

# Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari

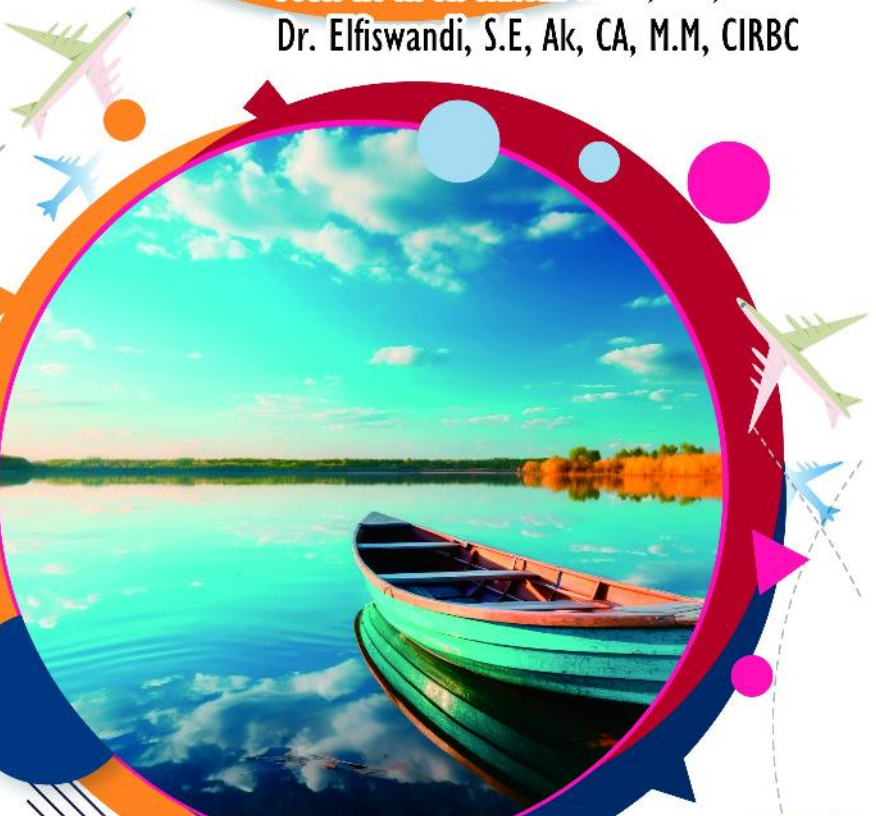
*Teori, Model dan Implementasi*

Penulis:

Dr. Marta Widian Sari, S.E., M.M.

Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.

Dr. Elfiswandi, S.E, Ak, CA, M.M, CIRBC



Editor: Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.

# TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI

## Teori, Model dan Implementasi

### **Penulis:**

Dr. Marta Widian Sari, S.E., M.M.  
Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.  
Dr. Elfiswandi, S.E, Ak, CA, M.M, CIRBC

### **Editor:**

Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.



### **Penerbit:**

**CV. Gita Lentera**

*One Step to Publish your Ideas*

# **TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI**

## **Teori, Model dan Implementasi**

### **Penulis:**

Dr. Marta Widian Sari, S.E., M.M.  
Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.  
Dr. Elfiswandi, S.E, Ak, CA, M.M, CIRBC

### **Editor:**

Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.

ISBN: 978-623-09-5397-2

### **Design Cover:**

Adnan M.H.

### **Layout:**

Septriani, S.S., M.A.

CV. Gita Lentera

Redaksi:

Perm. Permata hijau regency blok F/1 kelurahan Pisang kecamatan Pauh kota  
Padang, Sumatera Barat

<https://gitalentera.com> / [git4lenter4@gmail.com](mailto:git4lenter4@gmail.com)

Anggota IKAPI **042/SBA/2023**

All right reserved

Cetakan Pertama: September 2023

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin penerbit.

2023

# KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kita semua sehingga sampai saat ini kita masih diberi nikmat iman, nikmat Kesehatan dan kekuatan untuk hidup dan berkarya. Juga Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW, pemimpin dunia dan akhirat, idola setiap umat, pemimpin paling sukses dan telah menunjukkan jalan kebenaran kepada umatnya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari: Teori, Model, dan Implementasi”

Dalam buku ini, membahas berbagai aspek yang berkaitan dengan Kesejahteraan Masyarakat, Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari, Literasi Digital Pengembangan Pariwisata Bahari, Karakteristik Pengunjung Pariwisata, Model Peluang Usaha Pariwisata Bahari, Evaluasi Model Peluang Pariwisata Bahari, Model dan Implementasi Peluang Usaha Pariwisata Bahari.

Akhirnya dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan, maka semua saran dan komentar dari semua pihak dengan senang hati penulis terima. Penulis berharap buku ini akan menjadi sumber inspirasi dan panduan yang bermanfaat bagi para pemimpin, manajer, pegawai, dan semua mereka yang berkomitmen untuk meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari. Terima kasih atas minat Anda dalam pembacaan buku ini, dan semoga Anda menemukan wawasan yang berharga dalam perjalanan ini.

Padang, September 2023

Penulis

# SINOPSIS

Aktivitas pariwisata adalah industri yang bersifat dinamis dan tidak akan pernah habis, yang sewaktu-waktu akan mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan zaman. Pariwisata akan terus mengalami peningkatan seiring dengan kebutuhan wisatawan terutama di era digitalisasi saat ini. Oleh karena itu masyarakat pariwisata bahari Kota Padang harus mengedepankan perkembangan yang terjadi dalam industri pariwisata seperti mengikuti perkembangan digital sehingga obyek wisata tidak mengalami ketertinggalan dalam menghadapi persaingan dengan obyek wisata yang lainnya. Dari hal ini dapat menemukan peluang usaha baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta kreativitas yang tinggi dapat mengiringi perkembangan zaman yang ada di era globalisasi.

Buku ini mencoba memaparkan berbagai deskripsi terkait dengan pengertian Kesejahteraan Masyarakat, Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari, Literasi Digital Pengembangan Pariwisata Bahari, Karakteristik Pengunjung Pariwisata, Model Peluang Usaha Pariwisata Bahari, Evaluasi Model Peluang Pariwisata Bahari, Model dan Implementasi Peluang Usaha Pariwisata Bahari. Berbagai uraian tentang tersebut terangkum dalam sebuah buku dengan judul “Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari: Teori, Model, dan Implementasi”.

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>SINOPSIS</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat .....	1
1.2. Perkembangan Industri Pariwisata .....	2
<b>BAB II TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI</b> <b>5</b>	
2.1. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat .....	5
2.2. Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari.....	6
2.3. Masyarakat Pariwisata Bahari Kota Padang .....	13
<b>BAB III FAKTOR PENUNJANG TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI</b> .....	<b>25</b>
3.1. Peluang Usaha.....	25
3.2. Dukungan Keluarga .....	31
3.3. Aktivitas Pariwisata .....	36
3.4. Kreativitas .....	43
3.5. Literasi Digital.....	52
<b>BAB IV KARAKTERISTIK PENGUNJUNG PARIWISATA</b> .....	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Pariwisata Bahari .....	57
4.2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia .....	61
4.4. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan Utama .....	62
4.5. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	62
4.6. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tempat Tinggal.....	63
4.7. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status .....	64
4.8. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	64
4.9. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendapatan .....	65
<b>BAB V MODEL TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI</b> .....	<b>67</b>
5.1. Faktor Dukungan Keluarga.....	67
5.2. Faktor Aktivitas Pariwisata.....	69

5.3. Faktor Kreativitas .....	71
5.4. Faktor Literasi Digital.....	73
5.5. Faktor Peluang Usaha.....	75
5.6. Faktor Tingkat Kesejahteraan .....	77
5.7. Analisis Deskriptif Tingkat Capaian Responden (TCR) .....	79
<b>BAB VI EVALUASI TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT</b>	
<b>PARIWISATA BAHARI.....</b>	<b>88</b>
6.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	88
6.2. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	99
6.3. Validitas Diskriminan .....	100
6.4. Model Struktural (Inner Model).....	100
6.5. Pengaruh langsung dan tak langsung .....	103
<b>BAB VII IMPLEMENTASI TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT</b>	
<b>PARIWISATA BAHARI.....</b>	<b>107</b>
7.1. Dukungan Keluarga Terhadap Peluang Usaha.....	107
7.2. Aktivitas Pariwisata Terhadap Tingkat Kesejahteraan .....	108
7.3. Kreativitas Terhadap Tingkat Kesejahteraan.....	110
7.4. Literasi Digital Terhadap Tingkat Kesejahteraan .....	111
7.5. Dukungan Keluarga terhadap Tingkat Kesejahteraan .....	113
7.6. Pengaruh Aktivitas Pariwisata terhadap Tingkat Kesejahteraan	114
7.7. Pengaruh Kreativitas terhadap Tingkat Kesejahteraan .....	116
7.8. Pengaruh Literasi Digital terhadap Tingkat Kesejahteraan.....	117
7.9. Peluang Usaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan.....	119
7.10. Dukungan Keluarga Terhadap Tingkat Kesejahteraan	
Melalui Peluang Usaha.....	119
7.11. Aktivitas Pariwisata Terhadap Tingkat Kesejahteraan Yang	
Dimediasi oleh Peluang Usaha .....	120
7.12. Kreativitas terhadap Tingkat Kesejahteraan Yang Dimediasi	
oleh Peluang Usaha.....	121
7.13. Literasi Digital terhadap Tingkat Kesejahteraan	
Yang Dimediasi oleh Peluang Usaha .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>123</b>
<b>PROFIL PENULIS.....</b>	<b>146</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan sosial dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi kehidupan individu dan masyarakat yang sesuai dengan standar kelayakan hidup yang dipersepsi masyarakat (Parenrengi, Yunas, & Hilmiyah, 2020). Tingkat kelayakan hidup dipahami secara relatif oleh berbagai kalangan dan latar belakang budaya, mengingat tingkat kelayakan ditentukan oleh persepsi normatif suatu masyarakat atas kondisi sosial, material, dan psikologis tertentu. Menurut Undang-undang No. 11 Tahun 2009, tentang Kesejahteraan Masyarakat, kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Dari Undang-Undang di atas dapat kita cermati bahwa ukuran tingkat kesejahteraan dapat dinilai dari kemampuan seorang individu atau kelompok dalam usaha nya memenuhi kebutuhan material dan spiritual nya.

Kebutuhan material dapat kita hubungkan dengan pendapatan yang nanti akan mewujudkan kebutuhan akan pangan, sandang, papan dan kesehatan. Kemudian kebutuhan spiritual kita hubungkan dengan pendidikan, kemudian keamanan dan ketentaraman hidup. Secara umum, istilah kesejahteraan sosial sering diartikan sebagai kondisi sejahtera (konsepsi pertama), yaitu suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup, khususnya yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan dan perawatan kesehatan. Pengertian kesejahteraan sosial juga menunjuk pada segenap aktifitas pengorganisasian dan pendistribusian pelayanan sosial bagi kelompok masyarakat, terutama kelompok yang kurang beruntung (disadvantage



groups). Penyelenggaraan berbagai skema perlindungan social (social protection) baik yang bersifat formal maupun informal adalah contoh aktivitas kesejahteraan sosial (Pranowo & Hidayatulloh, 2015). Kesejahteraan sosial sebagai suatu keadaan yang dirumuskan pada Pasal 2 ayat 1 Undang-Undang Nomor 6 tahun 1974 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial yaitu: Kesejahteraan sosial ialah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial materiil maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap warga Negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai dengan Pancasila.

## **1.2. Perkembangan Industri Pariwisata**

Penting bagi industri pariwisata Indonesia untuk meningkatkan kontribusinya pada produk domestik bruto (PDB) karena hal ini akan memicu lebih banyak pendapatan devisa (karena setiap turis asing menghabiskan rata-rata antara 1.100 dollar AS sampai 1.200 dollar AS per kunjungan) dan juga menyediakan kesempatan kerja untuk masyarakat Indonesia (berdasarkan data terakhir dari Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran di negara ini mencapai 5,81% di Februari 2015).

Diperkirakan bahwa hampir 9% dari total angkatan kerja nasional dipekerjakan di sektor pariwisata. Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk kira-kira 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka ini dua kali lipat menjadi 8% dari PDB, sebuah target yang ambisius (mungkin terlalu ambisius) yang mengimplikasikan bahwa dalam waktu 4 tahun mendatang, jumlah pengunjung perlu ditingkatkan dua kali lipat menjadi kira-kira 20 juta. Dalam rangka mencapai target ini, Pemerintah akan

berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan dan kebersihan.

Industri pariwisata saat ini memiliki dimensi internasional yang menciptakan suatu dinamika dalam pertukaran perekonomian antar negara, termasuk Indonesia. Pariwisata ini adalah sektor unggulan di sebuah daerah yang memberikan kontribusi yang baik terhadap pendapatan nasional di Indonesia. Sektor pariwisata ini terhadap perekonomian nasional berkontribusi semakin besar. Ini dapat dilihat saat perekonomian nasional sedang menghadapi masa krisis global seperti tahun 1997, ketika penerimaan ekspor Indonesia turun drastis. Namun pariwisata berbeda yaitu mengalami suatu peningkatan dari 10% menjadi 17% dari jumlah total ekspor barang dan jasa di Indonesia. Hal ini sebagai penyumbang jumlah devisa terbesar dari peringkat 5 menjadi peringkat 4 dengan penghasilan sebesar 10 Miliar USD. Kontribusi ini secara langsung berpengaruh terhadap PDB yang mencapai 3,8% dan memperhitungkan efek penggandaannya, kontribusi pada pariwisata untuk PDB mencapai nilai sekitar 9%. Tenaga kerja pada sektor ini mencapai 10,18 juta orang atau 8,9% dari total jumlah pekerja yang merupakan sektor pencipta dari tenaga kerja terbesar keempat (Gilang Widagdyo, 2015). Hal ini menggambarkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata meningkat dengan adanya pariwisata yang berkembang pesat.

Perkembangan industri pariwisata ini menunjukkan suatu fenomena yang sangat menarik. Peluang bisnis yang ada pada industri pariwisata ini merupakan potensi ekonomi yang luar biasa. Kemudian (Anuvareepong, 2017) menyatakan dilihat dari tahun 2000 sektor pariwisata menjadi industri terbesar di dunia. Sebagai penyumbang ekonomi global dunia, sektor pariwisata tidak tertandingi karena mampu memperkerjakan 204 juta orang di seluruh dunia, atau nilainya 10,6% dari angkatan kerja global; menghasilkan 10,2% produk nasional bruto

dunia, dengan keluaran bruto mendekati US\$ 3,4 triliun, dengan pendapatan pajakterbesar mencapai jumlah US\$ 655 milyar; merupakan 10,9% dari semua belanja konsumsi, 10,7% dari semua investasi modal, dan 6,9% dari semua belanja pemerintah.

Pada tahun 2021 juga telah diberitakan oleh liputan6.com yang memberikan informasi bahwa Ketua Umum Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (BPP HIPMI) Mardani H. Maming mengatakan bahwa jumlah pengusaha di Indonesia hanya 3,4 persen. Dibandingkan Malaysia dan Singapura, Indonesia jauh tertinggal dari sisi jumlah pengusaha. Malaysia berada di level 5 persen dan Singapura 6 persen. Sedangkan, untuk menjadi suatu negara yang maju, dibutuhkan 12 persen pengusaha dari jumlah penduduk. Fenomena saat ini kita jauh ketinggalan dari negara tetangga yang jumlah penduduknya lebih kecil dari Indonesia," ujar Maming usai melantik pengurus BPD HIPMI Papua masa bakti 2021-2024.

# **BAB II**

## **TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI**

### **2.1. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat**

Menurut (Sukono, Riaman, Herawati, Saputra, & Hasbullah, 2021) masyarakat Bahari yaitu suatu masyarakat yang tinggal di wilayah pesisir dengan mata pencaharian utama adalah memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang terdapat di dalam lautan, baik itu berupa ikan, udang, rumput laut, kerang- kerangan, terumbu karang dan hasil kekayaan laut lainnya. Masyarakat Bahari memiliki karakteristik khusus yang membedakan mereka dari masyarakat lainnya, yaitu karakteristik yang terbentuk dari kehidupan di lautan yang sangat keras dan penuh dengan resiko, terutama resiko yang berasal dari faktor alam (Widyastini & Dharmawan, 2015).

Wilayah pesisir diketahui memiliki karakteristik yang unik dan memiliki keragaman potensi sumberdaya alam, baik hayati maupun non-hayati yang sangat tinggi. Oleh sebab itu, laju pertumbuhan jumlah masyarakat Bahari di Indonesia sangat pesat. Hal ini disebabkan, hasil perikanan laut merupakan sumberdaya yang besar. Namun banyak juga kendala yang dialami oleh para masyarakat Bahari, sehingga hasil tangkapan yang didapat hanya sedikit. Kondisi seperti ini yang mengakibatkan masyarakat Bahari menjadi miskin.

Peningkatan kesejahteraan masyarakat merupakan hakikat pembangunan nasional. Tingkat kesejahteraan masyarakat ini mencerminkan kualitas hidup dari sebuah keluarga (Djata, 2018). Keluarga dengan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi berarti memiliki kualitas hidup yang lebih baik, sehingga pada akhirnya keluarga tersebut mampu untuk menciptakan kondisi yang lebih baik untuk bisa

meningkatkan kesejahteraan mereka.

## **2.2. Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari**

Pertumbuhan ekonomi mengacu pada peningkatan dalam nilai output ekonomi suatu daerah dalam jangka waktu tertentu. Pertumbuhan ekonomi mencerminkan kesehatan dan perkembangan ekonomi suatu daerah, serta kemampuannya untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan penduduk, dan meningkatkan standar hidup masyarakat secara umum. Pertumbuhan ekonomi yang positif menunjukkan bahwa ekonomi sedang berkembang, sedangkan pertumbuhan negatif menunjukkan resesi atau kontraksi ekonomi. Pertumbuhan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah suatu proses di mana bisnis-bisnis yang termasuk dalam kategori UMKM mengalami peningkatan dalam berbagai aspek yang berdampak kepada ekonomi dan sosial pada lingkungan sekitarnya. Peluang usaha UMKM penting karena mereka memiliki peran signifikan dalam perekonomian suatu daerah.

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Pertumbuhan UMKM di sepuluh Provinsi dengan Pertumbuhan Tertinggi, Terlihat bahwa Sumatera Barat berada di peringkat enam. Hal ini menjadi perhatian peneliti terkait posisi Sumatera Barat dengan posisi UMKM saat ini yaitu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang banyak. Maka ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat di Sumatera Barat perlu di tingkatkan melalui peluang usaha di UMKM. Saat ini Sumatera Barat masih kalah dengan provinsi lain yaitu yang terdekat Provinsi Lampung.

Pada pertumbuhan ekonomi Sumatera Barat di Kawasan Sumatera terlihat masih tertinggal dari Sumatera Selatan, Riau, Jambi dan Sumatera Utara. Ini juga menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat di Sumatera Barat perlu di tingkatkan melalui peluang usaha. Terutama daerah Kota Padang yang memiliki daya tarik wisata yang

tinggi. Pariwisata akan dapat memberikan peluang bagi masyarakat menciptakan jenis usaha baru untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM yang nanti akan berdampak kepada pertumbuhan ekonomi masyarakat Sumatera Barat terutama kota Padang yang memiliki pariwisata Bahari yang sangat menarik dan mengagumkan.

Saat ini pola belanja yang berubah dan lebih mengarah ke model leisure economy membuka peluang bisnis di sektor industri pariwisata. Dampaknya bahkan secara lebih khusus terasa bagi industri pariwisata Indonesia yang memiliki banyak destinasi pariwisata dengan panorama mempesona. Terbukti pada tahun 2017, industri pariwisata di Indonesia mampu menarik 14 juta wisatawan mancanegara (wisman). Di mana tiap pengeluaran tiap wisman diperkirakan mencapai US\$1.000 per harinya.

Jumlah ini meningkat lebih dari 2 juta orang dibandingkan tahun sebelumnya. Bahkan dibandingkan tahun 2015, jumlah wisman meningkat hingga 3,86 juta kunjungan. Pada tahun 2015 industri pariwisata memang berkontribusi cukup signifikan bagi perekonomian negeri. Devisa sebesar US\$12,22 miliar disumbang dari industri yang satu ini. Nilai tersebut bahkan setara dengan 10% pendapatan domestik bruto Indonesia. Peluang bisnis industri pariwisata ini pun telah ditangkap mata oleh pemerintah, bahwa jumlah kunjungan wisatawan asing dan domestik hampir setiap tahun meningkat. Penurunan hanya terjadi pada tahun 2020 dengan kedatangan wisatawan asing dan domestik. Faktor terbesar yang mempengaruhi penurunan kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik pada tahun 2020 adalah invasi pandemi Covid-19 ke Indonesia pada awal tahun 2020.

Tentunya berdasarkan fenomena di atas, terlihat bahwa minat wisatawan untuk mengunjungi semua tempat wisata di Sumatera Barat yang memang memiliki objek wisata yang sangat menarik. Oleh karena itu pemerintah dan masyarakat harus bisa memacu pertumbuhan usaha di tengah peluang usaha besar yang ada di Sumatera Barat.

Indonesia kaya SDA yang sejatinya adalah bahan baku dalam membuka atau membuat usaha termasuk salah satunya pariwisata. Pariwisata ini dapat dipakai namun tidak akan pernah habis. Maka peluang usaha yang besar ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan pemerintah dalam meningkatkan pendapatan negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama usaha pariwisata yang nantinya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Sebagai pengelola urusan pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Sumatera Barat, Dinas Pariwisata bertanggung jawab atas urusan pariwisata sekaligus memberikan nilai ekonomi sehingga bisa berkembang menjadi salah satu daya tarik pariwisata daerah. Kompleksnya persoalan pariwisata dan semakin bertumbuhnya destinasi-destinasi wisata baru di Sumatera Barat memberikan tantangan kepada aparat dinas untuk bisa menjawab seluruh situasi tersebut sehingga bisa menjawab harapan masyarakat terhadap pariwisata Sumatera Barat.

Pariwisata dijadikan sebagai sektor pembangunan prioritas yang diharapkan bisa mendulang banyak devisa darinya. Oleh Presiden Joko Widodo, industri pariwisata bahkan kerap disebut sebagai leading sector perekonomian bangsa. Melihat perkembangan sektor industri pariwisata Indonesia, pemerintah pun memasang target bahwa industri strategis ini bisa menghasilkan devisa US\$24 miliar pada 2019 nanti. Angka tersebut bahkan melampaui devisa dari sektor migas, batu bara, maupun minyak kelapa sawit. Besarnya devisa yang dicanangkan diharapkan datang dari pengeluaran 20 juta wisman yang ditargetkan di tahun yang sama.

Menurut (Sedarmayanti, 2019) pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen. Pariwisata berkembang karena ada gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahui, menjelajah wilayah baru,

mencari perubahan suasana, dan untuk mendapat perjalanan baru. Dan (Mei, 2020) juga mengatakan produk pariwisata ialah merupakan suatu produk yang nyata, produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi. Sektor pariwisata merupakan cara untuk meningkatkan perekonomian masyarakat daerah tersebut, maupun secara keseluruhan Indonesia. Berbagai destinasi dari pariwisata di Indonesia selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, walaupun secara perbandingan berbeda terbalik dengan perekonomian Indonesia yang dinilai sedang kurang kondusif. saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi hampir kira-kira 4% dari total perekonomian seperti yang diutarakan oleh (Mahiroh, 2019) dalam penelitiannya.

Kesejahteraan merupakan sejumlah kepuasan yang diperoleh seseorang dari hasil mengkonsumsi pendapatan yang diterima, namun tingkatan dari kesejahteraan itu sendiri merupakan sesuatu yang bersifat relatif karena tergantung dari besarnya kepuasan yang diperoleh dari hasil mengkonsumsi pendapatan tersebut. Keterkaitan antara konsep kesejahteraan dan konsep kebutuhan adalah dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka seseorang sudah dinilai sejahtera, karena tingkat kebutuhan tersebut secara tidak langsung sejalan dengan indikator kesejahteraan (Saptanto, Kurniawan, Putri, & Tajerin, 2017) Semakin kecil pendapatan yang di hasilkan dari pekerjaan profesi maka bisa dikatakan profesi tersebut belum mencapai tingkat kesejahteraan yang baik. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat dapat menciptakan struktur masyarakat yang seimbang dan teratur dengan memberi kesempatan kepada semua masyarakat untuk membangun suatu kehidupan yang layak, adil dan makmur, (Supriyadi, 2018).

