

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sedang dikerjakan secara serius oleh negara di seluruh dunia, karena sektor pariwisata dapat menyumbang dan menaikkan perekonomian nasional. Indonesia adalah negara besar yang berkembang dalam segala sektor, hal ini juga mencakup sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu yang menyumbangkan devisa terbesar di Indonesia (Astutik, 2020).

Berkembangnya pariwisata akan menjadikan manfaat bagi daerah sekitarnya, hal ini termasuk secara sosial, budaya dan ekonomi. Namun, pengembangannya harus dikelola dan dipersiapkan dengan baik, karena jika tidak dipersiapkan secara baik dan matang, maka akan mendatangkan suatu permasalahan yang lain, baik untuk masyarakatnya maupun daerah sekitarnya. dengan adanya industri pariwisata suatu daerah, maka akan membangun taraf hidup masyarakat dan juga daerah di sekitarnya. Dengan banyaknya pengunjung dari luar daerah, maka tingkat ekonomi juga pastinya akan meningkat, seperti terbukanya suatu lapangan pekerjaan di objek wisata sehingga masyarakat sekitar dapat menjalankan usaha dengan menjadi pedagang dan menyediakan jasa akomodasi, kuliner, serta mengelola objek wisata (Astutik, 2020).

Jawa Timur memanfaatkan kepariwisataan dengan sumber daya alam dan lingkungannya, antara lain pemandangan alam, peninggalan bersejarah, warisan budaya dan buatan. Objek wisata yang dipilih untuk dikunjungi yaitu wisata pantai, pegunungan, bendungan atau waduk, wisata budaya, candi, serta kesenian (Astutik, 2020). Madura merupakan sebuah pulau yang berseberangan dengan pulau Jawa, namun masuk dalam bagian provinsi Jawa Timur, dengan terdapatnya pembangunan jembatan Suramadu yang menghubungkan pulau Jawa dengan pulau Madura, maka keadaan pariwisata di pulau Madura mulai menunjukkan adanya peningkatan, hal ini yang menjadi suatu keberhasilan serta manfaat bagi masyarakat

Madura terutama yang tinggal di area sekitar tempat pariwisata (Reindrawati, 2017). Pulau Madura memiliki empat kabupaten di antaranya Bangkalan, Sampang, Pamekasan, Sumenep, keempat kabupaten Madura tersebut mulai mengembangkan pariwisata dengan konsep kearifan lokalnya, sama seperti Sampang yang memiliki banyak tempat wisata dengan masa depan serta dikembangkan oleh Kementrian Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sampang (Masruroh, 2022).

Pariwisata Sampang mulai menunjukkan eksistensinya, dimana salah satu tempat wisata baru yang sedang dikembangkan adalah Pantai Lon Malang, sehingga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata harus lebih jeli dan mampu mengelola dan melihat peluang tersebut (Halim, 2021). Kawasan wisata Pantai Lon Malang yang terletak di Desa Bira Tengah, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang masih menjadi satu area wisata yaitu Air Terjun Toroan dan Hutan Kera Nepa. Dalam hal inilah terlihat bahwa ekowisata bersumber dari kegiatan wisata alam, pada kawasan yang masih alami dan dibandingkan dengan tempat wisata lainnya di Kabupaten Sampang, wisata Pantai Lon Malang berpotensi menjadi kawasan pariwisata jika dikembangkan lebih baik lagi.

Sebelum menjadi tujuan wisata pantai Lon Malang, tempat ini pernah dijadikan tempat penambangan pasir ilegal oleh kepala desa Bira Tengah yang menjabat sebelumnya. Selain itu, lokasi pantainya sangat sepi dan memiliki banyak semak belukar yang cukup tinggi yang biasa digunakan para remaja untuk dijadikan tempat berpacaran. Pada awal tahun 2016 pantai ini dikelola oleh masyarakat, kemudian pengelolaan ini merupakan bentuk perlawanan terhadap realitas penyimpangan sosial dan melihat potensi pantai yang kini menjadi wisata Pantai Lon Malang yang pengelolaannya melibatkan masyarakat sekitar (Halim, 2021). Pengunjung pantai Lon Malang pada hari biasa mencapai 300 orang dan pada hari perayaan (besar) atau hari libur nasional bisa mencapai 3.000-4.000 tamu. (Putri, dalam Masruroh, 2022). pengunjung tersebut adalah wisatawan lokal dan sebagian dari luar Madura. Pantai wisata Lon Malang banyak diminati wisatawan berkat keindahan pantainya yang bernuansa Bali, dikelilingi spot foto, seperti banana boat, jeep dan kuda untuk berkeliling pantai bahkan bisa berkemah di sekitar pantai.

