

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF GUNA
MEMPERKUAT CITRA DESTINASI PULAU AWET MUDA
SUMENEP**

SKRIPSI

Oleh:

INAYAH ILAHIYYAH

NIM : G73216040



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2019

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF GUNA MEMPERKUAT
CITRA DESTINASI PULAU AWET MUDA SUMENEP**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu

Manajemen

Oleh:

INAYAH ILAHIYYAH

NIM: G73216040

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Manajemen

Surabaya

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Inayah Ilahiyyah

NIM : G73216040

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul Skripsi Pengembangan Ekonomi Kreatif Guna Memperkuat Citra Destinasi Pulau Awet Muda Sumenep

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa, skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 06 November 2019

Saya yang menyatakan,



Inayah Ilahiyyah

NIM. G73216040

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Inayah Ilahiyyah NIM. G73216040 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 25 November 2019

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop on the left and several vertical, overlapping strokes on the right.

Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si.

NIP. 198209052015031002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Inayah Ilahiyyah NIM. G73216040 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu tanggal 11 Desember 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam ilmu Manajemen.

Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I



Hanafi Adi Putranto, S.Si.,SE., M.Si

NIP. 198209052015031002

Penguji II



Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM

NIP. 196806212007011030

Penguji III



Nurlailah, SE, MM

NIP. 196205222000032001

Penguji IV



Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., MM

NIP. 1998612132019032009

Surabaya, 11 Desember 2019
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001

Saat ini akses pelabuhan menuju pulau tersebut telah direvitalisasi oleh Gubernur Jatim guna mendorong kemajuan pariwisata serta memberi daya dukung ekonomi perdagangan di pulau awet muda.⁴ Peran pemerintah menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan kemajuan pariwisata, namun peran masyarakat juga ikut andil dalam memajukan pariwisata daerah setempat. Karena pada dasarnya industri pariwisata masih berkaitan erat dengan produk, seperti makanan atau kuliner khas daerah yang disajikan. Dan jasa yang ditawarkan, seperti transportasi, *homestay*, keahlian berbahasa asing yang dapat memberdayakan sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang jika dioptimalkan akan sangat menguntungkan dalam dunia bisnis.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat membantu meningkatkan pendapatan individu, masyarakat bahkan *income* bagi Negara. Bahkan ada beberapa daerah atau Negara dimana roda perekonomiannya bertumpu terhadap perkembangan sektor pariwisata yang dapat menghasilkan *income* lebih maksimal. Misal daerah yang memiliki keragaman seni dan budaya, *khazanah* peninggalan sejarah, dan potensi alam yang indah. Oleh karena itu sektor pariwisata menjadi objek industri yang menjanjikan jika dikembangkan, maka tidak dipungkiri jika berdampak terhadap perkembangan dunia bisnis sebagai penggerak roda perekonomian daerah maupun Negara. Selain potensi alamnya yang

⁴<http://madura.tribunnews.com/2019/05/11/pelabuhan-dungkek-gili-iyang-sumenep-dibangunpemprov-jatim-gelontorkan-dana-sebesar-rp-60-miliar>, diakses pada tanggal 27 Mei 2019

ada dengan menciptakan produk-produk yang inovatif sehingga memiliki nilai jual yang lebih.

Ekonomi kreatif secara konsep pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins (2001) dalam bukunya *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Ekonomi kreatif sendiri menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) sebagai proses penciptaan, produksi dan distribusi dari barang dan jasa yang menggunakan modal kreativitas dan intelektual sebagai input utama dari proses produksi. Proses produksi ekonomi kreatif tersebut dapat dikatakan menggabungkan berbagai macam pengetahuan, intelektual dan kreativitas untuk memproduksi barang dan jasa yang artistik dengan konten kreatif dan memberikan nilai tambah.⁷

Ekonomi kreatif muncul sebagai konsep ekonomi di era ekonomi baru dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi struktur ekonomi mengalami transformasi yang begitu cepat, yang awalnya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) saat ini juga diikuti menjadi basis Sumber Daya Manusia (SDM). Maka dari itu, dengan potensi yang ada saat ini di Pulau Awet Muda

⁷ Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), hlm.10.

di kalangan wisatawan yang beranggapan bahwa destinasi wisata di Pulau Madura masih minim akan keamanan, keselamatan dan kenyamanan. Oleh karenanya, sangatlah penting menciptakan citra atau *image* destinasi positif pada wisatawan.