Tingkat kesejahteraan dapat didefinisikan sebagai kondisi agregat



dari kepuasan individu-individu. Pengertian dasar itu mengantarkan kepada pemahaman kompleks yang terbagi dalam dua arena perdebatan. Pertama adalah apa lingkup dari substansi kesejahteraan kedua adalah bagaimana intensitas substansi tersebut bisa direpresentasikan agregat. Kesejahteraan merupakan sejumlah kepuasan yang diperoleh seseorang dari hasil mengkonsumsi pendapatan yang diterima (Triyanti & Firdaus, 2016). Namun demikian tingkatan dari kesejahteraan itu sendiri merupakan sesuatu yang bersifat relatif karena tergantung dari besarnya kepuasan yang diperoleh dari hasil mengkonsumsi pendapatan tersebut. Menurut (Sulastri, 2020), Kesejahteraan adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial, material, maupun spiritual yang diliputi rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin yang memungkinkan setiap warga negara untuk mengadakan usaha-usaha pemenuhan kebutuhan jasmani, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, rumah tangga serta masyarakat.

Defenisi dukungan keluarga menurut (Zulfikar & Suryaningsih, 2018) ini yang dimaksud adalah bantuan yang dapat diberikan kepada anggota keluarga lain berupa barang, jasa, informasi dan nasihat yang mampu membuat penerima dukungan akan merasa disayang, dihargai, dan tenteram. Dukungan ini merupakan sikap, tindakan dan penerimaan keluarga terhadap anggota keluarga tersebut. Anggota keluarga memandang bahwa orang yang bersifat mendukung akan selalu siap memberi pertolongan dan bantuan yang diperlukan (Sunarti & Fitriani, 2010), (Sunarti, Praptiwi, & Muflikhati, 2011). Dukungan keluarga yang diterima salah satu anggota keluarga dari anggota keluarga yang lainnya dalam rangka menjalankan fungsi-fungsi yang terdapat dalam sebuah proses pencapaian yang diinginkan keluarga menuju kesejahteraan keluarga (M. L. Purba & Sucipto, 2019). Bentuk dukungan keluarga terhadap anggota keluarga adalah secara moral atau material. Adanya dukungan keluarga akan berdampak pada peningkatan

rasa percaya diri pada seseorang dalam menghadapi proses pola tingkah laku tersebut terkait dengan lingkungan yang mereka tempati dalam melakukan aktivitas.

Aktivitas pariwisata berasal dari kata Aktivitas adalah kegiatan, kerja atau salah satu kegiatan yang dilaksanakan dalam tiap bagian di dalam perusahaan. Sedangkan wisata adalah bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, bertamasya, dan piknik) (Sihombing & Nugroho, 2018). Menurut (Auliandri, 2017) aktivitas wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan, atau apa motivasi wisatawan datang ke destinasi, yaitu keberadaan mereka di sana dalam waktu setengah hari sampai berminggu-minggu. Aktivitas wisata digerakkan oleh adanya atraksi wisata, terutama yang unik seperti: pantai, taman, bangunan bersejarah, topografi khas, ciri khas budaya, peristiwa lokal unik, dan lain-lain. Aktivitas wisata adalah segala kegiatan yang dilakukan didalam maupun di luar atau di sekitar Daya Tarik Wisata. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan tersebut dapat berupa aktivitas wisata alam, aktivitas wisata petualangan, aktivitas wisata Rafting, aktivitas wisata budaya dan masih banyak lagi aktivitas lainnya menurut (Rizal, 2019). Aktivitas pariwisata juga sering dilakukan oleh wisatawan yang sedang berlibur di suatu daerah tujuan wisata. Aktivitas pariwisata ini dilakukan seiring dengan penyaluran hobby atau bakat seperti Sight Seeing, Shopping, Spa/Relaxation, Cooking Class, Dancing Class serta Attending Culture events. Untuk pemenuhan kebutuhan fisik demi terpenuhinya kepuasan serta kesehatan jasmani dan rokhani seperti Cycling, Tracking, Jogging, Walking in The Rice Field.

Definisi sederhana yang sering digunakan secara luas tentang kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Wujudnya adalah tindakan manusia. Melalui proses kreatif yang berlangsung dalam benak orang atau sekelompok orang, produk-produk kreatif tercipta. Produk itu sendiri sangat beragam, mulai dari penemuan mekanis, proses kimia baru, solusi baru atau pernyataan baru mengenai

sesuatu masalah. Kreativitas Menurut (Sucahyawati, 2019) adalah kemampuan seseorang untuk mencipta yang ditandai dengan orisinalitas dalam berekspresi yang bersifat imajinatif. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 2021) kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta, perihal berkreasi dan kekreatifan.

Literasi Digital merupakan kemampuan dasar secara teknis untuk menjalankan komputer serta internet, yang ditambah dengan memahami serta mampu berpikir kritis dan juga melakukan evaluasi pada media digital dan bisa merancang konten komunikasi (Rizaludin et al., 2020). Menurut (Burcori, 2018) Literasi Digital (Digital Literacy) yaitu suatu kemampuan yang berkaitan dengan penguasaan sumber dan perangkat digital. Mereka yang mampu mengejar dan menguasai perangkat – perangkat digital mutakhir dicitrakan sebagai pengggang dalam masa depan, dan sebaliknya yang tertinggal akan semakin sempit kesempatannya untuk meraih kemajuan. Dan juga menurut (Sintiawati, 2020) literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Usaha merupakan bentuk pekerjaan yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus agar mendapat keuntungan, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, didirikan dan berkedudukan disuatu tempat (Suwinardi, 2019). Industri pariwisata menjadi salah satu peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Apalagi bagi masyarakat yang tinggal di dekat tempat wisata, selain dapat menambah penghasilan, masyarakat juga bisa membuka lapangan pekerjaan dan menyerap banyak tenaga kerja dengan adanya usaha bisnis tersebut. Menurut (Suwarni, Sedyastuti, & Mirza, 2019) Peluang usaha adalah sebuah

proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang digunakan. Dan (Nurhayati, 2021) menurut Peluang usaha adalah sebuah resiko yang harus diambil dan dihadapi untuk mengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial. Dan secara geografi kota Padang terletak di pesisir pantai barat pulau Sumatra, dengan garis pantai sepanjang 84 km. Luas keseluruhan Kota Padang adalah 694,96 km<sup>2</sup>, dan lebih dari 60% dari luas tersebut, sekitar ± 434,63 km<sup>2</sup> merupakan daerah perbukitan yang ditutupi hutan lindung, sementara selebihnya merupakan daerah efektif perkotaan.

### **2.3. Masyarakat Pariwisata Bahari Kota Padang**

Perairan Kota Padang merupakan bagian dari Samudera Hindia memiliki karakteristik tipe pasang surut campuran yang didominasi tipe ganda dimana pada daerah ini terjadi 2 kali pasang dan 2 kali surut dalam sehari. Tipe ini dipengaruhi oleh kondisi kedalaman perairan atau geomorfologi pantai setempat. Luas wilayah perairan Kota Padang sekitar 720 km<sup>2</sup>, terdiri dari pantai sepanjang 84 km dan 19 pulau kecil. Pesisir pantai Kota Padang dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu pesisir landai di Padang Sarai–Batang Arau dan Labuhan Tarok–Teluk Kabung; dan pesisir curam dan sempit di Batang Arau–Labuhan Tarok, Teluk Kabung–Sungai Pisang–Pantai Padang. Pantai Kota Padang memanjang dari arah barat laut ke tenggara membentuk garis pantai yang relatif lurus, bagian Utara landai dan ke arah Selatan mempunyai gradasi perairan pantai yang curam. Kawasan Utara di daerah Padang Sarai garis isobath 15 m ditemui sampai 1kilometer ke arah laut sedangkan di bagian Selatan di Pantai Air Manis sampai kawasan Pulau Sironjong kedalaman mencapai 20–50 meter. Kota padang juga didominasi oleh jenis Wisata Bahari.

Wisata bahari ini merupakan salah satu wisata unggulan yang

dimiliki Indonesia. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan, Indonesia memiliki 20,87 Juta Ha kawasan konservasi perairan, pesisir, dan pulau-pulau kecil. Garis pantai Indonesia membentang 99.093 km dengan luas laut 3,257 Juta km<sup>2</sup>. Kekayaan maritim ini membuat wisata bahari di Indonesia tak diragukan lagi keindahan dan keunikannya. Wisata bahari Indonesia tersebar dari Sabang sampai Merauke. Ada banyak yang bisa dieksplor dalam wisata bahari Indonesia. Di wisata bahari ini terdapat 590 jenis karang, 2.057 ikan karang, 12 jenis lamun, 34 jenis mangrove, 1.512 jenis crustacean, 6 jenis penyu, 850 jenis sponge, 24 jenis mamalia Laut, dan 463 titik Kapal Tenggelam.

Kota Padang merupakan salah satu kota pariwisata. Kota yang berada di jalur pesisir barat Pulau Sumatera, yang saat ini sedang membenahi diri menjadi destinasi wisata yang berkelas, hal ini dikarenakan kota Padang memiliki wilayah pantai yang cantik yang dapat dikembangkan menjadi berbagai destinasi wisata bahari. Fenomena yang dapat dilihat secara administratif terdapat lima Kecamatan yang memiliki pantai di Kota Padang, yaitu Kecamatan Padang Selatan, Kecamatan Padang Barat, Kecamatan Koto Tengah, Kecamatan Lubuk Begalung, dan Kecamatan Bungus Teluk Kabung. Kota Padang memiliki karakteristik yang unik serta pesona bahari yang indah. Wisata bahari ini merupakan salah satu subsektor kepariwisataan dalam menghasilkan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan juga memberikan kontribusi positif terhadap penguatan positioning citra destinasi wisata suatu wilayah. Hal merupakan relevansi keunikan potensi wisata suatu daerah akan keberadaan potensi wisata bahari yang cenderung tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga memberikan peluang penting bagi suatu daerah untuk memperkuat citra destinasi wisata pada tingkat persaingan yang dihadapi.

Kota Padang memiliki tiga objek wisata unggulan menurut Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Jarak tempuh sangat mudah dijangkau oleh wisatawan. Dari tiga objek wisata unggulan ini, dapat

dilihat bahwa dua diantaranya adalah jenis objek wisata bahari dan satu objek wisata alam. Namun objek wisata alam ini juga menghadap ke laut/pantai padang dan kita dapat menikmati indahnya pantai dan kota padang dari ketinggian gunung padang. Ini menunjukkan bahwa objek wisata bahari menjadi objek wisata terbaik di kota padang untuk dikunjungi oleh wisatawan. Melihat dari fasilitas yang disediakan oleh Pemda sendiri yaitu seperti lokasi perdagangan, gerbang penjualan dan tempat berdagang ini memberikan kesempatan atau peluang masyarakat untuk bisa mengambil peluang usaha dilokasi tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan mereka dengan cara berdagang.

Hal ini menggambarkan bahwa ada sebelas objek wisata Kota Padang yang paling terbanyak jenis objeknya dari jenis objek wisata lain yang ada di Kota Padang yaitu jenis pantai atau wisata bahari. Begitu juga dengan fasilitas yang ada menunjukkan banyak peluang bagi masyarakat sekitar pariwisata bahari untuk bisa mengembangkan diri dalam mengambil peluang di saat aktivitas pariwisata yang banyak dilakukan wisatawan. Dari tiga objek wisata unggulan Kota Padang dan sebelas objek wisata Kota Padang jenis pantai atau wisata bahari menjadi fenomena lapangan yang diangkat untuk melihat bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang didukung oleh penelitian (Trukan Sri Bahukeling et al., 2019) yang mengatakan ada 13 alternatif strategi kebijakan pemanfaatan potensi pariwisata bahari melalui UKM dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di Pulau Pari dimana perbaikan tata ruang penempatan UKM di lokasi unggulan pariwisata adalah alternatif strategi yang paling prioritas.

Dengan adanya data objek wisata unggulan dan objek wisata bahari kota padang, penulis melakukan pra survey untuk melihat 14 objek wisata tersebut yang masuk kedalam rencana induk pembangunan kepariwisataan Provinsi Sumatera Barat tahun 2014-2025 mengatakan pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk

meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan. Berdasarkan data diatas yang menggambarkan juga sebuah *Research Gap* yaitu adanya kesenjangan yang saat ini masih ada pariwisata bahari yang tidak terkelola dengan baik seperti Pantai Sako di Kecamatan Bungus Teluk Kabung, yang saat ada permasalahan dalam pengelolaan bersama tempat wisata yaitu masyarakat dan pengelola tidak satu suara dalam mengembangkan daerah wisata tersebut. Yang kedua yaitu Pantai Pasie kandang di Kecamatan Koto Tangah yaitu pantainya belum memiliki aktivitas pariwisata yang menarik untuk di kunjungi. Ketiga Pantai Nirwana yang indah namun dengan keterbatasan pengetahuan dan kreativitas dari masyarakat untuk mengelola wisata bahari tersebut sehingga wisata tersebut sempat bermasalah dengan Satpol PP terkait memberikan fasilitas kepada pengunjung yang berbuat asusila. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat masih harus banyak berkolaborasi dari segi dukungan lingkungan keluarga terhadap kemauan untuk mengambil kesempatan dalam peluang usaha pariwisata bahari, memperbanyak pengetahuan dari aktivitas pariwisata yang saat ini diminati oleh wisatawan, mengembangkan kreativitas dan berkolaborasi dalam pengelolaan berbasis digital. Hal ini guna mewujudkan kesejahteraan dari masyarakat pariwisata bahari yang ada di Kota Padang.

Dapat kita lihat juga dari data angkutan udara yang disajikan meliputi jumlah penumpang yang berangkat baik penerbangan domestik maupun penerbangan internasional. Sedangkan data angkutan laut yang disajikan meliputi data muat dan bongkar barang yang dilaksanakan di Pelabuhan Teluk Bayur Padang, Pelabuhan Muaro Padang, dan Pelabuhan Air Bangis Pasaman Barat. Hal ini menunjukkan berkurangnya minat wisatawan yang datang mengunjungi ke Provinsi Sumatera Barat sebagaimana dapat kita lihat pada grafik jumlah wisatawan mengunjungi

ke Sumatera Barat mengalami penurunan pada setiap tahunnya dan jauh dari yang menjadi target pemerintah daerah pada umumnya.

Pada peraturan daerah provinsi Sumatera Barat nomor 1 tahun 2020 tentang penyelenggaraan pariwisata bahwa pembangunan pariwisata merupakan modal dasar untuk menciptakan kesadaran akan identitas nasional sekaligus merupakan kekayaan daerah yang dapat dikembangkan untuk pertumbuhan dan pemerataan perekonomian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah. Dan dalam peraturan daerah provinsi Sumatera Barat nomor 14 tahun 2019 tentang perubahan atas peraturan daerah nomor 3 tahun 2014 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi Sumatera Barat tahun 2014-2025 mengatakan pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan.

Pemberdayaan masyarakat ini harus diwujudkan dengan baik agar tujuan pemerintah yang sudah di susun dapat berjalan dengan baik di dalam masyarakat sebagai pengelola bisnis di daerah wisata. Kesadaran masyarakat yaitu pentingnya mereka meningkatkan kesejahteraan keluarga mereka dengan melihat peluang usaha atau bisnis yang ada pada daerah pariwisata tersebut. Ketika rasa ingin merubah kondisi kehidupan maka seseorang membutuhkan dukungan keluarga dalam mencapai hal yang di inginkan yang berhubungan dengan tingkat kesejahteraan. Dengan adanya kegiatan aktivitas pariwisata, maka dengan ini masyarakat bisa termotivasi dalam menggali kreativitas mereka secara individu ataupun kelompok demi memajukan kualitas hidup di era digital saat ini. Maka masyarakatpun harus bisa untuk menguasai literasi digital yang ada demi mendukung bagaimana mereka bisa melihat peluang dan menjalankan peluang tersebut guna mewujudkan kesejahteraan yang lebih baik dan maju.

Untuk wisata bahari sendiri pada empat belas Objek Wisata



Bahari dan Alam Kota Padang jika dilihat dari masyarakatnya adalah Mata pencaharian mayoritas masyarakat sebagai nelayan dan petani yang bergantung pada alam. Penangkapan ikan yang berlebihan dan semakin jauhnya lokasi penangkapan ikan menyebabkan berkurangnya pendapatan masyarakat di wilayah wisata bahari. Dan juga iklim dan musim di laut membuat mereka tidak mendapatkan penghasilan yang tetap untuk memenuhi kebutuhan yang besar. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan keberlangsungan hidup. Dari perbandingan pendapatan dengan kebutuhan akan menggambarkan bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat pada saat itu. Selain itu, (Emdad Haque et al., 2015) menambahkan bahwa masyarakat daerah pantai skala kecil di Brazil juga menghadapi tantangan, antara lain marjinalisasi oleh industri skala besar, lemahnya akses pasar. Begitu juga dengan masyarakat yang mata pencariannya sebagai petani seperti lading dan sawah yang pendapatan mereka berdasarkan panen musiman. Gangguan cuaca dan kondisi lainnya seperti hama pada tanaman membuat mereka tidak memiliki kepastian pendapatan. Terdapat juga pada penelitian (Priyanto, Toiba, & Hartono, 2021) yaitu perubahan iklim dianggap sebagai salah satu masalah lingkungan karena dapat menurunkan produktivitas dan pendapatan mereka.

Masyarakat pada wisata bahari yang ada dikota padang masih tergolong dengan pendapatan rendah. Bekerja sebagai penangkap ikan saja belum bisa memenuhi kebutuhan mereka. Dari letak geografis dan sumberdaya alam, diyakini bahwa para masyarakat pada wisata bahari dapat hidup layak dan sejahtera, namun dalam kenyataannya, tingkat kesejahteraan mereka masih relatif rendah. Harusnya mereka bisa maksimal memanfaatkan aktivitas pariwisata yang sudah ada untuk mengambil sebuah peluang usaha yang nantinya masyarakat tersebut saling mendukung dengan anggota keluarganya dalam mencari kreativitas dalam memunculkan usaha baru dari kreativitas dan teknologi

digital yang saat ini berkembang. Selain itu juga harus menjalankan Pokdarwis (kelompok Sadar Wisata) yang sudah di bentuk oleh Dinas Pariwisata Sumatera barat. Dari data pra survey didapatkan fenomena yang ada bahwa 65% pendapatan masyarakat pariwisata bahari kota padang pada kisaran Rp.1.500.000-Rp. 2.500.000. ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat masih rendah. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan yaitu bahwa masyarakat juga sebagai kepala keluarga atau menjadi tulang punggung keluarga, mereka harus memenuhi kebutuhan keluarga seperti kebutuhan sehari-hari, sekolah dan kebutuhan lainnya. Tuntutan keluarga ini yang membuat mereka harus melek terhadap peluang usaha yang sangat bagus pada pariwisata bahari kota padang ini. Dukungan keluarga dibutuhkan dalam mewujudkan sebuah kreativitas yang berharga.

Perluasan wilayah administrasi Kota Padang terjadi dengan menggabungkan 3 kecamatan dalam wilayah Kabupaten Padang Pariaman, yaitu sebelumnya memiliki kedekatan sosial budaya dengan Kota Padang atau yang lebih dikenal dengan sebutan Padang Luar Kota, yaitu Kecamatan Nanggalo, Koto Tangah, Kecamatan Pauh dan Kecamatan Bungus Teluk Kabung. Oleh karena itu luas wilayah dan alasan efektivitas pembangunan, ketiga kecamatan tersebut dijadikan 7 kecamatan. Pembentukan wilayah kecamatan baru mempertimbangkan struktur sosial budaya masyarakat dan kesatuan adat nagari agar tidak terpisahkan, maka wilayah administrasi kecamatan disesuaikan dengan kesatuan adat nagari yang sudah ada. Sedangkan tambahan 1 (satu) kecamatan lagi adalah Kecamatan Padang Utara yaitu berasal dari sebagian wilayah Nagari Koto Tangah dan sebagian wilayah Kecamatan Padang Barat lama. Batas - batas wilayah Kota Padang, adalah: Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Padang Pariaman, Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Solok, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Selatan, Sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Hindia.

Daerah efektif kota Padang termasuk sungai adalah 205,007 km<sup>2</sup> dan daerah bukit termasuk sungai adalah 486,209 km<sup>2</sup>. Kota Padang terdiri dari 11 kecamatan yaitu Bungus Teluk Kabung, Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, Padang Selatan, Padang Timur, Padang Barat, Padang Utara, Nanggalo, Kuranji, Pauh dan Koto Tangah dengan luas wilayah keseluruhan sejumlah 694,96 km<sup>2</sup>. Dengan kondisi morfologi tersebut menjadikan kota padang memiliki potensi alam dan potensi budaya yang bisa dikembangkan sebagai destinasi wisata disumatera barat. Potensi alam yang dimiliki seperti kondisi pantai yang indah, masyarakat yang ramah, kuliner dan potensi budaya yang dimiliki seperti museum Aditiawarman, jembatan Siti Nurbaya, dan lainnya. Namun Keberadaan pariwisata ini dapat menimbulkan dampak positif dan negatif dalam kehidupan masyarakat kota padang dalam hal ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan. Dari segi positifnya pariwisata berfungsi sebagai jalan keluar bagi persoalan kemiskinan, konservasi, pemberdayaan, dan lainnya. Namun hal ini perlu diperhatikan oleh semua pihak seperti pemerintah, stakeholder, masyarakat dan pemerhati lingkungan. Sehingga potensi yang ada ini dapat dikembangkan dan dampak negatif yang timbul akibat kegiatan pariwisata ini dapat diminimalisir. Oleh karena itu perlu adanya sebuah pengelolaan pariwisata yang baik yang berwawasan lingkungan Melalui pengelolaan wisata kota Padang sehingga bisa menjadi sector andalan dimasa datang.

Wisata Bahari di Padang adalah salah satu sajian istimewa yang wajib di nikmati saat berkunjung ke Sumatera Barat. Pesona pantainya, pasir putih, karang, dan ikan-ikan kecil menjadi hiburan yang tidak akan bisa kita lupakan. Pengalaman menjelajah dengan kapal dan bertemu dengan penduduk baru menjadi alasan yang tepat mengapa memilih tempat ini. Berbagai wisata bahari bisa untuk datang dan menikmati wisata kelas internasional.

Pantai Air Manis adalah wisata Padang Instagramable ini terletak di Kecamatan Padang Selatan, menyajikan kisah malin kundang yang

sangat terkenal. Walaupun, belum pasti kebenarannya. Namun, di tempat ini ada bebatuan yang mirip dengan manusia sedang sujud. Kita bisa menikmati berbagai macam aktivitas seperti bermain voli, membuat istana dari pasir, bermain ATV atau juga bisa berkunjung ke pulau pisang kecil dan pisang besar. Menuju ke objek wisata ini, bisa menggunakan kendaraan pribadi dengan sewa mobil di berbagai tempat persewaan yang sudah tersebar banyak di Kota Padang. Atau bisa menggunakan transportasi umum dengan menggunakan angkot, bus, atau ojek.

