

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SEBAGAI
DAYA TARIK PERMANDIAN AIR PANAS
PINCARA MASAMBA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



- 1. Dr. Masruddin, M.Hum.**
- 2. Dr. Fasiha, M.EI.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nining Winda Irawati

Nim : 16 0401 0102

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik
Permandian Air Panas Pincara Masamba”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 Maret 2020

Yang membuat pernyataan,



Nining Winda Irawati


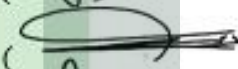
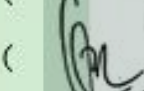



NIM. 16 0401 0102

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Permandian Air Panas Pincara Masamba yang ditulis oleh Nining Winda Irawati 16 0401 0102, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang *dimunqasyahkan* pada hari Kamis, 13 Agustus 2020 bertepatan dengan tanggal 21 Agustus 2020 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE.).


Palopo, 21 Agustus 2020
02 Muharram 1142 H

TIM PENGUJI


- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh.Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Penguji I | () |
| 4. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Masruddin, M.Hum | Pembimbing I | () |
| 6. Dr. Fasiha, M.EI. | Pembimbing II | () |

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 196102081994032001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Fasiha, M.EI.
NIP. 198102132006042002



PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى

أَهْوَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan Shalawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan masukan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terima kasih untuk kedua orang tua tercinta ibunda Sri Nurhayati dan ayahanda Tamrin yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui

kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.,M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Hendra Safitri, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, dan Muzzayyana Jabani, ST.MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah.
3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Dr. Masruddin, M.Hum., selaku pembimbing I dan Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI., selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan

dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat menyusun skripsi ini.

5. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag.,M.Ag., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelas SE.
6. Ilham, S.Ag.,M.A., selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Tamrin dan Sri Nurhayati, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
8. Kepada kakanda Agung Zulkarnain Alang, S.E., M.Ei., yang telah banyak membimbing dan memberi masukan sewaktu penyusunan proposal serta memberikan dukungan dan nasehat kepada saya.
9. Kepada Andi Mansyarifuddin, S.H yang telah memberi semangat dan masukan selama pengerjaan skripsi.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas EKS VIII D), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

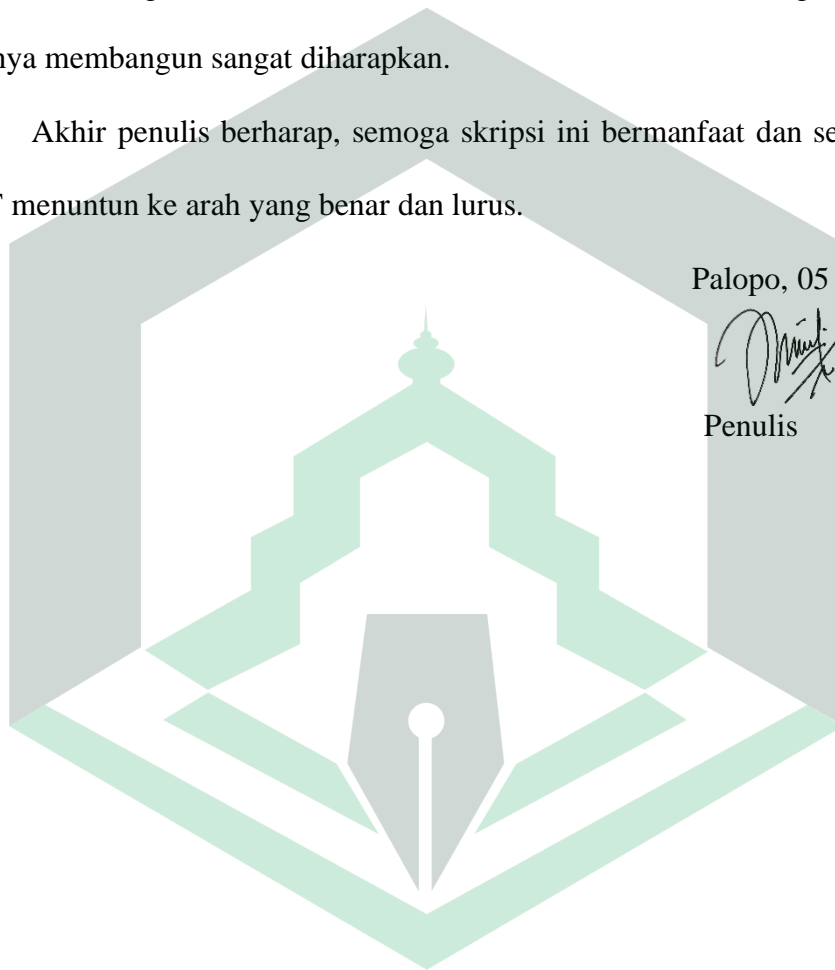
Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT menuntun ke arah yang benar dan lurus.

Palopo, 05 Maret 2020



Penulis



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah

ط	Ta	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِي... اِي... اِي	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةُ

: *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ىber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (َ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah

terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
سَيِّئٌ	: syai'un
أَمْرٌ	: umirtu

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ	بِاللَّهِ
<i>dinullāh</i>	<i>biullāh</i>

adapuntā'marbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ	<i>hum fī rahmatillāh</i>
---------------------------	---------------------------

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh :

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR HADIS	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Deskripsi Teori	13
1. Pariwisata	13
2. Ekonomi Kreatif	30
3. Partisipasi masyarakat.....	37
C. Kerangka Pikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Fokus Penelitian	42
C. Definisi Istilah	42
D. Desain Penelitian	43
E. Data Dan Sumber Data	43
F. Instrumen Penelitian	46
G. Teknik Pengumpulan Data.....	46
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	47
I. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	50
A. Deskripsi Data	50
B. Pembahasan.....	61

BAB V	PENUTUP	66
	A. Simpulan	66
	B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS al-Ankabut/29: 20 4



DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Keutamaan Kerja Agar Mandiri.....	35
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Faktor-Faktor Pembentukan Kepuasan Wisatawan	24
Tabel 3.2 Data Pedagang Yang Jadi Informan.....	44
Tabel 3.3 Data Informan Pengelola.....	44
Tabel 3.4 Data Informan Dari Pemerintah Desa	45
Tabel 3.5 Data Informan dari Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan.....	45
Tabel 3.6 Data Masyarakat Yang Memiliki Unit Usaha	55
Tabel 3.7 Data Masyarakat Yang Masih Berpartisipasi Pada Wisata Pincara....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	40
Gambar 4.1 Srtuktur Pengelola Permandian Air Panas Pincara	53



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 Surat Keterangan Wawancara
- Lampiran 4 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 5 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 6 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 7 Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



ABSTRAK

Nining Winda Irawati, 2020. *“Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya tarik Permandian Air Panas Pincara Masamba”* seperti yang diketahui daerah yang memiliki destinasi wisata dapat memberikan peluang usaha bagi masyarakat pribumi. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengembangan dan partisipasi masyarakat terhadap ekonomi kreatif pada wisata pincara. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam menyusun Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Fasiha dan Masruddin.

Skripsi ini membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif sebagai daya tarik permandian air panas pincara Masamba. Penelitian ini untuk: mengetahui pengembangan obyek wisata permandian air panas Pincara; potensi pengembangan ekonomi kreatif; mengetahui partisipasi masyarakat terhadap obyek wisata permandian air panas Pincara; dan mengetahui potensi pengembangan ekonomi kreatif. Populasinya adalah masyarakat desa Pincara. Penentuan informan dilakukan saat mulai memasuki penelitian lapangan selama penelitian berlangsung yang terdiri dari 2 pemerintah desa, 3 pengelola wisata Pincara, dan 8 masyarakat yang berpartisipasi dalam ekonomi kreatif serta 3 pengelola. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data yang diperoleh di analisis dengan teknik reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata permandian air panas terhadap ekonomi kreatif belum efektif di dikarenakan penataan lokasi berjualan yang kurang baik dan tidak adanya pengembangan kualitas masyarakat ekonomi kreatif sehingga daya tarik dan minat pengunjung berkurang dan menurunkan jumlah partisipasi masyarakat yang berjualan pada objek wisata permandian air panas pincara masamba. Selain daripada itu, perlu adanya pemberdayaan secara profesional yang dilakukan pemerintah agar meningkatkan potensi yang ada seperti menciptakan brand khas permandian Pincara kemudian hasil dari pada ekonomi kreatif tersebut dipasarkan ke luar daerah sehingga pendapatan masyarakat yang berpartisipasi tidak hanya bergantung pada jumlah pengunjung saja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kata kunci: Pengembangan, Ekonomi Kreatif, Permandian Air Panas Pincara.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu wilayah pariwisata di Indonesia yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun mancanegara, yakni pulau Dewata di Denpasar Bali dan Tanah Toraja di Sulawesi Selatan. Kedua tempat tersebut bisa begitu populer di mancanegara karena adanya kesadaran dari masyarakatnya maupun pemerintah daerahnya untuk mengembangkan potensi pariwisata di daerahnya, padahal kondisi geografi di Toraja itu tidak jauh berbeda dengan kondisi geografis di Luwu Raya bahkan toraja tidak memiliki kawasan wisata bahari karena daerahnya pegunungan namun mereka bisa mengembangkan potensinya sehingga terkenal potensi wisata alam pegunungannya sehingga dapat dikenal di mancanegara.

Seperti yang diketahui kondisi geografis di Luwu Raya, selain memiliki bentangan garis pantai yang panjang juga memiliki beberapa wilayah yang berada di pegunungan yang begitu potensial untuk mengembangkan kawasan wisata alam pegunungan ialah kabupaten Luwu Utara di antaranya terdapat rumah pohon di Balebo, wisata permandian di Meli, wisata pegunungan buntu bunga, wisata gunung teletabis, taman Sulikan, dan hingga yang terbaru yang sangat langka dan begitu menarik untuk dikembangkan adalah wisata permandian air panas alam yang terdapat

di desa Pincara, Masamba. Allah SWT Berfirman dalam Alquran surah Al-Ankabut [29] ayat 20, yaitu:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ

كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Terjemahnya :

“berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu.¹

Menurut penjelasan Quraish Shihab dalam tafsirnya sudah banyak penjelelasan yang ddikemikakan melalui ayat ayat lalu guna membuktikan kekuasaan Allah dan keniscayaan hari kiamat. Kaum musrikin belum juga menyambut baik penjelasan-penjelasan itu, karena ayat di atas memerintahkan nabi Muhammad Saw. Bahwa: *katakanlah* pada mereka: “kala kamu belum juga mempercayai keterangan-keterangan di atas antara lain yang disampaikan oleh leluhur kamu dan para nabi yakni Nabi Ibrahim, maka *berjalanlah di muka bumi* kemanan saja kaki kamu membawa kamu *lalu* dengan segala walau baru beberapa langkah kamu melangkah. *Perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan* mahluk yang beraneka ragam – manusia, bianatang, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya – *kemudian Allah*

¹Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahnya* (Semarang, Asy-Syifa 2001), 398

mejadikannya di kali lain setelah enciptaan pertama kali itu. *Sungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu.*

Kata *an-nāsy'ah* terambil dari kata *an-nasy'* yaitu *kejadian*. Patron yang digunakan ayat ini menunjuk terjadinya sekali kejadian. Atas dasar itu sementara ulama memahaminya sebagai menunjuk kepala satu kejadian yang terjadi sekaligus tidak berulang-ulang atau bertahap, dalam hal ini adalah kejadian kebangkitan semua manusia di akhirat kelak. Memang, peristiwa itu hanya terjadi sekali secara spontan.² Berdasarkan ayat tersebut, dengan berpergian atau melakukan suatu perjalanan di muka bumi, pasti akan banyak menemui pelajaran yang begitu berharga baik merupakan hamparan dan beraneka ragam ciptaan-Nya, maupun yang berasal dari berbagai peninggalan lama yang masih tersisa puing-puingnya yang merupakan ciptaan Allah Swt.³ Berdasarkan kutipan tersebut, jelas dalam islam pun memperbolahkan berwisata dengan maksud dan tujuan tertentu dan mengingat kebesaran-Nya.

Menurut Soekadijo dikutip oleh I Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, pariwisata merupakan gejala kompleks yang berada dalam masyarakat, diaman di dalamnya terdapat hotel, pramuwisata, biro perjalanan wisata, objek wisata, souvenir, rumah makan, angkutan wisata, dan sebagainya. Sedangkan Menurut E. Guyer Freuler, mengartikan dalam arti modern, pariwisata ialah

² M. Quraish Sihab *Al-Mishbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentra Hati. 2002), 467

³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* Vol.10 (Jakarta: Lentra Hati. 2002). 468

fenomena dari dewasa ini yang berdasarkan kebutuhan akan pergantian hawa dan kesehatan, penilaian sadar yang menumbuhkan kecintaan karena pergaulan berbagai kelas masyarakat dan bangsa.⁴

Berangkat dari teori tersebut maka penulis mengasumsikan bahwa pariwisata merupakan kegiatan mengunjungi suatu wilayah yang memiliki keindahan alam yang disertai dengan ketersediaan layanan oleh pengelola untuk memenuhi kepuasan batin dan untuk kesehatan yang didukung dengan ketersediaan fasilitas yang dapat memanjakan pengunjung atau wisatawan. Pengembangan fasilitas objek wisata juga begitu berperan sebagai pembangunan ekonomi daerah. Masyarakat dapat mengelola segala sumber daya yang masih ada dan menjalin kerja sama dengan pemerintah setempat maupun sektor swasta, guna untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan merangsang kegiatan yang dapat membuat perkembangan ekonomi daerahnya.

Pembentukan industri-industri baru merupakan upaya dalam pembangunan ekonomi daerah mencakup pembangunan berbagai industri alternatif, peningkatan kapasitas tenaga kerja guna agar dapat menciptakan suatu produk dan jasa yang lebih baik, mengidentifikasi berbagai pasar baru, menambah pengetahuan serta teknologi, dan mengembangkan usaha-usaha baru. Tujuan yang paling utama dari pembangunan ekonomi yaitu meningkatkan jenis dan jumlah peluang pekerjaan masyarakat di daerah tersebut. Untuk itu pemerintah dan masyarakat harus bersama-sama dalam mengambil inisiatif melihat, merencanakan dan membantu dengan

⁴ I Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, (Denpasar, Pustaka Laraan, cetakan revisi, 2017), 16

memanfaatkan segala sumber daya yang terdapat pada daerah tersebut dan potensinya untuk membangun ekonomi daerah tersebut.⁵

Pemerintah Kabupaten Luwu Utara sebagai pelaksana otonomi daerah yang mengharuskannya mampu mengelola serta mengembangkan potensi alam yang beraneka ragam yang dimiliki menjadi objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Pemerintah Kabupaten Luwu Utara merumuskan salah satu Misi bahwa akan “mewujudkan kemandirian ekonomi, iklim, investasi dan daya tarik pariwisata”. Daya tarik pariwisata yang di suguhkan oleh Kabupaten Luwu Utara yang dapat dikunjungi mulai dari wisata yang bersifat edukasi, religi, kuliner, budaya, sampai dengan wisata alam yang dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung.⁶

Jumlah penduduk dan permintaan yang banyak memberikan peluang yang sangat berpotensi bagi pertumbuhan pasar, dimana merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong pertumbuhan kegiatan perekonomian. Jika dilihat dari sisi penawaran, jumlah penduduk yang besar disertai kondisi kesehatan masyarakat yang baik, pendidikan, kedisiplinan disertai etos kerja yang tinggi adalah aset bagi kegiatan produksi.⁷ Manfaat yang dapat diperoleh dari pengembangan ekonomi kreatif dapat membangun perekonomian daerah yang dikelola langsung oleh pemerintah Kabupaten Luwu Utara yang juga dapat menambah perekonomian bagi masyarakat yang mendiami daerah tersebut dengan pemanfaatan ekonomi kreatif. Perkembangan

⁵ Subandi, *Ekonomi Pembangunan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 133-134

⁶ Portal Resmi Kabupaten Luwu Utara, “Visi dan Misi,” Juli 12, 2019, <http://portal.luwuutarakab.go.id/blog/page/visi-misi>.