Dengan berkembangnya Pantai Wisata Lon Malang telah membawa banyak peningkatan ekonomi bagi masyarakat setempat, bahkan hingga 44%. (Simamora, dalam Masruroh, 2022). Pendapat tersebut sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh pedagang di sekitar pantai Lon Malang dalam wawancara yang sudah dilakukan pada tanggal 23 November 2022

“Ndak, iya karna ada pantai disini jadi ikutan disinilah mencari peluang kerja disini gitu, ya alhamdulillah.. (NM, 23 November 2022) Karna apa ya, peluangnya itu lebih besar banyak pariwisata datang jadi dilihat dari situ kemungkinan kan kita juga dapet untungnya dengan diadakan pantai itu gitu... (NM, 23 November 2022) karna apa disini lebih ramai gitu pengunjung banyak jadi kemungkinan besar pembeli juga lebih ramai disini gitu tujuannya (NM, 23 November 2022).

Berdasarkan Hasil kutipan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan banyaknya wisatawan, hal ini tentunya membuat masyarakat Bira Tengah ingin berjualan disekitar wilayah pariwisata, yang nanti bisa meningkatkan pendapatan mereka, masyarakat yang telah berjualan disekitar wilayah pantai Lon Malang tentunya mendapatkan tambahan ekonomi, seperti halnya berkurangnya pengangguran, dan menekan angka kemiskinan disekitar wilayah pariwisata Lon Malang. Masyarakat yang berjualan bisa disebut pedagang, pedagang disekitar wilayah Lon Malang banyak yang menjualkan produk yang bisa untuk dimakan (makanan), para pedagang tersebut terbagi menjadi dua, yakni para pedagang yang menjual produk siap saji dan pedagang yang menjualkan produk olahan (kuliner), pedagang dengan produk olahan (kuliner) lebih banyak memiliki pelanggan yang berpikir untuk berkunjung kembali karena produk kuliner yang dihasilkan menjadi suatu penunjang pariwisata itu sendiri. seperti disampaikan oleh pengunjung pantai Lon Malang dalam wawancara yang sudah dilakukan pada tanggal 18 Desember 2022.

“Iya sekalian habis dari sana kesini.. kadang dari sini kesana gitu” (NJ181222)

Dengan adanya pariwisata Lon Malang, seharusnya pedagang sekitar daerah pariwisata mampu untuk lebih jeli melihat situasi yang ada, seperti memanfaatkannya dengan membuat produk kuliner yang kreatif, sehingga bisa menjadi sebuah ciri khas untuk pantai Lon Malang, produk kuliner daerah

pariwisata biasanya memiliki suatu kuliner khas yang berada di daerah tersebut, lewat adanya pariwisata, para pengunjung bisa di perkenalkan kuliner yang berada didalamnya, hal ini tentunya akan menjadi penunjang baik bagi pariwisata serta daerah tempat pariwisata berada. Dalam kasus ini produk kuliner kreatif yang dimaksud adalah sebuah produk yang nantinya bisa dikenal lewat pariwisata Lon Malang, diawali dengan pembuatan produk kuliner disekitar wisata, dengan pemasaran yang targetnya adalah para wisatawan.

Kuliner sendiri meliputi kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen (Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif, 2014). Dalam hal inilah unsur kreativitas bagi pedagang sangat perlu untuk dimiliki terutama dalam pembuatan produk kuliner yang menekankan pada makanan khas sebagai bentuk kearifan lokal dari daerah tempat pariwisata tersebut berada, dari situlah nantinya para wisatawan bisa merasakan pengalaman untuk mencoba kuliner khas yang berada di daerah tersebut.

