

## ANALISIS PERILAKU WIRAUSAHA MASYARAKAT

Oleh : Nunung Nurastuti Utami \*)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh karakteristik individu masyarakat pesisir, karakteristik lingkungan eksternal terhadap perilaku wirausaha masyarakat pesisir.

Keseluruhan populasi masyarakat yang berusaha di obyek wisata pantai Balekambang dan Sendang biru adalah 140 orang dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data, dengan peubah : Faktor Karakteristik Individu Masyarakat Pesisir, Faktor Karakteristik Lingkungan Eksternal dan Perilaku Wirausaha. Analisa data dengan menggunakan korelasi *Rank Spearman* dengan uji beda dengan dua sampel untuk mengetahui perbedaan perilaku wirausaha masyarakat pesisir berdasarkan lokasi obyek wisata.

Hasil penelitian menunjukkan Pantai Balekambang memiliki sarana wisata yang lebih lengkap dibanding pantai Sendangbiru karena telah lama dikelola oleh badan usaha milik daerah yaitu PD Jasa Yasa, dengan beberapa pulau yang salah satunya terdapat pura yang dijadikan tempat peribadatan umat Hindu. Terdapat perbedaan secara nyata pada aspek keinovatifan, pengelolaan resiko dan daya saing masyarakat di pantai Balekambang dengan pantai Sendang biru. Sehingga perilaku wirausaha masyarakat pesisir pada kedua pantai tersebut berbeda nyata.

Kata-kata kunci : wirausaha, karakteristik individu, perilaku wirausaha

### Abstract

*. This study aims to analyze the relationship and influence of individual characteristics of coastal communities, external environmental characteristics on entrepreneurial behavior of coastal communities.*

*The total population of people who work at the Balekambang and Sendang Biru beach tourism objects is 140 people using a questionnaire as a data collection tool, with the variables: Factors of Individual Characteristics of Coastal Communities, Factors of External Environmental Characteristics and Entrepreneurial Behavior. Data analysis using Spearman Rank correlation with test different with two samples to determine differences in entrepreneurial behavior of coastal communities based on the location of tourism objects.*

*The results showed that Balekambang Beach has more complete tourist facilities than Sendangbiru beach because it has long been managed by a regional-owned company, namely PD Jasa Yasa, with several islands, one of which is a temple which is used as a place of worship for Hindus. There are significant differences in aspects of innovation, risk management and community competitiveness on Balekambang beach and Sendang Biru beach. So that the entrepreneurial behavior of coastal communities on the two beaches is significantly different.*

*Keywords: entrepreneurship, individual characteristics, entrepreneurial behavior*

### 1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan dan hal ini telah terbukti sektor pariwisata pernah menduduki peringkat ketiga dalam perolehan devisa negara setelah migas dan

tekstil. Mencermati potensi pariwisata dalam negeri yang secara kuantitas dirasakan cukup memadai namun secara kualitas produk masih memerlukan sentuhan manajemen yang lebih profesional mengingat semakin besarnya tuntutan

masyarakat pariwisata internasional akan tersedianya bentuk pelayan pariwisata yang berkualifikasi dan berstandart universal serta perhatian terhadap isu sentral atas pelestarian lingkungan dan hak asasi manusia (khususnya yang menyangkut upah tenaga kerja). Sehingga kita dihadapkan pada satu pilihan yang amat berat yaitu bagaimanakah cara yang efektif dalam menciptakan produk pariwisata yang berkualitas, berstandart dan kompetitif yang semuanya itu bermuara pada kondisi sumberdaya manusia pariwisata yang tersedia.

Pariwisata bahari potensial dikembangkan sebagai alternatif usaha masyarakat pesisir, sehingga masyarakat dapat mendiversifikasikan pekerjaannya disamping sebagai nelayan dan atau petani. Sektor pariwisata ini sekarang mendapat posisi strategis, oleh karena itu Pemerintah Daerah perlu memberikan perhatian yang serius terhadap pengelolaan sektor ini. Bilamana pengelolaan sektor ini baik, maka akan mendatangkan devisa yang tinggi khususnya pada daerah. Pada masa yang akan datang sektor pariwisata ini diharapkan dapat menjadi produk unggulan di Kabupaten Malang yang dapat memberikan kontribusi/pendapatan yang cukup besar.

Pengembangan industri pariwisata sangat tergantung pada lingkungan sosial budaya setempat dan kualitas lingkungan alamiahnya, dimana masyarakat pesisir memegang peranan yang dominan dalam berkontribusi melaksanakan pengembangan industri tersebut.

Masyarakat pesisir memiliki karakteristik sosial ekonomi yang berbeda dengan beberapa kelompok masyarakat industri atau kelompok

masyarakat lainnya. Perbedaan ini dikarenakan adanya keterkaitan erat dengan karakteristik ekonomi, persediaan sarana dan prasarana ekonomi maupun latar belakang budayanya

Penelitian ini akan mempelajari perilaku wirausaha bidang industri pariwisata bahari beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian lapangan dilakukan di dua lokasi obyek wisata pantai di Kabupaten Malang yaitu Pantai Balekambang dan Pantai Sendangbiru. Perilaku wirausaha masyarakat pesisir dalam mengembangkan usaha di bidang industri pariwisata ini meliputi aspek kognitif, afektif dan psikomotoriknya

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1. Teori Terbentuknya Perilaku**

Perilaku adalah cara bertindak yang menunjukkan tingkah laku seseorang dan merupakan hasil kombinasi antara pengembangan anatomis, fisiologis dan psikologis (Kast dan Rosenzweig, 1995) dan pola perilaku dikatakan sebagai tingkah laku yang dipakai seseorang dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya. Perilaku (P) juga merupakan fungsi (F) dari interaksi antara sifat individu (I) dengan lingkungannya (L) yang dapat dilihat dari ucapannya, gerakan dan gaya seseorang atau  $P = f(I, L)$ .