Gunung Padang adalah sebuah bukit kecil dengan ketinggian puncak sekitar 80 meter di atas permukaan laut yang letaknya berada di seberang selatan dari muara Batang Arau dan termasuk dalam wilayah Kecamatan Padang Selatan Kota Padang. Masyarakat Kota Padang menamainya Gunung Padang karena bukit ini bisa dikatakan tempat tertinggi di sekitar pusat Kota Padang. Gunung Padang adalah objek wisata dengan kombinasi antara panorama yang indah, legenda Siti Nurbaya, dan sepenggal sejarah masa pendudukan Jepang. Pemandangan di Gunung Padang memang indah. Dari puncak Gunung Padang ini sebagian wajah Kota Padang dapat dinikmati. Untuk menjangkau kawasan wisata ini, pengunjung harus melewati Jembatan Siti Nurbaya menyeberang ke jalan yang menuju pintu gerbang kawasan wisata Gunung Padang (jalan ini juga riute yang dilalui ke Pantai Air Manis. Sampai di gerbang, pengunjung hanya bisa naik dengan berjalan kaki setelah membeli tiket di loket tiket masuk. Oleh Pemerintah kota Padang, Gunung Padang masuk dalam kelompok wisata terpadu yang terintegrasi dengan Pantai Padang, Pantai Air Manis, Pelabuhan Muaro dan Kawasan Kota Tua.

Wisata pantai Padang atau yang biasa dikenal Taplau. Pantai padang menyuguhkan keindahan laut yang berlatar belakang perbukitan gunung Padang. Pantai ini berlokasi tak jauh dari pusat kota sehingga hanya perlu mengendarai sebentar untuk mencapai lokasi ini. Selain itu, ombaknya yang tenang membuat tempat ini selalu dikunjungi oleh

banyak orang. Untuk menunjang liburan akan disediakan berbagai macam fasilitas yang cukup lengkap. Anda juga dapat mengabadikan momen di monumen yang bertuliskan kota Padang.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Dari hasil wawancara dengan bapak Drs.Doni Hendra.MM sebagai Kabid Pengembangan Destinasi Pariwisata Sumbar, beliau mengatakan bahwa Kemajuan Pariwisata Harus Didukung Seluruh Elemen. Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di Indonesia tidak pernah bisa berjalan sendiri, perlu adanya kerja sama dalam pengembangan pariwisata. Pembangunan sumber daya manusia, sumber daya alam, infrastruktur, sosial dan budaya perlu dibangun antara pihak-pihak yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata. Konsep Pentahelix merupakan salah satu tawaran dari Kementerian Pariwisata terkait dengan pengembangan pariwisata di Indonesia. Tertuang dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia No 14 tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata yang berkelanjutan. Tujuannya untuk memastikan dan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan dan menciptakan pengalaman serta nilai manfaat pariwisata. Pihak-pihak yang dimaksud dalam Konsep Pentahelix adalah Bisnis yaitu yang dimaksud adalah semua pihak yang berkepentingan bekerja sama untuk mengembangkan bisnis melalui pariwisata.

Salah satu contohnya, PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan masih banyak lainnya bentuk bisnis yang berkaitan dengan pariwisata. kedua *Government* yaitu dalam hal ini ditujukan pada para pemangku kepentingan, Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, Daerah Kabupaten/Kota, Dinas Pariwisata, Kecamatan, dan Pemerintah Desa beserta masyarakat sebagai ujung tombaknya. Ketiga Komunitas yaitu pihak ketiga atau swasta yang punya tujuan membangun pariwisata Indonesia. Keempat Akademisi yaitu dianggap sebagai salah satu

stakeholder yang penting, sebagai konsultan pengembangan pariwisata. Berasal dari perguruan tinggi, dianggap mengetahui teori dan konsep ideal pembangunan pariwisata. Dan sebagai salah satu wujud pengabdian seorang akademisi perguruan tinggi, bermanfaat bagi masyarakat sekitar, khususnya desa. Dan yang kelima Media yaitu salah satu stakeholder yang penting, karena pembangunan pariwisata wajib dipublikasikan menjadi kabar berita dan disebar via media online (Samsiana et al., 2020), (Basry & Sari, 2018), (Saefuloh, 2020). Pemberitaan pembangunan pariwisata akan sangat cepat berdampak positif kepada masyarakat apabila menggandeng dan kerja sama dengan media massa sebagai publikasi kegiatan pariwisata atau menggunakan teknologi informasi serta digital platform untuk mendapatkan dan memberikan informasi. Disini masyarakat pariwisata bahari juga harus menguasai teknologi informasi atau teknologi digital agar dapat mendukung kualitas SDM masyarakat untuk bisa memiliki usaha baru dan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

Dari jabaran diatas merupakan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan yang digagas oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, sebagai salah satu acuan bagi daerah-daerah yang sedang mengembangkan wisata. Konsep tersebut diharapkan mampu memberikan dampak positif kepada masyarakat sekitar termasuk kehidupan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang di sekitar pantai atau daerah pesisir pantai yang saat ini sangat diminanti wisatanya oleh masyarakat lokal dan mancanegara. Seluruh pihak diharapkan bersatu dan melakukan kerjasama agar pariwisata yang dikembangkan mengalami kemajuan. Aktivitas pariwisata membawa perubahan di masyarakat, khususnya bagi masyarakat lokal wisata itu berada. Perubahan yang tampak terlihat yaitu dalam segi sosial dan ekonomi masyarakat, berupa solidaritas sosial, pergeseran pola pikir, peniruan, konsumerisme, dan konflik sosial. Sedangkan dalam segi ekonomi, tersedianya lapangan pekerjaan baru, penyerapan tenaga kerja, dan

pemanfaatan fasilitas lokal (Susilawati, 2016), (Dhalyana & Adiwibowo, 2013). Wisata bahari merupakan salah satu bagian dari sektor pariwisata yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan lokal masyarakat pariwisata bahari untuk bisa meningkatkan kesejahteraan mereka maupun pendapatan daerah serta membawa dampak positif terhadap penguatan citra destinasi wisata di suatu wilayah terutama wisata pesisir pantai. Wisata bahari juga membuat terciptanya jenis peluang kerja atau peluang usaha baru bagi masyarakat di wilayah Kawasan wisata.

*Novelty* nya adalah tatanan konsep yang perlu dilanjutkan. Variabel literasi digital yang nantinya berguna untuk pengetahuan masyarakat pariwisata bahari tentang wisata bahari di lingkungan mereka. Setelah mereka menguasai, mereka bisa terinspirasi untuk mengembangkan usaha yang berhubungan dengan pariwisata yang saat ini di minati oleh wisatawan. Dengan teknologi ini juga memudahkan mereka untuk mengembangkan bisnis yang mereka rancang demi meningkatkan tingkat kesejahteraan keluarga mereka. Dan mereka bisa menggunakan platform teknologi menjadi tempat yang paling utama dalam mempromosikan usaha dan wisata di daerah mereka tersebut. Maka berdasarkan fenomena disinyalir bahwa Tingkat kesejahteraan di pengaruhi oleh Dukungan Keluarga, Aktivitas Pariwisata, Kreativitas dan Literasi Digital.

# BAB III

## FAKTOR PENUNJANG TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI

### 3.1. Peluang Usaha

Menurut (Aima, 2021) Seorang wirausaha yang menjalankan bisnis dapat menemukan peluang bisnis dan kemudian membuat suatu rencana bisnis yang komprehensif untuk melakukan investasi pada peluang bisnis dengan faktor resiko yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis. Wirausaha dalam menjalankan bisnisnya perlu memperhatikan aspek- aspek bisnis yang meliputi: peran wirausaha yang handal, menemukan peluang bisnis, melakukan inovasi produk untuk berlangsungnya bisnis global yang berkelanjutan dan competitive.

Peluang usaha ialah kesempatan yang ada untuk bisa dimanfaatkan dalam memperoleh sebuah keuntungan bagi seorang wirausaha/wirausahawan. Banyak peluang yang disia-siakan sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihatpun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut. Hanya wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Adapun Menurut (Hasti Hasmira & Fitriani, 2019) peluang adalah suatu keadaan di setiap saat kehidupan kita sehari-hari, baik sejak bangun pagi hingga larut malam. Peluang dapat muncul dalam berbagai bentuk, tergantung cara kita melihatnya. Yang terpenting adalah bukan sekedar cara melihat atau memandang suatu hal, melainkan bagaimana sesuatu ketidaksempurnaan itu dapat berubah menjadi peluang yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasar. Menurut (Nasution, Iskandar, & Zahri, 2020) Peluang dan perencanaan adalah dua hal yang saling berkaitan, ketika suatu peluang muncul, hal selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan perencanaan. Perencanaan adalah yang paling mendasar dalam



membangun sebuah bisnis. Namun, membuat suatu bukanlah hal yang mudah. Sebagai bukti, kita bisa melihat banyak sekali perusahaan yang mengalami kegagalan karena kesalahan dalam membuka peluang dan juga kesalahan dalam pembuatan perencanaan yang tidak mengarah pada tujuan. Setiap hal dapat dimaknai sebagai peluang usaha. Namun, tidak semua peluang usaha baik bagi kita. Maka ada beberapa hal yang diperhatikan dalam mengambil sebuah peluang usaha. Pengertian peluang usaha menurut (Surya & Sulisty, 2019) Peluang usaha adalah sebuah resiko yang harus diambil dan dihadapi untuk mengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial. Menurut (Sánchez González, 2017) Peluang usaha adalah sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari. Selanjutnya (Chang, 2020) Peluang usaha adalah sebuah proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang digunakan.

Pendapat (Sotiriadis, 2017) bahwa peluang akan menjadi peluang yang prospektif bila mengandung unsure-unsur sebagai berikut: 1.Sedang dibutuhkan oleh pasar, 2.Memecahkan kesulitan atau masalah yang sedang dihadapi pasar, 3.Menyempurnakan yang sebelumnya, 4.Benar-benar beda dan memiliki nilai tambah, 5.Temuan yang orisinil (inovatif), 6.Memberi keuntungan yang nyata, 7.Ada unsur yang dibanggakan oleh pembeli 8.Dapat diwujudkan.

Menurut (Schmitt, Rosing, Zhang, & Leatherbee, 2018) konsep untuk memudahkan didalam menemukan dan menciptakan peluang cukup sederhana, yaitu: 1.Awali dengan melihat sesuatu dengan “teori ketidaksempurnaan”, bahwa apa yang dilihat adalah tidak sempurna. Oleh karena itu ada peluang untuk menyempurnakannya, 2.Gunakan inspirasi, bahwa peluang itu adalah: a.Merebut pasar dari pesaing (intersection), b.Menggantikan posisi yang ada dari pesaing (replacement), c.Mengisi kekosongan dari celah persaingan (filter), d.Menghancurkan market

leader (destroyer), e.Melengkapi ketidaksempurnaan pasar (compatible), 3.Setelah menemukan beberapa alternatif peluang, maka buatlah daftar peluang itu, 4.Memilih peluang yang berpotensi (maksimal 3), 5.Jadikan peluang yang pertama sebagai peluang yang paling berpotensi, 6.Buatlah suatu tulisan, sehingga kita dapat selalu melihatnya, 7.Tambahkan kata-kata yang dapat memotivasi, 8.Mulailah mengambil keputusan yang "smart" tanpa harus menjadi seorang risk taker, 9.Jangan takut untuk mencoba, 10.Ciptakanlah kesuksesan-kesuksesan kecil terlebih dahulu untuk meningkatkan rasa percaya diri dan terus berkreasi, berinovasi, dan bertahan.

Menurut (Lim, Koh, Hau, & Liew, 2019) ciri peluang usaha yang baik adalah:

1. Peluang itu orisinal dan tidak meniru

Orisinal merupakan sebuah peluang yang berasal dari pemikiran dan perhitungan kita sendiri, bukan hasil nekat akibat meniru peluang usaha orang lain. Contoh: kita ingin mendirikan usaha produk kreatif bangunan, yaitu pembuatan bata ringan, loster, dan pilar hanya karena kita ingin sukses seperti orang lain yang berkecimpung di dunia bisnis bangunan yang sama. Namun, karena perbedaan keahlian, kita tidak mampu menghitung tingkat risiko usaha. Kita hanya ikut-ikutan orang lain. Itulah yang membuat peluang usaha tersebut tidak baik untuk kita.

2. Peluang itu harus dapat mengantisipasi perubahan, persaingan, dan kebutuhan pasar di masa yang akan datang

Setiap peluang harus memiliki ketahanan akan perubahan zaman dan tidak terpaku pada satu tren semata. Contoh: pada saat ini, tren yang ada dalam dunia bangunan adalah pemakaian ukiran batu alam. Untuk itu, sebagai wirausaha yang bergelut dalam bidang produk kreatif bangunan harus siap dalam menganalisis tingkat kebutuhan pasar dan persyaratan baik itu teknis atau nonteknis dalam dunia bisnis bangunan tersebut.

3. Benar-benar sesuai dengan keinginan agar peluang bisa bertahan lama

Usaha yang sesuai dengan keinginan kita akan dilakukan dengan senang hati. Lain halnya dengan usaha yang tidak sesuai dengan

keinginan kita. Selain adanya celah dalam pengetahuan, usaha yang tidak kita inginkan akan dikerjakan secara setengah hati.

#### 4. Tingkat visibilitas (kelayakan usaha) benar-benar teruji untuk dilakukan riset dan trial

Usaha yang dilakukan benar-benar bisa menawarkan keuntungan sesuai dengan kebutuhan pasar dan sudah teruji aspek ketahanannya. Untuk itu, pengetahuan mengenai usaha yang akan kita akan geluti harus senantiasa kita asah. Kita harus mengetahui secara mandalam persyaratan, risiko, dan pangsa pasar usaha yang akan kita tekuni.

#### 5. Ada keyakinan untuk mewujudkannya

Setiap usaha harus dilandasi dengan keyakinan, karena masa depan akan selalu berubah-ubah. Sebagai contoh, mungkin zaman ini, pasar masih membutuhkan produk kreatif bangunan berupa lobster, atau angina-angin dari kayu. Namun kita tidak akan tahu apakah hal tersebut akan berlaku selamanya atau tidak. Untuk itu, kita harus yakin dalam melakukan usaha produk kreatif bangunan kita. Tanpa adanya keyakinan, kita tidak akan mampu menghadapi perubahan.

#### 6. Ada rasa senang dalam mewujudkannya

Semua usaha produk kreatif bangunan akan sia-sia apabila kita hanya setengah hati dalam melakukannya. Dengan melakukan dengan rasa senang, kita selalu bersemangat dalam mengembangkan usaha kita.

#### 7. Risiko Usaha

Risiko usaha merupakan informasi, kejadian, kerugian, atau pekerjaan yang terjadi sebagai akibat dari keputusan yang diambil dalam kehidupan sehari-hari. Risiko dapat bersifat pasti maupun tidak pasti. Kunci untuk mengetahui seberapa besar risiko yang akan kita hadapi adalah seberapa sempurna kita mendapatkan informasi, makin akurat pula kita mengetahui seberapa besar risikonya. Risiko dan peluang usaha berjalan beriringan. Layaknya jeli melihat peluang usaha, berani mengambil risiko adalah hal yang prinsip dan wajar dalam merelaisasikan potensi diri sebagai wirausaha. Para wirausahapada umumnya menyukai pengambilan risiko usaha karena ingin berhasil di dalam mengelola usaha

atau bisnisnya. Pengambilan risiko dalam hidup melibatkan suatu kendala akan peristiwa-peristiwa yang terjadi, perhatian akan masa depan dan keinginan hidup di masa sekarang.

Banyak orang beranggapan bahwa tidak semua orang dapat peka terhadap peluang. Ada beberapa orang yang dapat peka terhadap peluang, ada juga yang tidak. Namun anggapan tersebut tidaklah benar, karena kepekaan dalam mengenali peluang tergantung dari daya imajinasi seseorang yang membuatnya mampu melihat sesuatu dari sisi positif. Itulah bukti bahwa dengan merubah negative thinking menjadi positive thinking dapat memberikan peluang baru (bagaimana memanfaatkannya dan bukan membuangnya). Menurut (Nasip & Sudarmaji, 2017) ada dua format yang mungkin dilakukan seseorang dalam usahanya mengenali peluang, yaitu: •See – Do – Get, dimana seseorang yang melihat (see) peluang untuk dilaksanakan (do) menjadi bisnis (get) yang menguntungkan (profit / sukses) •Do – See - Get, dimana seseorang terlibat (do) dalam suatu bisnis, kemudian menemukan (see) peluang bisnis baru (get) yang menguntungkan.

Menurut (Yohana, 2015) dalam mengelola peluang dibutuhkan kelebihan seseorang dari sisi mental (berani bertindak), pengetahuan (melaksanakan jadi produk/ bisnis), dan adanya fasilitas pendukung (modal, peralatan dan sumberdaya lain). Banyak pengusaha di Indonesia yang pandai “mencari” peluang, tetapi gagal dalam pengembangan bisnisnya lebih lanjut. Bila berhasil mengembangkan, kemudian gagal untuk mempertahankannya. Tidak sedikit pula perusahaan yang hanya berumur pendek, mati muda atau bahkan pindah tangan ke orang lain. Hal tersebut tentunya sangat merugikan. Sikap pantang menyerah dan putus asa merupakan kunci sukses bagi para pengusaha yang sedang tidak dalam keadaan tersudut. Menurut mereka, kendala yang menghadang jalan bisnis hendaknya jangan dipandang sebagai penghalang. Namun sebaliknya, perlu dilihat sebagai ujian. Kegagalan awal akan menjadi rintangan pertama yang menghalangi dalam menempuh jenjang demi jenjang tangga sukses. Namun, dengan kerja keras dan semangat pantang

putus asa, tentunya rintangan yang menghadang jalan dapat dihadapi dengan mudah. Menurut (Trihudiyatmanto & Purwanto, 2018) ada beberapa tips dalam mengelola peluang: Memulai (perlu keberanian menghadapi risiko gagal) , Mengembangkan (perlu kekuatan pendorong menjadi lebih besar) dan Mempertahankan (daya tahan untuk tetap fit).

Menurut (Sularno & Jauhari, 2017) setelah menemukan, menciptakan, dan memulai memanfaatkan peluang tersebut, sebaiknya tidak berhenti pada titik itu saja. Namun, tingkatkanlah nilai tambahnya dengan cara:

1. Make it better than... (Membuatnya lebih baik) Tingkatkanlah kesempatan yang ada dan tambahkan “added value” dan fitur-fitur yang lebih baik
2. Make it “really different” (Membuat dengan cara yang sangat berbeda) Fungsi produk yang diciptakan boleh sama dengan yang lain, tetapi segala sesuatunya harus berbeda, baik dari segi positioning, packaging, persepsi, dan lain sebagainya
3. Better to innovate than meet too (Selalu melakukan inovasi dari pada menjiplak produk orang lain) Lebih baik berinovasi dari pada menjiplak produk orang lain. Namun, akan lebih tidak baik lagi jika tidak memanfaatkan peluang yang ada
4. Make your opportunity is unique (Membuat peluang yang unik) Membuat peluang bisnis menjadi benar-benar unik dan tidak ada duanya. Tidak hanya berbeda (different), melainkan harus memiliki ciri khas
5. Make your skill specialist (Membuat peluang menjadi hebat) Buatlah peluang menjadi peluang yang hebat karena kita memang spesialis dalam bidang tersebut, sehingga bisnis kita dapat menjadi “uncomparable”
6. Penemuan “tunggal” (original) Dalam hal ini perlu pendaftaran produk ke hak paten, HAKI, atau lainnya untuk memastikan originalitas hasil

Dimensi Peluang Usaha menurut (Costa, Santos, & Caetano, 2013) yaitu:

1. Peluang Berbasis Meniru (Imitation-based Opportunities)
2. Peluang Berbasis Alokatif (Allocative-based Opportunites)
3. Peluang Berbasis Penemuan (Discovery-based Opportunites)
4. Peluang Berbasis Penciptaan (Construction-based Opportunities)

Indikator Peluang Usaha menurut (Chong, Onga, Abdullah, & Choo, 2019) yaitu:

1. Kemampuan meniru ide bisnis yang sudah ada.
2. Melakukan inovasi dari ide bisnis orang lain
3. Memiliki pengetahuan tentang penawaran dan permintaan pasar.
4. Mampu melihat perubahan teknologi
5. Mampu melihat perubahan peraturan
6. Mampu melihat kondisi ekonomi
7. Mampu melihat kebutuhan konsumen

### **3.2. Dukungan Keluarga**

Keluarga adalah tempat pertama kita mengeluh dan mencurahkan isi hati. Karena itu dalam setiap keputusan seringkali kita akan melibatkan keluarga dan meminta pendapatnya akan hal ini. Sayangnya, banyak keluarga yang tidak memberikan dukungan kepada anggota keluarga untuk memulai karir sebagai pebisnis. Sebenarnya wajar saja kalau keluarga sedikit khawatir ketika anggota keluarganya ingin terjun dalam dunia bisnis. Dunia bisnis bukanlah dunia yang se friendly itu. Persaingan bisnis, permasalahan bisnis, ketidakstabilan pendapatan, hingga resiko kebangkrutan terus membayangi menurut (Irmawati, 2011). Namun, berbisnis bisa menjadi salah satu jalan kesuksesan besar. Bahkan orang-orang kaya di duniapun adalah seorang pengusaha. Dan ini penting bagi keluarga memberikan dukungan untuk anggota keluarganya dalam memulai sebuah bisnis.

Dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang melindungi seseorang dari efek stress yang buruk (Kamaryati & Malathum, 2020). Dukungan keluarga menurut (Yulita et al., 2020)

adalah sikap, tindakan penerimaan keluarga terhadap anggota keluarganya, berupa dukungan informasional, dukungan penilaian, dukungan instrumental dan dukungan emosional. Jadi dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang meliputi sikap, tindakan dan penerimaan terhadap anggota keluarga, sehingga anggota keluarga merasa ada yang memperhatikan. Dukungan keluarga yang diterima salah satu anggota keluarga dari anggota keluarga yang lainnya dalam rangka menjalankan fungsi-fungsi yang terdapat dalam sebuah keluarga.

Bentuk dukungan keluarga terhadap anggota keluarga adalah secara moral atau material. Pada hakekatnya keluarga diharapkan mampu berfungsi untuk mewujudkan proses pengembangan timbal balik rasa cinta dan kasih sayang antara anggota keluarga, antar kerabat, serta antar generasi yang merupakan dasar keluarga yang harmonis (Rote, Angel, & Hinton, 2019). Hubungan kasih sayang dalam keluarga merupakan suatu rumah tangga yang bahagia. Dalam kehidupan yang diwarnai oleh rasa kasih sayang maka semua pihak dituntut agar memiliki tanggung jawab, pengorbanan, saling tolong menolong, kejujuran, saling mempercayai, saling membina pengertian dan damai dalam rumah tangga (Xu, Kellermanns, Jin, & Xi, 2020). Dukungan keluarga didefinisikan sebagai informasi verbal atau non verbal, saran, bantuan yang nyata atau tingkah laku yang diberikan oleh orang-orang yang akrab dengan subjek di dalam lingkungannya atau yang berupa kehadiran dan hal-hal yang dapat memberikan keuntungan emosional dan berpengaruh pada tingkahlaku penerimanya. Dalam hal ini orang yang merasa memperoleh dukungan secara emosional merasa lega karena diperhatikan, mendapat saran atau kesan yang menyenangkan pada dirinya (Diapati, 2019). Dukungan keluarga adalah sebuah proses yang terjadi sepanjang masa kehidupan, sifat dan jenis dukungan berbeda dalam berbagai tahap-tahap siklus kehidupan. Dukungan keluarga dapat berupa dukungan sosial internal, seperti dukungan dari

suami, istri atau dukungan dari saudara kandung dan dapat juga berupa dukungan keluarga eksternal bagi keluarga inti. Dukungan keluarga membuat keluarga mampu berfungsi dengan berbagai kepandaian dan akal. Sebagai akibatnya, hal ini meningkatkan kesehatan dan adaptasi keluarga (Saefullah, Giyasih, & Setiyawati, 2019).

Fungsi keluarga yaitu:

a. Fungsi afektif

Gambaran diri anggota keluarga, perasaan memiliki dan dimiliki dalam keluarga, dukungan keluarga terhadap anggota keluarga lain, saling menghargai dan kehangatan di dalam keluarga.

b. Fungsi sosialisasi

Interaksi atau hubungan dalam keluarga, bagaimana keluarga belajar disiplin, norma, budaya dan perilaku.

c. Fungsi kesehatan

Sejauh mana keluarga menyediakan pangan, perlindungan dan merawat anggota yang sakit, sejauhmana pengetahuan tentang masalah kesehatan, kemampuan keluarga untuk melakukan 5 tugas kesehatan dalam keluarga serta kemauan keluarga untuk mengatasi masalah kesehatan yang sedang dihadapi.

d. Fungsi ekonomi

Keluarga memenuhi kebutuhan sandang, pangan, papan. Keluarga memanfaatkan sumber yang ada di masyarakat dalam upaya peningkatan status kesehatan keluarga. Hal yang menjadi pendukung keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang sehat, fasilitas-fasilitas yang dimiliki keluarga untuk menunjang kesehatan. Fasilitas mencakup fasilitas fisik, fasilitas psikologis atau dukungan dari masyarakat setempat.