Lawson and Boy (1997) dalam Lopes (2011) citra destinasi adalah pengetahuan objektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional individu maupun kelompok terhadap lokasi tertentu.¹² Singkatnya, citra destinasi digambarkan sebagai “persepsi tentang sebuah tempat yang tersimpan dalam ingatan wisatawan”¹³. Sehingga sangat penting memperkuat citra destinasi yang positif. Dalam hal ini, peneliti mencoba melakukan mini riset melalui media sosial instagram dan WhatsApp untuk mengetahui bagaimana respon wisatawan yang sebelumnya pernah melancong ke Pulau Awet Muda Sumenep.

¹² Puspa Ratnaningrum Suwarduki, “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, No. 2, (Agustus, 2016), hlm.3.

¹³ Mulugeta Girma, Manjit Singh, “*Branding Ethiopia as an Appealing Tourist Destination*”, *American Journal of Business, Economics and Management*”, No.1, (Januari, 2019), hlm.13

6. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, teknik analisis data merupakan proses memeriksa data, melakukan *review* dan menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman. Dalam proses analisis data Miles dan Huberman dibagi menjadi tiga langkah yaitu, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Tahap pertama yakni reduksi data. Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari lapangan kemudian dituangkan dalam bentuk laporan secara terperinci. Data kemudian direduksi dengan memilih, dan memfokuskan data yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Data yang diperoleh disederhanakan agar memberikan kemudahan dalam penyajian dan penarikan kesimpulan.

Tahap kedua yakni display data. Penyajian data dilakukan dengan mengkategorikan atau mengelompokkan kedalam bentuk tertentu sehingga data tersebut terlihat jelas. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui keselarasan data dengan permasalahan yang sedang diteliti sehingga dapat menarik sebuah kesimpulan yang bersifat sementara.

1. Bab I merupakan pendahuluan yang menggambarkan rencana pelaksanaan penelitian yang terdiri dari Sembilan sub bab yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
2. Bab II merupakan tinjauan umum atau landasan teori mengenai pengembangan ekonomi kreatif dan citra destinasi. yang terdiri dari tiga sub bab. Sub bab pertama memaparkan tentang ekonomi kreatif, subsektor ekonomi kreatif serta dampak ekonomi kreatif. Sub bab kedua berisi uraian tentang citra destinasi dan macam-macam dimensi citra destinasi. Sub bab ketiga berisi uraian tentang ekonomi kreatif dan pencitraan.
3. Bab III membahas tentang gambar umum Pulau Awet muda yang meliputi, tinjauan umum demografi pulau awet muda, keadaan sosial dan ekonomi serta potensi yang dapat dijadikan pengembangan ekonomi kreatif di Pulau Awet Muda Sumenep.
4. Bab IV Potret sebelum dan sesudah usulan rencana pengembangan ekonomi kreatif (EKRAF) di Pulau Awet Muda yang membahas tentang usulan rencana pengembangan ekonomi kreatif di Pulau Awet Muda Sumenep dan perbandingan potret sebelum dan sesudah adanya usulan rencana pengembangan ekonomi kreatif

- 3) Membangun perilaku dan semangat kreativitas masyarakat berbasis budaya secara konsisten yang tercermin di segala dimensi sosial kemasyarakatan.
- 4) Meningkatkan rasa memiliki budaya yang diwariskan oleh leluhur guna menumbuhkembangkan perilaku kebanggaan atau budaya lokal dan kebanggaan memakai produk produksi negeri yang dapat mendukung pencitraan Negara.
- 5) Meningkatkan konektivitas melalui kemajuan teknologi yang disinergikan dengan nilai-nilai simbolik suatu produk agar bisa membawa suatu Negara yang berkarakter spesifik.