Pola perilaku bisa saja berbeda tetapi proses terjadinya adalah mendasar bagi semua individu, yakni terjadi karena disebabkan, digerakkan dan ditunjukkan pada sasaran (Kast dan Rosenzweig, 2015). Jika pernyataan itu absah (valid), maka perilaku itu tidak dapat spontan dan tanpa tujuan, sehingga harus ada sasaran baik eksplisit maupun implisit. Perilaku kearah sasaran

timbul sebagai reaksi terhadap rangsangan (penyebab) yang dapat berupa jarak (gap) antara kondisi sekarang dan kondisi baru yang diharapkan, dan perilaku yang timbul adalah untuk menutup jarak tersebut.

Unsur perilaku terdiri atas perilaku yang tak tampak seperti pengetahuan (cognitive) dan sikap (affective), serta perilaku yang nampak seperti keterampilan (psychomotoric) dan tindakan nyata (action). Gabungan dari atribut biologis, psikologis dan pola perilaku aktual menghasilkan kepribadian (character) yakni kombinasi yang kompleks dari sifat-sifat mental, nilai-nilai, sikap kepercayaan, selera, ambisi, minat, kebiasaan, dan ciri-ciri lain yang membentuk suatu diri yang unik (unique self).

#### Perilaku Wirausaha

Wrausaha adalah individu yang dalam menjalankan usahanya memiliki sifat-sifat kewirausahaan. Dan definisi dari kewirausahaan itu sendiri adalah hasil suatu proses pengaplikasian kreativitas dan inovasi secara sistematis dan disiplin dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan menangkap berbagai peluang pasar (Zimmerer and Scarborough, 2016).

Pengertian di atas mencakup esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut. Pengertian itu juga menampung wirausaha yang pengusaha, yang mengejar keuntungan secara etis serta wirausaha yang bukan

pengusaha, termasuk yang mengelola organisasi nirlaba yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan/masyarakat.

Dari segi karakteristik perilaku, Wirausaha (entrepreneur) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Wirausaha adalah mereka yang bisa menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, bisa menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha.

Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang, Berdasarkan hal tersebut maka definisi kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif.

Semangat, perilaku dan kemampuan wirausaha tentunya bervariasi satu sama lain dan atas dasar itu wirausaha dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yaitu: Wirausaha andal, Wirausaha tangguh, Wirausaha unggul.

Wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien lazim disebut Administrative Entrepreneur. Sebaliknya, wirausaha yang perilaku dan kemampuannya menonjol dalam kreativitas, inovasi serta mengantisipasi dan menghadapi resiko lazim disebut Innovative Entrepreneur.

### **3. Metodologi Penelitian**

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang diteliti adalah Pantai Selatan Jawa Timur yaitu obyek wisata Pantai Balekambang yang terletak di desa Srigonco Kecamatan Bantur Kabupaten Malang dan Pantai Sendangbiru yang terletak di desa Tambakrejo Kecamatan Sumbermanjing Wetan di Kabupaten Malang.

#### **3.2. Populasi dan sampel**

Keseluruhan populasi masyarakat yang berusaha di obyek wisata pantai Balekambang dan Sendang biru adalah 140 orang dengan rincian 90 orang di pantai balekambang dan 40 orang di Pantai Sendangbiru. Dari keseluruhan jumlah populasi pada masing-masing lokasi sebanyak ditentukan besarnya sampel dengan pertimbangan semakin banyak sampel semakin bagus, sehingga diambil sampel 50 % dari jumlah populasi.

#### **3.3. Instrumen Penelitian**

Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **(1) Kuesioner**

Adalah seperangkat pertanyaan yang disusun oleh peneliti dan diajukan pada responden untuk dijawab. Kuesioner disebarkan pada responden yang menjadi sampel penelitian. Terhadap instrumen ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

##### **(2) Pedoman Wawancara**

Daftar pertanyaan terbuka yang digunakan untuk melakukan tanya jawab dengan responden perihal hasil jawaban sesuai dengan gejala-gejala yang diamati. Dalam penelitian ini selain melakukan tanya jawab dengan responden, juga dilakukan

wawancara kepala desa, pemimpin paguyuban, petugas dari Pemda.