⁷ Subandi, *Ekonomi Pembangunan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 136

pada sektor jasa yang cukup pesat di era ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih dan bertambah banyak memicu lahirnya ide-ide bisnis baru yang ditunjang perangkat teknologi sebagai basis produksi. Ekonomi kreatif merupakan bagian dari sektor jasa yang mengalami perkembangan pesat ditandai dengan banyaknya bermunculan kreativitas baru yang dikonversi menjadi komoditas bernilai bisnis yang tinggi.⁸

Industri pariwisata saat ini telah mengalami kemajuan dengan cakupan yang pesat. Meningkatnya jumlah wisatawan setiap tahun untuk datang mengunjungi destinasi wisata yang ada di Indonesia menandakan bahwa besarnya potensi pariwisata yang ada dalam negeri. Dengan banyaknya potensi pariwisata di Indonesia yang begitu pesat akan menarik banyak jumlah wisatawan yang datang untuk berwisata. Pariwisata sebagai suatu industri yang mencakup aspek-aspek yang sangat luas dan menyangkut berbagai kegiatan ekonomi masyarakat. Dengan dilakukannya pengembangan pariwisata sebagai suatu industri dapat membantu mengentaskan kemiskinan. Pemilihan sektor industri pariwisata merupakan salah satu alternatif untuk mengentaskan kemiskinan cukup beralasan, bagaimanapun pariwisata juga cukup andil dan memberikan kontribusi besar dalam peningkatan kesejahteraan rakyat kecil yang ada di pedesaan tempat dimana proyek pariwisata dikembangkan.⁹

⁸ Muhammad Mustamiq, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa (Studi Atas Pengembangan Ekowisata Cengklik, Blora)", *Jurnal Perspektif* 2, No 2, (Desember 2018), 267. https://www.researchgate.net/publication/330605702_Pengembangan_Ekonomi_Kreatif_Desa_Studi_Atas_Pengembangan_Ekowisata_Cengklik_Blora

⁹ Eko A. Yoeti, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*, (Bandung: Kompas, 2008), 18

Salah alasan peneliti memilih objek wisata permandian air panas Pincara sebagai lokasi penelitian karena merupakan satu-satunya wisata alam bahari yang di kelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Luwu Utara karena dapat menarik wisatawan yang dimana dipercayai oleh masyarakat memiliki manfaat bagi kesehatan. Sedangkan apabila diamati secara cermat, kondisi tersebut merupakan peluang besar bagi masyarakat lokal untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan mengembangkan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan kekayaan alam yang ada. Namun berdasarkan hasil observasi lapangan, kondisi tersebut sangat berbanding terbalik dengan jumlah masyarakat yang berpartisipasi sangat kecil dibanding dengan jumlah masyarakat yang tidak berpartisipasi di pada permandian air panas Pincara. Pada destinasi tersebut, jumlah masyarakat yang berjualan tidak dibatasi akan tetapi dari waktu ke waktu jumlah masyarakat yang berpartisipasi mengalami penurunan. Sedangkan apabila dikembangkan ekonomi kreatif itu sendiri dapat membantu perekonomian keluarga masyarakat di sekitar permandian air panas Pincara dan dapat menjadi menjadi daya tarik tersendiri yang dapat memanjakan pengunjung. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik meneliti **Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Permandian Air Panas Pincara Masamba.**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dapat lebih fokus, dan mendalam maka penulis melihat masalah penelitian yang dilakukan perlu diberi batasan variabel. Olehnya itu, penulis membatasi dengan hanya yang berkaitan dengan

“Pengembangan wisata secara umum dan dan partisipasi masyarakat ekonomi kreatif secara khusus pada wisata Pincara”. Partisipasi masyarakat dalam ekonomi kreatif menjadi tolak ukur apakah pengembangan dalam ekonomi kreatif sudah optimal atau belum.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merangkum permasalahan tersebut dalam beberapa rumusan masala, yaitu:

- a. Bagaimana pengembangan obyek wisata permandian air panas Pincara?
- b. Bagaimana partisipasi masyarakat terhadap obyek wisata permandian air panas Pincara?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengembangan obyek wisata permandian air panas Pincara
- b. Mengetahi partisipasi masyarakat terhadap obyek wisata permandian air panas Pincara.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan yaitu:

- a. Manfaat teoritis, dengan adanya penelitian ini diharapkan diharapkan menambah pengetahuan atau wawasan terkait pengembangan obyek wisata pincara untuk menarik minat wisatawan dan menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya

- b. Manfaat praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pemerintah untuk meningkatkan pengembangan ekonomi kreatif di bidang pariwisata.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penulis mengambil peneliti terdahulu yang relevan agar menjadi rujukan dan bahan perbandingan pada saat penulis melakukan penelitian terkait masalah pengembangan fasilitas obyek wisata dengan studi kasus lokasi yang berbeda.

Rujukan peneliti terdahulu oleh Ian Asriandy dengan judul “strategi pengembangan obyek wisata air terjun bissapu di Kabupaten Bantaeng”. Hasil penelitian memberikan gambaran strategi dan rencana pembangunan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bantaeng dengan memfokuskan pengembangan pada satu titik, melibatkan seluruh elemen yang terkait, mengidentifikasi keseluruhan obyek yang ingin dikembangkan, serta melakukan berbagai pelatihan baik dari pemandu wisata maupun wisatawan yang berkunjung.¹⁰ Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ian Asriandi dengan penelitian ini yakni keduanya membahas mengenai pengembangan obyek wisata. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ian Asriandi adalah pengembangan satu pada titik dan pelatihan pada pemandu wisata sedangkan penelitian yg akan dilakukan lebih

¹⁰ Ian Asriandy, skripsi tentang Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kab. Bantaeng, (Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi UNHAS, Makassar 2016), 78. <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/17957/IAN%20ASRIANDY%20E211%2012%20111.pdf?sequence=1>

berfokus kepada sejauh keterlibatan masyarakat setempat sebagai pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan objek wisata tersebut.

Salah satu alasan menggunakan skripsi tersebut sebagai bahan acuan adalah keterkaitannya yang membahas mengenai strategi pengembangan obyek wisata yang akan dilakukan pemerintah, faktor yang menghambat pembangunan obyek wisata, serta pengenalan potensi wisata menggunakan teknologi informasi kepada masyarakat luas hal ini dilakukan untuk menarik minat wisatawan

Trisna Putra dalam jurnalnya yang berjudul "*Ekonomi Kreatif dan Daya Tarik Objek Wisata Studi Kasus Objek Wisata Sikayan Balumuik Kecamatan Pauh Kota Padang.*" Hasil penelitian menggambarkan bahwa objek wisata Sikayan Balumuik memiliki potensi alam namun jika ditelaah melalui aspek daya tarik wisata yaitu *activity, attraction, artwork, amenities dan ancillary* maka objek ini belum memenuhi kriteria menarik untuk dikunjungi.¹¹

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas tentang ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu penelitian tersebut berfokus pada daya tarik objek wisata, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan membahas mengenai pengembangan ekonomi kreatif pada objek wisata.

¹¹ Trisna Putra, "Ekonomi Kreatif dan Daya Tarik Objek Wisata Studi Kasus Objek Wisata Sikayan Balumuik Kecamatan Pauh Kota Padang," *Jurnal Pendidikan dan Keluarga* 9, no. 1, (Juni 2017), 36.
<https://docplayer.info/114479236-Jurnal-pendidikan-dan-keluarga-volume-9-issue-1-juni-2017-e-issn-p-issn.html>

Andhika Sutrisno Wibowo dengan studinya berjudul “*Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara*”. Hasil penilaian ini menunjukkan bahwa potensi wisata alam yang dimiliki objek tersebut memiliki daya tarik yang begitu kuat dan ditambah dengan panorama alam yang sejuk, indah, dan masih asli. Beberapa objek wisata alam termasuk didalamnya wisata Tanjung Malaha memiliki tingkat potensi yang sangat rendah, akibatnya berpengaruh pada intensitas daya kunjungan wisatawan pada objek wisata tersebut sangat sedikit.¹²

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas mengenai pengembangan suatu objek wisata. Adapun perbedaan penelitian tersebut mengkaji pengembangan potensi objek wisata secara umum sedangkan yang saya lakukan berfokus pada pengembangan objek wisata dan partisipasi masyarakat dalam ekonomi kreatif secara khusus.

Angga Pradikta, judul Skripsi “Strategi pengembangan objek wisata waduk gunungrowo indah dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pdalam pengembangan sektor pariwisata pada Obyek Wisata Wduk Gunungrowo Indah letaknya berada di posisi strategi pertumbuhan, yakni pemanfaatan secara optimal peluang kekuatan yang

¹²Andhika Sutrisno Wibowo, “*Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara*”, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016
<http://eprints.ums.ac.id/50623/17/naspub.pdf>

dimiliki agar dapat meningkatkan pertumbuhan pada Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah, sehingga dapat meningkatkan PAD Kab. Pati¹³.

Persamaan penelitian adalah keduanya mengkaji tentang pengembangan obyek wisata yang membedakan adalah penelitian tersebut mengarah pada upaya meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) melalui pengembangan obyek wisata sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah bagaimana agar pengembangan ekonomi kreatif dapat menjadi daya tarik tersendiri dan memanjakan yang berkunjung pada lokasi permandian air panas Pincara. Perbedaannya juga terletak pada metode penelitian dimana metode yang digunakan pada penelitian tersebut adalah kuantitatif sedangkan yang akan diteliti oleh penulis adalah deskriptif kualitatif.

I Putu Budiarta dan I Ketut Suja dalam jurnalnya yang berjudul “*Potensi Dan Pengembangan Gook Rangsasa (Goa Raksasa) Desa Giri Mas Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif.*” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gua Raksasa mengandung aspek budaya dan lingkungan yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata alternatif seperti ekowisata, wisata agro, wisata pedesaan dan wisata spiritual. Persawahan dan tata cara bertani masyarakat di sekitar goa masih secara tradisional. Selain itu wilayah di sekitar goa kaya dengan pohon dan buah lokal seperti mangga, rambutan, kayu jati, *intaran*, *juwet*, *bekul* dan *kayu tulang*. Kehidupan masyarakat lokal, cara bercocok tanam dan beternak yang masih

¹³Angga Pradita, Skripsi Tentang Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati, (Semarang, 2013), 88. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj/article/view/2478>

tradisional tersebut dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata alternatif. Dari aspek-aspek tersebut wisatawan diharapkan dapat mempelajari sesuatu yang baru berkenaan dengan budaya dan alam Bali Utara.¹⁴

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu membahas mengenai bagaimana pengembangan suatu objek wisata. Sedangkan perbedaan pada penelitian tersebut memanfaatkan kondisi alam yang asri yang masih dikelola masyarakat secara tradisional sebagai daya tarik wisata. Sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yaitu bagaimana pengembangan ekonomi kreatif dengan melibatkan masyarakat lokal dapat menjadi daya tarik dan memajukan pengunjung.

B. Deskripsi Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata berdasarkan etimologi, pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu pari yang berarti berkeliling atau banyak dan wisata wisata berarti bepergian atau pergi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kata pariwisata seharusnya didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok secara berulang-ulang atau berkeliling-keliling, dari suatu tempat ke tempat lainnya, Menurut Yoeti, jika di dalam bahasa Inggris disebut dengan “tour”, jika dalam pengertian jamak, yaitu kata “Kepariwisataaan” dapat menggunakan kata

¹⁴ I Putu Budiarta dan I Ketut Suja dalam jurnalnya yang berjudul “Potensi Dan Pengembangan Gook Rangsasa (Goa Raksasa) Desa Giri Mas Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif,” Jurnal Sosial Dan Humaniora 6, no 1, (Maret 2016), 90.
<http://ojs.pnb.ac.id/index.php/SOSHUM/article/view/138>

“*tourisme*” atau “*tourism*”. berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwasanya pariwisata merupakan suatu kegiatan yang hubungannya erat dengan perjalanan yang bersifat rekreasi. Istilah kata pariwisata digunakan pertama kali pada tahun 1959 pada saat itu dalam Musyawarah Nasional Turisme II di Tretes, Jawa Timur. Istilah tersebut digunakan sebagai pengganti kata Turisme sebelum kata pariwisata diambil dari bahasa Sansekerta.¹⁵

Sedangkan secara umum, pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk sementara waktu dengan berpindah tempat dari satu tempat menuju ke tempat lainnya dengan melakukan perencanaan terlebih dahulu tanpa bermaksud dan tujuan khusus mencari nafkah pada tempat yang ingi dikunjungi melainkan hanya dengan niat dapat menikmati kegiatan berekreasi ataupun bertamasya demi memenuhi keinginan yang yang bermacam-macam.¹⁶

b. Jenis Wisatawan

Berbagai macam tipe atau jenis wisatawan telah dikembangkan dengan berbagai dasar klasifikasi yang digunakan. Melalui pendekatan interaksi, Cohen mengklasifikasikan wisatawan berdasarkan tingkat familiarisasi dari daerah wisata yang akan dikunjungi, serta tingkat organisasi dari perjalanan wisatanya menjadi empat macam jens, yaitu:

¹⁵ | Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, (Denpasar, Pustaka Laraan, cetakan revisi, 2017), 15

¹⁶ Bachruddin Saleh Luturlean et al., *Strategi Bisnis Pariwisata*, Edisi 1 (Bandung: Humaniora, 2019), 114.

- 1) *Drifter*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut ingin berkunjung ke daerah wisata yang belum diketahui sebelumnya sama sekali, dan bepergian dalam jumlah yang sedikit atau kecil.
- 2) *Explorer*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut sedang melakukan perjalanan dengan perencanaan perjalanan dilakukan sendiri sendiri, dan tidak ikut-ikutan dalam perjalanan wisata yang sudah banyak dilakukan orang lain melainkan dengan mencari hal yang tidak umum dikunjungi orang lain. Wisatawan jenis eksplorasi ini biasanya bersedia menggunakan fasilitas yang standar dan biasanya memiliki interaksi dengan tingkat yang tinggi dengan masyarakat sekitar atau masyarakat lokal.
- 3) *Individual mass tourist*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut mempercayai pengetahuan perjalanan yang dilakukan kepada agen atau biro perjalanan untuk berkunjung ke daerah tujuan berwisata yang familiar.
- 4) *Organized mass tourists*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut hanya ingin mengunjungi lokasi wisata tujuan yang sudah diketahui atau dikenal, dengan fasilitas yang ditemui oleh wisatawan tersebut seperti yang ditemui ditempat tinggalnya, kemudian perjalanan yang dilakukan akan dipandu oleh pemandu wisata.

Smith pun membuat golongan terhadap jenis wisatawan atau pengunjung, dengan membedakan jenis wisatawan yang terbagi atas beberapa jenis, sebagai berikut:

- 1) *Explorer*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut mencari lokasi perjalanan baru untuk di eksplor dan melakukan interaksi secara intensif bersama bersama masyarakat pribumi. Wisatawan jenis ini biasanya bersedia menggunakan jenis fasilitas yang apa yang ada pada destinasi, serta sangat menghargai norma dan nilai-nilai setempat.
- 2) *Elite*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata yang belum dikenal sebelumnya, akan tetapi dengan perencanaan terlebih dahulu, biasanya bepergian dalam jumlah yang tidak banyak.
- 3) *Off beat*, merupakan jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut ingin menemukan atraksi sendiri, tidak hanya ikut-ikutan dengan kelompok lain yang mengunjungi destinasi yang sudah banyak dikunjungi wisatawan lain. Wisatawan jenis ini biasanya siap menerima fasilitas yang ada di pada destinasi yang dikunjungi.¹⁷
- 4) *Unusual*, merupakan jenis wisatawan yang melakukan perjalanan dimana dalam perjalanan tersebut sekalian mengambil aktifitas tambahan ditempat tersebut, juga untuk berkunjung ke berbagai tempat baru, atau dengan melakukan aktivitas yang sedikit berisiko. Meskipun dalam aktivitas tambahann yang dilakukan jenis wisatawan ini bersedia menerima fasilitas

¹⁷ I Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, cetakan revisi, (Denpasar; Pustaka Laraan, 2017), 40

seadanya, program pokok yang dilakukannya tetap harus mendapatkan fasilitas standar.

- 5) *Incipient mass*, yaitu jenis wisatawan dimana wisatawan tersebut melakukan suatu perjalanan secara sendiri-sendiri atau berkelompok kecil, dan mencari destinasi wisata yang memiliki fasilitas standar tetapi yang masih menawarkan bentuki keaslian.
- 6) *Mass*, yaitu jenis wisatawan yang mengunjungi destinasi tujuan wisata yang memiliki fasilitas yang sama seperti yang terdapat di daerahnya.
- 7) *Charter*, merupakan jenis wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata yang memiliki kemiripan lingkungan dengan daerah asalnya, biasanya dengan tujuan hanya untuk bersenang-senang/bersantai. Jenis wisatawan charter biasanya bepergian dalam kelompok berjumlah besar, dan meminta fasilitas yang memiliki standar tinggi atau internasional.

Setelah melihat sifat-sifat perjalanan dan ruang lingkup yang dimiliki dimana perjalanan wisata tersebut dilakukan, maka dapat pula kita mengklasifikasikan wisatawan sebagai berikut :

- 1) Wisatawan asing (*foreign tourist*)

Wisatawan asing adalah kegiatan berwisata yang dilakukan orang asing yang berkunjung melakukan perjalanan wisata, yang memasuki negara lain yang merupakan bukan negara dimana wisatawan tersebut biasanya menetap. (biasanya dapat diamati dari status kewarganegaraan yang dimilikinya, dokumen perjalanan, dan jenis mata uang yang digunakan untuk berbelanja)

2) *Domestic Foreign Tourist*

Domestic Foreign Tourist merupakan orang asing yang menetap atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang sedang melakukan kegiatan berwisata di wilayah negara dimana ia berdiam (sebagai salah satu contohnya orang yang bekerja pada kedutaan besar).