Jenis dukungan sosial keluarga (Aminah, -, Lubis, & Susanto, 2015) menjelaskan bahwa keluarga memiliki beberapa jenis dukungan yaitu:

a. Dukungan informasional

Keluarga berfungsi sebagai sebuah kolektor dan diseminator



(penyebarnya) informasi tentang dunia. Menjelaskan tentang pemberian saran, sugesti, informasi yang dapat digunakan mengungkapkan suatu masalah. Manfaat dari dukungan ini adalah dapat menekan munculnya suatu stressor karena informasi yang diberikan dapat menyumbangkan aksi sugesti yang khusus pada individu. Aspek-aspek dalam dukungan ini adalah nasehat, usulan, saran, petunjuk dan pemberian informasi.

b. Dukungan penilaian

Keluarga bertindak sebagai sebuah bimbingan umpan balik, membimbing dan menengahi pemecahan masalah, sebagai sumber dan validator identitas anggota keluarga diantaranya memberikan support, penghargaan, perhatian.

c. Dukungan instrumental

Keluarga merupakan sebuah sumber pertolongan praktis dan konkrit, diantaranya: kesehatan penderita dalam hal kebutuhan makan dan minum, istirahat, terhindarnya penderita dari kelelahan.

d. Dukungan emosional

Keluarga sebagai tempat yang aman dan damai untuk istirahat dan pemulihan serta membantu penguasaan terhadap emosi. Aspek-aspek dari dukungan emosional meliputi dukungan yang diwujudkan dalam bentuk afeksi, adanya kepercayaan, perhatian, mendengarkan dan didengarkan.

Sumber dukungan keluarga Dukungan sosial keluarga mengacu kepada dukungan sosial yang dipandang oleh keluarga sebagai sesuatu yang dapat diakses atau diadakan untuk keluarga (dukungan sosial bisa atau tidak digunakan, tetapi anggota keluarga memandang bahwa orang yang bersifat mendukung selalu siap memberikan pertolongan dan bantuan jika diperlukan). Dukungan sosial keluarga dapat berupa dukungan sosial keluarga internal, seperti dukungan dari suami atau istri serta dukungan dari saudara kandung atau dukungan sosial keluarga eksternal (Setiawan et al., 2017).

Manfaat dukungan keluarga Dukungan sosial keluarga adalah

sebuah proses yang terjadi sepanjang masa kehidupan, sifat dan jenis dukungan sosial berbeda-beda dalam berbagai tahap-tahap siklus kehidupan. Namun demikian, dalam semua tahap siklus kehidupan, dukungan sosial keluarga membuat keluarga mampu berfungsi dengan berbagai kepandaian dan akal. Sebagai akibatnya, hal ini meningkatkan kesehatan dan adaptasi keluarga (Rahmat, Komariah, & Setiawan, 2019). Menyimpulkan bahwa baik efek-efek penyangga (dukungan sosial menahan efek-efek negatif dari stres terhadap kesehatan) dan efek-efek utama (dukungan sosial secara langsung mempengaruhi akibat-akibat dari kesehatan) pun ditemukan. Sesungguhnya efek-efek penyangga dan utama dari dukungan sosial terhadap kesehatan dan kesejahteraan boleh jadi berfungsi bersamaan. Secara lebih spesifik, keberadaan dukungan sosial yang adekuat terbukti berhubungan dengan menurunnya mortalitas, lebih mudah sembuh dari sakit dan dikalangan kaum tua, fungsi kognitif, fisik dan kesehatan emosi (Fardiawati et. all 2020). Faktor yang mempengaruhi dukungan keluarga Menurut (Herawati & Herlambang, 2019), ada bukti kuat dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa keluarga besar dan keluarga kecil secara kualitatif menggambarkan pengalaman-pengalaman perkembangan. Anak-anak yang berasal dari keluarga kecil menerima lebih banyak perhatian dari pada anak-anak dari keluarga yang besar. Selain itu, dukungan yang diberikan orangtua (khususnya ibu) juga dipengaruhi oleh usia. Menurut (Hanum & Safuridar, 2018), ibu yang masih muda cenderung untuk lebih tidak bisa merasakan atau mengenali kebutuhan anaknya dan juga lebih egosentris dibandingkan ibu-ibu yang lebih tua. Faktor-faktor yang mempengaruhi dukungan keluarga lainnya adalah kelas sosial ekonomi orangtua. Kelas sosial ekonomi disini meliputi tingkat pendapatan atau pekerjaan orang tua dan tingkat pendidikan. Dalam keluarga kelas menengah, suatu hubungan yang lebih demokratis dan adil mungkin ada, sementara dalam keluarga kelas bawah, hubungan yang ada lebih otoritas atau otokrasi. Selain itu orang tua dengan kelas sosial menengah

mempunyai tingkat dukungan, afeksi dan keterlibatan yang lebih tinggi daripada orang tua dengan kelas sosial bawah.

Dalam penelitian (Ginting & Brahmana, 2019) dukungan keluarga terbagi menjadi empat dimensi yaitu:

1. Dimensi Facilitative
2. Dimensi Participative
3. Dimensi Empathetic
4. Dimensi Encouragement

Masing-masing dimensi ini penting dipahami bagi individu yang ingin memberikan dukungan keluarga karena menyangkut persepsi tentang keberadaan dan ketepatan dukungan keluarga bagi seseorang. Dukungan keluarga bukan sekedar memberikan bantuan, tetapi bagaimana cara persepsi penerima terhadap makna bantuan tersebut.

Adapun indikator dari tingkat kesejahteraan masyarakat diantaranya adalah sebagai berikut: (Ginting & Brahmana, 2019)

- a. Dukungan instrumental
- b. Dukungan informasional
- c. Dukungan emosional
- d. Dukungan penilaian/ penghargaan

### **3.3. Aktivitas Pariwisata**

Aktivitas pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang berperan dalam proses pengembangan wilayah dan memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah menurut (Lestari, 2016). Pariwisata berkembang menjadi sektor yang menjanjikan dan memberikan efek nilai manfaat kepada banyak pihak dari pemerintah, masyarakat, ataupun swasta (N. Khotimah, 2017).

Aktivitas wisata adalah segala kegiatan yang dilakukan didalam maupun di luar atau di sekitar Daya Tarik Wisata (Nurmailis & Suyuthie, 2021). Aktivitas- aktivitas yang dilakukan tersebut dapat berupa aktivitas wisata alam, aktivitas wisata petualangan, aktivitas wisata Rafting,

aktivitas wisata budaya dan masih banyak lagi aktivitas lainnya. Aktivitas pariwisata juga sering dilakukan oleh wisatawan yang sedang berlibur di suatu daerah tujuan wisata. Aktivitas pariwisata ini dilakukan seiring dengan penyaluran hobby atau bakat seperti Sight Seeing, Shopping, Spa/Relaxation, Cooking Class, Dancing Class serta Attending Culture events. Untuk pemenuhan kebutuhan fisik demi terpenuhinya kepuasan serta kesehatan jasmani dan rokhani seperti Cycling, Tracking, Jogging, Walking in The Rice Field.

Dengan adanya beragam aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan mancanegara yang berlibur di sana memungkinkan wisatawan tersebut akan tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata tersebut. Dengan tinggalnya mereka lebih lama dengan sendirinya uang yang mereka belanjakan disana lebih banyak, sehingga ini juga membawa keuntungan bagi daerah tujuan wisata tersebut untuk meraup dollar yang lebih banyak dan dengan sendirinya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat apabila segenap lapisan masyarakat dapat ikut ambil bagian dalam peluang tersebut sesuai dengan keterampilan yang dimiliki (Hikmania, 2019). Aktivitas ini merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Jika dikaitkan dengan teori motivasi yang disampaikan oleh Cooper maka aktivitas yang dilakukan terkait dengan tiga motivasi yaitu: physical motivation, interpersonal motivation dan status and prestige motivation (Damara, Yusup, & Anwar, 2014) .

Definisi pariwisata berkelanjutan menurut World Tourism Organization (U. P. Patrick, 2018) menunjukkan dari adanya keserasian antara kebutuhan ekonomi, sosial, dan di satu pihak mempertahankan integritas budaya, proses ekologi essensial, keanekaragaman hayati, dan sistem penunjang kebutuhan pada lain pihak.

Prinsip kepariwisataan berkelanjutan menurut WTO dalam (V. Patrick, 2019) dapat dijabarkan berikut:

1. Sumber daya alam, historis, budaya, dan lain-lain untuk kepariwisataan dikonservasi untuk pemanfaatan berkesinambungan

di masa depan, dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekarang.

2. Pengembangan kepariwisataan direncanakan dan hestanto.web.id dikelola sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan masalah lingkungan dan sosio kultural yang serius di wilayah wisata.
3. Kualitas lingkungan yang menyeluruh di wilayah wisata dipelihara dan ditingkatkan dimana diperlukan.
4. Kepuasan wisatawan yang tinggi dipertahankan sehingga daerah tujuan wisata akan tetap memiliki daya jual dan popularitasnya.
5. Manfaat dari kepariwisataan tersebar luas di seluruh masyarakat.

Pariwisata harus didasarkan pada kriteria keberlanjutan yang artinya bahwa pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi, adil, secara etika dan sosial masyarakat (Wibowo, Kaskoyo, & Damai, 2019).

Pengertian pariwisata menurut (K. Khotimah & Wilopo, 2017), pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Menurut (Suryana & Utomo, 2020), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh (Musaddad et. all 2019).

Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "reavel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata "pariwisata" dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain yang dalam bahasa Inggris didebut juga

dengan istilah “Tour” Menurut Mill dan Morisson (1985). Pariwisata sangat penting untuk di perhatikan bagaimana mengelola dengan baik agar pariwisata diminati oleh masyarakat.

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang juga disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Menurut (Setianingsih, Amdani, & Utriso, 2018), daerah tujuan wisata harus memiliki hal menarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

Destinasi pariwisata harus memenuhi tiga syarat, yaitu:

- 1) Harus memiliki something to see, yaitu di tempat tersebut harus ada obyek dan atraksi wisata khusus, yang berbeda dengan apa yang dimiliki daerah lain untuk dilihat.
- 2) Harus menyediakan something to do, yaitu di tempat tersebut harus disediakan fasilitas untuk melakukan kegiatan rekreasi yang dapat membuat nyaman wisatawan
- 3) Harus menyediakan something to buy, yaitu tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama oleh-oleh dan barang kerajinan khas yang dapat dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

Menurut (Telles, Reddy, & Nagendra, 2019), ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- 1) Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ketempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- 2) Wisata kesehatan, yaitu perjalanan wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia

tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.

- 3) Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
- 4) Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pecan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- 5) Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-prang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakanpeninjauan atau penelitian.
- 6) Wisata bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
- 7) Wisata cagar alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ketempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pengunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- 8) Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perlanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan Kualitas objek daya tarik wisata merupakan hal yang penting dalam pariwisata.

Mutu objek daya tarik wisata yang baik akan berdampak positif pada besaran jumlah wisatawan dan lama tinggal disuatu destinasi wisata. Di dalam hal ini persepsi wisatawanlah yang menjadi tolak ukur untuk melihat tingkat mutu objek daya tarik wisata tersebut.

(Kirom, Sudarmiatin, & Putra, 2016) berpendapat bahwa suatu objek wisata harus meliputi limaunsur penting agar wisatawan merasa

puas dalam menikmati perjalanannya, yaitu sebagai berikut.

- 1) Atraksi Atraksi adalah pusat dari industri pariwisata. Atraksi merupakan sesuatu yang mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya para wisatawan tertarik pada suatu lokasi karena ciri-ciri khas tertentu. Kriteria ini dapat diuraikan menjadi beberapa indikator sebagai berikut. a. Memiliki daya tarik wisata khususnya daya tarik wisata budaya b. Memiliki setidaknya lebih dari satu atraksi yang memanfaatkan dan menjunjung tinggi budaya local.
- 2) Fasilitas Unsur fasilitas cenderung berorientasi pada atraksi disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung dan bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Suatu atraksi juga dapat merupakan fasilitas. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan.

Menurut (Fanggidae & R. Bere, 2020), fasilitas merupakan fasilitas pelayanan dan sarana prasarana penunjang pariwisata yang nantinya akan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata di suatu tempat. Dalam karakteristik ini, fasilitas yang dimaksud meliputi fasilitas dasar dan penunjang kegiatan wisata. Kriteria ini dapat diuraikan menjadi beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Memiliki fasilitas penginapan atau akomodasi setidaknya di sekitar lokasi kampung wisata
- b) Memiliki fasilitas perbelanjaan baik di dalam maupun di sekitar lokasi kampung wisata
- c) Memiliki fasilitas tempat makan setidaknya di sekitar lokasi kampung wisata
- d) Memiliki fasilitas dasar pariwisata (meliputi ruang publik, informasi, peribadatan, keamanan, sanitasi, dll) dan fasilitas



penunjang pariwisata yang dapat mendukung pengembangan dan pensuasanaan objek daya tarik wisata (area pertunjukkan kesenian, panggung kesenian, bangku penonton, dll.)

- e) Terdapat perbaikan atau pembangunan fasilitas penunjang kegiatan wisata
- 3) Infrastruktur Unsur Atraksi dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah jika belum terdapat infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau daerah.
- 4) Transportasi Unsur transportasi meliputi unsur pengangkutan serta moda bagi wisatawan untuk mencapai tempat wisata
- 5) Keramahan (Hospitality) Unsur keramahan meliputi unsur penerimaan masyarakat lokal terhadap wisatawan. Wisatawan yang sedang berada dalam lingkungan yang belum mereka kenal maka kepastian akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing. (Bajracharya, 2021) menyatakan bahwa pada hakekatnya pariwisata berkelanjutan harus melihat tiga dimensi yaitu:
  1. Dimensi Lingkungan
  2. Dimensi Ekonomi
  3. Dimensi Sosial

Menurut World Tourism Organization (WTO) mengembangkan indikator untuk pembangunan atau pengembangan pariwisata berkelanjutan yang merupakan bukti komitmennya untuk mendukung Agenda 21, sebagai kelanjutan dari disusunnya Agenda 21. Indikator yang dapat dipakai untuk mengukur tingkat keberlanjutan suatu destinasi wisata adalah: (U. P. Patrick, 2018)

- a. Kesejahteraan (well being) masyarakat tuan rumah
- b. Terlindunginya asset-aset budaya
- c. Partisipasi masyarakat
- d. Jaminan kesehatan dan keselamatan

- e. Manfaat ekonomi
- f. Perlindungan terhadap aset alami
- g. Pengelolaan sumber daya alam yang langka
- h. Pembatasan dampak dan,
- i. Perencanaan dan pengendalian pembangunan

### **3.4. Kreativitas**

Basis utama bagi munculnya kreativitas adalah penggunaan pengetahuan yang telah ada secara imajinatif (kreatif) untuk menghasilkan suatu produk yang baru, tak biasa, dan bermanfaat menurut (Trihudyatmanto, 2019). Penafsiran suatu masalah dengan cara yang baru dan berbeda (restructuring) dan terciptanya proses inkubasi merupakan basis tambahan bagi munculnya kreativitas.

Kreativitas mempunyai definisi yang banyak sekali. Definisi kreativitas juga bergantung pada dasar teori yang menjadi acuan para pakar. (Himawan & Pratitis, 2020) mendefinisikan kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Menurut (Natalia & Rodhiah, 2019) mendefinisikan kreativitas sebagai berikut: Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk, atau gagasan apa saja yang pada dasarnya baru, dan sebelumnya tidak dikenal pembuatnya. Ia dapat berupa kegiatan imajinatif atau sintesis pemikiran yang hasilnya bukan hanya perangkuman. Ia mungkin mencakup pembentukan pola baru dan gabungan informasi yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya dan pencangkokan hubungan lama ke situasi baru dan mungkin mencakup pembentukan korelasi baru. Ia harus mempunyai maksud atau tujuan yang ditentukan, bukan fantasi semata, walaupun merupakan hasil yang sempurna dan lengkap. Ia mungkin dapat membentuk produk seni, kesusastraan, produk ilmiah, atau mungkin bersifat prosedural atau metodologis. Guilford dalam (Mohammad Ali; Mohammad Asrori., 2010) menyatakan bahwa kreativitas mengacu pada kemampuan yang menandai ciri-ciri seorang

kreatif. Lebih lanjut Guilford mengemukakan dua caraberpikir, yaitu cara berpikir konvergen dan divergen. Cara berpikir konvergen adalah cara-cara individu dalam memikirkan sesuatu dengan berpandangan bahwa hanya ada satu jawaban yang benar. Sedangkan cara berpikir divergen adalah kemampuan individu yang mencari berbagai alternatif jawaban terhadap persoalan. Dalam kaitannya dengan kreativitas, Guilford menekankan bahwa orang-orang kreatif lebih banyak memiliki cara-cara berpikir divergen daripada kovergen. (Runco, 2016) memberi definisi kreativitas sebagai suatu aktivitas kognitif yang menghasilkan suatu pandangan yang baru mengenai suatu bentuk permasalahan dan tidak dibatasi pada hasil yang pragmatis (selalu dipandang menurut penggunaannya).Sedangkan Torrance dalam (Henriksen, Richardson, & Shack, 2020) mendefinisikan kreativitas sebagai proses kemampuan memahami kesenjangan-kesenjangan atau hambatan-hambatan dalam hidupnya, merumuskan hipotesis-hipotesis baru, dan mengkomunikasikan hasil-hasilnya, serta sedapat mungkin memodifikasi dan menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan. (Benedek, Jauk, Sommer, Arendasy, & Neubauer, 2014) mendefinisikan kreativitas sebagai suatu proses yang tercermin dari kelancaran, fleksibilitas, dan orisinalitas dalam berpikir. Rhodes dalam (Munandar, Teguh Aris; Darmawan, 2020) menyatakan bahwa definisi kreativitas dapat ditinjau dari empat aspek atau biasa disebut dengan istilah “Four P’s of Creativity: Person, Process, Press, and Product”, yaitu:

- a. Pribadi (Person): tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya
- b. Proses (Process): langkah-langkah proses kreatif menurut Wallas yang banyak diterapkan dalam Pengembangan kreativitas, meliputi tahap persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi.
- c. Produk (Product): kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan/menciptakan sesuatu yang baru.
- d. Pendorong (Press): menekankan faktor “press” atau dorongan, baik

dorongan internal, berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif; maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis.

Kebanyakan definisi kreativitas berfokus pada salah satu dari empat P ini atau kombinasinya. Keempat P ini saling berkaitan: pribadi kreatif yang melibatkan diri dalam proses kreatif, dan dengan dukungan dan dorongan (press) dari lingkungan, menghasilkan produk kreatif.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan oleh para tokoh psikologi di atas, maka definisi kreatif adalah kemampuan menghasilkan suatu gagasan dengan berbagai macam alternatif dan beberapa proses kreatif yang didukung oleh lingkungan sekitar. Aspek Kreativitas Guilford (Pudianti, Herawati, & Purwaningsih, 2018) mengemukakan beberapa faktor penting yang merupakan aspek dari kemampuan berpikir kreatif, yaitu:

- a. Kelancaran berpikir (fluency of thinking) Kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran secara cepat. Dalam kelancaran berpikir yang perlu ditetapkan adalah kuantitas bukan kualitas.
- b. Keluwesan berpikir (flexibility) Kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide jawaban atau pertanyaan yang bervariasi, melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda dan mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. Orang kreatif adalah orang yang luwes berpikir.
- c. Elaborasi pikiran (elaboration) Kemampuan mengembangkan gagasan dan menambahkan atau merinci detail-detail dari suatu objek gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.
- d. Keaslian berpikir (originality) Kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa aspek dari kemampuan berpikir kreatif adalah kelancaran, fleksibilitas, elaborasi, dan keaslian berpikir.

Proses-proses dan Tahap Kreativitas Tidak adanya kesatuan teori menyebabkan sulitnya menjelaskan topik mengenai kreativitas serta kurangnya perhatian dalam pengembangan ilmu. Tetapi meskipun demikian, kreativitas tetap disebut-sebut sebagai salah satu bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari maupun dunia pendidikan. Wallas dalam (Puspasari, 2016) menjelaskan bahwa ada empat tahapan dalam proses kreatif, yaitu:

- a. Persiapan: memformulasikan suatu masalah dan membuat usaha awal untuk memecahkannya.
- b. Inkubasi: masa di mana tidak ada usaha yang dilakukan secara langsung untuk memecahkan masalah dan perhatian dialihkan sejenak pada hal lainnya,
- c. Iluminasi: memperoleh insight (pemahaman yang mendalam) dari masalah tersebut.
- d. Verifikasi: menguji pemahaman yang telah didapat dan membuat solusi.

Ciri-ciri Kepribadian Kreatif Biasanya seseorang yang kreatif selalu ingin tahu, memiliki minat yang luas, dan menyukai kegemaran dan aktivitas yang kreatif. Csikszentmihalyi dalam (Rahim & Basir, 2019) memaparkan sepuluh ciri- ciri pribadi kreatif, yaitu:

- a. Pribadi kreatif memiliki kekuatan energi fisik yang memungkinkan mereka bekerja berjam-jam dengan konsentrasi, tetapi mereka juga bisa tenang dan rileks, bergantung situasinya.
- b. Pribadi kreatif cerdas dan cerdik. Mereka juga mampu berpikir divergendan kovergen.
- c. Kreativitas memerlukan kerja keras, keuletan, dan ketekunan.
- d. Pribadi kreatif dapat berselang-seling antara imajinasi dan fantasi, namun tetap bertumpu pada realitas.
- e. Pribadi kreatif menunjukkan kecenderungan baik introversi maupun ekstroversi.
- f. Pribadi kreatif dapat bersikap rendah diri dan bangga akan karyanya

pada saat yang sama.

- g. Pribadi kreatif menunjukkan kecenderungan androgini psikologis, yaitu dapat melepaskan diri dari stereotip gender (maskulin-feminin).
- h. Pribadi kreatif cenderung mandiri bahkan suka menentang, tetapi di lain pihak mereka bisa tetap tradisional dan konservatif.
- i. Kebanyakan pribadi kreatif sangat bersemangat (passionate) bila menyangkut karya mereka
- j. Sikap keterbukaan dan sensitivitas pribadi kreatif sering membuat mereka menderita jika mendapat banyak kritikan terhadap hasil jerih payah mereka, namun di saat yang sama ia juga merasakan kegembiraan yang luar biasa. Rencana inovatif serta produk orisinal mereka telah dipikirkan dengan matang lebih dahulu, dengan mempertimbangkan masalah yang mungkin timbul dalam implikasinya. Tingkat energi, spontanitas, dan berpetualang yang luar biasa sering tampak pada orang kreatif; demikian pula keinginan besar untuk mencoba aktivitas baru yang mengasyikkan –misal untuk menghipnotis, terjun payung, atau menjajagi kota atau tempat baru. Pribadi kreatif biasanya mempunyai rasa humor yang tinggi, dapat melihat masalah dari berbagai sudut pandang, dan memiliki kemampuan untuk bermain dengan ide, konsep, atau kemungkinan-kemungkinan yang dikhayalkan (Susanto, 2017). Piers dalam (Pramedesty, Murdowo, Sudarisman, & Handoyo, 2018) menambahkan karakteristik kreativitas adalah sebagai berikut: 1) memiliki dorongan yang tinggi; 2) memiliki keterlibatan yang tinggi; 3) memiliki rasa ingin tahu yang besar; 4) memiliki ketekunan yang tinggi; 5) cenderung tidak puas terhadap kemampunan; 6) percaya diri; 7) memiliki kemandirian yang tinggi; 8) bebas mengambil keputusan; 9) menerima diri sendiri; 10) senang humor; 11) memiliki intuisi yang tinggi; 12) cenderung tertarik pada hal-hal yang kompleks; 13) toleran terhadap ambiguitas; dan 14) bersifat sensitif. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri

pribadi kreatif dapat diketahui dari aspek kognitif dan afektifnya. Kedua aspek tersebut saling mendukung satu sama lain.