#### **3.4. Peubah**

Peubah-peubah dalam penelitian ini adalah:

Faktor Karakteristik Individu Masyarakat Pesisir terdiri dari:

- (1) Umur
- (2) Tingkat pendidikan
- (3) Pengalaman usaha
- (4) Tingkat kosmopolitan
- (5) Kemampuan komunikasi
- (6) Motif usaha di bidang pariwisata
- (7) Modal usaha di bidang pariwisata

Faktor Karakteristik Lingkungan Eksternal terdiri dari:

- (1) Pasar
- (2) Sarana dan prasarana wisata bahari
- (3) Sumber informasi
- (4) Kebijakan pemerintah
- (5) Nilai-nilai norma adat

Perilaku Wirausaha terdiri dari:

- (1) Keinovatifan
- (2) Daya Saing
- (3) Pengelolaan Resiko

#### **3.5. Pengukuran Peubah**

Pengukuran peubah menurut model penelitian diukur berdasarkan indikator-indikator peubah penelitian yang disusun sesuai dengan arah penelitian. Pengukuran adalah pemberian angka atau bilangan pada obyek atau kejadian-kejadian berdasarkan kaidah-kaidah tertentu.

Pengukuran dalam peubah dalam penelitian ini sekurang kurangnya dengan skala ordinal. Rincian indikator untuk masing-masing peubah adalah

sebagai berikut:

Karakteristik Individu Responden

- (1) Umur adalah jumlah tahun hidup, mulai dari lahir sampai penelitian dilakukan.
- (2) Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang telah diikuti oleh responden.
- (3) Pengalaman usaha di bidang pariwisata adalah lamanya menjalankan usaha di bidang pariwisata bahari.
- (4) Tingkat kosmopolitan adalah frekuensi bepergian keluar desa dalam satu bulan terakhir
- (5) Tingkat kemampuan berkomunikasi adalah tingkat kemampuan menyampaikan informasi kepada pihak lain.
- (6) Motif usaha di bidang pariwisata adalah alasan yang mendorong responden melakukan kegiatan usaha pariwisata bahari.

Modal usaha di bidang pariwisata modal yang digunakan dalam pengelolaan usaha pariwisata bahari dalam nilai nominal

Karakteristik Lingkungan Eksternal

- (1) Pasar adalah tingkat permintaan dan jangkauan pemasaran yang harus dilayani responden dalam bidang usaha wisata bahari.
- (2) Sarana dan prasarana pariwisata adalah banyaknya sarana / prasarana pariwisata yang tersedia yang dapat diakses oleh responden dalam kegiatan usaha pariwisata bahari. Misalnya: bangunan untuk lokasi berjualan atau usaha, pulau-pulau atau jembatan, alat transportasi.
- (3) Sumber informasi adalah individu atau kelompok yang dapat diakses oleh responden untuk mencari informasi yang berkaitan

dengan kegiatan usahanya.

- (4) Nilai-nilai norma adat adalah rangkaian konsepsi-konsepsi abstrak yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat pesisir mengenai apa yang dianggap penting dan berharga didalam kehidupan masyarakat, yang akan dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan-tindakan dalam usaha wisata bahari.
- (5) Kebijakan pemerintah daerah adalah segala kebijakan yang diberikan pemerintah tentang industri pariwisata bahari yang berupa pembinaan, pemberian kredit atau permodalan, maupun program promosi wisata.

Perilaku Wirausaha

Perilaku Wirausaha adalah cara bertindak masyarakat pesisir dalam menjalankan usaha yang ditunjukkan oleh pengetahuan, sikap dan ketrampilannya untuk melakukan usaha dengan inovatif, berani mengambil resiko dan berdaya saing.

- (1) Keinovatifan adalah cara bertindak masyarakat untuk mencari informasi yang bersifat baru untuk mengembangkan usaha wisata bahari dalam bentuk pengelolaan usaha jasa wisata bahari, permodalan, dan pelayanan kepada wisatawan. Aspek kognitif keinovatifan diukur berdasarkan: pengetahuan sumber informasi inovatif, pengetahuan pemanfaatan sumber informasi, dan pemahaman tentang upaya mencari inovasi. Aspek afektif keinovatifan diukur berdasarkan: ketertarikan terhadap informasi baru, sikap terhadap bentuk jasa/pelayanan wisata bahari baru, sikap terhadap teknik pemasaran baru. Aspek psikomotorik keinovatifan diukur berdasarkan:

keuletan mencari inovasi, kecepatan menghasilkan inovasi, dan kecermatan menerapkan inovasi.

- (2) Pengelolaan Resiko adalah cara bertindak masyarakat pengrajin dalam mengelola resiko usaha wisata bahari baik yang akan dihadapi maupun yang sedang dihadapi. Aktivitas ini meliputi aspek kognitif, afektif dan psikomotorik. Aspek kognitif pengelolaan resiko diukur berdasarkan pengetahuan tentang cara memprediksi resiko, pemahaman cara menjalankan usaha yang beresiko, dan pengetahuan cara menghindari resiko. Aspek afektif pengelolaan resiko diukur berdasarkan sikap terhadap usaha yang beresiko, sikap menghadapi kemungkinan terjadinya resiko, dan sikap menghindari resiko. Aspek psikomotorik pengelolaan resiko diukur berdasarkan ketepatan memprediksi terjadinya resiko, kecermatan menjalankan usaha yang beresiko, dan kecepatan menghindari resiko.
- (3) Daya saing adalah cara bertindak masyarakat pesisir dalam menghadapi persaingan usaha. Aktivitas ini meliputi aspek kognitif, afektif dan psikomotorik. Aspek kognitif daya saing diukur berdasarkan: pengetahuan tentang strategi bersaing, pemahaman cara menghadapi persaingan, dan pemahaman tentang etika persaingan. Aspek afektif daya saing diukur berdasarkan: sikap untuk memenangkan persaingan, sikap terhadap etika persaingan usaha, dan sikap ulet dalam usaha. Aspek psikomotorik daya saing diukur berdasarkan: kemampuan menghasilkan pelayanan prima, kecepatan meraih penjualan tertinggi, dan

kecermatan melakukan persaingan.