Pembuatan produk kuliner merupakan kegiatan menciptakan, mengolah atau memproses suatu bahan, menjadi suatu makanan yang nantinya menjadi ikon atau kekhasan dari suatu daerah, para pedagang sekitar pariwisata Lon Malang seharusnya memiliki unsur kreativitas yang berguna untuk bisa mengolah suatu bahan menjadi produk kuliner, agar nantinya bisa menarik pembeli dan mempunyai nilai saing yang tinggi, Keanekaragaman kuliner dan cita rasa kuliner suatu daerah dapat menjadi faktor yang dapat memberikan pengalaman berlibur yang berkualitas bagi yang berkunjung ke suatu destinasi wisata. (Auliya et al., 2020). Makanan lokal merupakan daya tarik wisata yang penting karena menciptakan pengalaman bagi siapa saja yang berwisata, tidak hanya bagi wisatawan yang memiliki minat khusus pada makanan, tetapi juga bagi wisatawan yang ingin menikmati makanan, bersantai dan mencoba makanan saat berwisata (Kumar, 2019). Kreativitas ini sangat penting, karena digunakan untuk mendukung pekerjaan seperti dalam bidang iklan, manager, pemasaran, anggota dewan (Hardany, dalam Nafi'a, 2018).

diketahui bahwa produk kuliner kreatif sangat penting dan berguna sebagai kemajuan dan berkembangnya Lon Malang, karena akan bersangkutan dengan iklan dan pemasaran untuk memperkenalkan Lon Malang sehingga bisa dikenal banyak orang lagi.

Produk kuliner yang berada dikawasan pariwisata memiliki pengaruh dalam mempromosikan pariwisatanya juga, seperti memiliki daya tarik yang tidak dimiliki pariwisata lainnya, karena cita rasa serta khasnya makanan tersebut hanya ada di pariwisata itu saja. Hal itu seperti yang disampaikan oleh Muliani (dalam Ratnasari, 2020) yang menyatakan bahwa banyak wisatawan yang sengaja datang ke suatu tempat hanya untuk menikmati sajian kuliner khas sekaligus untuk melihat proses produksi yang autentik atau khas secara langsung. seperti halnya yang telah disampaikan pedagang pantai Lon Malang dalam wawancara yang sudah dilakukan pada tanggal 3 Oktober 2022

“ Iyaa, jusnya itu masuk ke facebook, jus apa namanya jus melon, alpukat, buah naga, apel, sirsak, semua dek semua jus itu dek... Iya kadang difoto digambar saya dek, emm.. anu.. bikin ikan bakar itu hehe... He’e, pas saya masak terus di syuting... ” (MA, 03 Oktober 2022).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara diatas, bisa disimpulkan bahwasanya produk kuliner yang berada dikawasan pantai Lon Malang memiliki pengaruh dalam mempromosikan pariwisatanya juga. Promosi yang dilakukan tersebut bisa melalui para konsumen nya yang secara sengaja datang ke tempat pariwisata untuk melihat proses pembuatan kuliner yang kemudian di unggah ke sosial media yang dimilikinya. Hal ini dipengaruhi karena pariwisata tersebut memiliki daya tarik yang tidak dimiliki pariwisata lainnya, karena cita rasa serta khasnya makanan tersebut hanya ada di pariwisata itu saja.

Kreativitas merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungan sekitarnya, potensi yang dimiliki seseorang tersebut harusnya didukung oleh lingkungan sekitarnya agar dapat menciptakan suatu inovasi, selain itu harus ada suatu dorongan dalam dirinya sehingga akan tercapai suatu keunggulan kreatif. Kreativitas merupakan kemampuan yang digunakan dalam pembuatan kombinasi yang baru, berdasar data, informasi, ataupun unsur-unsur yang sudah ada atau sudah diketahui sebelumnya, yakni semua pengetahuan dan pengalaman yang telah

diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat (Munandar, 2014). maka bisa dikatakan bahwa kreativitas sangat erat kaitannya dengan pengetahuan dan pengalaman dari individu itu sendiri serta didorong oleh lingkungan sekitar agar tercapai suatu produk kreatif yang mampu untuk menjadi penunjang pariwisata.