(Kristiana, Bella Casey Angel, & Aurelia, 2020) menggunakan beberapa faktor penting yang mempengaruhi kreativitas diantaranya:

- a. Kemampuan kognitif Kemampuan kognitif meliputi pendidikan formal dan informal. Faktor ini mempengaruhi keterampilan sesuai bidang dan masalah yang di hadapi individu yang bersangkutan.
- b. Disiplin Karakteristik kepribadian yang berhubungan dengan disiplin diri, kesungguhan dalam menghadapi frustrasi dan kemandirian. Faktor-faktor ini mempengaruhi individu dalam menghadapi masalah dan menemukan ide-ide yang kreatif untuk memecahkan masalah.
- c. Motivasi intrinsik Motivasi intrinsik sangat mempengaruhi kreativitas seseorang karena motivasi intrinsik dapat membangkitkan semangat individu untuk belajar sebanyak mungkin guna menambah pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi.
- d. Lingkungan sosial Kreativitas juga dipengaruhi lingkungan sosial, yaitu tidak adanya tekanan-tekanan dari lingkungan sosial seperti pengawasan, penilaian maupun pembatasan-pembatasan dari pihak luar. Berikut ini kondisi-kondisi yang dapat mempengaruhi kreativitas seseorang, yaitu:
  1. Keterbukaan terhadap pengalaman Keterbukaan terhadap pengalaman yaitu keterbukaan yang penuh terhadap rangsangan dari luar maupun dari dalam (firasat dan alam prasadar).
  2. Pusat penilaian internal Dasar penilaian dan hasil-hasil ciptaannya terutama ditentukan oleh dirinya sendiri. Dasar penilaian dari hasil-hasil ciptaannya terutama ditentukan oleh dirinya sendiri, walaupun tidak menutup kemungkinan akan dapat kritik dari orang lain.
  3. Kemampuan bermain dengan elemen atau konsep Kemampuan bermain dengan elemen atau konsep-konsep yaitu kemampuan bermain secara spontan dengan ide, warna, bentuk, bangunan

elemen dan kemampuan untuk membentuk kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.

4. Adanya penerimaan terhadap individu secara wajar  
Adanya penerimaan terhadap individu secara wajar artinya individu dihargai keberadaan dan keterbukaan dirinya. Oleh sebab itu, ia dapat menemukan apa makna dirinya dan dapat mencoba mengaktualisasikannya sesuai dengan potensi dan kreasinya.
5. Adanya suasana bebas dari penilaian pihak luar. Setiap individu agar dapat menemukan dirinya sendiri diperlukan suasana bebas dari penilaian dan tidak diukur dengan beberapa standar dari luar. Penilaian dapat merupakan ancaman dan menghasilkan suatu pertahanan yang menyebabkan beberapa hasil dari pengalaman ditolak untuk disadari.
6. Adanya sikap empati  
Sikap empati memungkinkan seseorang dapat menyatakan dirinya sesuai dengan motivasi dan kemampuan yang ada dalam dirinya sehingga memungkinkan munculnya ekspresi yang bervariasi dan kreasi.
7. Adanya kebebasan psikologis  
Kondisi ini memungkinkan individu secara bebas mengekspresikan pikiran dan perasaannya, juga bebas menjadi apa saja sesuai dengan keadaan batinya sendiri. Kebebasan psikologis yang dimaksud adalah kebebasan untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan individu dalam batas-batas yang dimungkinkan dalam kehidupan masyarakat dan tetap bertanggung jawab terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungannya.

Menurut (Suchyawati, 2019), terdapat empat dimensi kreativitas, yaitu pribadi (person), pendorong (press), proses (process), produk (product). Adapun pembahasan dari masing-masing dimensi kreativitas tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pribadi (Person)

Kreativitas adalah ungkapan (ekspresi) dari keunikan individu dalam interaksi dengan lingkungannya. Ungkapan kreatif ialah yang mencerminkan orisinalisasi dari individu tersebut. Dari ungkapan pribadi



yang unik inilah dapat diharapkan timbulnya ide-ide baru dan produk-produk inovatif. Oleh karena itu kita hendaknya dapat menghargai keunikan pribadi dan bakat-bakat seseorang (jangan mengharapkan semua melakukan atau menghasilkan hal-hal yang sama, atau mempunyai minat yang sama).

#### b. Proses (Process)

Untuk mengembangkan kreativitas, anak perlu diberi kesempatan untuk bersibuk diri secara kreatif. Pendidik hendaknya dapat merangsang anak untuk melibatkan dirinya dalam kegiatan kreatif, dengan membantu mengusahakan sarana dan prasarana yang diperlukan. Dalam hal ini yang penting ialah memberi kebebasan kepada anak untuk mengekspresikan dirinya secara kreatif, tentu saja dengan persyaratan tidak merugikan orang lain atau lingkungan.

#### c. Produk (Product)

Pada pribadi kreatif, jika memiliki kondisi pribadi dan lingkungan yang menunjang, atau lingkungan yang memberi kesempatan atau peluang untuk bersibuk diri secara kreatif maka diprediksikan bahwa produk kreativitasnya akan muncul. Kondisi yang memungkinkan seseorang menciptakan produk kreatif yang bermakna ialah kondisi pribadi dan kondisi lingkungan, yaitu sejauh mana keduanya mendorong (press) seseorang untuk melibatkan dirinya dalam proses (kesibukan, kegiatan) kreatif. Hendaknya pendidik menghargai produk kreativitas anak dan mengkomunikasikannya kepada yang lain, misalnya dengan mempertunjukkan atau memamerkan hasil karya anak. Ini akan mengunggah minat bakat untuk berkreasi.

#### d. Pendorong (Press)

Bakat kreatif akan terwujud jika adanya dorongan dan dukungan dari lingkungannya, ataupun jika ada dorongan kuat dalam dirinya sendiri (motivasi internal) untuk menghasilkan sesuatu. Bakat kreatif dapat berkembang dalam lingkungan yang menunjang. Di dalam keluarga, di sekolah, di dalam lingkungan pekerjaan maupun di dalam

masyarakat harus ada penghargaan dan dukungan terhadap sikap dan perilaku kreatif individu atau kelompok individu.

Menurut (Pajriah, 2018) Creativity Quotient (QC) merupakan sebuah indikator untuk menilai tingkat kreativitas seseorang. ada 12 komponen dari indikator tersebut antara yaitu:

1. Rasa Ingin Tahu ( curiosity ) seberapa besar keingintahuan seseorang terhadap segala sesuatu, baik itu berupa informasi, orang, dan kehidupan pada umumnya.
2. Keluwesan ( Flexibility ) Dapatkah melihat sesuatu di luar rutinitas dan mampukah anda melakukan manipulasi ide atau gagasan.
3. Proaktivitas ( proactivity ) Apakah anda mampu memulai sesuatu tindakan atautkah anda terbiasa dengan menunggu perintah atau arahan orang lain.
4. Keterbukaan ( openness ) Apakah anda siap menerima berbagai gagasan dan menjadikannya sebagai peluang untuk kreatif.
5. Keyakinan diri ( self-belife ) Seberapa kuat keyakinan diri anda ketika dituntut menjadi kreatif.
6. Visi ( Vision ) Apakah anda memiliki tujuan atau visi yang jelas sebagai pengarah atau pemandu masa depan?
7. Intuisi ( Intuition ) Seberapa baik kekuatan Intuisi Anda.
8. Kemampuan Menyederhanakan masalah ( simplifyng ) Mampukan anda menilai gambar besar dan menghilangkan berbagai kekusutan dari suatu kompleksitas.
9. Pengambilan risiko ( risk-taking ) Seberapa besar keinginan anda meskipun berbagai tantangan dan hambatan ada di depan mata.
- 10.Kepekaan terhadap kecenderungan perubahan ( trendspotting ) Seberapa baik anda dapat mengamati dan mengikuti berbagai perubahan yang terjadi di sekitar anda.
- 11.Suka tantangan dan petualangan ( challenging ) Apakah anda menerima begitu saja kondisi seperti saat ini ( status quo ) atau dapatkah anda menantang berbagai asumsi – asumsi tersebut.

12. Kemampuan mencari alternatif atau kaya akan inisiatif ( resourcefulness ) Ketika anda terjebak kemacetan lalu lintas, apakah anda mampu melihat atau mencari peluang untuk mencari jalan keluarnya.

Seperti halnya dengan kekuatan otak ( brain power ) manusia, potensi kreativitas seseorang dapat menurun sejalan dengan bertambahnya umur manusia.

### **3.5. Literasi Digital**

Literasi berasal dari bahasa Inggris yaitu Literacy yang dapat diartikan kemampuan baca tulis. Menurut UNESCO literasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, berkomunikasi, menghitung dan menggunakan bahan cetak dan tulisan yang terkait dengan berbagai konteks, dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) “Literasi merupakan kemampuan membaca, menulis, dan kemampuan individu dalam mengolah Informasi”. Digital dalam KBBI berhubungan dengan angka-angka dalam sistem penomoran tertentu. Literasi biasanya digabungkan dengan suku kata lain untuk menunjukkan kemampuan dalam bidang tertentu. Arti kata literasi digital adalah kemampuan dalam membaca, menulis, mengolah informasi dalam sistem penomoran tertentu.

Sebagai manusia khususnya umat muslim kita diperintahkan untuk dapat berliterasi sebagaimana tercantum dalam Al-Quran surat Al-Alaq ayat 1-5 yang artinya: 1) Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan; 2) Dia telah menciptakan manusia dari Segumpal darah; 3) Bacalah dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah; 4) Yang mengajarkan (manusia) dengan perantara kalam; Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya. Kandungan dalam surat ini mensubstansikan bahwa manusia diperintahkan Allah untuk belajar dimulai dari kata Iqro yang artinya bacalah.

Menurut Paul Gilster dikutip (Herlina, 2014) “literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan Informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir, dan kehidupan sehari-hari”. Ada pula menurut Haque (Sulianta, 2020) literasi digital ialah keahlian mengkaryakan dan berbagi (Sharing) dalam peluang yang sering muncul dan berbeda, menggabungkan, mengkomunikasikan apa yang dimengerti mengenai kapan dan bagaimana mengakses piranti teknologi informasi guna pencapaian suatu tujuan.

Pernyataan di atas dapat diketahui bahwa literasi digital adalah kecakapan dan pengetahuan untuk dapat memanfaatkan media dan teknologi digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina dan mengarahkan komunikasi dan interaksi yang baik dalam kehidupan sehari-hari.

Dunia teknologi yang semakin canggih bukan hanya tentang bagaimana kemudahan dan keefektifan sebuah media bisa digunakan, Namun lebih dari itu dengan perkembangan yang ada setiap manusia diharap dapat memiliki batas- batas penggunaan serta control diri terhadap kemajuan yang sedang terjadi. Teknologi diciptakan untuk mempermudah kerja, membantu manusia menyelesaikan pekerjaannya. Apabila teknologi digunakan oleh orang baik digunakan dengan mementingkan kemanfaatannya maka diperoleh hal-hal positif yang dapat membantunya dalam aktivitas sehari-hari. Dengan mengajarkan kepada anak hal-hal yang positif, memerankan diri sebagai control terhadap perkembangan kemajuan teknologi sehingga perkembangan-perkembangan tersebut membawa kepada kemaslahatan.

Sedangkan menurut Douglas A.J. Belshaw (Belshaw, 2012) ada delapan elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital adalah sebagai berikut:

- a. Kultural adalah pemahaman ragam konteks pengguna media dan teknologi digital
- b. Kognitif adalah daya pikir siswa dalam memahami sebuah konten
- c. Konstruktif adalah rekaan cipta sesuatu yang ahli dan actual
- d. Komunikatif adalah memahami kinerja jejaring dan komunikasi yang menggunakan media dan teknologi digital
- e. Bertanggungjawab sebagai kepercayaan diri
- f. Kreatif adalah menciptakan hal-hal baru
- g. Kritis adalah sikap siswa yang dilakukan dalam menyikapi sebuah video
- h. Bertanggung jawab secara menyeluruh.

Menurut (Bawden, 2008) Literasi diharapkan bisa mendukung pencapaian dalam proses pembelajaran secara optimal. Berikut tujuan dari Literasi digital:

1. Membentuk peserta didik menjadi pembaca, penulis dan komunikator.
2. Dapat meningkatkan kemampuan dan kebiasaan berpikir pada peserta didik.
3. Meningkatkan dan memperdalam memotivasi dan minat belajar peserta didik.
4. Mengembangkan kemandirian belajar peserta didik agar kreatif, produktif, inovatif dan berkarakter.

Terdapat dua pandangan yang sama kuatnya di pandangan pakar atau praktisi pendidikan media dan para pegiat literasi digital bersangkutan dengan tujuan literasi digital, diantaranya:

- a. Kelompok proteksionis mengatakan bahwa Pendidikan media atau literasi digital diperuntukan untuk melindungi mesyarakat sebagai konsumen media dari dampak negatif yang ada
- b. Kelompok Preparasionis mengatakan bahwa literasi digital merupakan upaya untuk mempersiapkan masyarakat hidup di dunia yang lebih luas dan mampu mengkonsumsinya dengan

kritis. Dari kedua pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi digital adalah dimana masyarakat dapat memproses berbagai informasi dengan kritis, dapat memahami pesan yang disampaikan, dan dapat berkomunikasi dengan efektif sebagai pengkonsumsi media.

Menurut Paul Glistler (Arrochmah & Nasionalita, 2020) terdapat 4 kompetensi yang dimiliki oleh seseorang yang telah mampu melakukan literasi digital diantaranya:

- a. Pencarian di Internet (Internet Searching) Kemampuan menggunakan internet memiliki beberapa komponen seperti pencarian dalam internet melalui Search engine serta melakukan berbagai kegiatan didalamnya.
- b. Pandu Arah Hypertext (Hypertextual Navigation) Pengguna internet dituntut untuk memahami panduan arah hypertext/hyperlink dalam Web Browser. Biasanya cara kerja web yang akan di akses meliputi http, html, url dsb.
- c. Evaluasi konten Informasi (Content Evaluation) Kompetensi ini dilakukan untuk para pengguna internet agar memiliki kemampuan evaluasi danberpikir kritis. Kemampuan menganalisis suatu dasar informasi yang ditemukan dikumpulkan dan evaluasi fakta opini dengan baik tanpa berprasangka.
- d. Penyusunan Pengetahuan (Knowledge Assembly) Kemampuan penyusunan dari penemuan suatu informasi yang dijadikan sebagai ilmu pengetahuan untuk kepentingan tertentu baik pengetahuan ataupun pekerjaan.

Karena masih rendahnya kemampuan literasi digital, maka menurut Daugles A.J Belshaw (Nugroho & Nasionalita, 2020) terdapat 8 elemen esensial untuk mengembangkan Literasi digital diantaranya:

1. Kultural, yakni pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital.
2. Kognitif, yakni daya pikir dalam menilai konten.
3. Konstruktif, yakni daya cipta sesuatu yang ahli dan aktual.

4. Komunikatif, yakni memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital.
5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab.
6. Kreatif, yakni menciptakan ide, melakukan hal baru
7. Kritis dalam menyikapi berbagai isu
8. Bertanggung jawab secara sosial.

Dimensi Literasi Digital menurut (Ng, Wan 2012) adalah sebagai berikut:

1. *Technical*: kemampuan mengatasi berbagai kemungkinan teknis operasional komputer dengan membaca manual atau melalui fungsi bantuan dan sumber daya lainnya berbasis Web.
2. *Cognitive*: dimensi ini menekankan pada kemampuan berpikir kritis dalam pencarian dan mengevaluasi informasi. Setiap individu perlu untuk memiliki pengetahuan tentang etika, moral dan hukum terkait dengan online trading dan reproduksi konten.
3. *Social-emotional*: kemampuan bertanggung jawab dalam menggunakan Internet untuk berkomunikasi, bersosialisasi dan belajar.

# BAB IV

## KARAKTERISTIK PENGUNJUNG PARIWISATA

### 4.1. Gambaran Umum Pariwisata Bahari

Secara geografi kota Padang terletak di pesisir pantai barat pulau Sumatra, dengan garis pantai sepanjang 84 km. Luas keseluruhan Kota Padang adalah 694,96 km<sup>2</sup>, dan lebih dari 60% dari luas tersebut, sekitar ± 434,63 km<sup>2</sup> merupakan daerah perbukitan yang ditutupi hutan lindung, sementara selebihnya merupakan daerah efektif perkotaan. Perairan Kota Padang merupakan bagian dari Samudera Hindia memiliki karakteristik tipe pasang surut campuran yang didominasi tipe ganda dimana pada daerah ini terjadi 2 kali pasang dan 2 kali surut dalam sehari. Tipe ini dipengaruhi oleh kondisi kedalaman perairan atau geomorfologi pantai setempat. Luas wilayah perairan Kota Padang sekitar 720 km<sup>2</sup>, terdiri dari pantai sepanjang 84 km dan 19 pulau kecil. Pesisir pantai Kota Padang dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu pesisir 175egati di Padang Sarai– Batang Arau dan Labuhan Tarok–Teluk Kabung; dan pesisir curam dan sempit di Batang Arau–Labuhan Tarok, Teluk Kabung–Sungai Pisang–Pantai Padang. Pantai Kota Padang memanjang dari arah barat laut ke tenggara membentuk garis pantai yang 175egative lurus, bagian Utara 175egati 175egati arah Selatan mempunyai gradasi perairan pantai yang curam. Kawasan Utara di daerah Padang Sarai garis 175egative 15 m ditemui sampai 1 kilometer 175 egativ laut sedangkan di bagian Selatan di Pantai Air Manis sampai kawasan Pulau Sironjong kedalaman mencapai 20–50 meter. Kota padang juga didominasi oleh jenis Wisata Bahari.

Wisata bahari ini merupakan salah satu wisata unggulan yang dimiliki Indonesia. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan,



Indonesia memiliki 20,87 Juta Ha kawasan konservasi perairan, pesisir, dan pulau-pulau kecil. Garis pantai Indonesia membentang 99.093 km dengan luas laut 3,257 Juta km<sup>2</sup>. Kekayaan 176egative ini membuat wisata bahari di Indonesia tak diragukan lagi keindahan dan keunikannya. Wisata bahari Indonesia tersebar dari Sabang sampai Merauke. Ada banyak yang bisa dieksplor dalam wisata bahari Indonesia. Di wisata bahari ini terdapat 590 jenis karang, 2.057 ikan karang, 12 jenis lamun, 34 jenis mangrove, 1.512 jenis crustacean, 6 jenis penyu, 850 jenis sponge, 24 jenis mamalia Laut, dan 463 titik Kapal Tenggelam.

Kota Padang merupakan salah satu kota pariwisata. Kota yang berada di jalur pesisir barat Pulau Sumatera, yang saat ini sedang membenahi diri menjadi destinasi wisata yang berkelas, hal ini dikarenakan kota Padang memiliki wilayah pantai yang cantik yang dapat dikembangkan menjadi berbagai destinasi wisata bahari. Secara 176egative176176tive terdapat lima Kecamatan yang memiliki pantai di Kota Padang, yaitu Kecamatan padang Selatan, Kecamatan Padang Barat, Kecamatan Koto Tengah, Kecamatan Lubuk Begalung, dan Kecamatan Bungus Teluk Kabung. Kota Padang memiliki karakteristik yang unik serta pesona bahari yang indah. Wisata bahari ini merupakan salah satu 176egative176 kepariwisataan dalam menghasilkan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan juga memberikan kontribusi positif terhadap penguatan positioning citra destinasi wisata suatu wilayah. Hal merupakan relevansi keunikan potensi wisata suatu daerah akan keberadaan potensi wisata bahari yang cenderung tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga memberikan peluang penting bagi suatu daerah untuk memperkuat citra destinasi wisata pada tingkat persaingan yang dihadapi.

Perluasan wilayah administrasi Kota Padang terjadi dengan menggabungkan 3 kecamatan dalam wilayah Kabupaten Padang Pariaman, yaitu sebelumnya memiliki kedekatan sosial budaya dengan Kota Padang atau yang lebih dikenal dengan sebutan Padang Luar Kota,

yaitu Kecamatan Nanggalo, Koto Tengah, Kecamatan Pauh dan Kecamatan Bungus Teluk Kabung. Oleh karena itu luas wilayah dan alasan efektivitas pembangunan, ketiga kecamatan tersebut dijadikan 7 kecamatan. Pembentukan wilayah kecamatan baru mempertimbangkan struktur sosial budaya masyarakat dan kesatuan adat nagari agar tidak terpisahkan, maka wilayah administrasi kecamatan disesuaikan dengan kesatuan adat nagari yang sudah ada. Sedangkan tambahan 1 (satu) kecamatan lagi adalah Kecamatan Padang Utara yaitu berasal dari sebagian wilayah Nagari Koto Tengah dan sebagian wilayah Kecamatan Padang Barat lama. Batas – batas wilayah Kota Padang, adalah: Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Padang Pariaman, Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Solok, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Selatan, Sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Hindia.

Daerah efektif kota Padang termasuk sungai adalah 205,007 km<sup>2</sup> dan daerah bukit termasuk sungai adalah 486,209 km<sup>2</sup>. Kota Padang terdiri dari 11 kecamatan yaitu Bungus Teluk Kabung, Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, Padang Selatan, Padang Timur, Padang Barat, Padang Utara, Nanggalo, Kuranji, Pauh dan Koto Tengah dengan luas wilayah keseluruhan sejumlah 694,96 km<sup>2</sup>.

Dengan kondisi morfologi tersebut menjadikan kota padang memiliki potensi alam dan potensi budaya yang bisa dikembangkan sebagai destinasi wisata disumatera barat. Potensi alam yang dimiliki seperti kondisi pantai yang indah, masyarakat yang ramah, kuliner dan potensi budaya yang dimiliki seperti museum Aditiawarman, jembatan Siti Nurbaya, dan lainnya. Namun Keberadaan pariwisata ini dapat menimbulkan dampak positif dan 178egative dalam kehidupan masyarakat kota padang dalam hal ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan. Dari segi positifnya pariwisata berfungsi sebagai jalan keluar bagi persoalan kemiskinan, konservasi, pemberdayaan, dan lainnya. Namun hal ini perlu diperhatikan oleh semua pihak seperti pemerintah,

stakeholder, masyarakat dan pemerhati lingkungan. Sehingga potensi yang ada ini dapat dikembangkan dan dampak negative yang timbul akibat kegiatan pariwisata ini dapat diminimalisir. Oleh karena itu perlu adanya sebuah pengelolaan pariwisata yang baik yang berwawasan lingkungan Melalui pengelolaan wisata kota Padang sehingga bisa menjadi sector andalan dimasa datang.

Wisata Bahari di Padang adalah salah satu sajian istimewa yang wajib di nikmati saat berkunjung ke Sumatera Barat. Pesona pantainya, pasir putih, karang, dan ikan-ikan kecil menjadi hiburan yang tidak akan bisa kita lupakan. Pengalaman menjelajah dengan kapal dan bertemu dengan penduduk baru menjadi alasan yang tepat mengapa memilih tempat ini. Berbagai wisata bahari bisa untuk datang dan menikmati wisata kelas internasional.

#### 4.2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam subbab ini akan di interpresentasikan data dan jawaban yang diberikan pengunjung berdasarkan karakteristik dari masing – masing. Pada subbab ini ada diuraikan sekitar 209 pengunjung, dan seluruh analisis pengunjung dikembalikan dengan menjawab seluruh pertanyaan yang diajukan. Untuk lebih jelasnya berikut akan disampaikan berdasarkan karakteristik pengunjung.