### 3.6. Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif, yang pertama kali dilakukan adalah pengujian terhadap hipotesis deduktif, berupa penolakan atau penerimaan hipotesis tetapi menjelaskan dan memahami situasi yang ada dilapangan.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan penelitian ini melihat hubungan kausal antara berbagai peubah bebas dan terikat untuk menemukan jawaban atas berbagai pertanyaan penelitian.

Hipotesis yang pertama dan kedua diuji dengan korelasi Rank Spearman sebab data yang diperoleh dari hasil kuesioner merupakan data berskala ordinal, maka dengan korelasi ini didapat hasil yang mendekati sebenarnya. Rumus korelasi Rank Spearman adalah sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi peringkat

n = banyaknya pasangan data

d = selisih antara peringkat bagi x dan y

Untuk melakukan pengujian terhadap Hipotesis yang ketiga digunakan uji beda dengan dua sampel untuk mengetahui perbedaan perilaku wirausaha masyarakat pesisir berdasarkan lokasi obyek wisata. Dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{N_1-1} + \frac{S_2^2}{N_2-1}}}$$

Keterangan:

X1 = rata-rata (mean) sampel 1

X2 = rata-rata (mean) sampel 2

S1<sup>2</sup> = variansi populasi 1

S2<sup>2</sup> = variansi populasi 2

N1 = Jumlah sampel 1

N2 = Jumlah sampel 2

#### 4. Hasil Penelitian dan Bahasan

Berdasarkan penjelasan tentang perilaku wirausaha masyarakat pesisir yang berusaha di bidang wisata bahari, maka dapat dilihat terdapat perbedaan secara nyata antara keinovatifan masyarakat di pantai Balekambang dengan pantai Sendangbiru.

Tabel 1 : Hasil Uji Beda Perilaku Perilaku Wirausaha Masyarakat Pesisir pada Pantai Balekambang dan Pantai Sendangbiru

Perilaku Wirausaha Masyar

Pada tabel 1 dapat dianalisis bahwa aspek daya saing diantara kedua lokasi juga terdapat perbedaan yang nyata. Begitu pula

pada pengelolaan resiko pada kedua lokasi terdapat perbedaan yang nyata. Keinovatifan, daya saing dan pengelolaan resiko antara masyarakat di lokasi pantai Balekambang dan pantai Sendangbiru berbeda nyata, begitu pula Y total yaitu perilaku wirausaha masyarakat pesisir pada kedua pantai tersebut berbeda nyata.

Hasil uji korelasi rank-spearman membuktikan bahwa bahwa enam aspek dalam karakteristik individu yang terdiri dari: umur (P=0,877), tingkat pendidikan (P=0,739), pengalaman usaha (P=0,999), tingkat kosmopolitan (P=0,427), motif usaha di bidang pariwisata (P=0,748), tidak berhubungan secara nyata dengan perilaku wirausaha (Y Total) pada tingkat  $\alpha = 10\%$  seperti tercantum pada Tabel 6 Namun kemampuan komunikasi berhubungan dengan perilaku wirausahanya (P=0,020) dan modal usaha (P=0,081), hal ini berarti kemampuan komunikasi dan modal usaha menjadi faktor penentu bagi perilaku wirausaha wisata bahari.

Umur tidak berhubungan nyata (P =0,200) dengan keinovatifan yang terdiri dari aspek kognitif, afektif dan psikomotorik.

Umur juga tidak berhubungan nyata (P=0,202) dengan pengelolaan resiko juga daya saing (P=0,242), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang nyata pada umur seseorang untuk melakukan pengelolaan resiko, daya saing dan keinovatifan, dengan demikian umur tua maupun muda tidak ada hubungannya dengan perilaku usaha, namun kematanganlah yang berhubungan dengan perilaku wirausaha..

Pendidikan formal masyarakat pesisir tidak memiliki hubungan yang nyata dengan keinovatifan ( $P=0,772$ ), terhadap pengelolaan resiko umur tidak berhubungan secara nyata dengan  $P=0,821$ , terhadap daya saing pendidikan juga berhubungan secara nyata ( $P=0,255$ ), dan terhadap perilaku wirausaha secara keseluruhan (Y total) pendidikan berhubungan secara nyata dengan nilai  $P=0,739$ . Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan formal tidak berhubungan dengan perilaku wirausaha karena diduga pendidikan yang mereka punyai tidak ada materi yang terkait dengan kewirausahaan.

Kajian yang dilakukan berbagai pihak membuktikan ternyata tidak terdapat korelasi yang positif antara tingkat pendidikan dan kapasitas berusaha. (Ismawan, 2002)

Pengalaman berusaha di bidang wisata bahari tidak berhubungan secara nyata terhadap perilaku wirausaha (Y total) dengan nilai  $P=0,999$ . Pengalaman berusaha juga tidak berhubungan secara nyata dengan ketiga aspek yang ada dalam perilaku wirausaha yaitu keinovatifan ( $P=0,112$ ), pengelolaan resiko ( $0,905$ ), dan daya saing ( $0,337$ ). Hal ini berarti tidak ada hubungan pengalaman berusaha dengan perilaku wirausaha, dimungkinkan karena meskipun pengalaman banyak namun mereka pasif dengan prinsip "sadermo" sehingga tidak ada motivasi untuk meningkatkan usaha.