3) *Domestic tourist*

Domestic tourist adalah seseorang atau warga negara yang sedang melakukan perjalanan dalam rangka berwisata tetapi masih dalam batas wilayah negaranya sendiri tidak melewati perbatasan negaranya.

4) *Indigenous Foreign Tourist*

Indigenous Foreign Tourist merupakan warga dari suatu negara, yang berkunjung ke negara asal dikarenakan sebelumnya tugas atau jabatan yang dimilikinya di negara lain, kembali ke dalam negeri dimana ia berasal dan melakukan kegiatan perjalanan wisata di wilayah negara ia berasal.¹⁸

5) *Transit tourist*

Transit tourist merupakan jenis wisatawan yang melakukan kegiatan berwisata mengunjungi negara tertentu, yang menumpang kapal laut atau pesawat ataupun kereta api, yang terpaksa harus singgah pada suatu airport/pelabuhan/ stasiun kereta bukan atas kehendaknya sendiri.

¹⁸ I Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, cetakan revisi, (Denpasar; Pustaka Laraan, 2017), 41

6) *Bussiness tourist*

Bussiness tourist adalah orang yang sedang melakukan suatu perjalanan (baik merupakan orang asing atau warga negara lokal) yang sedang mengadakan perjalanan dengan tujuan lain bukan wisata, namun akan melakukan perjalanan wisata setelah tujuannya yang utama telah terlaksana atau selesai.¹⁹

c. **Jenis Pariwisata**

Beragamnya sumber daya alam yang dimiliki setiap wilayah ataupun negara umumnya dapat menyajikan berbagai antraksi wisata yang berpotensi bisa dikembangkan. Banyaknya kunjungan terhadap daerah tujuan wisata tergantung dari jenis pariwisata yang disediakan oleh daerah tersebut. Adapun beberapa jenis pariwisata yang ditentukan dari motif tujuan perjalanan yaitu:

1) Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Pariwisata sejenis ini dilakukan oleh seseorang yang meninggalkan tempat tinggalnya bertujuan melakukan liburan, untuk mengunjungi tempat-tempat atau alam lingkungan yang berbeda yang belum pernah dilihat semata-mata untuk memenuhi kehendaknya.

2) Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata sejenis ini merupakan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang yang menggunakan waktu libur yang dimiliki dengan melakukan aktifitas-aktifitas yang dapat mengembalikan kesegaran jasmani dan rohani serta

¹⁹ I Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, cetakan revisi, (Denpasar; Pustaka Laraan, 2017), 42

menyegarkan keletihan dan kelelahan dengan melakukan kunjungan keberbagai objek rekreasi yang dirasa benar-banar memiliki manfaat seperti daerah pantai, gunung, bukit, permandian air panas dan pusat-pusat kebugaran.

3) Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh seseorang dengan termotifasi untuk lebih mengetahui atau mempelajari pusat-pusat pengajaran dan riset, adat istiadat, kelembagaan, menumen-monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, dan pusat-pusat kesenian.

4) Pariwisata Untuk Olah Raga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang dengan mengikuti pelatihan dan mempraktekkan sendiri pariwisata olah raga yang diikutinya seperti olah raga berkuda, memancing, berburu, dan pendakian gunung.

5) Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh seseorang dengan melakukan kunjungan ke instalasi teknis untuk keperluan usaha yang dapat menarik pihak luar dari profesi tersebut untuk berkunjung pula.

6) Pariwisata Untuk Berkonvensi (*convention Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan untuk menghadiri konferensi nasional ataupun internasional. Berbagai pertemuan badan-badan atau organisasi internasional

yang dihadiri banyak peserta hingga ribuan yang biasanya tinggal dalam beberapa hari di kota atau negara tempat dilaksanakannya konferensi.²⁰

d. Tujuan Pengembangan Pariwisata

Pariwisata jika dikembangkan secara tepat, dapat member keuntungan pada wisatawan maupun tuan rumah. Pariwisata dapat menaikkan taraf hidup masyarakat pribumi melalui keuntungan secara finansial yang dibawa wisatawan ke kawasan wisata tersebut. Sebagaimana tambahan, dengan pengembangan infrastruktur dan penyediaan fasilitas untuk rekreasi, wisatawan dan penduduk setempat saling diuntungkan. Pariwisata pada idealnya hendak dikembangkan sesuai dengan daerah tujuan wisatanya. Pengembangan yang dilakukan tetap harus memperhatikan tingkat ekonomi, sejarah dan budaya dari destinasi. Bagi wisatawan daerah tujuan berwisata yang dikembangkan dengan memperhatikan hal tersebut merupakan daerah yang dapat memberikan pengalaman unik bagi mereka para wisatawan.²¹

Sudah sangat jelas sektor pariwisata semestinya harus ditunjang oleh komponen secara langsung maupun tidak langsung dan faktor-faktor yang berhubungan dengan aktivitas pengembangan pariwisata. Seperti segala kondisi yang terdapat pada objek wisata, segala fasilitas sosial serta kebijakan yang diterapkan pemerintah terkait sektor pariwisata.²²

²⁰ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*, Edisi 5 (Jakarta: Kanisius, 1991), 29-30

²¹Robert Christie Mill, *Tourism The International Business*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2000), 168

²² Bambang Utoyo, *Geografi Membuka Cakrawala Dunia*, Edisi 1 (Bandung: PT Setia Purna Inves, 2017), 102

Pembangunan perekonomian suatu wilayah atau negara memiliki kaitan erat salah satunya dengan pengembangan objek wisata yang terdapat pada suatu daerah tujuan wisata tersebut baik itu secara lokal, tingkat regional maupun ruang lingkup nasional. Sehingga dapat dikatakan apabila suatu wilayah atau daerah sedang melakukan pengembangan pada objek wisatanya akan selalu diperhitungkan apakah memiliki keuntungan dan bermanfaat bagi rakyat banyak.

Namun demikian, kekayaan potensi wisata haruslah dikemas secara profesional sehingga menjadi produk wisata yang memiliki nilai jual. Suatu produk wisata dapat dikatakan unggul manakala produk tersebut memiliki nilai jual yang tinggi dan pasar yang jelas. Maka dari itu sangatlah penting memperkenalkan produk wisata kepada para konsumen atau wisatawan, karena bagaimanapun pengenalan produk wisata kepada para calon wisatawan dapat memberikan citra positif terhadap daerah tujuan wisata itu sendiri.²³

e. **Manfaat Pariwisata**

Secara khusus manfaat pariwisata di urikan sebagai berikut:

- 1) Pariwisata dapat meningkatnya kesempatan membuat usaha bagi masyarakat lokal atau penduduk setempat yang berdiam pada sekitaran lokasi objek wisata.
- 2) Sektor pariwisata dapat memberi lapangan pekerjaan sehingga dapat menambah kesejahteraan dan pendapatan masyarakat sekitar.

²³ Muaini, *Buku Ajar Kebudayaan dan Pariwisata*, (Yogyakarta: Garudhawaca, 2018), 78

- 3) Pendapatan pada suatu negara dapat meningkat melalui pajak yang diperoleh baik dari para wisatawan yang berkunjung maupun pajak yang diperoleh dari fasilitas-fasilitas sosial di kawasan objek wisata, serta dapat menguntungkan dari segi pertukaran mata uang asing dengan mata uang lokal untuk meningkatkan devisa negara.
- 4) Kebudayaan nasional dan kelestarian lingkungan hidup dapat terpelihara. Dengan keberadaan industri pariwisata, penduduk dapat senantiasa menjaga kelestarian dan keutuhan objek wisata baik merupakan keindahan bangunan bangunan arsitektur, keindahan alam yang disediakan, ataupun budaya tradisional yang dimiliki masyarakat setempat.²⁴

f. **Kekuatan ojek dan daya tarik objek wisata**

- 1) Keunikan alam, buatan manusia dan budaya masyarakat setempat.
- 2) Kesadaran dan antusias masyarakat dalam membangun objek wisata.
- 3) Keramahan penduduk pribumi kepada wisatawan.
- 4) Kesadaran masyarakat sekitar terhadap wisata
- 5) Keterpeliharaan secara baik objek wisata.
- 6) Objek wisata dapat di akses dengan mudah.
- 7) akses jalur darat tersedia untuk mengunjungi objek wisata.
- 8) Kesiapan masyarakat untuk menyediakan rumahnya sebagai home stay.
- 9) Tersedia jajanan kuliner khas dan higienis yang dapat dinikmati pengunjung.

²⁴ Bambang Utoyo, *Geografi Membuka Cakrawala Dunia*, Edisi 1 (Bandung: PT Setia Purna Inves, 2017), 101

Contoh kekuatan tersebut dapat ditambah atau dikurangi sesuai kondisi yang menggambarkan keadaan sesungguhnya dari setiap objek dan daya tarik wisata.²⁵

g. **Faktor Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Wisatawan**

Menurut Ali Hasan, proses yang memengaruhi pembentukan kepuasan wisatawan terdiri dari beberapa faktor, seperti produk wisata, instrumen evaluasi, dan hasil berupa produk dan jasa dari yang mereka terima. Berikut penjelasan mengenai beberapa variabel dari faktor-faktor berikut.

Tabel 3.1 Faktor-Faktor Pembentukan Kepuasan Wisatawan

PRODUK	<ul style="list-style-type: none"> •Elemen Tangible •elemen jasa •Peran intermediasi dan agent
INSTRUMEN EVALUASI	<ul style="list-style-type: none"> •Persepsi pengalaman berwisata •Sikap dan harapan wisatawan •Faktor-faktor uncontrollable
HASIL	<ul style="list-style-type: none"> •Kepuasan Wisatawan secara keseluruhan •Kepuasan wisatawan secara parsial •ketidakpuasan

²⁵ Manahti Zebua, *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Edisi Revisi, (Yogyakarta; Deepublish, 2012),21

Keterlibatan wisatawan dalam mengevaluasi berbagai faktor yang secara signifikan akan memengaruhi kepuasan mereka. Adapun faktor-faktornya, sebagai berikut:

1) Sikap karyawan dan keramahan masyarakat lokal (*host*) terhadap wisatawan.

Kepuasan pengunjung atau wisatawan tidak hanya bersumber dari destinasi yang indah yang dikunjungi, tetapi juga dari pertemuannya dengan masyarakat lokal dan karyawan penyedia akan layanan berwisata. Persepsi oleh masyarakat setempat (*host*) yang negatif terhadap wisatawan dapat memicu rasa tidak puas dan menghalangi wisatawan untuk kembali. Sebaliknya persepsi masyarakat setempat yang positif dapat memberi motivasi kepada wisatawan agar dapat mengunjungi kembali destinasi yang sama di destinasi sebelumnya.

Interaksi oleh wisatawan dengan masyarakat setempat (*host*) dapat menjadi elemen terpenting dalam kepuasan momen berlibur karena masyarakat lokal merupakan titik kontak pertama bagi pengunjung atau wisatawan dan tetap berhubungan secara langsung dalam seluruh liburan mereka. Pengalaman interpersonal yang autentik antara guest dan host akan memberikan kenyamanan psikologis bagi wisatawan. Komunikasi wisatawan bersama dengan masyarakat setempat dan para penyedia layanan dapat menciptakan perasaan aman dan empati yang dapat memberi pengaruh kenikmatan daerah lingkungan wisata dan keputusan untuk memilih destinasi masa depan mereka.

- 2) Kualitas pelayanan yang bersangkutan dengan keramahan, kesopanan, ketanggapan personal, dan efisiensi pelayanan terhadap segala keluhan dan permintaan para wisatawan.

Persepsi positif petugas pelayanan atau karyawan baik secara verbal ataupun non-verbal dalam interaksinya dengan guest memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan kepuasan para wisatawan. Oleh sebab itu, penting sebagai catatan bahwa tidak peduli seberapa baik dan bagus destinasi yang ditawarkan atau bagaimanapun brilian dari rencana pemasaran, hal tersebut akan percuma jika terdapat kerusakan pada bagian yang paling kritis dalam layanan first impression (bandara) atau front office (karyawan yang melayani di bagian depan) sebagai titik sentuh utama bagi wisatawan atau guest yang melakukan kontak dengan guide dan perusahaan.

- 3) Fasilitas dan akomodasi sebagai faktor yang signifikan dapat memberi pengaruh kepuasan pengunjung atau wisatawan, baik secara psikologis maupun fisik.

Fasilitas akomodasi yang memberi kenyamanan bagi pengunjung merupakan instrumen kualitas pengalaman kepada wisatawan. Demikian pun dengan rangkaian produk akomodasi seperti makanan akan menciptakan kualitas pengalaman pengunjung dalam berwisata, bahkan kemungkinan menjadi instrumental yang sangat penting dalam melahirkan kepuasan yang diperoleh wisatawan. Wisatawan dapat meletakkan sifat, bentuk, dasar pengalaman berlibur sejauh kualitas perjalanan, kebugaran mereka, dan

kesehatan mental, oleh sebab itu kemampuan belajar, beradaptasi, dan menikmati destinasi wisata tergantung apa yang mereka makan. Semua sensasi, suka cita, dan pengalaman berlibur mungkin akan hilang jika wisatawan sedang sakit atau tidak sehat karena makanan yang konsumsi membuat mereka kesal karena kualitas layanan yang kurang baik atau rendah. Pihak yang berwenang juga harus fokus pada penyajian kualitas makanan disertai dengan layanan yang penuh perhatian keramahan, berpengetahuan, serta hidangan lezat, dan menyehatkan dengan cakupan dalam kategori harga yang masih wajar.

- 4) Budaya perilaku konsumsi produk pariwisata dipandang sebagai fenomena sosial yang multidimensional, integratif, dan pluralistik.

Salah satu aspek budaya, seperti bahasa yang dapat membantu memfasilitasi komunikasi antara tuan rumah (*host*) dengan tamu (*guest*) dapat mempromosikan objek wisata sebagai destinasi yang lebih baik dikunjungi. Motivasi wisatawan (lintas budaya), seperti tingkat ketidakpastian, kolektivitas-individualitas, maskulinitas/feminitas, serta deferensiasi budaya antar daerah/negara akan memengaruhi pengalaman mereka (di destinasi, hotel, dan perjalanan), perbedaan kepuasan wisatawan. Olehnya itu, penelitian terhadap pasar wisatawan dapat membantu untuk manajemen dalam membuat suatu kebijakan pelayananan produk wisata yang berbeda untuk setiap pasar.

Pada konteks budaya, tingkat kepuasan cenderung lebih tinggi dalam budaya yang mirip (jika terdapat perbedaan, perbedaan tersebut kecil dan

justru menjadi tambahan) dalam interaksi. Karena konteks budaya yang lebih dekat antara *guest* atau tamu dan *host* atau tuan rumah. Olehnya itu, dapat ditegaskan kepuasan yang diperoleh wisatawan akan lebih tinggi dikarenakan kualitas komunikasi (bahasa) lisan maupun tertulis antara *host* atau tuan rumah. Kepuasan yang diperoleh wisatawan lebih rendah pada budaya yang jauh berbeda dan sangat sulit atau tidak bisa dikompatibelkan. Ketika tingkat kepuasan wisatawan yang berasal dari negara lain karena perbedaan budaya mereka dengan budaya tuan rumah, maka menimbulkan kemungkinan kepuasan wisatawan tersebut ditemukan secara parsial.

- 5) Harga atau biaya moneter yang berkaitan dengan penilaian kepuasan wisatawan dan tidak tahu apakah tawaran destinasi lain bisa luar biasa.

Destinasi yang gagal dalam pengelolaan kepuasan wisatawan dan tidak menyadari kelemahan produk mereka terhadap destinasi lain dalam kategori yang relatif sama, mengakibatkan perusahaan cenderung kehilangan pasar yang berdampak pada pendapatan destinasi. Perbandingan mendalam dan identifikasi atas kesenjangan kinerja yang kompetitif diantara destinasi dalam hal kelemahan dan keunggulan serangkaian atribut destinasi. Jika dimensi pariwisata suatu daerah kinerjanya dinilai lebih rendah dari destinasi kompetitor (seperti akomodasi, komunikasi, jasa bandara, ketenangan, fasilitas, pantai, kualitas dan lingkungan). Hal tersebut merupakan pertanda ancaman dan kelemahan yang akan mendorong wisatawan tidak eksis di masa depan. Sebaliknya, sebuah daerah wisata yang kinerjanya dinilai lebih dari

yang destinasi lain (seperti perhotelan, nilai, harga, dan transportasi) menjadi kekuatan tersendiri destinasi untuk menarik wisatawan.