Berdasarkan jenis kelamin, maka Pengunjung dalam subbab ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	92	44
Perempuan	117	56
Total	209	100

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang berjenis kelamin Laki-Laki sebanyak 92 orang dengan persentase sebesar 44% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 117 orang dengan persentase sebesar 56%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung jenis kelamin pada pembahasan ini adalah Perempuan.

### 4.3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, maka Pengunjung dalam pembahasan ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
20-30 Tahun	30	14
30-40 Tahun	60	29
40-50 Tahun	58	27
>50 Tahun	61	30
Total	209	100

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang berusia 20-30 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 14%, kemudian yang berusia 30-40 tahun sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar 29%, kemudian yang berusia 40-50 tahun sebanyak 58 orang dengan persentase sebesar 27% sementara yang berusia >50 Tahun sebanyak 61 orang dengan persentase sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung berusia >50 Tahun.

#### 4.4. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan Utama

Berdasarkan pekerjaan utama, maka Pengunjung dalam pembahasan ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan Utama

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelaku Bisnis UMKM	184	88
Nelayan	8	4
Petani	4	2
Pegawai Swasta	13	6
Total	209	100

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang berkerja sebagai Pelaku Bisnis UMKM sebanyak 184 orang dengan persentase sebesar 88%, kemudian yang berkerja sebagai Nelayan sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 4%, sementara yang berkerja sebagai Petani sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 2%, selanjutnya sebanyak 13 orang dengan persentase 6% adalah Pegawai Swasta. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung adalah Pelaku Bisnis UMKM.

#### 4.5. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, maka Pengunjung dalam pembahasan ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
SD	41	21
SMP	57	28
SMA	90	43
Sarjana	14	7
Lainnya	3	1
Total	209	100

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang tingkat pendidikan yaitu SD sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar 21%, kemudian yang tingkat pendidikan yaitu SMP sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar 28%, kemudian yang tingkat pendidikan yaitu SMA sebanyak 90 orang dengan persentase sebesar 43%, sementara yang tingkat pendidikan yaitu Sarjana sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 7%, selanjutnya sebanyak 3 orang dengan persentase 1% adalah Lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung adalah SMA.

#### 4.6. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tempat Tinggal

Berdasarkan tempat tinggal, maka Pengunjung dalam pembahasan ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tempat Tinggal

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Kontrak/Sewa	62	30
Milik Sendiri	122	58

Orang Tua	25	12
Total	209	100

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang tempat tinggalnya yaitu Kontrak/Sewa sebanyak 62 orang dengan persentase sebesar 30%, sementara yang tempat tinggalnya yaitu Milik Sendiri sebanyak 122 orang dengan persentase sebesar 58%, selanjutnya sebanyak 25 orang dengan persentase 12% adalah milik Orang Tua . Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung adalah Milik Sendiri.

#### 4.7. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status

Berdasarkan status, maka Pengunjung dalam pembahasan ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 6 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Belum kawin	27	13
Kawin	182	87
Total	209	100

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang statusnya yaitu Belum kawin sebanyak 27 orang dengan persentase sebesar 13%, sementara yang statusnya yaitu Kawin sebanyak 182 orang dengan persentase sebesar 87%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung adalah Kawin.

#### 4.8. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jumlah Tanggungan

Berdasarkan jumlah tanggungan, maka Pengunjung dalam pembahasan ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 7 karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jumlah Tanggungan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Istri	8	4
Istri, 1 Anak	22	11
Istri, 2 Anak	62	30
Istri, 3 Anak	37	17
Istri, 4 Anak	21	10
Lainnya	59	28
Total	209	100

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang Jumlah Tanggungannya yaitu Istri sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 4%, kemudian yang Jumlah Tanggungannya yaitu Istri,

1 Anak sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 11%, kemudian yang Jumlah Tanggungannya yaitu Istri, 2 Anak sebanyak 62 orang dengan persentase sebesar 29%, kemudian yang Jumlah Tanggungannya yaitu Istri, 3 Anak sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar 17%, sementara yang Jumlah Tanggungannya yaitu Istri, 4 Anak sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 10%, selanjutnya sebanyak 59 orang dengan persentase 28% adalah Lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung adalah Istri, 2 Anak.

#### 4.9. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan usia, maka Pengunjung dalam pembahasan ini



diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 8 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendapatan/Bulan

Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp.1.500.000	70	34
Rp.1.500.000-Rp. 2.500.000	90	43
Rp. 2.500.000- Rp.5.000.000	38	18
>Rp. 5.000.000	11	5
Total	209	100

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa dari 209 Pengunjung, jumlah Pengunjung yang mempunyai pendapatan sebesar < Rp.1.500.000 sebanyak 70 orang dengan persentase 34%, kemudian jumlah Pengunjung yang mempunyai pendapatan sebesar Rp.1.500.000-Rp. 2.500.000 sebanyak 90 orang dengan persentase 43%, sementara Pengunjung yang mempunyai pendapatan sebesar Rp. 2.500.000-Rp.5.000.000 sebanyak 38 orang dengan persentase 18%, dan pendapatan >Rp. 5.000.000 sebanyak 11 orang atau dengan persentase 5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Pengunjung berpendapatan Rp.1.500.000-Rp. 2.500.000.

# **BAB V**

## **MODEL TINGKAT KESEJATERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI**

Untuk memahami model peluang usaha pariwisata berdasarkan pengunjung, maka pada bab ini penulis akan menguraikan berbagai analisis yang dikaji berdasarkan skor interval kunjungan. Salah satu cara agar data dapat dengan mudah dipahami, maka analisis deskriptif adalah salah satu dari bagian statistik yang digunakan. Pengukuran pada variabel tersebut menggunakan skor 1 untuk terendah dan 5 untuk skor tertinggi. Dibawah ini merupakan interval skor yang adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Interval Skor Pengunjung

No.	Skor	Keterangan
1.	1,00 - 1,80	Sangat Rendah
2.	1,80 - 2,60	Rendah
3.	2,60 - 3,40	Sedang
4.	3,40 - 4,20	Tinggi
5.	4,20 - 5,00	Sangat Tinggi

### **5.1. Faktor Dukungan Keluarga**

Berikut ini merupakan analisis deskripsi berkaitan dengan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diberikan. Statistik deskriptif untuk seluruh variabel Dukungan Keluarga (DK) dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 Statistik Deskriptif Variabel Dukungan Keluarga

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
DK1	Keluarga dapat membantu memenuhi biaya kebutuhan jika perlukan	3.736	Tinggi
DK2	Keluarga membantu membiayai biaya kebutuhan mendesak atau mendadak	3.673	Tinggi
DK3	Keluarga meluangkan waktu Mendesak	3.856	Tinggi
DK4	Keluarga memberikan nasehat	4.062	Tinggi
DK5	Keluarga mendukung saya untuk selalu mengikutiperubahan guna meningkatkan kemampuan diri Saya	3.957	Tinggi
DK6	Saya mendapat bimbingan/saran dalam menjalani pekerjaan saya	4.019	Tinggi
DK7	Keluarga selalu memperhatikan saya setiap hari dan mendukung keputusan yang saya ambil	3.962	Tinggi
DK8	Keluarga mendengarkan mengungkapkan perasaan senang ataupun susah	4.043	Tinggi
DK9	Keluarga mendampingi d Masalah	3.966	Tinggi
DK10	Keluarga memberikan pujian atau penghargaan positif ketika ada kemajuan pekerjaan saya	4.067	Tinggi
DK11	Keluarga mendukung penuh terhadap tindakan yang saya lakukan dalam pekerjaan	4.077	Tinggi
DK12	Keluarga memberikan motivasi kepada saya untuk	4.207	Sangat Tinggi

	selalu sabar dan tabah dalam menghadapi masalah		
--	---	--	--

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Dukungan Keluarga yang termasuk dalam kriteria sangat tinggi dengan nilai 4,207 yaitu “Keluarga memberikan motivasi kepada saya untuk selalu sabar dan tabah dalam menghadapi masalah”. Dan yang terendah 3,673 yaitu “Keluarga membantu membiayai biaya kebutuhan mendesak atau mendadak”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasanya dukungan keluarga yang diberikan kepada seseorang dapat meringankan dan memberikan motivasi positif sehingga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari kota padang.

## 5.2. Faktor Aktivitas Pariwisata

Berikut ini merupakan analisis deskripsi berkaitan dengan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diberikan. Statistik deskriptif untuk seluruh variabel Aktivitas Pariwisata (AP) dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Aktivitas Pariwisata

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
AP1	Dengan adanya aktivitas pariwisata meningkatkan pendapatan saya dan keluarga	4.168	Tinggi
AP2	Dengan adanya aktivitas pariwisata menjadi ide peluang bisnis baru bagi saya	4.043	Tinggi
AP3	Aktivitas Pariwisata dapat memperkenalkan daerah wisata di tempat tinggal saya	4.091	Tinggi

AP4	Aktivitas Pariwisata dapat saya	4.058	Tinggi
AP5	Saya ikut dalam menciptakan peluang kerja baru untuk menghadapi Aktivitas Pariwisata yang ada (responden)	3.957	Tinggi
AP6	Masyarakat lingkungan berpartisipasi dalam membuka usaha di lingkungan pariwisata	3.731	Tinggi
AP7	Pariwisata di lingkungan saya aman dan nyaman	3.721	Tinggi
AP8	Pariwisata di lingkungan saya tidak membahayakan untuk keselamatan	3.76	Tinggi
AP9	Dengan adanya aktivitas pariwisata meningkatkan pendapatan saya dan masyarakat	4.038	Tinggi
AP10	Dengan adanya aktivitas pariwisata meningkatkan pendapatan daerah dan negara untuk membangun fasilitas memadai	3.952	Tinggi
AP11	Saya dan masyarakat selalu menjaga kelestarian lingkungan pariwisata	4	Tinggi
AP12	Pemerintah mendukung dan menyediakan fasilitas untuk menjaga kelestarian alam	3.851	Tinggi
AP13	Saya dan masyarakat mengembangkan sumber daya alam di lingkungan agar tidak rusak	3.995	Tinggi
AP14	Kami selalu mencari tahu hal baru dalam pengelolaan sumber daya alam di lingkungan kami	3.923	Tinggi

AP15	Saya dan masyarakat serta pejabat desa	3.885	Tinggi
AP16	Saya dan masyarakat serta pejabat desa Mewujudkan pembangunan pariwisata yang lebih baik	3.947	AP16

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Aktivitas Pariwisata yang termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai 4,168 yaitu “Dengan adanya aktivitas pariwisata meningkatkan pendapatan saya dan keluarga”. Dan yang terendah 3,721 yaitu “Pariwisata di lingkungan saya aman dan nyaman”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasanya aktivitas pariwisata dapat meningkatkan peluang dalam berbisnis masyarakat dan keluarga bisa sejahtera sehingga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari kota padang.

### 5.3. Faktor Kreativitas

Berikut ini merupakan analisis deskripsi berkaitan dengan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diberikan. Statistik deskriptif untuk seluruh variabel Kreativitas (KV) dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Kreativitas

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
KT1	Saya selalu berusaha mencari sesuatu hal yang baru dan ide-ide baru	3.966	Tinggi

KT2	Saya tetap mau belajar untuk pengetahuan saya	3.966	Tinggi
KT3	Saya berusaha mencari ide-ide baru untuk saya pelajari dan saya ambil ide tersebut	3.952	Tinggi
KT4	Saya mengembangkan ide dan gagasan baru untuk melahirkan inovasi baru	3.942	Tinggi
KT5	Saya berani mengambil tindakan dan keputusan yang cepat untuk diri saya	3.899	Tinggi
KT6	Saya tidak harus dikomandoi oleh orang lain untuk Bekerja	3.995	Tinggi
KT7	Saya mudah menerima ide-ide baru untuk diri saya	3.947	Tinggi
KT8	Saya menjadikan hal yang baru menjadi sebuah peluang kreativitas	3.918	Tinggi
KT9	Saya selalu yakin dan mau mencoba hal baru	3.976	Tinggi
KT10	Saya tidak putus asa bila saya gagal dan terus mencoba hal tersebut	4	Tinggi
KT11	Saya menyakini visi yang saya harus capai	4.014	Tinggi
KT12	Saya melakukan misi untuk bisa mencapai visi saya	4.072	Tinggi
KT13	Saya yakin dan berusaha mengikuti hati saya untuk melakukan sesuatu	4.014	Tinggi
KT14	Saya yakin pada kemampuan saya dan saya mau belajar untuk sebuah kekurangan dan kesalahan yang terjadi	4.048	Tinggi
KT15	Saya melihat sebuah masalah adalah peluang untuk maju	4.067	Tinggi
KT16	Saya selalu berusaha menyelesaikan dengan cepat dan tepat permasalahan yang saya hadapi	4.024	Tinggi
KT17	Saya berani mengambil resiko untuk saya bisa maju	4.096	Tinggi
KT18	Saya tidak akan menyerah dengan kegagalan yang saya temui dan mengatasinya	4.072	Tinggi
KT19	Saya mengamati sebuah perubahan menjadi peluang bagi saya	4.048	Tinggi
KT20	Saya beradaptasi dengan perubahan	4.053	Tinggi

	dan mau mengikuti perubahan itu jika baik untuk saya		
KT21	Saya menyukai tantangan dan perubahan dalam hidup saya	4.014	Tinggi
KT22	Saya mau berpetualang dalam mencapai kesuksesan diri saya	3.99	Tinggi
KT23	Saya tidak terpaku pada satu masalah dan mencari jalan keluarnya untuk saya	4.091	Tinggi
KT24	Saya selalu mencari ide-ide untuk mengatasi masalah saya karena ini adalah peluang	4.053	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kreativitas yang termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai 4,096 yaitu “Saya berani mengambil resiko untuk saya bisa maju”. Dan yang terendah 3,899 yaitu “Saya berani mengambil tindakan dan keputusan yang cepat untuk diri saya”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasanya kreativitas dapat meningkatkan keberanian dan kemampuan mengambil resiko pada masyarakat serta sehingga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari kota padang.

#### 5.4. Faktor Literasi Digital

Berikut ini merupakan analisis deskripsi berkaitan dengan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diberikan. Statistik deskriptif untuk seluruh variabel Literasi Digital (LD) dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Literasi Digital

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
------	------------	------	----------



LD1	Saya Memiliki Kemampuan Teknologi Dan Alat Komunikasi Seperti HpAndroid/Ios	3.538	Tinggi
LD2	Saya Memiliki Kemampuan Menggunakan Internet	3.462	Tinggi
LD3	Saya Mampu Mengkreasikan Memanfaatkan Teknologi Digital	3.385	Sedang
LD4	Saya Memiliki Kemampuan Berfikir Kreatif	3.683	Tinggi
LD5	Saya Memiliki Kemampuan Dalam Berpartisipasi Dalam Ruang Digital	3.495	Tinggi
LD6	Saya Mampu Menjelaskan Dengan Orang Lain Dalam Grup Di Ruang Digital	3.457	Tinggi
LD7	Saya Mampu Berkomunikasi Teknologi Digital	3.5	Sedang
LD8	Saya Memahami Orang-Orang Di Ruang Digital Dalam Berkomunikasi	3.562	Tinggi
LD9	Saya Mampu Mencari Informasi Di Ruang Digital	3.51	Tinggi
LD10	Saya Mampu Berkontribusi Dengan Informasi Di Ruang Digital	3.486	Tinggi
LD11	Saya Mampu Menganalisis Dengan Informasi Di Ruang Digital	3.466	Tinggi
LD12	Saya Mampu Berfikir Kritis Saat Berhadapan Dengan Informasi Di Ruang Digital	3.548	Tinggi
LD13	Saya Memiliki Pemikiran Yang Sejalan Dengan Pemahaman Sosial Budaya	3.639	Tinggi
LD14	Saya Dapat Menyesuaikan Pemahaman Saya Dengan Pemahaman	3.649	Tinggi

	Sosial Budaya		
LD15	Saya Dapat Menjamin Keamanan Saat Menggunakan Teknologi Digital	3.538	Tinggi
LD16	Saya Dapat Menjamin Keamanan Saat Berkreasi Dengan Teknologi Digital	3.601	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 5.13 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Literasi Digital yang termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai 3,683 yaitu “Saya Memiliki Kemampuan Berfikir Kreatif”. Dan yang terendah 3,5 yaitu “Saya Mampu Berkomunikasi Melalui Media Teknologi Digital”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasanya literasi digital dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam kemampuan inovasi dan kreativitas, sehingga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari kota padang.

### 5.5. Faktor Peluang Usaha

Berikut ini merupakan analisis deskripsi berkaitan dengan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diberikan. Statistik deskriptif untuk seluruh variabel Peluang Usaha (PU) dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6. Statistik Deskriptif Variabel Peluang Usaha

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
PU1	Saya memulai bisnis meskipun dengan ide yang sudah ada (meniru bisnis orang lain)	3.817	Tinggi
PU2	Bisnis saya berhasil meskipun ide bisnis saya mirip dengan bisnis orang lain	3.851	Tinggi

PU3	Ide bisnis yang saya temukan mirip dengan bisnis orang lain	3.846	Sedang
PU4	Saya ingin berinovasi pada ide bisnis orang lain untuk menjadikannya sebuah peluang	3.909	Tinggi
PU5	Mencari tahu kebutuhan dan keinginan pasar yang belum terpenuhi adalah peluang bisnis bagi saya	3.909	Tinggi
PU6	Saya harus membaca kondisi permintaan dari peluang pasar	3.966	Tinggi
PU7	Perubahan teknologi dapat membantu saya untuk menciptakan sesuatu yang baru yang menjadi kebutuhan orang banyak	3.788	Sedang
PU8	Dengan teknologi membuat saya lebih mudah mendapatkan dan memberi informasi kepada orang banyak	3.923	Tinggi
PU9	Perubahan peraturan dapat mendatangkan sebuah peluang dan keuntungan	3.837	Tinggi
PU10	Kondisi peraturan yang berubah-ubah membuat	3.87	Tinggi
PU11	Kondisi peraturan yang berubah-ubah membuat saya harus mampu membaca situasi	3.904	Tinggi
PU12	Peluang bisnis dapat terjadi saat kondisi ekonomi masyarakat mulai berubah	3.784	Tinggi
PU13	Kondisi masyarakat saat ini adalah peluang bisnis yang besar	3.803	Tinggi
PU14	Saya selalu mencari ide untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen	3.952	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Peluang Usaha yang termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai 3,966 yaitu “Saya harus membaca kondisi permintaan dari peluang pasar”. Dan yang terendah 3,784 yaitu “Peluang bisnis dapat terjadi saat kondisi ekonomi masyarakat mulai berubah”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasanya peluang usaha dapat diambil kesempatannya oleh masyarakat dengan cara membaca peluang pasar yang ada, sehingga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari kota padang.

### 5.6. Faktor Tingkat Kesejahteraan

Berikut ini merupakan analisis deskripsi berkaitan dengan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diberikan. Statistik deskriptif untuk seluruh variabel Tingkat Kesejahteraan (TK) dapat dilihat pada Tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7 Statistik Deskriptif Variabel Tingkat Kesejahteraan

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
TK1	Seluruh pendapatan yang saya peroleh dapat mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari keluarga	3.822	Tinggi
TK2	Pendapatan yang saya terima dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga	3.827	Tinggi
TK3	Biaya kebutuhan sehari-hari keluarga terpenuhi oleh saya	3.798	Tinggi
TK4	Biaya tidak terduga dapat saya atasi tiap bulannya	3.644	Tinggi
TK5	Rumah yang saya tempati bersih, nyaman, asri dan sesuai dengan jumlah keluarga saya	3.947	Tinggi

TK6	Lingkungan rumah saya sangat Tangga	3.981	Tinggi
TK7	Fasilitas rumah yang saya tempati cukup untuk keluarga saya	3.774	Sedang
TK8	Fasilitas isi rumah memiliki kamar tidur, dapur ruang tamu dan kamar mandi yang memadai	3.889	Tinggi
TK9	Seluruh anggota keluarga saya sehat jasmani dan rohani	4.139	Tinggi
TK10	Lingkungan rumah saya sangat mendukung untuk mewujudkan keluarga sehat	4.053	Tinggi
TK11	Saya dan keluarga bisa mendapatkan pelayanan kesehatan	4.01	Tinggi
TK12	Di lingkungan saya sangat mudah dan dekat dalam mengakses pelayanan kesehatan (PUSKESMAS)	4.043	Tinggi
TK13	Saya dapat menyekolahkan anak Pendidikan	3.769	Tinggi
TK14	Anak-anak saya dapat melanjutkan sekolah sampai ke jenjang perguruan tinggi	3.481	Tinggi
TK15	Posisi tempat tinggal saya dekat sekali untuk mengakses fasilitas transportasi	3.885	Tinggi
TK16	Transportasi masih dapat saya jangkau dengan pendapatan saya	3.971	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 7 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Tingkat Kesejahteraan yang termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai 4,139 yaitu “Seluruh anggota keluarga saya sehat jasmani dan rohani”. Dan yang terendah 3,481 yaitu “Anak-anak saya dapat melanjutkan sekolah sampai ke jenjang perguruan tinggi”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasanya tingkat kesejahteraan seluruh anggota keluarga yang sehat jasmani dan rohani menggambarkan kondisi masyarakat, sehingga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari kota padang.

### 5.7. Analisis Deskriptif Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk menarik kesimpulan tentang pemahaman responden terhadap kesulitan yang diamati, studi kuesioner memerlukan pengukuran yang dapat menjelaskan dengan jelas bagaimana responden menjawab item dalam kuesioner. Adapun pengukuran yang dimaksud adalah untuk mendapatkan Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap instrument dalam kuesioner pembahasan yang telah dikembalikan oleh para responden.

Ketika menilai kemampuan seseorang untuk memenuhi kriteria tertentu, sangat penting untuk mengevaluasi tingkat pencapaian mereka. Artinya, dalam setiap pembahasan, "Master Scale" harus selalu digunakan sebagai skala pengukuran yang menunjukkan lima tingkat atribut tertentu (Dressler & Paunovic, 2019).

Tabel 8 Kriteria Pencapaian Responden

No.	Kriteria	Indeks TCR
1	Amat Baik	90-100
2	Baik	80-89
3	Cukup Baik	70-79
4	Kurang Baik	55-69
5	Sangat Kurang Baik	1-54

Sumber : (Mortazavi, 2021)

#### a. Dukungan Keluarga

Berikut ini adalah rincian bagaimana responden melihat pernyataan yang diminta untuk ditanggapi. Tabel 9 menyajikan data deskriptif untuk semua variabel Dukungan Keluarga (DK).

Tabel 9 Statistik TCR Variabel Dukungan Keluarga

Kode	T					T x SL					N	Total	TCR	Kriteria TCR
	STS	TS	KS	S	SS	1	2	3	4	5			%	
DK.1	17	17	46	94	35	17	34	138	376	175	209	740	70.8	Cukup Baik
DK.2	16	22	46	98	27	16	44	138	392	135	209	725	69.4	Kurang Baik
DK.3	14	29	53	88	25	14	58	159	352	125	209	708	67.8	Kurang Baik
DK.4	6	13	49	113	28	68	26	147	452	140	209	771	73.8	Cukup Baik
DK.5	8	27	53	95	26	86	54	159	380	130	209	731	70.0	Kurang Baik
DK.6	11	28	52	89	29	11	56	156	356	145	209	724	69.3	Kurang Baik
DK.7	14	19	52	96	28	14	38	156	384	140	209	732	70.0	Cukup Baik
DK.8	9	22	50	97	31	94	44	150	388	155	209	746	71.4	Cukup Baik
DK.9	12	23	45	104	25	12	46	135	416	125	209	734	70.2	Cukup Baik
DK.10	12	25	45	102	25	12	50	135	408	125	209	730	69.9	Kurang baik
DK.11	11	21	53	107	17	11	42	159	428	85	209	725	69.4	Kurang Baik
DK.12	10	23	49	95	32	10	46	147	380	160	209	743	71.1	Cukup Baik

Menurut analisis pada tabel 9 di atas memperlihatkan apabila tingkat capaian responden yang paling tinggi terdapat pada kode instrument pembahasan DK8 dengan TCR 71,4% dan kriteria cukup baik. Sedangkan yang terendah terdapat pada kode instrument pembahasan DK3 dengan TCR 67,8% dengan kriteria kurang baik. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa tanggapan para responden atas pertanyaan variabel Dukungan Keluarga pada kuesioner tersebut adalah cukup baik.