Selain hal yang telah disebutkan diatas, kejujuran dan perilaku yang baik merupakan salah satu faktor yang sangat dibutuhkan untu membentuk citra destinasi di suatu tempat. Untuk itu, perlu mengutamakan cara-cara yang simpatik dalam membentuk citra yang baik agar terbentuk identitas yang positif di mata masyarakat lokal, nasional bahkan internasional.

hal mulai dari tingkat kenyamanan, keamanan dan keselamatan agar dapat menciptakan *cognitive destination image* yakni pengalaman yang didapat oleh wisatawan ketika berkunjung, aspek tersebut lebih merujuk pada kondisi lingkungan dan infrastruktur pada suatu destinasi pariwisata. Dan juga untuk menciptakan *affective destination image* yakni perasaan yang didapat oleh wisatawan ketika berkunjung.

Selain keamanan, kenyamanan, dan keselamatan, selanjutnya dibutuhkan suatu hal yang unik pada destinasi pariwisata sebagai upaya untuk menarik atau menggaet wisatawan, hal tersebut dapat menciptakan *unique image* yakni kemenarikan suatu destinasi pariwisata yang berasal dari kearifan lokal pada suatu destinasi pariwisata. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah inovasi untuk dapat membumikan atau memperkenalkan kearifan lokal tersebut. Sehingga, konsep pengembangan ekonomi kreatif yang merupakan kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan, budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan yang dirasa cocok untuk dikolaborasikan dengan kearifan lokal budaya yang tujuannya untuk memperkuat citra destinasi suatu daerah khususnya Pulau Awet Muda Sumenep yang merupakan objek dari penelitian ini.

1. Tingkat keamanan, kenyamanan, dan keselamatan berwisata di Pulau Awet Muda Sumenep

Jika mendengar Pulau Madura mungkin masih ada beberapa wisatawan yang memiliki stigma atau pandangan yang kurang

memperkuat citra destinasi Pulau Awet Muda melalui komponen 3K (Keamanan, Kenyamanan, dan Keselamatan) yaitu masyarakat sebagai tuan rumah menjaga sikap untuk selalu ramah dan sopan terhadap wisatawan. Misal dengan menawarkan tempat untuk beristirahat ataupun kebutuhan lain yang dibutuhkan wisatawan selama berada di Pulau Awet Muda Sumenep. serta tidak lupa untuk menjaga kebersihan lingkungan di Pulau Awet Muda Sumenep agar wisatawan merasa betah dan akhirnya akan menciptakan *affective destination image* yakni perasaan yang menyenangkan ketika berada di suatu destinasi pariwisata.

3. Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Upaya Memperkuat Citra Destinasi Pulau Awet Muda Sumenep

Pengembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu upaya untuk memperkuat citra destinasi, karena dengan produk unggulan yang dimiliki oleh suatu daerah akan mendukung pencitraan destinasi di daerah tersebut yang tujuannya untuk menciptakan dan memperkenalkan karakter budaya suatu daerah. Sama halnya dengan destinasi Pulau Awet Muda Sumenep yang sampai saat ini tetap mempertahankan warisan budaya lokalnya. Sehingga, melalui pengembangan ekonomi kreatif ini dapat mendukung memperkuat citra destinasi Pulau Awet Muda Sumenep.

Keterkaitan subsektor periklanan sebagai media promosi suatu destinasi dapat mendongkrak warisan budaya suatu daerah terutama daerah yang ditetapkan sebagai pengembangan pariwisata. Tidak hanya itu, subsektor film, animasi dan video juga memiliki peran untuk mengekspresikan karya dari warisan budaya tersebut dan dapat membantu media promosi destinasi pariwisata tersebut yang tujuannya untuk memperkenalkan warisan budaya lokal sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan citra destinasi suatu daerah dengan harapan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan juga bermuara terhadap perkembangan ekonomi daerah tersebut.