Kosmopolitansi masyarakat pesisir tidak berhubungan secara nyata dengan perilaku wirausaha (Y total) dengan nilai  $P=0,247$ . Apabila dilihat pada setiap aspek yang ada dalam perilaku wirausaha, ternyata kosmopolitansi tidak

berhubungan secara nyata dengan daya saing dalam usaha wisata bahari ( $P=0,210$ ). Ketika dilakukan wawancara secara mendalam dengan responden, mereka menyatakan bahwa kepergian mereka ke luar desa lebih banyak diprioritaskan untuk mencari kebutuhan pribadi sehingga hal-hal yang terkait dengan usaha dikesampingkan, selain itu keikutsertaan dalam berorganisasi sosial yang terkait dengan usaha wisata bahari ini masih rendah dan intensitas peretemuan untuk meningkatkan daya saing, yang terkait dengan pelayanan bermutu dan peningkatan keuletan dalam bersaing jarang dibahas.

Kemampuan komunikasi berhubungan dengan perilaku wirausaha masyarakat pesisir (Y total) dan aspek daya saing berhubungan secara nyata dengan kemampuan komunikasi. Hal ini berarti kemampuan komunikasi menjadi perhatian dalam usaha wisata bahari ini. Namun kemampuan komunikasi tidak berhubungan dengan keinovatifan dan Pengelolaan resiko, dengan demikian perlu ditingkatkan lagi kemampuan komunikasi responden agar meningkatkan usahanya.

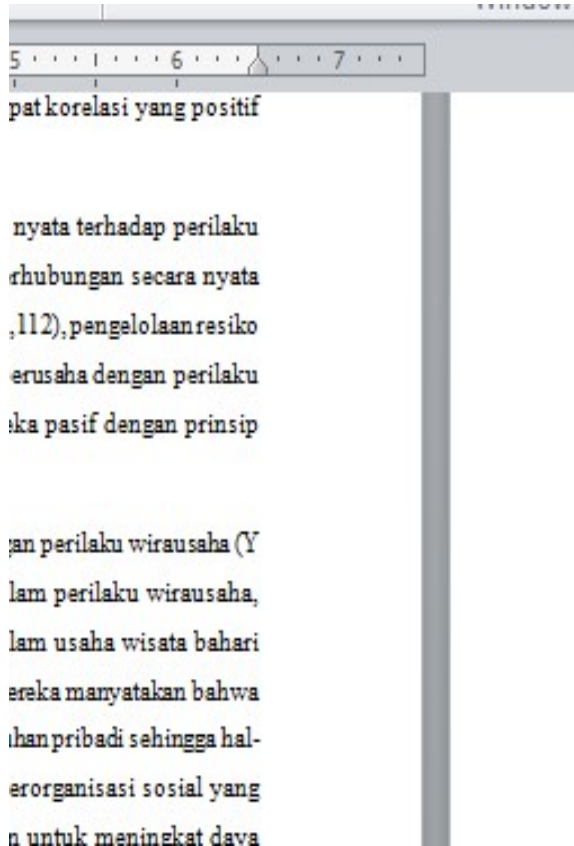
Motif berusaha tidak berhubungan secara signifikan dengan perilaku wirasusaha (Y total) dan ketiga aspek yang ada di dalamnya yaitu keinovatifan ( $P=0,332$ ), pengelolaan resiko ( $P=0,433$ ), dan daya saing ( $0,679$ ), hal ini dimungkinkan karena dalam berusaha tidak bertujuan untuk memperoleh keuntungan namun karena ikut-ikutan, sehingga kurangnya motivasi untuk meningkatkan usahanya.

Modal usaha berhubungan negatif secara nyata terhadap perilaku wirausaha (Y total) dengan



nilai  $P=0,088$  dan pengelolaan resiko ( $P=0,043$ ). Namun modal usaha tidak berhubungan dengan daya saing ( $P=0,214$ ), hal ini berarti bahwa mayoritas modal berhubungan negatif dengan perilaku wirausaha, dimana semakin banyak modal maka perilaku wirausaha menurun, hal ini dimungkinkan karena motivasi mereka hanya untuk mencari makan, jadi jika uang sudah banyak maka mereka tidak berusaha lebih giat untuk meningkatkan usahanya.