### b. Aktivitas Pariwisata

Berikut ini adalah rincian bagaimana responden melihat pernyataan yang diminta untuk ditanggapi. Tabel 10 menunjukkan statistik deskriptif untuk semua variabel Aktivitas Pariwisata (AP):

Tabel 10. Statistik Deskriptif TCR Variabel Aktivitas Pariwisata

Kode	T					T x SL					N	Total	TCR	Kriteria TCR
	STS	TS	KS	S	SS	1	2	3	4	5			%	
AP.1	0	7	20	108	74	0	14	60	432	370	209	876	83.8	Baik
AP.2	1	7	18	135	48	14	14	54	540	240	209	849	81.2	Baik
AP.3	0	7	21	123	58	04	14	63	492	290	209	859	82.2	Baik
AP.4	0	7	23	128	51	04	14	69	512	255	209	850	81.3	Baik
AP.5	0	10	27	130	42	00	20	81	520	210	209	831	79.5	Cukup Baik
AP.6	6	15	37	121	30	60	31	11	484	150	209	781	74.7	Cukup Baik
AP.7	5	22	35	108	39	54	45	10	432	195	209	781	74.7	Cukup Baik
AP.8	4	17	42	107	39	44	34	126	428	195	209	787	75.3	Cukup Baik

Menurut analisis pada tabel 10 diatas bisa dilihat apabila tingkat capaian responden yang paling tinggi terdapat pada kode instrument pembahasan AP1 dengan TCR 83,8% dan kriteria baik. Sedangkan yang terendah terdapat pada kode instrument pembahasan AP7 dengan TCR 74,7% dengan kriteria cukup baik. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa tanggapan para responden atas pertanyaan- pertanyaan variabel Aktivitas Pariwisata pada kuesioner tersebut adalah baik.

### c. Kreativitas

Berikut ini adalah rincian bagaimana responden melihat pernyataan yang diminta untuk ditanggapi. Tabel 11 menunjukkan



statistik deskriptif untuk semua variabel Kreativitas (KT):

Tabel 11. Statistik Deskriptif TCR Variabel Kreativitas

Kode	T					T x SL					N	Total	TCR	Kriteria TCR
	STS	TS	KS	S	SS	1	2	3	4	5			%	
KT.1	0	8	24	137	40	0	16	72	548	200	209	836	80.0	Baik
KT.2	1	7	29	130	42	1	14	87	520	210	209	832	79.6	Cukup Baik
KT.3	0	7	34	124	44	0	14	102	496	220	209	832	79.6	Cukup Baik
KT.4	0	11	28	131	39	0	22	84	524	195	209	825	78.9	Cukup Baik
KT.5	2	9	41	110	47	2	18	123	440	235	209	818	78.3	Cukup Baik
KT.6	1	11	27	116	54	1	22	81	464	270	209	838	80.2	Baik
KT.7	0	6	31	133	39	0	12	93	532	195	209	832	79.6	Cukup Baik
KT.8	0	4	40	128	37	0	8	120	512	185	209	825	78.9	Cukup Baik
KT.9	0	8	29	127	45	0	16	87	508	225	209	836	80.0	Baik
KT.10	0	5	34	122	48	0	10	102	488	240	209	840	80.4	Baik
KT.11	0	5	25	135	44	0	10	75	540	220	209	845	80.9	Baik
KT.12	0	6	22	128	53	0	12	66	512	265	209	855	81.8	Baik
KT.13	1	5	22	143	38	1	10	66	572	190	209	839	80.3	Baik
KT.14	1	4	23	138	43	1	8	69	552	215	209	845	80.9	Baik
KT.15	0	7	23	125	54	0	14	69	500	270	209	853	81.6	Baik
KT.16	0	5	20	143	41	0	10	60	572	205	209	847	81.1	Baik
KT.17	0	4	23	124	58	0	8	69	496	290	209	863	82.6	Baik
KT.18	1	5	18	136	49	1	10	54	544	245	209	854	81.7	Baik
KT.19	0	6	24	129	50	0	12	72	516	250	209	850	81.3	Baik

KT.20	0	4	22	140	43	0	8	66	560	215	209	849	81.2	Baik
KT.21	0	6	29	128	46	0	12	87	512	230	209	841	80.5	Baik
KT.22	0	7	26	134	42	0	14	78	536	210	209	838	80.2	Baik
KT.23	0	3	21	135	50	0	6	63	540	250	209	859	82.2	Baik
KT.24	0	6	18	140	45	0	12	54	560	225	209	851	81.4	Baik

Menurut analisis pada tabel 11 di atas memperlihatkan apabila tingkat capaian responden yang paling tinggi terdapat pada kode instrument pembahasan KT17 dengan TCR 82,6% dan kriteria baik. Sedangkan yang terendah terdapat pada kode instrument pembahasan KT5 dengan TCR 78,3% dengan kriteria cukup baik. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa tanggapan para responden atas pertanyaan-pertanyaan variabel Kreativitas dalam kuesioner tersebut adalah baik.

#### d. Literasi Digital

Berikut ini adalah rincian bagaimana responden melihat pernyataan yang diminta untuk ditanggapi. Tabel 12 menunjukkan statistik deskriptif untuk semua variabel Literasi Digital (LD):

Tabel 12. Statistik Deskriptif TCR Variabel Literasi Digital

Kode	T					T x SL					N	Total	TCR %	Kriteria TCR
	STS	TS	KS	S	SS	1	2	3	4	5				
LD.1	17	17	46	94	35	17	34	138	376	175	209	740	70.8	Cukup Baik
LD.2	16	22	46	98	27	16	44	138	392	135	209	725	69.4	Kurang Baik
LD.3	14	29	53	88	25	14	58	159	352	125	209	708	67.8	Kurang Baik
LD.4	6	13	49	113	28	6	26	147	452	140	209	771	73.8	Cukup Baik
LD.5	8	27	53	95	26	8	54	159	380	130	209	731	70.0	Kurang Baik

LD.6	11	28	52	89	29	11	56	156	356	145	209	724	69.3	Kurang Baik
LD.7	14	19	52	96	28	14	38	156	384	140	209	732	70.0	Cukup Baik
LD.8	9	22	50	97	31	9	44	150	388	155	209	746	71.4	Cukup Baik
LD.9	12	23	45	104	25	12	46	135	416	125	209	734	70.2	Cukup Baik
LD.10	12	25	45	102	25	12	50	135	408	125	209	730	69.9	Kurang Baik
LD.11	11	21	53	107	17	11	42	159	428	85	209	725	69.4	Kurang Baik
LD.12	10	23	49	95	32	10	46	147	380	160	209	743	71.1	Cukup Baik
LD.13	3	25	48	101	32	3	50	144	404	160	209	761	72.8	Cukup Baik
LD.14	3	26	39	113	28	3	52	117	452	140	209	764	73.1	Cukup Baik
LD.15	5	34	47	89	34	5	68	141	356	170	209	740	70.8	Cukup Baik
LD.16	4	25	51	98	31	4	50	153	392	155	209	754	72.2	Cukup Baik

Menurut analisis pada tabel 12 di atas bisa dilihat apabila tingkat capaian responden yang paling tinggi terdapat pada kode instrument pembahasan LD14 dengan TCR 73,1% dan kriteria cukup baik. Sedangkan yang terendah terdapat pada kode instrument pembahasan LD3 dengan TCR 67,8% dengan kriteria kurang baik. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa tanggapan para responden atas pertanyaan-pertanyaan variabel Literasi Digital pada kuesioner tersebut adalah cukup baik.

#### e. Peluang Usaha

Berikut ini adalah rincian bagaimana responden melihat pernyataan yang diminta untuk ditanggapi. Tabel 13 menyajikan statistik deskriptif untuk semua variabel Peluang Usaha (PU).

Tabel 13. Statistik Deskriptif TCR Variabel Peluang Usaha

Kode	T					T x SL					N	Total	TCR	Kriteria TCR	
	STS	TS	KS	S	SS	1	2	3	4	5			%		

PU.1	8	5	36	127	33	8	10	108	508	165	209	799	76.5	Cukup Baik
PU.2	3	7	40	127	32	3	14	120	508	160	209	805	77.0	Cukup Baik
PU.3	4	10	34	126	35	4	20	102	504	175	209	805	77.0	Cukup Baik
PU.4	2	8	36	124	39	2	16	108	496	195	209	817	78.2	Cukup Baik
PU.5	0	12	31	129	37	0	24	93	516	185	209	818	78.3	Cukup Baik
PU.6	0	10	28	130	41	0	20	84	520	205	209	829	79.3	Cukup Baik
PU.7	1	14	37	132	25	1	28	111	528	125	209	793	75.9	Cukup Baik
PU.8	1	13	27	128	40	1	26	81	512	200	209	820	78.5	Cukup Baik
PU.9	1	12	40	122	34	1	24	120	488	170	209	803	76.8	Cukup Baik
PU.10	0	14	31	132	32	0	28	93	528	160	209	809	77.4	Cukup Baik
PU.11	0	15	31	121	42	0	30	93	484	210	209	817	78.2	Cukup Baik
PU.12	4	18	32	120	35	4	36	96	480	175	209	791	75.7	Cukup Baik
PU.13	1	13	44	118	33	1	26	132	472	165	209	796	76.2	Cukup Baik
PU.14	2	10	27	127	43	2	20	81	508	215	209	826	79.0	Cukup Baik

Berdasarkan analisis pada tabel 14 diatas memperlihatkan apabila tingkat capaian responden yang paling tinggi terdapat pada kode instrument pembahasan PU6 dengan TCR 79,3% dan kriteria cukup baik. Sedangkan yang terendah terdapat pada kode instrument pembahasan PU7 dengan TCR 75,9% dengan kriteria cukup baik. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa tanggapan para responden atas pertanyaan-pertanyaan variabel Peluang Usaha pada kuesioner tersebut adalah cukup baik.

f. Tingkat Kesejahteraan

Berikut ini adalah rincian bagaimana responden melihat

pernyataan yang diminta untuk ditanggapi. Tabel 14 menyajikan statistik deskriptif untuk semua variabel Tingkat Kesejahteraan (TK):

Tabel 14. Statistik Deskriptif TCR Variabel Tingkat Kesejahteraan

Kode	T					T x SL					N	Total	TCR	Kriteria TCR
	STS	TS	KS	S	SS	1	2	3	4	5			%	
TK.1	0	9	28	132	40	0	18	84	528	200	209	830	79.4	Cukup Baik
TK.2	0	9	31	127	42	0	18	93	508	210	209	829	79.3	Cukup Baik
TK.3	0	8	37	120	44	0	16	111	480	220	209	827	79.1	Cukup Baik
TK.4	0	11	30	128	40	0	22	90	512	200	209	824	78.9	Cukup Baik
TK.5	1	10	43	109	46	1	20	129	436	230	209	816	78.1	Cukup Baik
TK.6	0	13	28	115	53	0	26	84	460	265	209	835	79.9	Cukup Baik
TK.7	0	7	34	130	38	0	14	102	520	190	209	826	79.0	Cukup Baik
TK.8	0	6	42	124	37	0	12	126	496	185	209	819	78.4	Cukup Baik
TK.9	0	8	32	125	44	0	16	96	500	220	209	832	79.6	Cukup Baik
TK.10	0	6	35	121	47	0	12	105	484	235	209	836	80.0	Baik
TK.11	0	6	26	135	42	0	12	78	540	210	209	840	80.4	Baik
TK.12	0	6	25	126	52	0	12	75	504	260	209	851	81.4	Baik
TK.13	0	6	23	141	39	0	12	69	564	195	209	840	80.4	Baik
TK.14	0	5	24	136	44	0	10	72	544	220	209	846	81.0	Baik
TK.15	0	8	24	122	55	0	16	72	488	275	209	851	81.4	Baik
TK.16	0	7	22	139	41	0	14	66	556	205	209	841	80.5	Baik

Berdasarkan analisis pada tabel 14 diatas memperlihatkan apabila tingkat capaian responden yang paling tinggi terdapat pada kode instrument pembahasan TK15 dengan TCR 81,4% dan kriteria baik. Sedangkan yang terendah terdapat pada kode instrument pembahasan

TK5 dengan TCR 78,1% dengan kriteria cukup baik. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa tanggapan para responden atas pertanyaan-pertanyaan variabel Tingkat Kesejahteraan pada kuesioner tersebut adalah baik.

# **BAB VI**

## **EVALUASI TINGKAT KESEJATERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI**

### **6.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)**

Pengujian model pengukuran akan dilakukan untuk menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Pada pembahasan ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah konstruk sudah memenuhi syarat untuk dilanjutkan sebagai pembahasan atau tidak. Pada uji validitas ini, ada dua macam evaluasi yang akan dilakukan, yaitu:

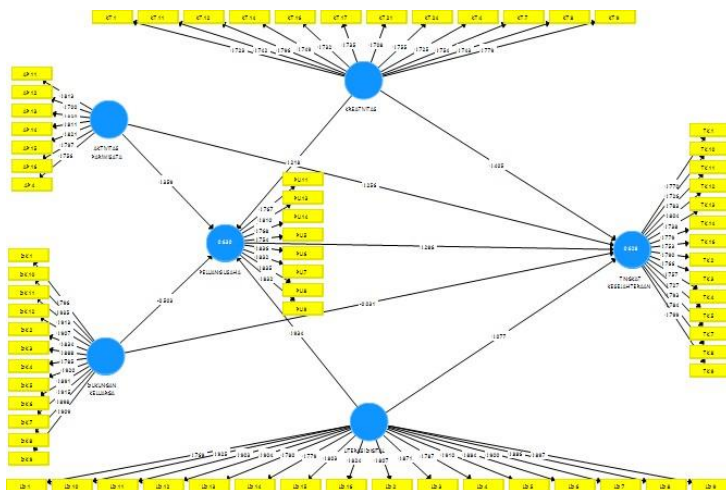
#### **1. Outer Loading Factor**

Convergent validity dari measurement model dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor skor variabelnya. Nilai loading factor sebesar 0,5 atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten (F. Hair Jr et al., 2014). Nilai outer loading awal pada variabel repurchase intention, customer satisfaction, dan store image dapat dilihat pada Tabel 4.10. (Hapzi Ali. Nandan Limakrisna, 2013) menyatakan indikator yang memiliki nilai loading factor antara 0.5 – 0.6 dapat diterima. Berikut adalah hasil uji outer model yang menunjukkan nilai outer loading dengan menggunakan alat analisis SmartPLS v 3.2.9. Karena ada beberapa indikator yang memiliki nilai loading factor antara 0.5 – 0.6 maka dieliminasi atau dikeluarkan indikatornya. Diantaranya yaitu variabel Aktivitas Pariwisata (AP1, AP2, AP3, AP5, AP6, AP7, AP8 , AP9), variabel Kreativitas (KT2, KT3, KT5, KT6, KT10, KT13, KT15, KT18, KT19, KT22, KT23), variabel Peluang Usaha (PU1, PU3, PU10, PU12),

dan variabel Tingkat Kesejahteraan (TK6, TK15). Setelah dieliminasi satu kali masih ada indikator yang memiliki nilai loading factor antara 0.5 – 0.6 maka dieliminasi atau dikeluarkan lagi

indikatornya. Diantaranya yaitu variabel Aktivitas Pariwisata (AP10), Kreativitas (KT20), dan Peluang Usaha (PU2, PU4).

Berikut adalah hasil uji outer model yang sudah dieliminasi atau dikeluarkan indikatornya yang menunjukkan nilai outer loading dengan menggunakan alat analisis SmartPLS v 3.2.9.



Gambar 1 Hasil Uji Outer Model

Berikut hasil dari estimasi pengukuran nilai outer loading terhadap seluruh konstruk Dukungan Keluarga, Aktivitas Pariwisata, Kreativitas, Literasi Digital, Peluang Usaha dan Tingkat Kesejahteraan dengan estimasi pengujian ke 3 sebagaimana dapat dilihat pada tabel 5.23 dibawah ini :

Tabel 15. Nilai Loading Factor Seluruh Konstruk Variabel Pembahasan

Variabel	Kode Item	Loading Factor	Keputusan
----------	-----------	----------------	-----------



<b>DukunganKeluarga</b>	DK.1	0.796	<i>Valid</i>
	DK.2	0.834	<i>Valid</i>
	DK.3	0.888	<i>Valid</i>
	DK.4	0.785	<i>Valid</i>
	DK.5	0.92	<i>Valid</i>
	DK.6	0.891	<i>Valid</i>
	DK.7	0.915	<i>Valid</i>
	DK.8	0.898	<i>Valid</i>
	DK.9	0.909	<i>Valid</i>
	DK.10	<b>0.935</b>	<i>Valid</i>
	DK.11	0.913	<i>Valid</i>
<b>Aktivitas Pariwisata</b>	DK.12	0.907	<i>Valid</i>
	AP.4	0.756	<i>Valid</i>
	AP.11	0.813	<i>Valid</i>
	AP.12	0.7	<i>Valid</i>
	AP.13	<b>0.83</b>	<i>Valid</i>
	AP.14	0.811	<i>Valid</i>
	AP.15	0.821	<i>Valid</i>
AP.16	0.797	<i>Valid</i>	
<b>Kreativitas</b>	KT.1	0.723	<i>Valid</i>
	KT.4	0.725	<i>Valid</i>
	KT.7	0.754	<i>Valid</i>
	KT.8	0.743	<i>Valid</i>
	KT.9	0.779	<i>Valid</i>
	KT.11	0.742	<i>Valid</i>
	KT.12	<b>0.796</b>	<i>Valid</i>
	KT.14	0.749	<i>Valid</i>
	KT.16	0.732	<i>Valid</i>
	KT.17	0.735	<i>Valid</i>
KT.21	0.708	<i>Valid</i>	
KT.24	0.755	<i>Valid</i>	
	LD.1	0.769	<i>Valid</i>
	LD.2	0.807	<i>Valid</i>
	LD.3	0.871	<i>Valid</i>
	LD.4	0.787	<i>Valid</i>
	LD.5	0.91	<i>Valid</i>

<b>Literasi Digital</b>	LD.6	0.884	<i>Valid</i>	
	LD.7	0.9	<i>Valid</i>	
	LD.8	0.886	<i>Valid</i>	
	LD.9	0.897	<i>Valid</i>	
	LD.10	<b>0.925</b>	<i>Valid</i>	
	LD.11	0.903	<i>Valid</i>	
	LD.12	0.904	<i>Valid</i>	
	LD.13	0.78	<i>Valid</i>	
	LD.14	0.779	<i>Valid</i>	
	LD.15	0.803	<i>Valid</i>	
	LD.16	0.824	<i>Valid</i>	
	<b>Peluang Usaha</b>	PU.5	0.754	<i>Valid</i>
		PU.6	<b>0.836</b>	<i>Valid</i>
		PU.7	0.832	<i>Valid</i>
		PU.8	0.835	<i>Valid</i>
		PU.9	0.832	<i>Valid</i>
PU.11		0.767	<i>Valid</i>	
PU.13		0.81	<i>Valid</i>	
PU.14		0.768	<i>Valid</i>	
<b>Tingkat Kesejahteraan</b>	TK.1	0.77	<i>Valid</i>	
	TK.2	0.79	<i>Valid</i>	
	TK.3	0.766	<i>Valid</i>	
	TK.4	0.757	<i>Valid</i>	
	TK.5	0.727	<i>Valid</i>	
	TK.7	0.793	<i>Valid</i>	
	TK.8	0.784	<i>Valid</i>	
	TK.9	0.799	<i>Valid</i>	
	TK.10	0.726	<i>Valid</i>	
	TK.11	0.783	<i>Valid</i>	
	TK.12	0.804	<i>Valid</i>	
	TK.13	0.738	<i>Valid</i>	
	TK.14	0.779	<i>Valid</i>	
	TK.16	0.753	<i>Valid</i>	

Berdasarkan analisis pada tabel 15 diatas dapat dilihat bahwa nilai

loading factor dari seluruh konstruk variabel pembahasan dinyatakan valid atau dapat dapat diterima, yang dikarenakan nilai loading factor  $> 0,5-0,6$ .

Uji validitas serta reliabilitas model pengukuran akan dilakukan. Jika konstruk memenuhi semua prasyarat untuk penyelidikan lebih lanjut, maka dapat dilanjutkan sebagai pembahasan.

Teknik pengolahan data dalam pembahasan ini menggunakan metode SEM berbasis Partial Least Square (PLS) memerlukan 2 tahap untuk penilaian dari sebuah model pembahasan yaitu outer model dan inner model (Ghozali, 2017).

## 2. Menilai Outer Model atau Measurement Model

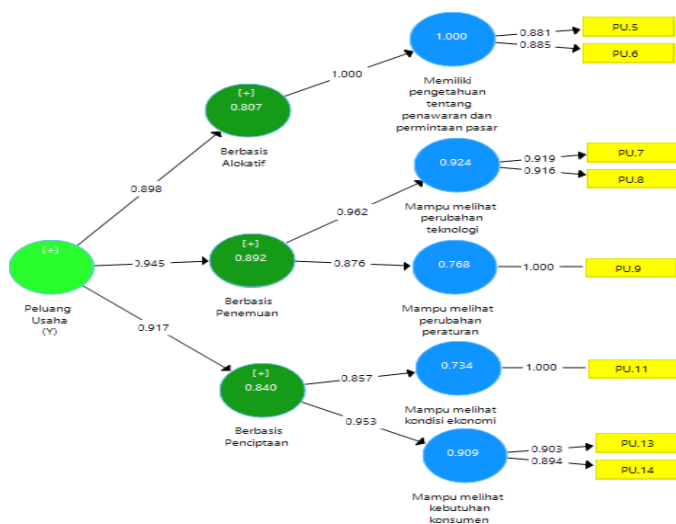
Penilaian outer model bertujuan untuk menilai korelasi antara score item atau indikator dengan skor konstraknya yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu item pernyataan. Pengujian outer model dilakukan berdasarkan hasil uji coba angket yang telah dilakukan untuk seluruh variabel pembahasan. Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data untuk menilai outer model yaitu Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability. Suatu item atau butir pernyataan dianggap valid jika memiliki nilai korelasi atau nilai convergen validity di atas 0,7, namun menurut (Ghozali, 2017) dalam tahap pengembangan korelasi 0,50 sampai 0,6 dianggap masih memadai atau masih dapat diterima. Dalam pembahasan batasan nilai convergent validity di atas 0,6.

### a) Penilaian Outer model dengan Convergent Validity untuk variabel Peluang Usaha

Penilaian variabel Peluang Usaha (Y) dalam pembahasan ini dibangun oleh 3 dimensi yaitu dimensi Berbasis Alokatif, Berbasis Penemuan dan Berbasis Penciptaan. Selanjutnya dimensi Berbasis Alokatif dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 2 item. Dimensi Berbasis Penemuan dibangun oleh 2 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Dimensi Berbasis Penciptaan dibangun

oleh 2 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Pengujian outer model ini bertujuan untuk melihat korelasi antara score item dengan skor variabel atau konstruknya yang menunjukkan tingkat validitas. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai convergent validity di atas 0,5. Berikut hasil pengolahan data dari SmartPLS 3.0 sebagaimana tertera pada Gambar 1.