Penunjang pariwisata akan semakin baik bila para pedagang memiliki suatu kerja sama yang baik pula dimana para pedagang tersebut memiliki produk sendiri dengan keunikan dan ciri khas didalamnya, hal ini akan menjadikan suatu pariwisata menjadi lebih menarik didukung dari segi pemandangan alamnya dan juga produk yang dihasilkan didalamnya. Wisatawan yang berkunjung kembali tentunya harus memiliki ingatan yang baik dari segi wisata alamnya maupun produk kuliner kreatif yang di hasilkan para pedagang di area wisatanya, bila produk tersebut baik maka wisatawan akan mengungkapkan keinginan untuk mengunjungi kembali suatu wisata dan merekomendasikannya kepada teman lain karena mereka puas dengan pengalaman perjalanan mereka, pengalaman yang memuaskan ini akan menjadi bagian dari pemasaran dari mulut ke mulut serta loyalitas pelanggan (Robertson dan Regula,dalam Ahmad, 2018). Seperti hal nya yang disampaikan oleh dua pedagang di pantai Lon Malang, dalam wawancara yang sudah dilakukan pada tanggal 23 November 2022

“Ya.. ada ya nak anak hamil itu yang dulu hamil hampir tiga bulan pengen masakan ibu katanya, ngidam (MA, 23 November 2022).. soalnya itu apa namanya sambelnya itu enak katanya (MA, 23 November 2022).. oh kata orang Madura dek kalau masak itu kalau enak dari tanganya lain kalau lain tangan lain rasa (MA, 23 November 2022).

“Iya, bahkan dari Sampang juga Sampang kota banyak yang kesini, Sumenep (NM, 23 November 2022).. Ya mungkin dari rasanya juga beda gitu, karna memang ikan itu Pantura yang enak ketimbang Selatan gitu, mungkin karna lautnya itu disini dalem disana kan agak dangkal ya (NM, 23 November 2022)... He'em, itu juga, masakan juga mempengaruhi (NM, 23 November 2022).

Berdasarkan Hasil kutipan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pedagang yang berada di Pantai Lon Malang memiliki keunikan dan ciri khasnya sendiri. Cita rasa masakan serta bumbu racikan yang mereka hasilkan melalui produk kuliner memiliki hal yang tidak dimiliki di tempat lainnya sehingga para wisatawan ingin kembali merasakan cita rasa tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh

beberapa hal yaitu bahan yang didapatkan berupa ikan di kawasan sekitar pariwisata, keunikan dari cara meraciknya yang didapat karena pengalaman dalam pembuatan resep, serta masakan yang dihasilkan.

Rhodes (dalam Munandar, 2014) menjelaskan bahwa definisi kreativitas bisa ditinjau dari empat aspek dengan istilah “*Four P’s of Creativity: Person, Process, Press, Product*” adalah 1) *Person* (pribadi) : tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya. 2) *Process* (proses) : langkah-langkah proses kreatif meliputi tahap persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. 3) *Product* (produk) : definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas. 4) *Press* (pendorong) : baik dorongan internal (dari diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif) maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis. Munandar (2014) menyebutkan terdapat faktor yang mewujudkan kreativitas antara lain a) Dorongan dalam diri individu (motivasi intrinsik) setiap individu ada kecenderungan atau dorongan untuk mewujudkan potensinya, untuk mewujudkan dirinya, dorongan untuk berkembang dan menjadi matang dorongan untuk mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas seseorang. b) Dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik) dorongan dari lingkungan sekitar bisa menjadikan suatu sikap kreatif, hal ini juga berlaku suatu kehidupan bermasyarakat, seperti budaya yang berkembang di masyarakat juga turut mempengaruhi kreativitas individu.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melihat kreativitas pedagang pada pembuatan produk di pantai Lon Malang. Peneliti merasa perlu untuk melihat lebih dalam terkait adanya kreativitas seperti apa sehingga bisa menghasilkan suatu produk kuliner yang menjadi penunjang bagi pariwisata Lon Malang. Selain itu alasan mengapa kreativitas pedagang sekitar pariwisata Lon Malang sangat perlu diteliti karena dengan diketahuinya suatu kreativitas pada pedagang Lon Malang maka akan bisa menjadi suatu contoh bagi pedagang pariwisata-pariwisata lainnya agar bisa menerapkan pada produk kuliner yang dijualkannya, hal ini karena pedagang dalam pariwisata yang memiliki suatu kreativitas maka akan bisa menghasilkan sebuah produk yang kreatif dan produk

tersebut akan mendapat tanggapan konsumen ketika diperkenalkan dan selanjutnya mempengaruhi kemampuannya untuk unggul dalam persaingan (Suryana, dalam Kurniasari, 2018).