Pada beberapa aspek kekuatan pada destinasi wisata akan menciptakan kepuasan yang akan berdampak dalam hal berikut:

- a) Kepuasan tinggi yang diperoleh wisatawan akan menciptakan rekomendasi langsung mengenai produk barang dan jasa yang ada secara getok tular atau dari mulut ke mulut kepada orang-orang yang berada di sekitar wisatawan yang pernah berkunjung baik rekomendasi ke keluarga maupun rekan-rekan yang lain, yang pada akhirnya juga akan membawa wisatawan baru;
- b) Dampak lain yang ditimbulkan akibat kepuasan wisatawan juga dapat mendorong kunjungan ulang, yang akan menambah pendapatan sektor pariwisata tanpa biaya promosi;
- c) Kepuasan yang diperoleh wisatawan juga dapat mengurangi keluhan pengunjung, mengurangi pengeluaran pembayaran kompensasi, serta dapat meningkatkan favorabilitas dan reputasi destinasi wisata.

Kinerja dibidang pariwisata yang dibandingkan atau dinilai sama dengan destinasi wisata lain (seperti kualitas pelayanan, kualitas makanan, air, keamanan, kenyamanan, olah raga, dan hiburan) dapat berupa menjadi ancaman sekaligus peluang menjadi bagi perusahaan jika diamati dengan baik, dalam jangka panjang kemampuan sebagai kompetitor mungkin dapat menjadi sulit kecuali dengan otoritas pada destinasi berupaya menjaga dan

membenahi kinerja destinasiya untuk menciptakan diferensiasi yang lebih jelas dan lebih baik.²⁶

2. Ekonomi Kreatif

a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah pengembangan ekonomi berdasarkan kreativitas dan keterampilan yang berasal dari masyarakat yang memiliki pengetahuan yang inovatif dan memiliki nilai ekonomis. Ekonomi kreatif menitikberatkan pengembangan ide, tentang cara baru, usaha baru, distribusi baru, model baru, teknik serta barang dan jasa yang baru. Ekonomi kreatif bertujuan untuk meningkatkan lapangan pekerjaan serta kesejahteraan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya cipta dan kreasi individu dan masyarakat setempat.²⁷

Menurut *United Nation Convergence on Trade and Development* (UNCTAD) ekonomi kreatif adalah konsep yang didasarkan pada aset-aset kreatif yang berpotensi besar dalam menggerrakkan pertumbuhan serta pembanguana dalam ekonomi. Menurut UNCTAD ekonomi kreatif dapat di klasifikasikan dalam desain; audio visual; media baru; kerajina; penerbitan; seni visual; dan pertunjukan. Adapun beberapa indikatornya, yaitu:

²⁶ I Ketut Suwena dan I Gusti Nugrah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, cetakan revisi, (Denpasar; Pustaka Laraan, , 2017), 76-79

²⁷ Horas Djulius et al., *Tinjaua dan Analisis Ekonomi Terhadap Industry Kreatif Di Indonesia, Edisi 1* (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2019) 13.

- 1) mendorong peningkatan pendapatan, memberi pemasukan bagian ekspor sekaligus dapat mengeksplor kepedulian sosial, pengembangan SDM, dan menciptakan tempat kerja baru.
- 2) Ekonomi dalam memanfaatkan pengembangan teknologi, Penyertaan aspek sosial maupun budaya, pariwisata dan hak kekayaan intelektual.
- 3) Kumpulan kegiatan ekonomi dengan berdasarkan pengetahuan dalam skala pengembangan dan relasi atau hubungan sektor ekonomi mikro secara khusus dan makro secara umum.
- 4) Suatu opsi strategi pengembangan dimana membutuhkan lintas kementerian dan kebijakan inovatif dan multidisiplin.
- 5) Industri kreatif merupakan jantung ekonomi kreatif.²⁸

b. Jenis Industri Kreatif

Industri kreatif terdiri dari 14 macam, yaitu:

- 1) Periklanan : termasuk dalam jasa mempromosikan produk atau jasa, produksi material iklan, kampanye relasi dan lain-lain.
- 2) Arsitektur : berkaitan dengan usaha di bidang jasa untuk mendesign sebuah bangunan, rencana anggaran konstruksi dan sebagainya.
- 3) Pasar barang seni. Perdagangan barang-barang unik, asli, langkah melalui lelang ataupun galeri.

²⁸ Afni Regita Cahyani Muis, Sustainable Comparative Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia Dalam Dinamika Perdagangan International, Cet. Pertama (Yogyakarta: Deepublish, 2019)

- 4) Kerajinan: hasil kreasi buatan tangan biasanya tidak di produksi massal atau terbatas.
- 5) Desain: terkait desain grafis, interior, produk, industri dan sebagainya.
- 6) Fashion: terkait aksesoris mode, pakaian, alas kaki selendang dan yang lainnya
- 7) Video, film dan fotografi merupakan kegiatan kreatif dalam proses produksi hingga pendistribusian hasil film, video maupun fotografi.
- 8) Pemain interaktif : kreasi permainan komputer, video yang bersifat hiburan, edukasi dan yang lainnya.
- 9) Musik: kegiatan kreasi, pertunjukan, reproduksi dan distribusi yang berasal dari rekaman suara.
- 10) Seni pertunjukan: merupakan kreasi dapat berupa pengembangan konten, pertunjukan, tata panggung dan yg lainnya.
- 11) Penerbitan dan percetakan: penerbitan buku, majalah, koran, dan lain-lain.
- 12) Layanan komputer dan piranti lunak: dapat digunakan untuk pengelolaan data dan pen
- 13) Televisi dan radio : kreasi konten acara transmisi konten, station relay dan lain-lain.
- 14) Riset dan pengembangan merupakan penemuan pengembangan inovatif untuk dijadikan perbaikan ataupun kreasi produk baru, alat baru dan proses baru, metode baru dan teknologi baru.

c. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekonomi Kreatif

1) Kreativitas

Kreativitas disertai dengan kerja keras, utamanya anak muda yang memiliki inovasi yang tinggi sangat dibutuhkan agar dapat mendorong perkembangan industri kreatif tanah air.

2) Kemajuan teknologi (informasi/computer/digital)

Kemajuan industri kreatif sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang bersumber dari pelaku pelaku industri besar, sedang maupun industri kecil dan menengah (IKM)

3) Media

Media sangat berperan dan berpotensi bagi pelaku industri untuk menawarkan barang atau jasa di media sosial.

4) Pengembangan IKM

Pengembangan industri kreatif cenderung terdiri dari industri kecil menengah sedangkan industri besar besanya padat modal dan diluar daripada industri kreatif.²⁹

d. Pengembangan Ekonomi Kreatif

Konsep pengembangan ekonomi kreatif terdiri dari:

1) Berdayakan Apa Yang Ada (BANG)

²⁹ Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*, Edisi 1 (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 63.

Dalam konsep ini, mengupayakan agar suatu desa mengupayakan pemberdayaan dengan memanfaatkan segala sumberdaya yang ada di daerah tersebut untuk dibuat atau olah menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai ekonomis.

2) Bikin Investaswi Berbasis Lingkungan (BING)

Konsep ini berangkat dari konsep yang sebelumnya ada yaitu bagaimana mengoptimalkan konsep BANG dengan melakukan analisa terhadap kebutuhan dari sisi internal maupun eksternal dengan mempertimbangkannya melalui analisis SWOT. Setelah menganalisis diperlukan investasi untuk menambah keunikan dan keunggulan yang sudah unik dan asri tersebut (*creating value*)

3) Buat Usaha Yang Menuntungkan (BUNG)

Konsep ini merupakan penerapan dari konsep sebelumnya yaitu BANG dan BING dengan mengelolanya menjadi objek wisata dengan menambahkan kuliner dan booth foto yang mengandung daya tarik sebagai langkah pengembangan potensi yang sudah ada.³⁰ Sebagai mana hadis tentang keutamaan bekerja mandiri yang diriwayatkan dalam hadis Bukhari yang berbunyi:

³⁰ Andreas Syah Pahlevi et al., *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*, Cet Pertama, (Semarang; CV Oxy Consulant, 2018), 18

أَكَلَ مَا)) قَالَ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولٍ عَنْ عَنهُ اللَّهُمَّ رَضِي الْمِقْدَامِ عَنْ
كَانَ السَّلَامُ عَلَيْهِ دَاوُدَ اللَّهُ نَبِيٍّ وَإِنَّ يَدِهِ عَمَلٍ مِنْ يَأْكُلَ أَنْ مِنْ خَيْرًا قَطُّ طَعَامًا أَحَدٌ
((يَدِهِ عَمَلٍ مِنْ يَأْكُلُ)). البخاري رواه.³¹

Artinya:

“Dari al-Miqdam Radhiallahu ‘anhu, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Tidaklah seorang (hamba) memakan makanan yang lebih baik dari hasil usaha tangannya (sendiri), dan sungguh Nabi Dawud ‘alaihissalam makan dari hasil usaha tangannya (sendiri)”

Hadis ini menjelaskan bahwa makanan atau sesuatu yang dikonsumsi paling baik adalah sesuatu yang berasal dari usaha sendiri.

Berdasarkan konsep dan hadis tersebut merupakan konsep dalam pengembangan ekonomi dengan cara mengembangkan potensi yang ada secara kreatif dengan memanfaatkan keunggulan dan keunikan yang ada disekitar baik berupa produk maupun jasa yang telah ada sebelumnya. Dengan adanya industri kreatif berbasis usaha rumahan (*one person on product*) diharapkan dapat memberi gerakan positif bagi rumah tangga sekitar dan menabuh lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Pengembangan ekonomi kreatif dapat di definisikan dengan faktor-faktor yang harus ada, yaitu *something to see, something to do something to buy* dan *something to share*.

³¹Arip Purkon, *Kerja Berbuah Surga*, (Jakarta; PT Gramedia, 2014), 8

1) *Something to see*

Something to see merupakan sesuatu yang dapat menarik pengunjung atau wisatawan karena pertunjukan atau pemandangan yang ada pada objek wisata.

2) *Something to do*

Something to do merupakan sesuatu yang dapat dilakukan untuk menarik wisatawan seperti melakukan event atau kegiatan seperti festival budaya, pasar seni dan sebagainya untuk menarik wisatawan.

3) *Something to buy*

Something to buy terkait olahan tangan berupa souvenir khas daerah tersebut yang dapat dijual dan dijadikan buah tangan pengunjung yang menjadi brand objek wisata tersebut.

4) *Something to share*

Something to share merupakan membagikan foto kegiatan melalui sosial media yang dapat dilihat oleh orang lain. Hal ini dapat dikembangkan dengan membuat foto booth yang menarik sehingga pengunjung mengabadikan foto kemudian dibagikan di media sosial.³²

Dalam komponen-komponen tersebut, ekonomi kreatif dimasukkan dalam *something to do* dan *something to buy* dengan mengotimalkan penciptaan produk inovatif dan kuliner khas daerah dan menciptakan *something to share* berupa ke

³² Andreas Syah Pahlevi et al., *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*, Cet Pertama, (Semarang; CV Oxy Consultant, 2018), 19

khasan daerah berupa kuliner, hasil krajinan atau souvenir ataupun keindahan alam suatu desa atau objek wisata.³³

3. Partisipasi Masyarakat

a. Pengertian Partisipasi masyarakat

Partisipasi adalah keterlibatan atau keikutsertaan secara aktif oleh seseorang atau sekelompok masyarakat dengan sadar berkontribusi untuk sukarela dalam program pembangunan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, hingga sampai pada tahap evaluasi.³⁴

Sedangkan menurut Isbandi³⁵ partisipasi adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah serta potensi yang terdapat dalam masyarakat, pemilahan dan pengambilan keputusan guna mencari alternatif solusi yang dapat diambil untuk menangani permasalahan, upaya mengatasi permasalahan, dan keterlibatan masyarakat dalam mengevaluasi perubahan-perubahan yang ditimbulkan dari permasalahan tersebut.

hasil akhir yang diharapkan dari adanya partisipasi yaitu dapat meningkatkan kemampuan pemberdayaan setiap masyarakat baik itu yang terlibat secara langsung maupun masyarakat yang tidak terlibat secara langsung pada setiap program dan

³³ Andreas Syah Pahlevi et al., *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*, Cet Pertama, (Semarang; CV Oxy Consultant, 2018), 20

³⁴ Siti Hajar et al., *Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat Pesisir*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 30.

³⁵ Isbandi Rukminto Adi, *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: dari Pemikiran Menuju Penerapan*, (Jakarta: FISIF UI Press, 2007), 27.

kebijakan pemerintah serta pengambilan keputusan di setiap kegiatan-kegiatan berikutnya untuk jangka panjang.³⁶

b. Prinsip-prinsip partisipasi

Menurut Seumampow³⁷ sebagaimana yang tertuang dalam panduan pelaksanaan pendekatan partisipatif yang disusun oleh *Department For International Development* (DFID) adalah:

- 1) Cakupan, semua orang atau perwakilan kelompok yang terkena pengaruh dampak dari hasil keputusan.
- 2) Kesetaraan dan Kemitraan, semua anggota yang memiliki kemampuan dan keterampilan diberikan hak untuk terlibat dalam segala proses agar terjalin kemitraan tanpa mempertimbangkan jenjang dan struktur dari masing-masing pihak.
- 3) Transparansi, semua pihak diharuskan menjalin komunikasi yang baik antara semua pihak untuk menciptakan iklim komunikasi yang terbuka dan kondusif agar meimbukan dialaog.
- 4) Kesetaraan Kewenangan, kewenangan dan kekuasaan harus diseimbangkan agar dapat mengurangi dominasi.

³⁶ Siti Hajar et al., *Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat Pesisir*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 30.

³⁷ Monique Seumampow, *Perencanaan Darat-Laut yang Terintegrasi dengan Menggunakan Informasi Spasial yang Partisipatif*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2004), 106-107.

- 5) Kesetaraan tanggung jawab, setiap pihak diberikan tanggung jawab masing-masing karena kesetaraan kewenangan dan keterlibatan dalam mengambil proses dan tindakan selanjutnya.
- 6) Pemberdayaan, keterlibatan semua pihak tidak lepas dari kekurangan dan kelebihan yang dimiliki setiap pihak, dengan terlibat aktif dalam setiap proses kegiatan akan membentuk setiap pihak menjadi lebih tahu dan saling memberdayakan satu sama lain.
- 7) Kerjasama, kerja sama sangat dibutuhkan untuk menutupi kelemahan yang ada dengan berbagi kelebihan, khususnya terkait dengan kemampuan sumber daya manusia.³⁸

c. Bentuk-bentuk Kegiatan Partisipasi

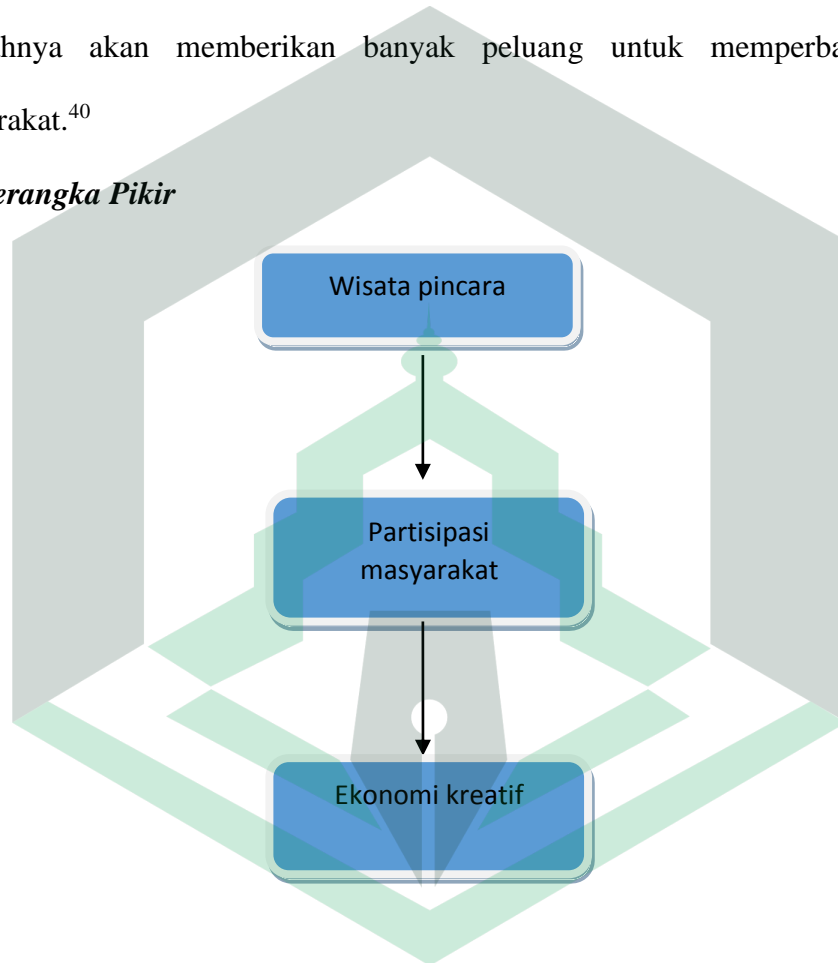
Mengidentifikasi berbagai bentuk kegiatan partisipasi yang dilakukan oleh setiap masyarakat dapat berupa:

