Ability on Entrepreneurship To Accumulate Business Capital: Evidence on Jabung, Malang. *Advances in Economics, Business, and Management Research*, volume 144.

Seebode, D. , Jeanrenaud, S. , & Bessant, J. (2012). Managing innovation for sustainability. *R&D Management*, 42(3), 195–206. 10.1111/j.1467-9310.2012.00678.x

UNEP, 2011, *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*, www.unep.org/greeneconomy

"World Bank to lead economic push on nature protection". *BBC News*. 28 October 2010. Retrieved 11 May 2016.

"World Bank Group and International Monetary Fund". *www.cbd.int*. 14 March 2019.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)