Tabel 2: Hasil Uji Korelasi Rank Spearman Variabel Karakteristik Individu dengan Perilaku Wirausaha Masyarakat Pesisir



The image shows a screenshot of a statistical software interface. At the top, there is a horizontal scale with tick marks and numbers 5, 6, and 7. Below the scale, there is a vertical bar chart with a single bar extending downwards. The text below the chart is partially obscured and appears to be a list of variables or categories.

pat korelasi yang positif

nyata terhadap perilaku  
hubungan secara nyata  
,112), pengelolaan resiko  
erusaha dengan perilaku  
ka pasif dengan prinsip

an perilaku wirausaha (Y  
lam perilaku wirausaha,  
lam usaha wisata bahari  
ereka menyatakan bahwa  
ihan pribadi sehingga hal-  
erorganisasi sosial yang  
n untuk meninekat dava

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa dari kelima variabel dalam lingkungan eksternal yang terdiri dari pasar, sarana wisata, sumber informasi,

kebijakana pemerintah dan nilai-nilai norma adat tidak seluruhnya memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku wirausaha masyarakat pesisir dalam mengelola usaha wisata bahari. Hasil korelasi rank spearman dengan taraf signifikansi 0,10

Persepsi masyarakat terhadap jangkauan pasar dan permintaan pasar tidak berhubungan secara nyata dengan perilaku wirausaha (Y total) dengan nilai  $P=0,666$ ). Meskipun semakin banyak pengunjung yang datang, tidak mempengaruhi keinovatifan mereka. Terhadap daya saing juga mereka cenderung “nrimo ing pandum” (menerima saja), upaya menawarkan dagangan kepada pengunjung yang jumlahnya bertambah pada saat ada atraksi wisata juga tidak berbeda dengan hari-hari biasa.

Sarana wisata tidak memiliki hubungan yang nyata dengan perilaku wirausaha (Y total) dengan nilai  $P=0,5501$ . Aspek keinovatifan tidak berhubungan secara nyata dengan sarana wisata ( $P=0,590$ ). Pengelolaan resiko juga berhubungan secara nyata dengan sarana wisata ( $P=0,628$ ) dan daya saing tidak memiliki hubungan secara nyata dengan sarana wisata ( $P=0,774$ ), ketika dilakukan wawancara secara mendalam mereka mengatakan bahwa karena ketersediaan dan mutu sarana wisata masih dalam kategori sedang, maka sarana tersebut tidak banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan inovasi, daya saing dan pengelolaan resiko dalam usaha mereka. Kios yang tersedia tidak sepenuhnya dapat diakses masyarakat karena tidak memiliki dana yang cukup untuk menyewanya, sehingga mereka mempergunakan meja, sepeda, bakul atau keranjang untuk berjualan.

Tabel 3 :Hasil Uji Korelasi Rank Spearman Variabel Lingkungan Eksternal dengan Perilaku Wirausaha Masyarakat Pesisir

No	Lingkungan Eksternal	Keterangan	P
1	Pasar	Koefisien Korelasi	-0,044
		Nilai P	0,929
2	Sarana Wisata	Koefisien Korelasi	-0,136
		Nilai P	0,636

Sumber informasi memiliki hubungan yang nyata dengan perilaku wirausaha (Y total) dengan nilai  $P=0,044$ . Seluruh aspek yang terdiri dari keinovatifan, pengelolaan resiko dan daya saing juga tidak memiliki hubungan yang nyata dengan sumber informasi. Ketika dilakukan wawancara secara mendalam, komunikasi yang dilakukan dengan sumber informasi sedikit banyak membahas tentang perkembangan usaha. Namun sumber informasi tidak berhubungan dengan keinovasian ( $P=0,194$ ) juga daya saing ( $P=0,452$ ), hal ini dimungkinkan inrmasi kadang-kadang tidak membahas inovasi dan daya saing, mereka cenderung menggunakan cara tradisional.

Rendahnya pembinaan dari pemerintah dan kunjungan petugas untuk melakukan penyuluhan terhadap masyarakat pesisir menjadi salah satu penyebab tidak ada hubungan yang signifikan antara kebijakan pemerintah dengan perilaku wirausaha. Kebijakan pemerintah tidak memiliki hubungan yang nyata dengan perilaku wirausaha (Y total) dengan nilai ( $P=0,929$ ), daya saing( $P=0,136$ ) dan keinovasian ( $P=636$ ). Namun kebijakan pemerintah berhubungan dengan pengelolaan resiko ( $P=0,053$ ).

Nilai-nilai adat dan norma yang ada pada masyarakat berhubungan negatif secara nyata dengan Y total ( $P=0,075$ ), keinovasian ( $P=0,063$ ) dan daya saing ( $P=0,083$ ), Hanya tidak berhubungan secara nyata dengan pengelolaan resiko ( $P= 0,481$ ). Semakin tinggi nilai-nilai norma adat semakin menurunkan perilaku wirausaha masyarakat, dan semakin tinggi tingkat keterikatan pada norma dan adat istiadat maka menurunkan perilaku wirausaha, misalnya: sedekah laut, apabila hendak memulai berjualan harus dilakukan perhitungannya hari baik, membuat bubur merah atau nasi dan satu “ingkung” yaitu ayam ang dimasak secara utuh tanpa dipotong yang akan dimakan bersama para kerabat. Nilai-nilai adat sangat kental diyakini oleh masyarakat pesisir dalam seluruh segi kehidupannya, dan bahkan kegiatan yang terkait dengan adat inilah yang justru akan menghambat usaha untuk maju.

Mengacu pada definisi perilaku wirausaha dari Bird (2001) maka dapat dinyatakan bahwa

perilaku wirausaha merupakan aspek-aspek yang terinternalisasi dalam diri pengrajin yang ditunjukkan oleh pengetahuan, sikap dan ketrampilannya untuk melakukan usaha dengan inovatif, inisiatif, berani mengambil resiko dan berdaya saing.