- 1) Menjadi anggota kelompok masyarakat.
- 2) Ikut serta dalam kegiatan diskusi yang kelompok.
- 3) Ikut terlibat serta berperan aktif dalam berbagai kegiatan organisasi agar dapat menarik masyarakat lain untuk turut berpartisipasi.
- 4) Turut menggerakkan sumber daya masyarakat.
- 5) Ikut serta dalam proses pengambilan berbagai keputusan.
- 6) Memanfaatkan hasil-hasil yang dicapai dari kegiatan masyarakat.³⁹

³⁸Siti Hajar et al., *Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat Pesisir*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 30

Melibatkan masyarakat dalam memajukan pariwisata merupakan salah satu faktor penting yang tidak boleh terlupakan. Minimal masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata haruslah mengetahui informasi-informasi tentang pariwisata sehingga masyarakat sadar wisata dan kehadiran objek dan daya tarik wisata di wilayahnya akan memberikan banyak peluang untuk memperbaiki ekonomi masyarakat.⁴⁰

C. Kerangka Pikir

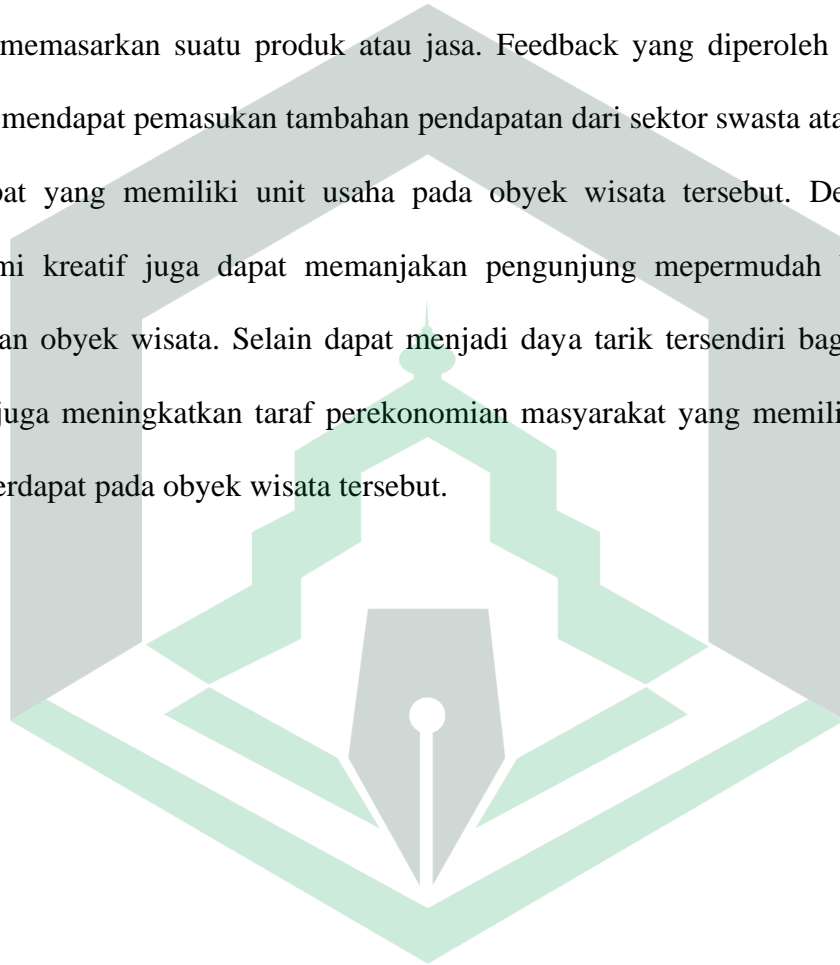


Gambar 2.1 kerangka pikir

³⁹ Siti Hajar et al., *Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat Pesisir*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 34

⁴⁰ Manahati Zebua, *Pemasaran Pariwisata: Menuju Festival Sail Daerah*, Edisi 1, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 104.

Berdasarkan alur skema di atas dapat digambarkan bahwa fokus utama dari penelitian ini adalah terkait bagaimana dalam objek wisata Pincara dapat dikembangkan dengan melibatkan masyarakat setempat dalam bentuk pemanfaatan ekonomi kreatif. Dalam hal ini obyek wisata pincara dijadikan wadah dan sarana untuk memasarkan suatu produk atau jasa. Feedback yang diperoleh obyek wisata pincar mendapat pemasukan tambahan pendapatan dari sektor swasta atau masyarakat setempat yang memiliki unit usaha pada obyek wisata tersebut. Dengan adanya ekonomi kreatif juga dapat memanjakan pengunjung mempermudah berbelanja di sekitaran obyek wisata. Selain dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung dapat juga meningkatkan taraf perekonomian masyarakat yang memiliki unit usaha yang terdapat pada obyek wisata tersebut.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan data informasi berdasarkan fakta yang diperoleh selama penelitian di lapangan untuk memecahkan masalah penelitian.⁴¹ Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah kualitatif, dimana pada ini menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan ataupun tulisan dan perilaku dari objek tersebut. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada data berupa kata, gambar dan tidak menekankan data berupa angka-angka. Penelitian ini juga lebih menekankan pada proses dari suatu produk atau *outcome*.⁴²

B. Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini yaitu mengetahui pengembangan ekonomi ekonomi kreatif dan partisipasi masyarakat di desa Pincara dalam ekonomi kreatif pada wisata permandian air panas.

C. Definisi Istilah

1. Ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif dimaksudkan agar masyarakat setempat dapat menjadikan permandian air panas pincara sebagai wadah dan sebagai sarana memasarkan suatu

⁴¹Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*(Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009), 41

⁴²Drs. Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,(Jakarta: Rajawali Press cet ke-2, 2007), 13

produk barang atau jasa yang memiliki fungsi, nilai estetika, dan nilai ekonomis agar dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat yang memiliki unit usaha pada obyek wisata tersebut.

2. Partisipasi Masyarakat

Yang ingin diketahui bagaimana partisipasi masyarakat atau keterlibatannya dalam permandaian air panas pincara untuk meningkatkan perekonomiannya dan menjadi daya tarik di permandian air panas Pincara Masamba.

D. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Survey dan studi kasus. Penelitian survey dilakukan dengan metode analisis wacana, dan studi kasus dilakukan dengan teknik etnografi dengan wawancara mendalam dan observasi sebagai teknik pengumpulan datanya.

E. Data dan Sumber data

1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui Sumber informasi yang secara langsung oleh pihak-pihak yang berwenang dan memiliki tanggungjawab mengumpulkan data dan menyimpan data atau arsip. Sumber data primer biasanya disebut dengan sumber data informasi tangan pertama.⁴³ Data jenis ini digunakan untuk memperoleh hasil wawancara langsung dengan pihak yang berkaitan untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus.

⁴³ Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, (Bandung: Angkasa, 1987), 42.

Dalam penelitian ini melibatkan informan masyarakat yang berpartisipasi secara langsung yang memiliki usaha pada permandian air panas, selain itu data primer juga diperoleh dari pengelola objek wisata maupun pemerintah desa untum memperoleh informasi terkait. Berikut uraian informan dalam penelitian:

Tabel 3.2 Data pedagang yang jadi informan:

NO	Nama	Jenis Usaha	Usia
1	Joharia	Kuliner	61 tahun
2	Hijria	Kuliner	35 Tahun
3	Nirmala	Kuliner	38 Tahun
4	Jatia	Kuliner	43 Tahun
5	Anita	Kuliner	31 Tahun
6	Miyati	Kuliner	41 Tahun
7	Nirmala	Kuliner	37 Tahun
8	Satiani	Kuliner	33 Tahun

Tabel 3.3 Data informan pengelola

No	Nama	Jabatan	Usia
1	Gazali	Koordinator	45 Tahun
2	Bunda	Pengelola retribusi	52 Tahun
3	Rupawan	Pengelola retribusi	23 Tahun

Tabel 3.4 Data Informan dari pemerintah Desa

No	Nama	Jabatan	Usia
1	Muh. Rezki	Sekretaris Desa	25 Tahun
2	Mulis	-	40 Tahun

Tabel 3.5 Data Informan dari Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan

No	Nama	Jabatan	Usia
1	Wira	Seksi pengembangan SDM dan kemitraan pariwisata	37 Tahun

2. Data sekunder

Sumber sekunder atau biasa disebut bahan bacaan. Sumber sekunder bisa bersifat pribadi antara lain berupa surat-surat, kitab harian, catatan-catatan biografi, juga dokumentasi perkumpulan organisasi, perusahaan. Sumber ini sering tidak diketahui oleh umum dan peneliti. Sumber sekunder bersifat umum antara lain dokumen-dokumen dalam arsip badan-badan pemerintah yang terbuka bagi umum. Sumber sekunder umum yang utama adalah perpustakaan. Perpustakaan menggunakan system tertentu yang perlu kita kenal untuk menemukan buku yang kita perlukan.⁴⁴ Pada penelitian ini diperoleh terori terkait melalui jurnal, buku, dan arsip terkait gambaran umum lokasi penelitian pada desa Pincara.

⁴⁴ Nasution, “*Metode Research ed. 1, cet. 4*”, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2001), 150

F. Instrumen Penelitian

Pada proses penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti, yang menjadi Instrumen dalam penelitian tidak lain merupakan peneliti itu sendiri (*human instrument*). Dalam hal ini, peneliti dimasukkan dalam kategori *human instrument* dimana berfungsi agar dapat memberi dan menetapkan fokus utama dari penelitian, memilih narasumber untuk diwawancarai, dalam proses mengumpulkan data, menilai kualitas dari data yang diperoleh, menganalisis data, menafsirkan data-data yang ada dan tahap akhir membuat kesimpulan penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (pengamatan)

Pengamatan merupakan proses pertama yang dilakukan dalam pengumpulan data dengan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis segala kondisi atau gejala yang diteliti.⁴⁵ Observasi sangat berperan agar peneliti dapat melihat langsung bagaimana bagaimana pengembangan pada objek wisata pincara dan dan ekonomi kreatif di lokasi wisata permandian air panas Pincara.

2. Wawancara

Wawancara atau interviu merupakan suatu bentuk komunikasi secara verbal jadi sejenis percakapan yang dilakukan agar dapat memperoleh informasi terkait yang

⁴⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, "Metodologi Penelitian", (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 70

dibutuhkan.⁴⁶ Dalam hal ini peneliti bercakap-cakap langsung dengan pedagang pada wista pincara, masyarakat desa, dan pengelola untuk memperoleh informasi terkait.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data-data. Metode dokumentasi digunakan untuk mencari berbagai data terkait hal-hal sehubungan dengan pokok pembahasan, seperti buku, majalah, surat kabar, catatan, dan sebagainya.⁴⁷ Dalam pengumpulan data dilakukan dengan cara melihat kembali dokumen atau literatur serta foto-foto dokumentasi yang relevan yang diperoleh pada saat melakukan penelitian.

H. Pemeriksaan keabsahan data

Pemeriksaan dan keabsahan data yang diperoleh dari lapangan dapat memperoleh keabsahan data, maka peneliti memeriksanya dengan melakukan langkah-langkah berikut:

1) Perpanjangan Keikutsertaan

Dalam proses pengumpulan data keikutsertaan peneliti sangat menjadi penentu, sehingga perpanjangan peneliti pada latar penelitian diperlukan. Hal tersebut memungkinkan peningkatan keabsahan data yang dikumpulkan selama di lapangan. Dengan keikut setaan peneliti pada lokasi penelitian dapat mempertimbangkan mendeteksi dan data yang mungkin bisa mengotori data. Penelitian ni dilakukan hingga tidak ditemukan lagi data baru yang muncul.

⁴⁶ Nasution, "*Metode Research ed. 1, cet. 4*", (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2001), 113

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), 188

2) Triangulasi

Teknik triangulasi merupakan kegiatan keabsahan suatu data dengan memanfaatkan sesuatu yang lainnya diluar data tersebut untuk keperluan sebagai pembandingan atau pengecekan terhadap data yang diperoleh.⁴⁸

3) Pemeriksaan Sejawat

Pengecekan data menggunakan teknik validasi dapat dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dengan melakukan diskusi analitik bersama rekan-rekan sejawat.⁴⁹

I. Teknik Analisis data

Teknik analisis data merupakan suatu proses pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis agar mempermudah peneliti dalam menyimpulkan data.⁵⁰ Miles & Huberman tehnik analisis data terdiri dari beberapa proses kegiatan yang dilakukan secara bersamaan yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, verivikasi atau penarikan kesimpulan.⁵¹

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan bagian dari pekerjaan menganalisis data yang diperoleh dari catatan-catatan lapangan dibuat secara rinci. Data yang direduksi atau dirangkum, memilih data pokok kemudian fokus ke hal yang penting, kemudian dicari tema alurnya. Dengan demikian gambaran yang diperoleh akan lebih jelas dan

⁴⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Sukses Oofset, 2009), 7

⁴⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005), 179

⁵⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 334

⁵¹ Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16

mempermudah pengumpulan data berikutnya, dan mempermudah dalam mencari bila diperlukan.⁵²

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu proses yang dilakukan agar data dapat mudah di analisis dan disimpulkan dengan cara pengorganisasian sesuai dengan jenis data yang diperoleh pada saat penelitian baik dari hasil observasi, interview atau wawancara, ataupun hasil dokumentasi.⁵³

3. Simpulan Data / Verifikasi

Verifikasi data merupakan langkah ketiga dalam proses analisis. Proses ini berfungsi untuk memeriksa kesimpulan yang awalnya masih diragukan agar kesimpulan akhir yang diperoleh tidak melenceng dapat sesuai pada fokus penelitian yang telah dibuat atau dirumuskan. Data yang telah terkumpul disimpulkan dan ditafsirkan, sehingga masalah-masalah yang timbul dapat diuraikan dengan tepat dan jelas.⁵⁴

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 247

⁵³ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI Press, 1992),53

⁵⁴ Winarno Surakhman, *Pengantar Penelitian Ilmiah dan Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), 139

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dimana metode pengumpulan data menggunakan metode observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. Adapun data yang diperoleh baik data primer ataupun data sekunder ialah terkait kondisi lokasi penelitian, jumlah penduduk desa yang turut berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi kreatif pada permandian air panas pincara, faktor yang menghambat perkembangan ekonomi kreatif, maupun kendala pengembangan ekonomi kreatif pada permandian air panas pincara.

1. Profil Desa

Pada zaman pemerintahan orde baru, pemerintah desa Pincara dinamakan “Kombong Pitu Masapi” yang dipegang oleh dua kepala kampung dua kepala kampung yaitu: Rante Manuk dan Salu Bomban serta pemangku adat yaitu “TOMAKAKA” yang meliputi Kombong Pitu Masapi.

Setelah berakhir perang saudara antara DI/TII maka dibentuk desa yang dinamakan desa Pincara, nama pincara diambil dari sebuah nama alat penyeberangan yang dipakai pada zaman Belanda dalam bentuk perahu yang bentuk kemudian diberi lantai serta digunakan untuk mengangkut orang dan barang untuk menyeberangi sungai.

Pada tahun 1990 dimekarkan menjadi dua desa yaitu Desa Pincara dan Desa Sepakat sampai pada masa pemerintahan Kabupaten Luwu sebelum dimekarkan menjadi Kabupaten Luwu utara pada tahun 1999 sampai saat ini.

Kepala desa yang pernah menjabat di Desa Pincara adalah sebagai berikut:

- 
- a. Sumang Kare Tahun 1963-1965
 - b. M. Dilla Tahun 1965-1973
 - c. S. Parman Tahun 1973-1977
 - d. Rabbana Tahun 1978
 - e. Batar Yasin Tahun 1978-1979
 - f. M. Jufri Tahun 1979-1982
 - g. Djafar Arbie Tahun 1992-1993
 - h. Drs. Jahidin Tahun 1993-2002
 - i. Djafar Arbie Tahun 2002-2006
 - j. Nurlan Tahun 2007
 - k. Djafar Arbie Tahun 2007-2013
 - l. Musibar, A.Ma Tahun 2013-Sekarang

Adapun batas wilayah desa Pincara sebagai berikut :

- a. Sebelah barat: Desa Leboni
- b. Sebelah selatan: Desa Lantang Tallang
- c. Sebelah timur: Desa Sepakat
- d. Sebelah barat: Desa Lantang Tallang

Jumlah penduduk sebagai berikut:

- a. Laki-laki: 329 jiwa
- b. Perempuan: 309 jiwa
- c. Usia 0-17: 188 jiwa
- d. Usia 18-55: 368 jiwa
- e. Usia 55 ke-atas: 82 jiwa.⁵⁵

2. Gambaran umum objek wisata

Permandian air panas pincara terletak di Desa Pincara itu sendiri yang berjarak kurang lebih 11 Km dari ibu kota Kecamatan yaitu Masamba.