1.2 Signifikansi Penelitian

Penelitian sebelumnya berjudul “Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok” Oleh Anisatul Auliya, Nailul Mona (2019). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kota Depok berpotensi menjadi destinasi wisata kuliner. Potensi tersebut antara lain lokasi yang strategis dan akses yang mudah dari ibu kota, serta preferensi dan popularitas kuliner Depok yang sangat baik. Desain menu yang kreatif, teknik penyajian makanan yang menarik dan suasana resto yang *cozy* diperkenalkan oleh para pengusaha kuliner asal Kota Depok. Kaitanya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada variabel kreativitas produk kuliner. Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini terletak pada subjek, serta lokasi penelitian, subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang yang berada di sekitar pantai Lon Malang.

Penelitian Sebelumnya berjudul “Wisata Kuliner sebagai Penunjang Pariwisata di Pulau Belitung” oleh Kania Ratnasari, Levyda Levyda, Giyatmi Giyatmi (2020). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan survey. Menganalisis jenis-jenis makanan yang dianggap khas dan otentik berdasarkan pengalaman dan tanggapan wisatawan sebagai responden. Hasil dari penelitian ini adalah Penelitian menunjukkan bahwa pulau Belitung sendiri bisa menjadi target tujuan destinasi wisata yang lengkap, dimana wisatawan datang tidak hanya untuk wisata alam yang indah, tetapi juga untuk wisata kuliner untuk menikmati berbagai macam makanan khas yang tersedia di pulau Belitung.. Terdapatan persamaan yang cukup jelas dalam penelitian ini yakni sama-sama menggunakan metode kualitatif. Selain itu kesamaan yang terlihat antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek yang sama yaitu penunjang pariwisata. Namun terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan analisis deskriptif, sedangkan penelitian ini

menggunakan studi kasus, perbedaan selanjutnya terletak pada letak penelitian yaitu penelitian sebelumnya melakukan penelitian di Pulau Belitung, sedangkan pada penelitian ini melakukan penelitian di Pulau Madura tepatnya pariwisata pantai Lon Malang.

1.3 Fokus Penelitian

Mengacu pada penjelasan di atas, peneliti mengemukakan fokus penelitian yang akan dibahas adalah “Bagaimana Kreativitas pada Pedagang dalam Pembuatan Produk Penunjang Pariwisata di Pantai Lon Malang?”

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan yang telah dijelaskan di atas maka tujuan yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui Kreativitas pada Pedagang dalam Pembuatan Produk Penunjang Pariwisata di Pantai Lon Malang

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangsih di bidang keilmuan khususnya dalam Psikologi di ranah Pariwisata. Sehingga dapat di gunakan menjadi sebuah pertimbangan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Informan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru serta masukan berupa saran konkrit untuk mencari solusi yang tepat untuk upaya meningkatkan Kreativitas pada Pedagang dalam Pembuatan Produk Penunjang Pariwisata di Pantai Lon Malang.

2. Bagi Keluarga

Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi keluarga informan bahwa kreativitas sangat penting dimiliki oleh pedagang,

dengan demikian keluarga dapat memberikan dukungan berupa saran serta masukan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas bahwasanya kreativitas penting untuk dimiliki oleh individu yang berdagang, agar lebih optimal dalam menjalankan usahanya

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai referensi dan juga sebagai bahan kajian ataupun acuan dalam melakukan penelitian sejenis maupun penelitian lanjutan khususnya psikologi pariwisata untuk meneliti mengenai yang berkaitan dengan Kreativitas pada Pedagang dalam Pembuatan Produk Penunjang Pariwisata di Pantai Lon Malang.