

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa Negara disamping sektor migas. Sebagai sumber devisa, pariwisata menyimpan potensi yang sangat besar. Adanya krisis ekonomi, sektor pariwisata diharapkan menjadi sumber pertumbuhan yang paling cepat, dikarenakan infrastruktur kepariwisataan tidaklah mengalami kerusakan, hanya saja faktor keamanan yang menyebabkan wisatawan mancanegara mengurungkan kepergiannya ke Indonesia. Hal ini dapat memberikan harapan bahwa pariwisata nusantara dapat diaktifkan lagi walaupun penghasilan seringkali lebih dikaitkan dengan jumlah wisatawan mancanegara, karena menghasilkan devisa, namun wisatawan Nusantara sangat mempengaruhi kegiatan kepariwisataan. Oleh karenanya potensi pariwisata harus dikembangkan oleh pemerintah. Perkembangan pariwisata dewasa ini sangat menarik perhatian orang (wisatawan) dalam Negeri dan luar Negeri. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu perhatian pemerintah dalam mendesain kebijakan terkait pembangunan daerah yang dikemas dalam pengembangan pariwisata secara umum. Bahkan menurut Spillane dan James (2003), peranan pariwisata dalam pembangunan Negara pada

garis besarnya berintikan tiga segi, yaitu segi ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), segi sosial (penciptaan lapangan kerja), dan segi kebudayaan.

Pariwisata kini telah menjadi salah satu industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam Negara penerima wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa, pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu Negara. Adanya pariwisata, maka suatu Negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktifitas berwisata dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis dan pariwisata spiritualisme. Meningkatnya penghasilan daerah dan pemerintah maka aktifitas kepariwisataan akan semakin meningkat pula, Yuwana (2010). Objek wisata dan atraksi wisata merupakan potensi pendukung bagi setiap daerah yang yang dinyatakan sebagai daerah tujuan wisata. Hal ini perlu diperhatikan sebagai konsumsi para wisatawan. Karena itulah maka daerah tujuan wisata itu perlu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan dengan tindakan-tindakan kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi. Ekonomi kreatif

sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan bagi suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumberdaya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas. Hubungan ekonomi kreatif dengan pariwisata, saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui pariwisata, maka kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Dari sisi wisatawan, mereka akan merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai souvenir. Di sisi lain, produk-produk kreatif tersebut secara tidak langsung akan melibatkan individual dan pengusaha *enterprise* bersentuhan dengan sektor budaya. Persentuhan tersebut akan membawa dampak positif pada upaya pelestarian budaya dan sekaligus peningkatan ekonomi serta estetika lokasi wisata. Pangestu (2008).

Strategi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata, dirumuskan sebagai berikut:

- a Meningkatkan peran seni dan budaya pariwisata.
- b Memperkuat peradaban kluster-kluster industri kreatif.

- c Mempersiapkan sumber daya manusia yang kreatif.
- d Melakukan pemetaan aset yang dapat mendukung munculnya ekonomi kreatif.
- e Mengembangkan pendekatan regional, yaitu membangun jaringan antar kluser-kluser industri kreatif.
- f Mengidentifikasi kepemimpinan (*Leadership*) untuk menjaga keberlangsungan dari ekonomi kreatif, termasuk dengan melibatkan unsur birokrasi sebagai bagian dari leadership dan fasilitas.
- g Membangun dan memperluas jaringan di seluruh sektor.
- h Mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dan pengembangan wisata kepada para pelaku usaha ekonomi kreatif.

Sektor pariwisata juga menjadi penggerak dan pengembangan ekonomi kreatif dan hal ini memerlukan sinergi antar stakeholder yang terlibat di dalamnya, yaitu pemerintah, cendekiawan, dan sektor swasta (Bisnis). Model pengembangam ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata dapat diadaptasi oleh model-model Kota kreatif. Kota kreatif bertumpu pada kualitas sumber daya manusia untuk membentuk (bisa dalam bentuk *design* atau *redesign*) ruang-ruang kreatif. Pembentukan ruang kreatif diperlukan untuk dapat merangsang munculnya ide-ide kreatif, karena manusia yang ditempatkan dalam lingkungan yang kondusif akan mampu menghasilkan produk-produk kreatif bernilai ekonomi festival budaya, merupakan salah satu bentuk penciptaan ruang kraetif yang sukses mendatangkan wisatawan.

Kota Kupang yang merupakan Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur, merupakan pintu masuk bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke NTT juga menjadi salah satu destinasi tujuan wisata dengan menawarkan berbagai macam objek wisata, baik wisata alam, budaya, bahkan wisata buatan. Banyaknya potensi wisata yang berada Kota Kupang mampu menarik wisatawan domestik bahkan mancanegara. Menurut data yang di lansir oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Kupang, menyebutkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang masuk melalui Kota Kupang pada Tahun 2016 sampai dengan 2020 lalu mencapai 29.924 orang., sedangkan untuk wisatawan domestic sendiri mencapai 907.529. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Kupang

No	Wisatawan	Tahun					Jlh
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Mancanegara	6.242	3.607	7.530	6.045	6.500	29.924
2	Domestik	179.839	149.914	184.975	203.499	189.302	907.529
Jumlah							937.453

Sumber: Publikasi BPS,2021.