“Menurut Pak Bunda permandian air panas Pincara dalam wawancaranya kebetulan kan ini dalam keadaan sudah Maju, Jalan sudah di aspal, listrik sudah ada akhirnya masyarakat natau bilang ada permandian disini akhirnya banyakmi orang datang. Ini kan sudah natarekmi dinas pariwisata sejak pemerintahannya pak Rabbana sama pak Jufri dari masamba semua itu. Itu permandian Cuma yang seblah sana permandian air panasnya yang sebalh sini baru-baru dikembangkan tahun 2019 Cuma belum difungsikan. Lahan yang ada disini lahannya warga dibeli 3 orang berbeda yang punya dibeli sama pariwisata”.⁵⁶

Fasilitas pada permandian air panas terdapat 3 kolam berukuran sedang kamar kecil, ruang ganti musholah, tempat sampah, 2 gazebo dan lahan atau lokasi tempat berjualan masyarakat saat ini berdiri 13 warung kecil.

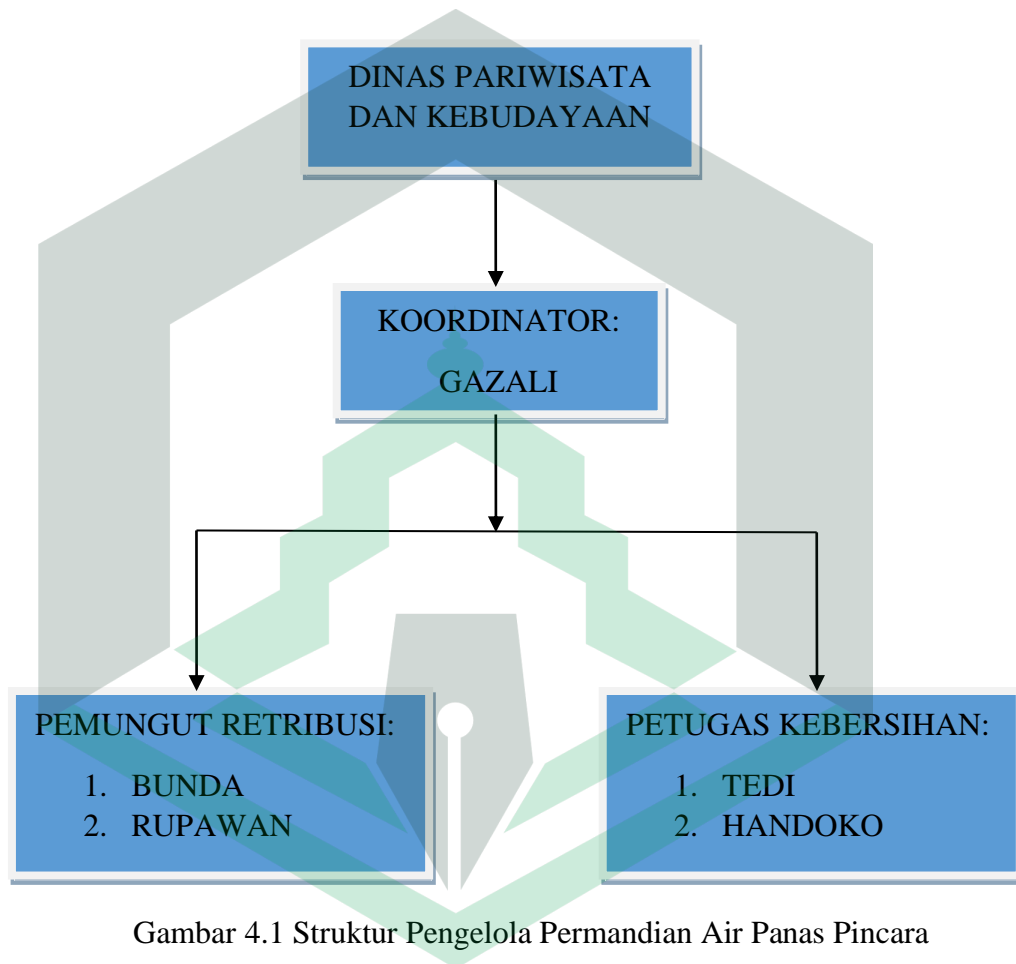
Sejak 2019 permandian air panas Pincara mulai dikembangkan dengan membeli lahan masyarakat yang memiliki jarak yang tidak terlalu jauh dari permandian air panas yang sebelumnya. Pada permandian air panas tersebut memiliki

⁵⁵ Data Pofil Desa Tahun 2019, Desa Pincara, 16 Februari 2020

⁵⁶ Pak Bunda, (52 Tahun), Pemungut Retribusi Wisata Pincara, Wawancara, Desa Pincara 8 Maret 2020

lokasi yang lebih luas, dan fasilitas sebuah kolam renang dengan ukuran lebih luas, 4 gazebo, spot berfoto, seperti rumah kayu berukuran kecil, serta jembatan yang di aliri air panas alami yang dapat pula menjadi spot berfoto yang menarik.

3. Srtuktur Pengelola Permandian Air Panas Pincara



Gambar 4.1 Struktur Pengelola Permandian Air Panas Pincara

Permandian air panas ini dikelola oleh Pemerintah Daerah namun memiliki penanggung jawab yakni warga desa yang dipekerjakan oleh dinas Pariwisata.⁵⁷

⁵⁷ Gazali, (45 Tahun), Koordinator Pengelola Wisata Pincara, Wawancara, Desa Pincara 8 Maret 2020

4. Data masyarakat yang memiliki unit usaha di permandian air panas pincara

Pengumpulan data responden atau sampel ini dikumpulkan menggunakan teknik purposive sampling yang dipilih secara cermat dengan pertimbangan tertentu yang memudahkan peneliti mencari objek ataupun kondisi yang akan diteliti. Penentuan sampel dilakukan saat mulai memasuki penelitian lapangan selama penelitian berlangsung. Penambahan sampel akan dihentikan pada saat data yang diperoleh sudah jenuh, dalam artian wawancara yang dilakukan dengan berbagai informan sudah tidak memberikan data baru lagi.

Penelitian dimulai pada tanggal 14 Maret s/d 14 April 2020 dimulai dari tahap mewawancarai pemerintah desa terkait keterlibatan, pengembangan dan dukungannya terhadap ekonomi kreatif pada permandian air panas pincara dilanjutkan dengan mewawancarai langsung masyarakat yang terlibat dalam ekonomi kreatif. Adapun perolehan data masyarakat yang memiliki unit usaha pada permandian air panas sebagai berikut:

Tabel 3.7 Data Masyarakat Yang Memiliki Unit Usaha

NO	Nama	Jenis Usaha	Usia
1	Joharia	Kuliner	61 tahun
2	Hijria	Kuliner	35 Tahun
3	Nirmala	Kuliner	38 Tahun
4	Jatia	Kuliner	43 Tahun
5	BUMDES	Kerjajinan	-

6	Anita	Kuliner	31 Tahun
7	Rusma wati	Kuliner	37 Tahun
8	Satiani	Kuliner	33 Tahun
9	Nene Riska	Kuliner	62 Tahun
10	Miyati	Kuliner	41 Tahun
11	Mama hajir	Kuliner	48 tahun
12	Tiwi	Kuliner	19 Tahun

Berdasarkan data yang diperoleh industri kreatif yang berkembang pada permandian air panas Pincara masih dalam skala yang sangat kecil. Hampir secara keseluruhan bergerak di bidang kuliner yang hanya menjual jajanan praktis cepat saji seperti pop mie, pop ice, pisang goreng, somai dan buah-buahan dan satu di antaranya, yaitu unit usaha yang dikelola oleh BUMDES memiliki unit usaha jenis kerajinan membuat dengan membuat gantungan kunci dari hasil daur ulang namun, partisipasinya menurun karena minat beli wisatawan berkurang.

Tabel 3.7 Data Masyarakat Yang Masih Berpartisipasi Pada Wisata Pincara

NO	Nama	Jenis Usaha	Usia
1	Joharia	Kuliner	61 tahun
2	Hijria	Kuliner	35 Tahun
3	Jatia	Kuliner	43 Tahun
4	Anita	Kuliner	31 Tahun

6	Rusma wati	Kuliner	37 Tahun
7	Satiani	Kuliner	33 Tahun
8	Nene Riska	Kuliner	62 Tahun
9	Miyati	Kuliner	41 Tahun

B. Pengembangan Permandian Air Panas Pincara Masamba

Permandian air panas pincara sebelumnya pernah dikelolah oleh pemerintah desa namun perkembangannya objek wisata tersebut sangat minim karena keterbatasan anggaran sementara jika dikelola oleh pemerintah kabupaten dapat dikembangkan lebih besar. Permandian air panas pincara kurang lebih 20 tahun dipengeng oleh dinas pariwisata namun pengembangan pembangunannya baru berkembang beberapa tahun belakangan.⁵⁸

Sedangkan menurut Muhlis, dalam penghasilan yang diperoleh tidak mendapat pembagian dari dinas pariwisata ke Desa. Lahan masyarakat yang terkena lokasi obyek wisata dibeli atau diberi ganti rugi oleh pemerintah.⁵⁹ Meski demikian desa juga mendukung pengembangan ekonomi kreatif untuk untuk dikembangkan karena masyarakat diberi ruang melakukan kegiatan jual beli di dalamnya. Seperti BUMDES yang melakukan beberapa kegiatan seperti arung jeram, reportubing juga menjual barang campuran. Dinas pariwisata juga memberdayakan masyarakat dengan mempekerjakanya seperti pemungut retribusi, petugas kebersihan yang diperjakan

⁵⁸Muh. Rezki, (25 tahun), Sekdes Desa Pincara, Wawancara, desa Pincara 16 Februari 2020

⁵⁹ Muhlis, (40 Tahun), Pemerintah Desa Pincara, Wawancara, desa Pincara 16 Februari 2020

merupakan masyarakat desa Pincara. Pemerintah desa Pincara juga mendukung dengan mengadakan kegiatan pelatihan daur ulang yang dikelola oleh pemuda yang kedepannya juga ekonomi kreatif akan lebih didukung lebih lanjut utamanya untuk pemuda. Kendala yang dihadapi masyarakat yang hampir setiap hari datang membuka lapak di permandian air panas pincara sedangkan hanya ramai pada hari-hari tertentu saja seperti hari libur dan hari-hari besar saja. Perbandingan masyarakat masih sebagian kecil yang turut terlibat karena masyarakat lebih cenderung bertani dan sebagai ibu rumah tangga saja.⁶⁰

Menurut Ibu Hijriah dalam wawancaranya tanah disediakan oleh pemerintah daerah yang merupakan lahan warga yang dibeli oleh pemerintah yang kemudian dijadikan lahan untuk berjualan. Masyarakat tidak dikenakan biaya retribusi ataupun iuran karena menjual di lokasi permandian air panas.⁶¹

Menurut pak Wira yang merupakan bagian dari Seksi Pengembangan SDM dan Kemitraan Pariwisata, pada tahun 2017 di adakan relokasi masyarakat yang berjualan dikarenakan beberapa alasan, yang pertama penjualnya di anggap kurang tertib dan apabila masyarakat berjualan di area kolam akan mengganggu kebersihan disekitar kolam, kemudian alasan lain dikemukakan bahwa ada perencanaan jalan atau pintu masuk permadian air panas pincara akan dipindahkan dekat dengan lokasi masyarakat berjualan karena dikhawatirkan pada tangga yang merupakan jalur atau pintu masuk utama terjadi longsor namun belum teralisasi karena terkendala pada

⁶⁰ Muh. Rezki, (25 tahun), Sekdes Desa Pincara, Wawancara, desa Pincara 16 Februari 2020

⁶¹ Hijriah, (35 Tahun) Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 2 Maret 2020

pembebasan lahan masyarakat. Kemudian pada tahun 2019 permandian air panas dikembangkan dengan lokasi yang cukup dekat dari permandian sebelumnya dengan kolam yang lebih luas karena lokasi sebelumnya relatif sempit dan di khawatirkan akan longsor namun kolam pada lokasi tersebut masih belum difungsikan. Menurutnya pula pada lokasi tersebut juga nantinya akan diberi ruang kepada masyarakat untuk tetap berjualan. Pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Luwu Utara juga berencana membuat kelompok sadar wisata bersama pemuda desa dimana dilakukan untuk menambah wawasan masyarakat terkait ekonomi kreatif kemudian dibina sehingga dapat menciptakan ekonomi kreatif dan mandiri bagi masyarakat dengan melestarikan dan mengembangkan potensi yang sudah ada sebelumnya dengan membuat suatu brand salah satunya yang menarik untuk dikembangkan yang merupakan kahas lain dari desa Pincara ialah madu asli Pincara untuk dipasarkan keluar daerah dan beberapa produk kreatif lainnya apabila telah berkembang pemerintah akan memberikan andil sepenuhnya kepada masyarakat untuk mengelola hasilnya dan beberapa pembinaan untuk mengelola penginapan bagi masyarakat yang berkunjung seperti home stay dan penyewaan kendaraan.⁶²

C. Partisipasi Masyarakat

Merut Pak Bunda yang merupakan anggota pengelola wisata Pincara, wisata pincara sangat membantu ekonomi keluarganya terlebih lagi semua yang dipekerjakan adalah masyarakat dari desa Pincara, selain itu masyarakat diberi lokasi

⁶² Pak Wira, (34 Tahun) Seksi Pengembangan SDM Dan Kemitraan Pariwisata, Masamba 30 Juni 2020

khusus untuk berjualan. Jumlah masyarakat yang berjualan tidak dibatasi tegasnya namun untuk mendirikan pondok untuk berjualan diberi lokasi seluas 2X2 meter perorang yang lokasinya sudah di atur tempatnya.⁶³

Menurut ibu Joharia masyarakat yang berjualan difasilitasi Kilometer yang digunakan masyarakat yang berjualan yang dimana vouchernya ditanggung masing-masih oleh pedagang yang berjualan dengan cara patungan.⁶⁴

“Tidak menentu pendapatanta disini Biasa hari-hari kita datang tidak ada laku dimakan saja karna pengunjung yang datang bawa sendiri bekal jadi misalkan kalau jualki makanan-makanan lain tinggal basi jadi beginimi saja dijual. Kemarin hari libur Rp.30.000 ji di dapat, biasa Rp.100.000 ji basa juga Rp.150.000. tapi seandainya putus asa mungkin sudah tidak menjual tapi mana tau rejeki hari ini tidak ada besoknya lagi ada rekeki atau lusa saja bisa bantu keuangan keluarga.⁶⁵ Kalau mau pikir ekonomiku mau kasi anakku kuliah tidak kuliahmi, saya itu kesana kemari cari uang yang penting berkah dan halal. Saya biasa menjual tiba-tiba dapat Rp.200.000. diselipak Rp.100.000 untuk kuliah anak. Pendapatan kalau hari libur saja biasa sampai Rp.100.000 atau lebih kadang juga ndk ada laku. Kita ini Cuma berharap supaya dibangun kecuali kalau di tata baik-baik kayak di jawa tidak dibebaskan memang bawa air masuk nanti beli di dalam. Tapi nanti katanya ini mauji dikasi bangunan permanen nanti kita bayar sewa saja”.⁶⁶

Ibu Joharia dan ibu Hijriah merupakan penjual yang hampir setiap hari membuka lapaknya pada permandian air panas pincara namun tidak jarang barang dagangan merka tidak ada yang laku jika dijual diluar hari libur namun mereka tetap berjualan dengan harapan dapat membantu ekonomi keluarga. Menurut ibu Joharia perlu adanya upaya penataan lokasi berjualan yang lebih baik untuk mendukung ekonomi kreatif dan menarik minat wisatawan. Menurut keterangannya bangunan

⁶³ Pak Bunda, (52 Tahun) Pengelola Wisata Pincara, Wawancara, Desa Pincara 8 Maret 2020

⁶⁴ Joharia, (61 Tahun), Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 2 Maret 2020

⁶⁵ Hijria (35 Tahun) Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 2 Maret 2020

⁶⁶ Joharia, (61 Tahun), Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 8 Maret 2020

sementara yang mereka buat sebagai warung tempat berjualan akan digantikan dengan bangunan permanen yang lebih baik kemudian mereka membayar sewa atas bangunan yang ditempati.