Melalui subsektor film, animasi, dan video serta didukung oleh subsektor periklanan, destinasi Pulau Awet Muda Sumenep dapat mengekspresikan dan melestarikan warisan budaya lokal. Seperti yang dilakukan oleh admin akun instagram @giliyang.oxygen_official dengan mengunggah beberapa video mengenai budaya lokal salah satunya pertunjukan *saronen* seperti gambar berikut ini.

yang dapat mengenalkan identitas Pulau Awet Muda serta memperkuat citra destinasi Pulau Awet Muda Sumenep, sehingga muncul beberapa usulan pengembangan produk yang disampaikan oleh masing-masing pemangku kepentingan. Seperti pada subsektor kuliner terdapat 6 usulan produk yaitu, dodol jagung, kue lapis jagung, manisan gula siwalan, ikan pedas manis, ikan asem manis bakar madu, dan kue putu kering. Dan pada subsektor *handcraft* (kerajinan tangan) terdapat 4 usulan produk yakni, asbak pasir, gantungan kunci, gelang manik dan tempat tissue dari pasir. Sama halnya dengan subsektor periklanan, para informan memilih untuk mengusulkan membuat konten di youtube dan video sejarah Pulau Awet Muda Sumenep. Dan pada subsektor film, animasi dan video para pemuda Pulau Awet Muda mengusulkan beberapa produk seperti, video pendek sejarah Pulau Awet Muda, serta film dan video destinasi Pulau Awet Muda Sumenep.

2. Upaya untuk memperkuat citra Pulau Awet Muda Sumenep melalui pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan menampilkan beberapa kearifan lokal budaya di Pulau Awet Muda yang sampai saat ini masih dilestarikan seperti halnya, pertunjukan *saronen*, *mancak*, dan *macopat*. Dari ketiga kearifan budaya tersebut dapat dikembangkan melalui subsektor film, animasi dan video serta di publikasikan melalui media promosi/periklanan pada media sosial Pulau Awet Muda dengan tujuan untuk memperkuat citra destinasi Pulau Awet Muda Sumenep.

Penelitian/Skripsi/Jurnal :

- Ab Ahmad, “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2014”, *Jurnal Ilmu-ilmu sosial dan Humaniora*, Vol. 20 No. 3, Nopember 2018
- Aida Vivi dkk, “Pusat Terapi Oksigen dengan Penerapan Konsep Green Building di Pulau Gili Iyang Madura”, *Arsitektura*, Vol. 15 No.1, April 2017
- Aldyno Wira Ryandika, “Penerapan Arsitektur Ekologis Pada Fasilitas Pengembangan Batu Mulia di Purbalingga”, *Senthong*, Vol. 2 No.1, Januari 2019
- Arifin Syamsul, “Digitalisasi Pariwisata Madura”, *Komunikasi*, Vol. XI No. 01, 2017
- Aviolitasona Bella Gheraldin, “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali” Surakarta : IAIN Surakarta, 2017
- Dagustani Dani, “Destination Image of Tourist : Effect of Travel Motivation and Memorable Tourism Experience”, *Journal Uinjkt (Etikonomi)*, Vol. 17 No. 2, Mei 2018
- Febianti, “Memperkuat Citra Pariwisata Budaya Denpasar Sebagai Nominasi Jaringan Kota Kreatif UNESCO”, *JUMPA*, Vol. 1 No. 2, Januari, 2015
- Fitriana Nurul Aisyah dkk, “Pengaruh Industri Kreatif di Kota Batu (Studi kasus tentang industri kretaif sektor kerajinan di Kota Batu)”, *Jurnal Adiminstrasi Publik (JAP)*, Vol. 2 No. 2
- Girma Mulugeta, Singh Manjit, “Branding Ethiopia as an Appealing Tourist Destination”, *America Journal of Business, Economics and Management*, Vol. 7 No. 1, Januari 2019
- Hermanto, Saputra Rendy, “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat)”, *Business Management Journal*, Vol. 15 No.1, 2019
- Hidayat Nur Tri Taufik dkk, “Pengaruh Aksebilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Telaga Tambing”, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol. 3 No. 2, Mei 2017
- Hosany Sameer, Uysal Muzaffer and Ekinci Yuksel, “Destination Image and Destination Personality”, *Internation Journal of Culture*, Vol.1 No.1, July 2005
- Madaningtias Supriyati, “Konstruksi Sosial Desa Jaddih dalam Pengelolaan Wisata”, *Jurnal Paradigma*, Vol. 7 No. 3, 2019