Berdasarkan data diatas, mengindikasikan bahwa Provinsi NTT termasuk didalamnya Kota Kupang memiliki daya tarik wisata yang luar biasa terhadap kepariwisataan daerah. Kota Kupang sendiri yang mana merupakan Ibu Kota

Provinsi NTT, juga menjadi salah satu daerah yang paling diminati para wisatawan lokal hingga mancanegara. hal ini didasarkan pada potensi yang dimiliki oleh Kota Kupang dengan potensi wisata alamnya yang indah. Potensi wisata alam yang paling banyak dimiliki oleh Kota Kupang sendiri yaitu daya tarik wisata pantainya, dengan kondisi pantai yang masih alami dan hamparan pasir putih yang indah. Salah satu objek wisata yang menawarkan pantai berpasir putih dengan panorama yang indah dan menakjubkan adalah pantai warna Oesapa. Secara geografis pantai ini terletak di tengah Kota Kupang, tepatnya di Kelurahan Oesapa Selatan dengan jarak 6 Km dari pusat Kota Kupang.

Kondisi objek wisata pantai warna Oesapa sesuai pengamatan yang dilakukan masih terdapat berbagai persoalan, diantaranya permasalahan seperti ketersediaan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, penanganan air bersih dan lain sebagainya. Hingga kini sarana dan prasarana pendukung pariwisata pada areal pelaku usaha ekonomi kreatif seperti WC/kamar ganti, air bersih tempat parkir bagi wisatawan maupun berbagai sarana pendukung bagi pelaku usaha ekonomi kreatif belum dikelola secara optimal baik dari segi penggunaan fungsi, jarak dan kapasitas, Dimana lokasi WC/kamar ganti jaraknya jauh dan jumlahnya sangat kurang serta lahan parkir yang tersedia tidak mencukupi untuk menampung jumlah kendaraan yang parkir sehingga pengunjung memilih untuk memarkirkan kendaraan dibadan jalan. Permasalahan seperti ini dapat menurunkan minat wisatawan untuk datang dan berkunjung di kawasan wisata pantai warna Oesapa dan akan berdampak bagi

para pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada di tempat tersebut. Perlu disadari oleh pemerintah daerah untuk mencari solusi atas permasalahan-permasalahan tersebut, mengingat bahwa kawasan wisata pantai Oesapa merupakan potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan ekonomi daerah maupun masyarakat di lokasi kawasan wisata tersebut. Perencanaan dan perumusan strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menggunakan berbagai pendekatan agar dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sehingga dengan demikian pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dapat mengambil langkah yang strategi dari berbagai pilihan yang ada untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif pada sektor pariwisata. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisa dalam pengembangan strategi berdasarkan pengamatan lingkungan secara internal dan eksternal dalam menentukan formulasi strategi, kemudian memasuki tahap implementasi hingga evaluasi. Oleh karena itu, penyusunan strategi merupakan langkah taktis yang bersifat sistematis dalam pencapaian tujuan organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah Ilyas (2019) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Sektor Pariwisata di Kabupaten Maros. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ekonomi kreatif pada sektor pariwisata di Kabupaten Maros sudah

diterapkan pada tahun 2017 dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros dalam pengembangan usaha melakukan beberapa program yaitu pelatihan manajemen wirausaha, workshop, pameran, atraksi. dan mengenai tempat usaha pemerintahan mengeluarkan surat perizinan membuka usaha apabila daerah tersebut masuk dalam kawasan pariwisata, kemudian setiap usaha yang mereka buat harus memunculkan ciri khas dari Kabupaten Maros.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariani Mohamad Nur Utomo, (2017) dengan judul Strategi pengembangan dan peningkatan daya saing dalam menghadapi kompetitif pasar bebas ASEAN Economic Community (AEC) 2015, pada UMKM di kota Tarakan, Kalimantan Utara. Hasil penelitian berupa model strategi pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi kompetitif global Kalimantan Utara. Berdasarkan analisis internal dan eksternal UMKM kota Tarakan dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi Growth (pertumbuhan) dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan seluruh kekuatan UMKM yaitu mempertahankan kualitas dari bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM di kota Tarakan.

Suci Astari, (2019) dengan judul Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi – strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat untuk

mengembangkan UMKM adalah strategi perkuatan yang diimplementasikan dalam program kerja pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dengan melakukan promosi produk, strategi pemberdayaan yang diimplementasikan dalam program kerja pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Implikasi dari strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat adalah naiknya omzet, peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan penumbuhan jiwa kewirausahaan bagi peserta pelatihan serta membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan modal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Sektor Pariwisata Di Kota Kupang (Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Warna Oesapa)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Sektor Pariwisata Di Kota Kupang (Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Warna Oesapa)**

1.3 Persoalan Penelitian

Persoalan lam penelitian ini adalah :

- a Apa saja faktor internal dalam hal ini kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh kawasan wisata Pantai Warna Oesapa untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif?
- b Apa saja faktor eksternal dalam hal ini peluang dan ancaman yang dimiliki oleh kawasan wisata Pantai Warna Oesapa untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif ?
- c Bagaimana strategi baru yang harus dikembangkan pada kawasan Pantai Warna Oesapa untuk mendukung sektor usaha ekonomi kreatif ?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

- a Untuk mengetahui dan menganalisis faktor internal yang dimiliki oleh kawasan wisata Pantai Warna Oesapa sehingga dapat dikembangkan menjadi strategi baru dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif.
- b Untuk mengetahui dan menganalisis faktor eksternal yang dimiliki oleh kawasan wisata Pantai Warna Oesapa sehingga dapat dikembangkan menjadi strategi baru dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif.

- c Untuk menganalisis dan mendapatkan berbagai strategi baru dalam rangka pengembangan usaha ekonomi kreatif di kawasan Pantai Warna Oesapa.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian terdiri atas :

a Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah media yang digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan informasi berkaitan dengan pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif pada sektor pariwisata.

b Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini sebagai bentuk sumbangan pemikiran dan rekomendasi bagi pemerintah daerah Kota Kupang dalam menetapkan berbagai langkah strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif pada sektor pariwisata di Kota Kupang