“Saya sering menjual di sana tapi hari-hari tertentupi baru kesana karna sudah tidak maju jualan kayak dulu baru sudah penjual disana. Kalau menjual disana na tunjang kehidupan sehari-hari seandainya masih dibebaskanki menjual di dekat kolam banyak di jual karna dibelakang kami jual tidak diliat pembeli kalau somai sama pisang goreng tinggal busu jualan karna ndk naliat orang. Pernahki menjual di dekat kolam Cuma ditertibkanki dikasi pindahki ke belakang jadi kalau hari- liburpi saja baru kesana. Tahun barupi, sama mau lebaran baru banyak orang baru orang tetap juga bawa makanan masuk”⁶⁷

Menurut ibu nirmala partisipasinya menurun semenjak lokasi berjualan dipindahkan dari dekat kolam ke lokasi yang baru karena pendapatan menjadi berkurang ditambah karena lokasinya yang agak sedikit berlindung dan cukup jauh dari kolam.

Menurut ibu satriani ia ikut menjual untuk biaya bersekolah anaknya. Menurutnya penghasilannya sangat menurun semenjak dipindahkan ke lokasi baru karena menurutnya tidak terlihat oleh pengunjung. Menurutnya tempat berjualannya sudah cukup baik tetapi mungkin akan lebih baik jika lokasi berjualannya sedikit dimajukan kedepan agar terlihat oleh pengunjung.⁶⁸

“Daripada tinggalki saja di rumah na dekatki dari sini mending ikutki juga menjual lumayan ada dimakan sehari-hari. Dulu didapat itu bisa mencapai Rp.500.000. sampai Rp.700.000. paling sedikit Rp.300.000 kalau lokasita dekat sama pembeli. tapi sekarang paling banyak Rp. 100.000 semenjak dikasi pindahki tetap disyukuri biasa juga dibawah Rp. 50.000”⁶⁹

⁶⁷ Nirmala, (38 Tahun) Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 8 Maret 2020

⁶⁸ Satriani, (33 Tahun), Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 8 Maret 2020

⁶⁹ Anita, (32 Tahun), Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 8 Maret 2020

Ibu Anita sudah kurang lebih satu tahun turut berpartisipasi dalam konomi kreatif wisata Pincara namun pendapatannya ia akui sangat jauh menurun setelah pengembangan lokasi wisata pincara yang mengakibatkan lokasi berjualanya tidak lagi dekat dengan konsumen atau pengunjung.

“Saya penjual pertama yang masuk menjyal disini mulai dari Agustus 2019 sampai sekarang darinya masih bisa jualan di depan sampai dikasih pindah dibelakang untuk bantu-bantu biaya sekolah anak-anak. Yang saya dapat disini kadang banyak kadang sedikit kadang seratus lebih biasa dibawahnya. Kalau saya datang disini Cuma sabtu minggu saja karena Cuma hari begitu saja ramai orang datang. Kalau tempatnya bagi kita sudah bagus, tempatnya untu sementara dibikin sendiri rencana mau dibangun bangunan permanen sama pemerintah nanti disewami tempatnya yang lebih bagus”.⁷⁰

Ibu miyati merupakan pedagang yang pertama kali menjual pada wisata pincara. Menurutny permandian air panas hanya ramai di hari libur saja, sehingga ia memutuskan untuk ikut menjual pada hari sabtu m inggu saja. Menueut keterangan ibu Miyati pula bahwa akan di adakan pengembangan kembali terkait lokasi industri kreatif dengan di dirikan bangunan permanen yang lebih baik oleh pemerintah yang nantinya merka akan membayar sewa bangunan kepada pengelola.

D. PEMBAHASAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dimana peneliti memperoleh data dari metode observasi langsung, wawancara serta dokumentasi. Data yang diperoleh data primer maupun sekunder merupakan kondisi atau keadaan pada wisata Pincara, pengembangan objek wisata, jumlah masyarakat

⁷⁰ Miyati (41 Tahun), Pemilik Warung, Wawancara, Desa Pincara, 8 Maret 2020

yang berpartisipasi, dan tindakan yang seharusnya dilakukan pemerintah dalam pengembangan objek wisata Pincara.

Pengembangan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan potensi yang ada agar dapat menjadi daya tarik dan memberi nilai yang lebih tinggi termasuk pada pengembangan objek wisata agar lebih baik karena pengembangan merupakan suatu reaksi proses yang berkelanjutan. Dalam pengembangan perlu memperhatikan segala aspek yang mendukung hal tersebut termasuk masyarakat ekonomi kreatif yang berpartisipasi di dalamnya yang akan memberi layanan terkait yang butuh pengunjung atau wisatawan.

Dalam hal ini, *something to do* dimasukkan dalam pengembangan objek wisata secara umum seperti penambahan fasilitas yang dapat memanjakan pengunjung seperti booth berfoto, penghalang antara kolam pria dan wanita, memberi papan informasi untuk lokasi penjual, hingga fasilitas bagi para masyarakat yang memiliki unit usaha, serta pengembangan ekonomi kreatifnya secara khusus dalam *something to buy* dengan mengoptimalkan penciptaan produk inovatif dan kuliner khas daerah dan menciptakan *something to share* berupa ke khasan daerah berupa kuliner, hasil krajinan atau souvenir ataupun keindahan panorama objek wisata Pincara.

Pengembangan permandian air panas Pincara setelah dibangun telah berlangsung sebanyak dua kali, dimana sebelumnya masyarakat ekonomi kreatif atau masyarakat yang memiliki unit usaha pada permandian tersebut yang pada mulanya beroperasi di sekitaran kolam air panas, dekat dengan sungai karena kolam air panas

yang berdampingan dengan sungai, adapula dekat dengan tangga yang merupakan tempat wisatawan melintas jika mengunjungi permandian sehingga memudahkan mereka berinteraksi langsung dengan pengunjung. Hal tersebutlah yang menarik minat wisatawan untuk berbelanja dan memanjakan wisatawan yang berkunjung tidak membawa makanan ataupun minuman ataupun sekedar ingin menikmati jajanan di sekitaran wisata pincara yang di jual. Namun menurut pengelola hal tersebut dapat mengganggu aktivitas wisatawan karena jumlah penjual yang banyak dan tempat berjualan yang tidak teratur dan dikhawatirkan akan mengganggu kebersihan area kolam karena sampah makanan, hal tersebut di anggap tidak tertib maka dari itu dinas pariwisata membeli lahan warga yang berada di dekat wisata pincara untuk dijadikan lahan atau lokasi khusus untuk berjualan dan perencanaan pemindahan jalur atau pintu utama untuk masuk ke permandian air panas karena di khawatirkan pada tangga atau jalur masuk sebelumnya dapat terjadi longsor namun belum terealisasi dikarenakan terkendala pembebasan lahan masyarakat.

Pengembangan selanjutnya masih berjalan dengan kembali mendirikan taman dilokasi yang berjarang kurang lebih 150 meter dari lokasi permandian air panas sebelumnya dengan fasilitas kolam yang lebih besar, jumlah gazebo sebanyak 4, rumah kayu berukuran kecil, spot berfoto dan jembatan yang dibawahnya di aliri air panas alami, namun lokasi tersebut belum di operasikan.

Menurut keterangan dari masyarakat yang berpartisipasi dalam ekonomi kreatif alasan mereka turut mebuca usaha pada wisata pincara untuk membantu perekonomian keluarga dengan suami yang bekerja sebagai petani, namun ada juga

yang memanfaatkannya karena memiliki rumah yang cukup dekat dengan wisata Pincara, namun seiring berjalannya waktu jumlah masyarakat yang berpartisipasi mulai berkurang karena jumlah pengunjung yang hanya ramai pada hari libur saja terlebih lokasi kolam permandian air panas tempat pengunjung ramai berinteraksi memiliki jarak yang cukup jauh dibanding sebelumnya masyarakat bisa berinteraksi langsung dengan pengunjung sebelum dipindahkan ke lokasi baru yang berjarak kurang lebih 700 meter dari kolam air panas yang dilindungi oleh pondok kecil yang berdiri di antara kolam dan lokasi berjualan.

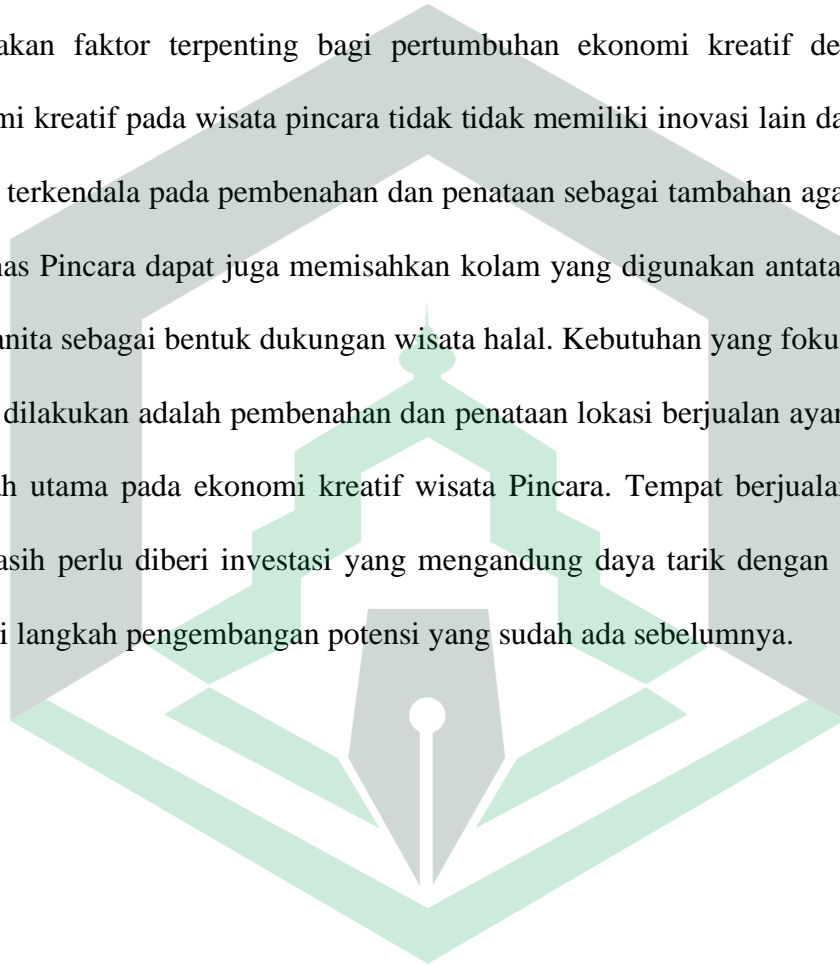
Menurut masyarakat, pemindahan lokasi berjualan akan lebih baik jika di tata dengan baik dengan memindahkan pondok yang menghalangi antara penjual dan pembeli dan masyarakat juga berharap agar segera di dibuatkan bangunan permanen dengan lokasi yang dibuat sedikit lebih dekat pada kolam air panas agar dengan mudah dapat terlihat dan menarik minat wisatawan, sehingga dapat menjual aneka jajanan tradisional ataupun makanan khas yang cocok dinikmati setelah bermandi, selain itu masyarakat juga perlu ditingkatkan keterampilan dan kreatifitasnya dalam industri kreatif seperti atau industri rumahan dengan membuat kerajinan, pasar barang seni seperti menjual barang-barang unik dan asli, fashion terkait aksesoris mode, pakaian, alas kaki selendang dan sebagainya untuk di jual atau dipasarkan keluar daerah dengan menggunakan brand lokal Pincara.

Pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Luwu Utara juga berencana membuat kelompok sadar wisata bersama pemuda desa dimana dilakukan untuk menambah

wawasan masyarakat terkait ekonomi kreatif kemudian dibina sehingga dapat menciptakan ekonomi kreatif dan mandiri bagi masyarakat dengan melestarikan dan mengembangkan potensi yang sudah ada sebelumnya dengan membuat suatu brand salah satunya yang menarik untuk dikembangkan yang merupakan khas lain dari desa Pincara ialah madu asli Pincara untuk dipasarkan keluar daerah dan beberapa produk kreatif lainnya apabila telah berkembang pemerintah akan memberikan andil sepenuhnya kepada masyarakat untuk mengelola hasilnya dan beberapa pembinaan untuk mengelola penginapan bagi masyarakat yang berkunjung seperti home stay dan penyewaan kendaraan. Dalam pengembangan ekonomi juga dapat dilakukan dengan mengembangkan potensi ada secara kreatif dengan memanfaatkan keunggulan dan keunikan yang ada disekitar baik berupa produk maupun jasa yang telah ada sebelumnya. Kemudian, seperti pemanfaatan hasil alam contohnya pada Desa Pincara melimpahnya jenis buah langsung dan durian yang di di jual pada destinasi yang hanya bergantung pada banyaknya pengunjung, dengan melakukan pelatihan buah tersebut dapat dibuat menjadi olahan yang siap saji dan lebih bertahan lama dan dipasarkan ke pusat ibukota Kecamatan yaitu Masamba atau di luar daerah lainnya yang dikelola secara profesional oleh BUMDes bekerja sama dengan masyarakat, selain itu juga membuat berbagai souvenir seperti gantungan kunci dan sebagainya dengan memanfaatkan kayu yang melimpah, membuat kreasi baju sablon yang berciri khas permandian air panas pincara dengan pemasaran secara online dengan demikian pendapatan masyarakat yang berpartisipasi pada permandian air panas pincara maupun masyarakat desa Pincra secara umum yang turut berperan mengembangkan

ekonomi kreatif. Dengan adanya industri kreatif berbasis usaha rumahan (*one person on product*) diharapkan dapat memberi gerakan positif bagi rumah tangga sekitar dan menabuh lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Selain dari itu juga diperlukan kesadaran masyarakat karena hal tersebut merupakan faktor terpenting bagi pertumbuhan ekonomi kreatif dengan kondisi ekonomi kreatif pada wisata pincara tidak memiliki inovasi lain dalam penataan karena terkendala pada pembenahan dan penataan sebagai tambahan agar permandian air panas Pincara dapat juga memisahkan kolam yang digunakan antara kolam pria dan wanita sebagai bentuk dukungan wisata halal. Kebutuhan yang fokus utama harus segera dilakukan adalah pembenahan dan penataan lokasi berjualan yang merupakan masalah utama pada ekonomi kreatif wisata Pincara. Tempat berjualan yang sudah ada masih perlu diberi investasi yang mengandung daya tarik dengan cara dibenahi sebagai langkah pengembangan potensi yang sudah ada sebelumnya.



BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

1. Pengembangan objek wisata pincara sidah berlangsung sebanyak dua kali, yang pertama pengembangan pada lokasi berjualan masyarakat yang memiliki unit usaha pada lokasi wisata tersebut pada tahun 2017. Lokasi berjualan tertibkan karena di anggap dapat mengganggu aktivitas wisatawan dan mengganggu kebersihan. Letak lokasi berjualan berkisar 700 meter dari kolam yang merupakan pusat aktivitas wisatawan. Kemudian pengembangan selanjutnya dilakukan pada tahun 2019 penambahan taman yang berjarak kurang lebih 150 meter dari lokasi permandian sebelumnya. Pada pengembangan yang dilakukan harusnya memperhatikan tata letak atau penempatan lokasi berjualan atau dengan memberikan papan informasi lokasi jualan agar memudahkan masyarakat yang berpartisipasi yang berjualan untuk memasarkan produknya, selain itu juga terlihat pada kondisi kolam renang yang tidak memisahkan kolam permandian air panas yang digunakan pengunjung pria dan wanita untuk mendukung wisata halal.
2. Partisipasi masyarakat dalam ekonomi kreatif sedikit demi sedikit mulai berkurang Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah masyarakat yang berpartisipasi mengalami penurunan dari 12 pondok yang terisi berkurang menjadi 9 meskipun ada juga di antaranya yang hanya berpartisipasi di

hari libur atau hari tertentu saja dikarenakan semenjak dipindakannya lokasi berjualannya ke lokasi baru yang mengakibatkan berkurangnya minat beli pengunjung karena lokasinya yang dianggap cukup jauh dan berlingkungan, kemudian hanya sebagian kecil saja yang tetap berjualan diluar hari libur, selebihnya hanya datang berjualan pada hari libur atau hari-hari besar saja seperti sebelum menyambut puasa, setelah lebaran, sebelum menyambut tahun baru dan setelah tahun baru. Dengan berkurangnya partisipasi masyarakat mengindikasikan bahwa pengembangan wisata pincara terhadap ekonomi kreatif belum optimal. Upaya yang seharusnya dilakukan Dinas Pariwisata dan pemerintah Desa pincara yaitu melakukan pengembangan dengan cara pembinaan pengembangan kapasitas masyarakat yang bersangkutan sesuai selera konsumen atau kebutuhan pasar pada wisata Pincara dan cara mengantisipasi kemungkinan kendala yang akan dihadapi dan jenis kebutuhan dalam mengelola usaha ekonomi kreatif. Dalam pengembangan ekonomi juga dapat dilakukan dengan mengembangkan potensi yang sudah ada secara kreatif dengan memanfaatkan keunggulan dan keunikan yang ada disekitar baik berupa produk maupun jasa yang telah ada sebelumnya. Seperti pemanfaatan hasil alam contohnya pada Desa Pincara melimpahnya jenis buah langsung, durian dan madu yang di jual pada destinasi yang hanya bergantung pada banyaknya pengunjung, dengan melakukan pelatihan buah tersebut dapat dibuat menjadi olahan yang siap