Perlu tercipta sinergi antara pelaku usaha wisata bahari dengan lingkungan telah diulas oleh beberapa pemikiran dan hasil penelitian (Lewaherilla, 2002). Terdapat lima faktor batasan yang mendasar dalam penentuan prinsip utama ekowisata, yaitu: lingkungan, masyarakat, pendidikan dan pengalaman, berkelanjutan dan manajemen. Output langsung yang diharapkan dari kegiatan wisata bahari ini adalah konservasi alam dan pengetahuan atau hiburan. Output tidak langsung yaitu berupa tumbuhnya kesadaran dalam diri setiap orang (wisatawan) untuk memperhatikan sikap hidup sehari-hari agar kegiatan yang dilakukan tidak berdampak buruk pada alam. Kesadaran ini tumbuh sebagai akibat dari kesan yang mendalam yang diperoleh wisatawan selama berinteraksi secara langsung dengan lingkungan bahari.

Kegiatan perusakan terhadap lingkungan dan pesisir dan kelautan sebagai akibat kegiatan pariwisata perlu dilakukan pencegahan, sebagaimana diketahui bahwa pada kedua lokasi terdapat kegiatan pengambilan terumbu karang sebagai souvenir wisata. Seperti yang tercantum pada gambar 15.

Oleh karena itu perlu terjadi adaptasi pelaku usaha wisata bahari terhadap lingkungan, dimana sensitivitas masyarakat pelaku dan pengguna jasa wisata bahari perlu memiliki sensitivitas terhadap lingkungan. Obyek wisata harus dikelola secara berdampingan dengan kelestarian lingkungan

Berpijak pada deskripsi hasil penelitian yang menggambarkan perilaku wirausaha masyarakat pesisir maka perlu dilakukan pengembangan kegiatan atraksi wisata yang berwawasan lingkungan. Yang dapat menumbuhkan kecintaan terhadap kelestarian ekologi pesisir dan kelautan. Bagi pengunjung dengan mengunjungi obyek wisata pantai akan dapat menumbuhkan kecintaan pada pantai dan laut sehingga akan mengupayakan kelestariannya. Bagi masyarakat pesisir sebagai pelaku usaha wisata bahari dengan mengupayakan kegiatan usaha wisata bahari yang berwawasan lingkungan akan dapat menjaga kelestarian lingkungan dan keberlanjutan usaha wisata bahari pada masa yang akan datang.

Terciptanya sinergi antara pemerintah daerah, swasta dan masyarakat dalam pengembangan pemanfaatan obyek wisata untuk kegiatan wisata bahari yang berwawasan lingkungan di atas sangat perlu. Selain itu upaya pemberdayaan masyarakat pesisir yang terlibat dalam kegiatan usaha masih rendah. Swasta perlu bekerjasama dengan pemerintah

daerah, lembaga pendidikan dan organisasi kemasyarakatan dalam pemberdayaan masyarakat ini.

## **5.Simpulan dan Saran**

### **5.1.Simpulan**

Dari paparan diatas dapat disimpulkan:

1.Pantai Balekambang memiliki sarana wisata yang lebih lengkap dibanding pantai endangbiru karena telah lama dikelola oleh badan usaha milik daerah yaitu PD Jasa Yasa, dengan beberapa pulau yang salah satunya terdapat pura yang dijadikan tempat peribadatan umat Hindu. 2.Meskipun memiliki sarana wisata yang masih kurang, namun potensi jenis wisata bahari yang dapat dikembangkan pada pantai Sendang biru sangat besar, karena merupakan pintu masuk ke Cagar Alam Pulau Sempu yang sangat indah dengan beberapa alternatif wisata alam dan bahari.3.Kedua lokasi merupakan wilayah pantai yang masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai nelayan dan petani yang beberapa diantaranya menjadikan usaha wisata bahari sebagai alternatif usaha dan sebagian menjadi mata pencaharian pokok. 4.Terdapat perbedaan secara nyata pada aspek keinovatifan, pengelolaan resiko dan daya saing masyarakat di pantai Balekambang dengan pantai Sendang biru. Sehingga perilaku wirausaha masyarakat pesisir pada kedua pantai tersebut berbeda nyata. 5. Karakteristik

individu berikut ini tidak berhubungan nyata dengan perilaku wirausaha yaitu: umur ( $P=0,877$ ), pendidikan ( $P=0,739$ ), pengalaman berusaha ( $P=0,999$ ) Kosmopolitan ( $P=0,427$ ) dan motif berusaha ( $P=0,748$ ), Sedangkan variabel yang berhubungan secara nyata adalah: Kemampuan berbahasa/ komunikasi ( $P=0,020$ ) dan modal usaha ( $P=0,081$ ) berhubungan secara nyata dengan perilaku wirausaha. 6.Lingkungan eksternal yang berhubungan secara nyata dengan perilaku wirausaha adalah: Sumber Informasi ( $P=0,044$ ) dan nilai-nilai norma adat ( $P=0,075$ ). Sedangkan pasar ( $P=0,905$ ), Sarana ( $P=0,550$ ) dan kebijakan pemerintah ( $P=0,929$ ) tidak berhubungan dengan perilaku wirausaha masyarakat pesisir.