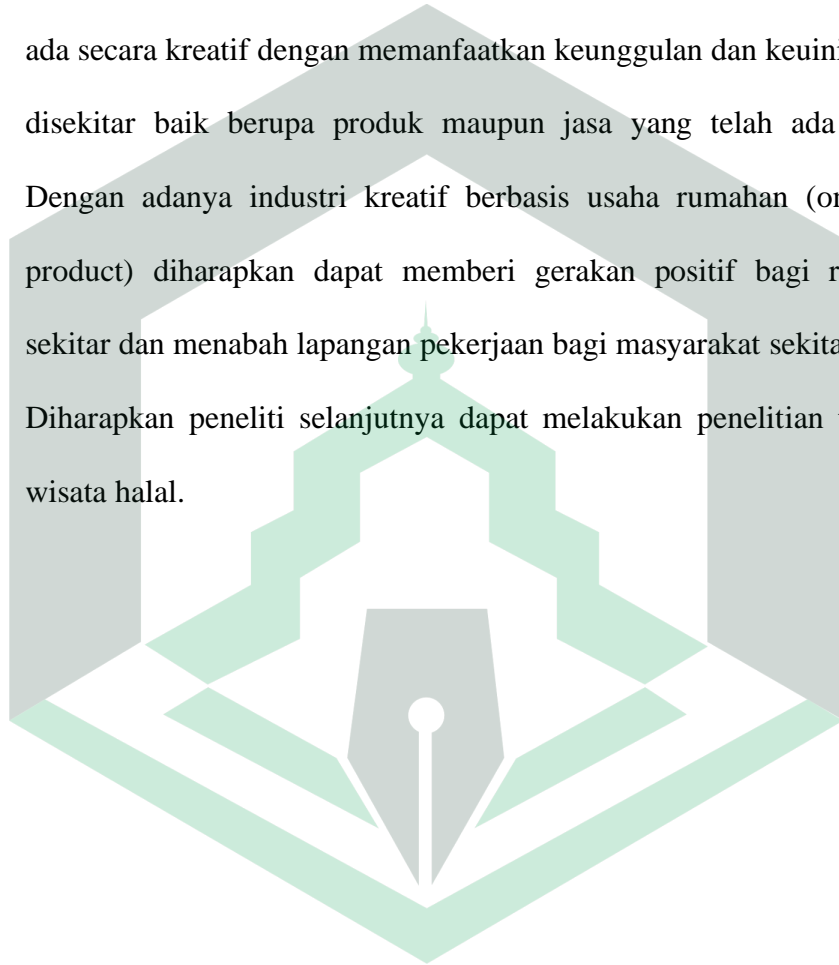
saji dan lebih bertahan lama dan dipasarkan ke pusat ibukota Kecamatan yaitu Masamba atau di luar daerah lainnya yang dikelola secara profesional oleh BUMDes bekerja sama dengan masyarakat, selain itu juga membuat berbagai souvenir seperti gantungan kunci dan sebagainya dengan memanfaatkan kayu yang melimpah, membuat kreasi baju sablon yang berciri khas permandian air panas pincara dengan pemasaran secara online dengan demikian pendapatan masyarakat yang berpartisipasi pada permandian air panas pincara maupun masyarakat desa Pincra secara umum yang turut berperan mengembangkan ekonomi kreatif. Dengan adanya industri kreatif berbasis usaha rumahan (*one person on product*) diharapkan dapat memberi gerakan positif bagi rumah tangga sekitar dan menabuh lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

B. SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Dalam pengembangan diperlukan adanya penataan lokasi berjualan yang baik untuk meningkatkan pelayanan pada wisatawan dan kenyamanan bagi masyarakat yang berpartisipasi dalam ekonomi kreatif.
2. Penyediaan papan informasi atau penunjuk arah ke lokasi berjualan masyarakat agar mudah dilihat.

3. Pemerintah dan masyarakat desa perlu bekerja sama untuk mengoptimalkan pengembangan yang dilakukan pada bidang ekonomi kreatif dengan penataan bangunan yang lebih baik dan peningkatan kualitas masyarakat. Dalam pengembangan ekonomi dengan cara mengembangkan potensi yang ada secara kreatif dengan memanfaatkan keunggulan dan keunikan yang ada disekitar baik berupa produk maupun jasa yang telah ada sebelumnya. Dengan adanya industri kreatif berbasis usaha rumahan (one person on product) diharapkan dapat memberi gerakan positif bagi rumah tangga sekitar dan menabuh lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait desain wisata halal.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi Isbandi Rukminto, *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: dari Pemikiran Menuju Penerapan*. Jakarta: FISIF UI Press, 2007.
- Ali Muhammad. *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa, 1987.
- Amalia Riski ,”*Faktor Penghambat dan Pendukung Pengembangan Usaha Wisata di Pantai Marina Kabupaten Bantaeng*”,*Jurnal Sinar Manajemen*, Vol 5, No 2, 2018.
- Arianti Desi ,”*Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian dan Keruangan Kota Bukittinggi (Pendekatan Analisis Input Output)*” *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, Vol. 12 , No.4, 2016.
- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Asriandy Ian , skripsi tentang Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kab. Bantaeng, (Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi UNHAS, Makassar 2016.
- Budiarta I Putu dan I Ketut Suja dalam jurnalnya yang berjudul “Potensi Dan Pengembangan Gook Rangsasa (Goa Raksasa) Desa Giri Mas Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif,” *Jurnal Sosial Dan Humaniora* 6, no 1, Maret 2016.
- Narbuko Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Devy Helln Angga ,”*Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyer*”,(*Jurna Sosiologi DILEMA*, Vol.32, No. 1 Tahun 2017.
- Djulus Horas et al., *Tinjaua dan Analisis Ekonomi Terhadap Industry Kreatif di Indonesia, Edisi 1*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2019.

- Firdausy Carunia Mulya, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*, Edisi 1 (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017)
- Hajar Siti et al. *Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat Pesisir*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018.
- Hary Wisnu, "Analisa Terhadap Pengembangan Obyek Wisata di Mata Mahasiswa Luar Jawa Sebagai Wisatawan di Mata Mahasiswa di Luar Jawa Sebagai Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Volume 1, Nomor 2, oktober 2018.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahnya*. Semarang, Asy-Syifa 2001.
- Luturlean Bachruddin Saleh et al. *Strategi Bisnis Pariwisata*. Edisi 1. Bandung: Humaniora, 2019.
- Margon. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Cet. II. Jakarta: Rineka Cipta, 2003
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPFE UII Yogyakarta, 2001.
- Miles Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press, 1992.
- Milles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Meiwany A.K Tapatfeto, Julita L.D Bessie, "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan", *Journal Of Manajement (SME's)* Vo. 6, No. 1, 2018.
- Mill Robert Christie. *Tourism The International Business*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Milles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.

- Moleong Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muaini. *Buku Ajar Kebudayaan dan Pariwisata*. Yogyakarta: Garudhawaca, 2018.
- Muis Afni Regita Cahyani. *Sustainable Comparative Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia Dalam Dinamika Perdagangan International*. Cet. Pertama. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Narbuko Cholid dan Achmadi Abu. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Nasution. *Metode Research ed. 1, cet.* Jakarta, PT Bumi Aksara, 2001.
- Pahlevi Andreas Syah et al. *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*. Cet Pertama. Semarang; CV Oxy Consulant, 2018.
- Pradita Angga , skripsi tentang Strategi pengembangan obyek wisata waduk gunungrowo indah dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati, Semarang, 2013.
- Portal Resmi Kabupaten Luwu Utara, “Visi dan Misi,” Juli 12, 2019, <http://portal.luwuutarakab.go.id/blog/page/visi-misi>.
- Purkon Arip. *Kerja Berbuah Surga*, Jakarta: PT Gramedia, 2014.
- Putra Trisna, “Ekonomi Kreatif dan Daya Tarik Objek Wisata Studi Kasus Objek Wisata Sikayan Balumuik Kecamatan Pauh Kota Padang,” *Jurnal Pendidikan dan Keluarga* 9, no. 1, Juni 2017.
- Seumampouw Monique. *Perencanaan Darat-Laut yang Terintegrasi dengan Menggunakan Informasi Spasial yang Partisipatif*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2004.
- Sihab M. Quraish. *Al-Mishbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentra Hati. 2002

- Subandi. *Ekonomi Pembangunan*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sunarto. “analisi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi redmi 3S”, *Jurnal Moneter*, Vol V, No.1, April 2018.
- Spillane James J. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Edisi 5. Jakarta: Kanisius, 1991.
- Suryana. *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta, Salemba Empat, 2000.
- Suwena I Ketut dan I Widyatmaja Gusti Nugrah, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar, Pustaka Laraan, cetakan revisi, 2017.
- Umar Drs. Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press cet ke-2, 2007.
- Utoyo Bambang. *Geografi Membuka Cakrawala Dunia*, Edisi 1. Bandung: PT Setia Purna Inves, 2017
- Zebua Fredy Noitolo”*Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Obyek Wisata Dataran Tinggi Dieng Profinsi Jawa Tengah*”, (*Jurnal Planologi UNPAS*, Vol. 5, No. 1, Bandung, Maret 2018)
- Wibowo Andhika Sutrisno, “*Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara*”, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Zebua Manahati, *Pemasaran Pariwisata: Menuju Festival Sail Daerah*, Edisi 1. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Zebua Manahti, *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Edisi Revisi. Yogyakarta; Deepublish, 2012.



LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Berikut daftar wawancara kepada pemerintah desa, pengelola dan masyarakat yang berpartisipasi dalam ekonomi kreatif wisata pincara:

A. PEMERINTAH DESA

1. Bagaimana sejarah terbentuknya Desa Pincara ?
2. Bagaimana struktur organisasi Desa Pincara ?
3. Apakah ada peta dan letak geografis dari desa Pincara ?
4. Data terkait jumlah penduduk dan pekerjaannya
5. Apakah pemerintah desa memiliki data base yang dapat menunjukkan perkembangan dari pariwisata di desa Pincara ?
6. Apakah dengan adanya industri pariwisata menambah lapangan pekerjaan masyarakat setempat dalam hal ekonomi kreatif?
7. Bagaimana bentuk kerjasama dinas pariwisata dan pemerintah desa dalam pengembangan wisata pincara dan ekonomi kreatif?
8. Apakah ada dukungan pemerintah desa terhadap masyarakat ekonomi kreatif?
9. Apakah ada program atau fasilitas khusus dari pemerintah dalam mendukung pemberdayaan masyarakat ekonomi kreatif?
10. Apakah pemerintah telah efektif dalam mengembangkan wisata pincara?
11. Apa kendala dalam mengembangkan ekonomi kreatif masyarakat setempat?

12. Apa yang mendasari Pemerintah Desa untuk mengembangkan sektor pariwisata air panas?
13. Apakah ada faktor penghambat yang ditemukan Pemerintah Desa dalam upaya pengembangan Pariwisata pincara ?
14. Sejak diberlakukannya pengembangan pariwisata di Desa Pincara, bagaimana kontribusi dari adanya pariwisata dalam meningkatkan pemasukan bagi Desa ?

B. PENGELOLA PERMANDIAN AIR PANAS

1. Bagaimana gambaran umum mengenai permandian air panas Pincara?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam mengembangkan wisata pincara?
3. Apa yang mendasari dinas pariwisata melakukan pengembangan pada pariwisata air panas?
4. Sejak kapan permandian air panas pincara dikembangkan?
5. Apa saja fasilitas yang terdapat pada permandian air panas pincara?
6. Bagaimana kondisi sebelum dikembangkan dan setelah dikembangkan?
7. Industri kreatif apa saja yang ada pada wisata pincara?
8. Bagaimana bentuk kerja sama dinas pariwisata dengan pemerintah desa terkait pengembangan wisata pincara dan ekonomi kreatif?
9. Apakah ada upaya yang dilakukan dalam mendukung tumbuh kembangnya ekonomi kreatif? Bagaimana upaya yang dilakukan jika ada?
10. Apakah ada program atau fasilitas khusus dari pemerintah kepada masyarakat setempat terkait pengembangan ekonomi kreatif?

11. Apa kendala atau hambatan dalam mengembangkan wisata pincara dan ekonomi kreatif masyarakat yang terlibat?
12. Apakah dari pihak pengelola membatasi jumlah masyarakat yang berjualan di lokasi wisata?
13. Apakah ada data terkait struktur organisasi dinas pariwisata atau struktur yang mengelola objek wisata pincara?

C. MASYARAKAT YANG BERPARTISIPASI

1. Apa alasan Bapak/Ibu/Sdr ikut terlibat dalam ekonomi kreatif pada wisata pincara?
2. Apakah keberadaan pariwisata air panas dapat meningkatkan peluang usaha bagi penduduk setempat maupun pengusaha kecil ?
3. Apakah ada inovasi lain yang diberikan dalam menarik minat wisatawan?
4. Apakah dengan adanya pariwisata air panas telah meningkatkan nilai jual barang dan jasa yang dihasilkan Bapak/Ibu/Sdr ?
5. Apakah ada peningkatan perekonomian dalam rumah tangga Bapak/Ibu/Sdr dengan adanya pariwisata pincara ?
6. Apakah ada saran dan masukan Bapak/Ibu/Sdr secara keseluruhan terhadap pengelolaan Pariwisata Pincara ?
7. Apakah yang menjadi harapan dari Bapak/Ibu/Sdr terhadap pengembangan Pariwisata Air panas terhadap ekonomi kreatif?

DOKUMENTASI





Dr. Masruddin, M.Hum

Dr. Fasiha, M.EI

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Nining Winda Irawati

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nining Winda Irawati

Nim : 16 0401 0102

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : “ Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Permandian Air Panas Pincara Masamba”

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada *Ujian Munaqasyaah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I



Dr. Masruddin, M.Hum

Tanggal:

Pembimbing II



Dr. Fasiha, M.EI

Tanggal:

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: *Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Permandian Air Panas Pincara Masamba*

yang ditulis oleh :

Nama : Nining Winda Irawati

NIM 16 0401 0102

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

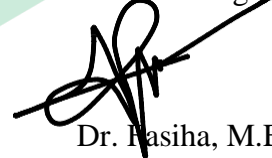
Pembimbing I



Dr. Masruddin, M.Hum.

Tanggal:

Pembimbing II



Dr. Fasiha, M.El.

Tanggal:

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.

Ilham, S.Ag.,M.A.

Dr. Masruddin, M.Hum.

Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -
 Hal : skripsi an. Nining Winda Irawati
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di
 Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:


Nama : Nining Winda Irawati
 NIM 16 0401 0102
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik
 Permandian Air Panas Pincara Masamba”

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.


Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.


1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
 Penguji I

(
 tanggal: )

2. Ilham, S.Ag.,M.A.
 Penguji II

(
 tanggal: )

3. Dr. Masruddin, M.Hum.
 Pembimbing I/Penguji

(
 tanggal: )

4. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.
 Pembimbing II/Penguji

(
 tanggal: )

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Permandian Air Panas Pincara Masamba yang ditulis oleh Nining Winda Irawati Nomor Induk Mahasiswa 16 0401 0102, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Selasa, 23 Juni 2020 bertepatan dengan tanggal 9 Juli 2020 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

- | | |
|---|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., MM
Ketua Sidang/Penguji | ()
tanggal: |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, SE.I., MA
Sekretaris Sidang/Penguji | ()
tanggal: |
| 3. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
Penguji I | ()
tanggal: |
| 4. Ilham, S.Ag.,M.A.
Penguji II | ()
tanggal: |
| 5. Dr. Masruddin, M.Hum.
Pembimbing I/Penguji | ()
tanggal: |
| 6. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.
Pembimbing II/Penguji | ()
tanggal: |



**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)**

Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 15096/00649/SKP/DPMPTSP/III/2020

- Membaca** : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Nining Winda Irawati beserta lampirannya.
- Menimbang** : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/056/II/ Bakesbangpol/2019 Tanggal 02 Maret 2020
- Mengingat**
1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementrian Negara;
 2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;
 4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
 5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
 6. Peraturan Bupati Luwu Utara Nonmor 21 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Luwu Utara;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
- Nama : Nining Winda Irawati
 Nomor : 082346687474
 Telepon :
 Alamat : Dsn. Bakka I, Desa Bakka Kecamatan Sabbang, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
 Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo
 Instansi :
 Judul : Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Permandian Air Panas Pincara
 Penelitian :
 Lokasi : Pincara, Desa Pincara Kecamatan Masamba, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
 Penelitian :

Dengan ketentuan sebagai berikut

1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 14 Februari s/d 14 Maret 2020.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di : Masamba
 Pada Tanggal : 02 Maret 2020



Retribusi : Rp. 0.00

No. Seri : 15096

Disampaikan kepada :

1. Lembar Pertama yang bersangkutan;
2. Lembar Kedua Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;