### **5.2.Saran**

Saran yang perlu disampaikan adalah:

1.Pemerintah daerah perlu memfasilitasi pengembangan atraksi wisata bahari yang dapat meningkatkan difersifikasi usaha wisata bagi masyarakat pesisir diantaranya dalam bentuk: +.Perjalanan di atas perairan sekitar pantai yang dikemas sebagai bagian dari pengalaman yang menarik dengan berperahu mengelilingi pulau Sempu, pulau Wisanggeni, atau pulau Ismoyo.+Menyelenggarakan event wisata bahari yang berhubungan dengan kekayaan alam bahari serta peristiwa-peristiwa yang diselenggarakan di laut atau pantai seperti selancar, menyelam, lomba layar, olahraga pantai, dayung, lomba memancing, sampai upacara adat yang dilakukan di laut, tontonan panggung terbuka pada kedua lokasi

pantai.+Meningkatkan kebersihan pantai dalam rangka menyajikan keindahan panorama pantai dan laut lepas bagi wisatawan yang ingin menikmati deburan ombak, keheningan suasana laut, pura panorama pendaratan ikan.+Pengemasan paket kunjungan terhadap dinamika kehidupan bahari, kehidupan nelayan kegiatan *fishing*, membuat alat tangkap, pengolahan ikan, pemindangan atau ikan asin, pelelangan ikan, dan budidaya perikanan.2.Perlu diupayakan peningkatan kualitas perilaku wirausaha melalui pendidikan non formal bagi masyarakat pesisir dalam bentuk: pelatihan, kunjungan petugas, atau pelayanan konsultasi bisnis. 3.Perlu dilakukan kajian tentang model pemberdayaan masyarakat pesisir melalui usaha wisata bahari, sebagai upaya melanjutkan hasil penelitian yang berupa gambaran perilaku wirausaha dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.4.Perlu terbentuknya asosiasi (paguyuban) pedagang, penjual jasa di bidang wisata bahari pada lokasi pantai Sendangbiru sebagai wadah berkomunikasi masyarakat pesisir berkaitan dengan usahanya.5.Perlu ditambah petugas kebersihan di pantai Sendangbiru mengingat hanya 2 orang petugas kebersihan pada lokasi obyek wisata yang sangat luas sehingga lingkungan pantai masih kotor.6.Perlu diberi sarana angkutan yang melanjutkan perjalanan dari kecamatan Bantur sampai ke lokasi pantai, misalnya pada hari libur atau pada saat

diselenggarakan atraksi wisata.7.Pentingnya meningkatkan ekologi pariwisata dalam rangka menjaga keseimbangan lingkungan dan aspek kesejahteraan masyarakat dalam mengelola usaha wisata bahari yang dilakukan oleh masyarakat dalam kegiatan usaha wisata bahari .8.Perlunya kebijakan pemerintah berupa perundang-undangan tentang pengelolaan usaha wisata bahari yang berbasis pada kelestarian lingkungan pesisir dan kelautan.9.Perlunya menyatukan kegiatan perikanan dan pariwisata yang bersinergi, saling melengkapi dan tidak counter produktif menuju peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir. Sehingga perlu dilakukan penyusunan desain kebijakan dan desain riset selanjutnya berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini.

## 6. Daftar Rujukan

- Byrd, Mary Jane, 2010, *Entrepreneurial Behavior*, Irwin Mc Graw Hill, Singapore.
- Dahuri, Rohmin, J Rais, SP Ginting, MJ Sitepu, 2011, *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah pesisir dan Lautan Terpadu*, Jakarta, Pradnya Paramita.
- David E.Rye. 2015. *Tolls for Executives: The Vest Pocket Entrepreneur*. Terjemahan. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Depnaker RI. 2009. *Situasi Tenaga Kerja dan Kesempatan Kerja di Indonesia* (Suatu Tinjauan yang dilaksanakan pada tahun 1998). Jakarta.
- Instruksi Presiden RI No. 4 Th. 2015 tentang *Gerakan Nasional Memasyarakatkan*

- dan Membudayakan Kewirausahaan.* Jakarta.
- Kast, F.E dan J.E., Rosenzweig, 2015, *Organisasi dan Manajemen*, Jilid 1, Cetak ke-2, Di Indonesiakan oleh: Robert MZ Lawang, Jakarta, PT Gramedia.
- Lewaherilla, N., E., 2012, *Pariwisata Bahari: Pemanfaatan Potensi Wilayah Pesisir dan Lautan*, Makalah, Bogor.
- Malo, Manasse, Sri Trisnoningtyas, 2018, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PAU-Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia.
- Mathieson A., And G Wall., 2012 *Tourism, Economic and Social Impact.*, Singapore, Longman Scientific and Technical,
- Meredith et al., Geoffrey G.2016. *Kewirausahaan Teori dan Praktek.* Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Oka, A.Yoeti, 2016, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung, Angkasa.
- Pendit, S. Nyoman, 2017, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*, Jakarta.
- Perry, Geoff, Chris Batstone, Pussade Pulsarum. 2012. *"The Determinants of Retail SME Success in Thailand"*. Malang: Makalah International Seminar Graduates Studies Program UMM.
- Pramono, Djoko, 2011, *Strategi Penyiapan tenaga Profesional untuk Wisata Bahari*, Laporan Forum Wisata Bahari, Jakarta, Departemen Kelautan dan Perikanan.
- Salmun, J., 1989, *Pengantar Pariwisata sebagai Industri*, jakarta PT Sari Dewi.