Gambar 2. Outer Loadings Variabel Peluang Usaha (PU)

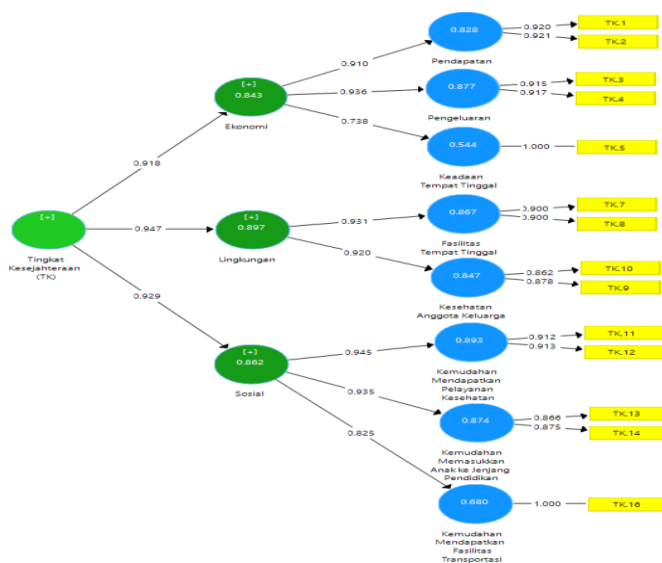


#### b) Penilaian Outer Model dengan Convergent Validity untuk variabel Tingkat Kesejahteraan

Penilaian variabel Tingkat Kesejahteraan (Z) dalam pembahasan ini dibangun oleh 3 dimensi yaitu dimensi Ekonomi, Lingkungan dan Sosial. Selanjutnya dimensi Ekonomi dibangun oleh 3 indikator dan butir pernyataan sebanyak 5 item. Dimensi Lingkungan dibangun oleh 2 indikator dan butir pernyataan sebanyak 4 item. Dimensi Sosial dibangun oleh 3 indikator dan butir pernyataan sebanyak 5 item. Pengujian outer model ini bertujuan untuk melihat korelasi antara score item dengan

skor variabel atau konstruknya yang menunjukkan tingkat validitas. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai convergent validity di atas 0,5. Berikut hasil pengolahan data dari SmartPLS 3.0 sebagaimana tertera pada Gambar 3.

Gambar 3. Outer Loadings Variabel Tingkat Kesejahteraan (TK)



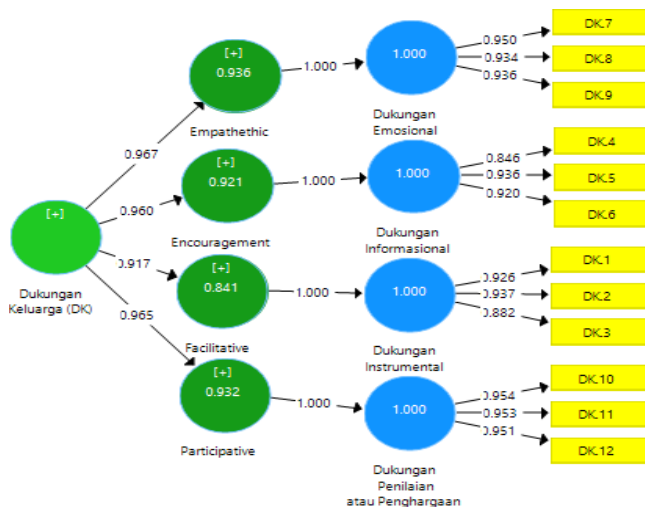
Sumber: Hasil Uji *Outer Model*

### c) Penilaian Outer Model dengan Convergent Validity untuk variabel Dukungan Keluarga

Penilaian variabel Dukungan Keluarga (X1) dalam pembahasan ini dibangun oleh 4 dimensi yaitu dimensi Empathetic, Encouragement, Facilitative dan Participative. Selanjutnya dimensi Empathetic dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Dimensi

Encouragement dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Dimensi Facilitative dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Dimensi Participative dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Pengujian outer model ini bertujuan untuk melihat korelasi antara score item dengan skor variabel atau konstruksya yang menunjukkan tingkat validitas. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai convergent validity di atas 0,5. Berikut hasil pengolahan data dari SmartPLS 3.0 sebagaimana tertera pada Gambar 4

Gambar 4. Outer Loadings Variabel Dukungan Keluarga (DK)  
 Sumber: Hasil Uji *Outer Model*

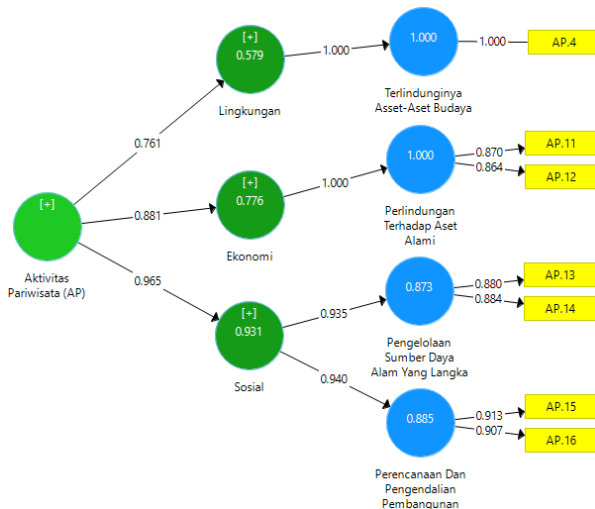


d) Penilaian Outer Model dengan Convergent Validity untuk variabel Aktivitas Pariwisata

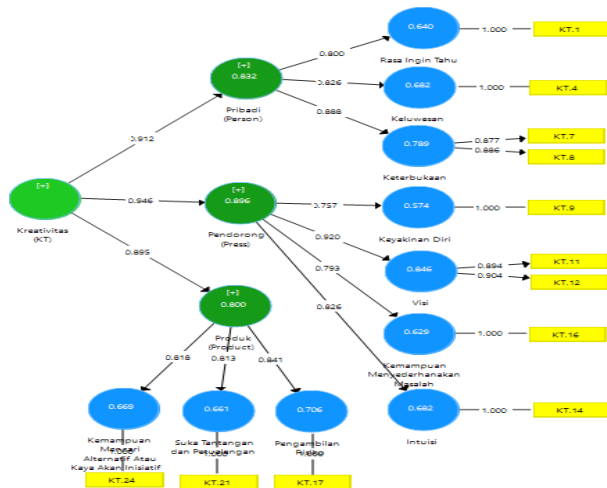
Penilaian variabel Aktivitas Pariwisata (X2) dalam pembahasan ini dibangun oleh 3 dimensi yaitu dimensi Lingkungan, Ekonomi dan Sosial. Selanjutnya dimensi Lingkungan dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 1 item. Dimensi Ekonomi dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 2 item. Dimensi Sosial dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 2 item. Pengujian outer model ini bertujuan untuk melihat korelasi antara score item dengan skor variabel atau konstruknya yang menunjukkan tingkat validitas. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai convergent validity di atas 0,5. Berikut hasil pengolahan data dari SmartPLS 3.0 sebagaimana tertera pada Gambar 5.

Gambar 5 Outer Loadings Variabel Aktivitas Pariwisata (AP)

Sumber : Hasil Uji Outer Model



e) Penilaian Outer Model dengan Convergent Validity untuk variabel



## Kreativitas

Penilaian variabel Kreativitas (X3) dalam pembahasan ini dibangun oleh 3 dimensi yaitu dimensi Pribadi, Pendorong dan Produk. Selanjutnya dimensi Pribadi dibangun oleh 3 indikator dan butir pernyataan sebanyak 4 item. Dimensi Pendorong dibangun oleh 4 indikator dan butir pernyataan sebanyak 5 item. Dimensi Produk dibangun oleh 3 indikator dan butir pernyataan sebanyak 3 item. Pengujian outer model ini bertujuan untuk melihat korelasi antara score item dengan skor variabel atau konstruknya yang menunjukkan tingkat validitas. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai convergent validity di atas 0,5.

Berikut hasil pengolahan data dari SmartPLS 3.0 sebagaimana tertera pada Gambar 5.5.

Gambar 6. Outer Loadings Variabel Kreativitas (KT)

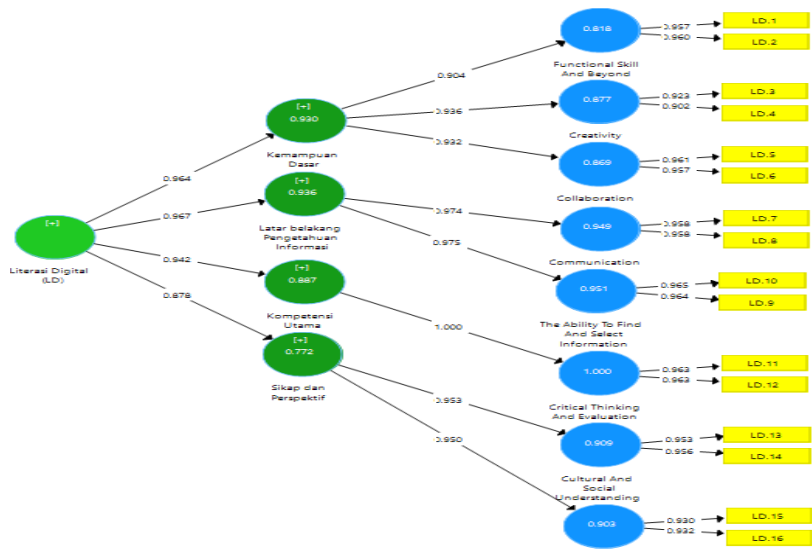
Sumber: Hasil Uji Outer Model



f) Penilaian Outer Model dengan Convergent Validity untuk variabel Literasi Digital

Penilaian variabel Literasi Digital (X4) dalam pembahasan ini dibangun oleh 4 dimensi yaitu dimensi Kemampuan Dasar, Latar Belakang Pengetahuan Informasi, Kompetensi Utama dan Sikap dan Perspektif. Selanjutnya dimensi Kemampuan Dasar dibangun oleh 3 indikator dan butir pernyataan sebanyak 6 item. Dimensi Latar Belakang Pengetahuan Informasi dibangun oleh 2 indikator dan butir pernyataan sebanyak 4 item. Dimensi Kompetensi Utama dibangun oleh 1 indikator dan butir pernyataan sebanyak 2 item. Dimensi Sikap dan Perspektif dibangun oleh 2 indikator dan butir pernyataan sebanyak 4 item. Pengujian outer model ini bertujuan untuk melihat korelasi antara score item dengan skor variabel atau konstruknya yang menunjukkan tingkat validitas. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai convergent validity di atas 0,5. Berikut hasil pengolahan data dari SmartPLS 3.0 sebagaimana tertera pada Gambar 7.

Gambar 7 Outer Loadings Variabel literasi Digital (LD)



## 6.2. Uji Reliabilitas dan Validitas

Instrumen reliabilitas dalam pembahasan ini diukur dengan dua kriteria yaitu nilai composite reliability dan cronbach's alpha. Penggunaan cronbach's alpha cenderung menaksir lebih rendah reliabilitas variabel dibandingkan composite reliability sehingga disarankan untuk menggunakan composite reliability (Ridwan, Mulyani, & Ali, 2020). Sebuah konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai cronbach's alpha lebih besar 0,70, sedangkan menurut (Santoso, 2018) variabel dikatakan reliabel jika nilai composite reliability diatas 0,70.

Tabel 1 Nilai Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
Dukungan Ke luarga	0.974	0.975	0.977	0.781
Aktivitas Pariwisata	0.900	0.901	0.921	0.625
Kreativitas	0.927	0.928	0.938	0.556
Literasi Digital	0.975	0.976	0.977	0.729
Peluang Usaha	0.922	0.923	0.936	0.648
Tingkat Kesejahteraan	0.947	0.948	0.953	0.593

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa semua variabel pembahasan memiliki nilai composite reliability dan cronbach's alpha diatas 0,7. Oleh karena itu indikator yang digunakan dalam variabel pembahasan ini dikatakan reliabel. Sedangkan untuk menguji validitas menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE) dengan nilai batas diatas 0,5. Pada tabel 5.24 terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai AVE diatas 0,5. Hal ini dapat diartikan bahwa keseluruhan indikator dan variabel dinyatakan valid.

### 6.3. Validitas Diskriminan

Uji korelasi diskriminan dilakukan untuk melihat korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Jika nilai akar kuadrat (square root of average) AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki tingkat validitas yang baik.

Tabel 2 Nilai Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Variabel	Aktivitas Pariwisata	Dukungan Keluarga	Kreativitas	Literasi Digital	Peluang Usaha
Aktivitas Pariwisata	0.791				
Dukungan Keluarga	0.368	0.884			
Kreativitas	0.319	0.334	0.746		
Literasi Digital	0.610	0.624	0.499	0.655	
Peluang Usaha	0.575	0.449	0.645	0.473	0.805
Tingkat Kesejahteraan	0.791	0.884	0.746	0.655	0.673

nilai akar AVE memperlihatkan bahwa masing-masingdari nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel lainnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel laten dalam penelitian memiliki construct validity dan discriminant validity yang baik.

### 6.4. Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model sktruktural bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantif model sktruktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk

dependen.

R-Square (R<sup>2</sup>) R-Square digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model struktural. R-Squares menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif.

Tabel 2 R- Square (R<sup>2</sup>)

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Peluang Usaha	0,629	0,621
Tingkat Kesejahteraan	0,622	0,612

Dari hasil R-Squares pada Tabel 5.26 diatas menunjukkan bahwa nilai R- Square Peluang Usaha (Y) adalah 0,629. Dan nilai R-Squares Tingkat Kesejahteraan (Z) 0,622. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Dukungan Keluarga, Aktivitas Pariwisata, Kreativitas dan Literasi Digital berpengaruh terhadap variabel Peluang Usaha (Y) sebesar 63%. Dan sisanya 37% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini. Dan Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa variabel Dukungan Keluarga, Aktivitas Pariwisata, Kreativitas, Literasi Digital dan Peluang Usaha berpengaruh terhadap variabel Tingkat Kesejahteraan (Z) 62,2%. Dan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

#### Model structural (inner model)

Model structural (inner model) merupakan model structural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Perancangan model struktural hubungan antar variabel laten pada PLS didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian. Inner model dan nilai

path koefisien penelitian

Nilai path koefisien Berdasarkan data diatas terlihat bahwa ada nilai path koefisien  $< 1$ . Nilai path koefisien terbesar yang memiliki dampak paling kuat dengan Peluang Usaha adalah variabel literasi digital dengan nilai path koefisien sebesar 1,024, kemudian disusul oleh aktivitas pariwisata 0,359, kreativitas sebesar 0,219 yaitu dapat diterima dan dukungan keluarga yaitu -0,594, di tolak. Dengan angka yang didapat dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen (literasi digital, aktivitas pariwisata, dan kreativitas) memiliki dampak positif terhadap variabel endogen (peluang usaha). Dan dengan angka yang didapat dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen (dukungan keluarga) memiliki dampak negatif terhadap variabel endogen (peluang usaha).

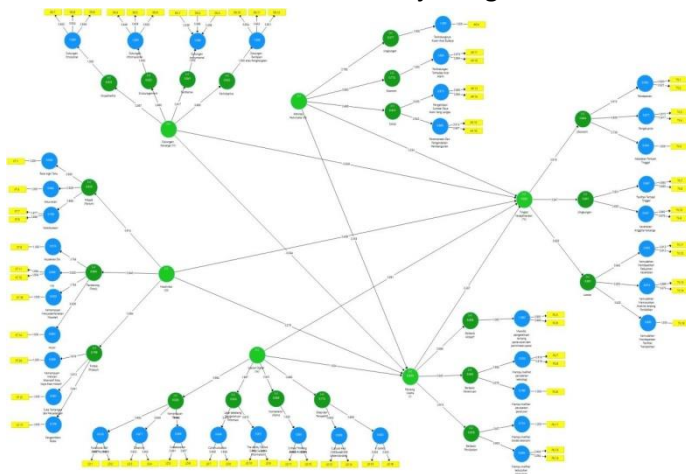
Variabel yang memiliki nilai path koefisien terbesar yang memiliki dampak paling kuat dengan Tingkat Kesejahteraan adalah variabel kreativitas dengan nilai path koefisien sebesar 0,406, kemudian disusul oleh peluang usaha sebesar 0,286, aktivitas pariwisata 0,254 dan literasi digital 0,091 yaitu dapat diterima, dan dukungan keluarga yaitu -0,049, di tolak. Dengan angka yang didapat dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen (kreativitas, peluang usaha, aktivitas pariwisata, dan literasi digital) memiliki dampak positif terhadap variabel endogen (tingkat kesejahteraan). Dan dengan angka yang didapat dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen (dukungan keluarga) memiliki dampak negatif terhadap variabel endogen (tingkat kesejahteraan).

Uji Hipotesis

Pengujian model hubungan struktural ini berfungsi untuk menjelaskan antara variabel-variabel dalam penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen secara langsung terhadap variabel endogen dan pengaruh

variabel eksogen secara tidak langsung terhadap variabel endogen melalui variabel mediasi. Apabila t-statistik > 1,96 dan p-value < level of significance 0,05 (alpha=5%) maka dinyatakan terdapat pengaruh signifikan (Hussein, Ananda Sabil et al., 2018).

(Sanny, Kartini, & Narimawati, 2016) mengemukakan kriteria mengenai kekuatan hubungan antar variabel agar memudahkan dalam melakukan interpretasi, yaitu: tidak ada pengaruh (0), sangat lemah ( $>0 \pm 0,25$ ), cukup ( $>0,25 \pm 0,5$ ), kuat ( $>0,5 \pm 0,75$ ), sangat kuat ( $>0,75 \pm 0,99$ ), dan sempurna (1). Proses pengujian selanjutnya adalah pengujian inner model atau model struktural yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar konstruk sebagaimana yang telah dihipotesiskan. Model struktural dievaluasi dengan memperhatikan nilai R-Square untuk konstruk endogen dari pengaruh yang diterimanya dari konstruk eksogen. Berikut model struktural hasil uji dengan Smart PLS.



## 6.5. Pengaruh langsung dan tak langsung

### a. Analisis Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Pengujian hipotesis pengaruh langsung dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen secara langsung terhadap variabel endogen. Untuk itu dilakukan pengujian dengan menggunakan fungsi Bootstrapping pada SmartPLS 3.2.9 dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini :

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Hubungan	Original Sample	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Hasil
Dukungan Keluarga -> Peluang Usaha	-0.594	0.341	1.741	<b>0.082</b>	Hipotesis Ditolak
Aktivitas Pariwisata -> Peluang Usaha	0.359	0.070	5.144	<b>0.000</b>	Hipotesis Diterima
Kreativitas -> Peluang Usaha	0.219	0.079	2.781	<b>0.006</b>	Hipotesis Diterima
Literasi Digital -> Peluang Usaha	1.024	0.342	2.998	<b>0.003</b>	Hipotesis Diterima
Dukungan Keluarga -> Tingkat Kesejahteraan	-0.049	0.233	0.212	<b>0.832</b>	Hipotesis Ditolak
Aktivitas Pariwisata -> Tingkat Kesejahteraan	0.254	0.090	2.815	<b>0.005</b>	Hipotesis Diterima
Kreativitas -> Tingkat Kesejahteraan	0.406	0.133	3.039	<b>0.002</b>	Hipotesis Diterima
Literasi Digital -> Tingkat Kesejahteraan	0.091	0.245	0.373	<b>0.709</b>	Hipotesis Ditolak
Peluang Usaha -> Tingkat Kesejahteraan	0.287	0.110	2.609	<b>0.009</b>	Hipotesis Diterima

b. Analisis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)/ (*Indirect Effect*)

Pengujian hipotesis *indirect effect* dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen secara tidak langsung terhadap variabel endogen melalui variabel mediasi/intervening. Kriteria

pengujian menyebutkan bahwa apabila  $p\text{-value} < \text{level of significance}$  0,05 ( $\alpha=5\%$ ) maka dinyatakan terdapat pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel mediasi/intervening pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini :

Tabel 4 Hasil Indirect Effect

No	Hubungan	Original Sample	T Statistics	P Values	Hasil
1	Dukungan Keluarga -> Peluang Usaha -> Tingkat Kesejahteraan	-0.144	1.325	<b>0.186</b>	Tidak Signifikan
2	Aktivitas Pariwisata -> Peluang Usaha -> Tingkat Kesejahteraan	0.103	2.354	<b>0.019</b>	Signifikan
3	Kreativitas -> Peluang Usaha -> Tingkat Kesejahteraan	0.062	2.168	<b>0.031</b>	Signifikan
4	Literasi Digital -> Peluang Usaha -> Tingkat Kesejahteraan	0.267	1.925	<b>0.055</b>	Tidak Signifikan

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa :

- 1) Pengaruh tidak langsung variabel dukungan keluarga terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha menghasilkan t-statistik sebesar 1,325 dengan p-value sebesar 0,186. Hal ini menunjukkan bahwa t-statistik  $< 1,96$  dan p-value  $> \text{level of significance}$  0,05 ( $\alpha=5\%$ ) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan dari variabel dukungan keluarga terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha. Atau, variabel peluang usaha tidak mampu memediasi hubungan dukungan keluarga dan tingkat kesejahteraan (Partial Mediation).
- 2) Pengaruh tidak langsung variabel aktivitas pariwisata terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha menghasilkan t-statistik sebesar 2,354 dengan p-value sebesar 0,019. Hal ini menunjukkan bahwa t-statistik  $> 1,96$  dan p-value  $< \text{level of significance}$  0,05 ( $\alpha=5\%$ ) sehingga dapat diartikan bahwa



- terdapat pengaruh signifikan dari variabel aktivitas pariwisata terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha. Atau, variabel peluang usaha mampu memediasi hubungan aktivitas pariwisata dan tingkat kesejahteraan (Full Mediation).
- 3) Pengaruh tidak langsung variabel kreativitas terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha menghasilkan t-statistik sebesar 2,168 dengan p-value sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa t-statistik > 1,96 dan p-value < level of significance 0,05 (alpha=5%) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kreativitas terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha. Atau, variabel peluang usaha mampu memediasi hubungan kreativitas dan tingkat kesejahteraan (Full Mediation).
  - 4) Pengaruh tidak langsung variabel literasi digital terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha menghasilkan t-statistik sebesar 1,925 dengan p-value sebesar 0,055. Hal ini menunjukkan bahwa t-statistik < 1,96 dan p-value > level of significance 0,05 (alpha=5%) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan dari variabel literasi digital terhadap tingkat kesejahteraan melalui mediasi peluang usaha. Atau, variabel peluang usaha tidak mampu memediasi hubungan literasi digital dan tingkat kesejahteraan (Partial Mediation).

# **BAB VII**

## **IMPLEMENTASI TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PARIWISATA BAHARI**

### **7.1. Dukungan Keluarga Terhadap Peluang Usaha**

Berdasarkan hasil uji model, Dukungan Keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Dukungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan ditolak. Nilai koefisien jalur yang negatif menunjukkan bahwa semakin buruk Dukungan Keluarga maka tidak akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Dukungan Keluarga, hasil uji model pengukuran dan persepsi Pengunjung menunjukkan bahwa Dukungan Penilaian atau Penghargaan yang paling dominan dalam merefleksikan Dukungan Keluarga. Persepsi Pengunjung menyatakan bahwa Dukungan Penilaian atau Penghargaan lebih dominan dicerminkan oleh Keluarga memberikan motivasi kepada saya untuk selalu sabar dan tabah dalam menghadapi masalah. Dari hasil uji model pengukuran menunjukkan bahwa Dukungan Penilaian atau Penghargaan berfokus pada Keluarga memberikan pujian atau penghargaan positif ketika ada kemajuan pekerjaan saya. Dukungan Keluarga dapat menjadi sebuah dorongan untuk anggota keluarga maka perhatian pada Dukungan Penilaian atau Penghargaan tetap harus dipertahankan dan ditingkatkan. Namun agar Dukungan Penilaian atau Penghargaan dapat lebih optimal maka dalam penerapannya lebih difokuskan pada Keluarga memberikan motivasi kepada saya untuk selalu sabar dan tabah dalam menghadapi masalah,

Keluarga memberikan pujian atau penghargaan positif ketika ada kemajuan pekerjaan saya, dan Keluarga mendukung penuh terhadap tindakan yang saya lakukan dalam pekerjaan. Dalam tingkat kesejahteraan adanya dukungan keluarga akan meningkatkan semangat seseorang dalam mewujudkan kesejahteraan keluarganya. Namun jika tidak adapun dukungan keluarga, tingkat kesejahteraan tetap dapat di capai oleh seseorang.

Hasil Pembahasan ini menjelaskan dan menunjukan bahwa Dukungan Keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang tidak terlalu memperhatikan atau mengharapkan secara langsung dukungan keluarga dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan mereka. Ada hal lain yang perlu ditingkatkan namun tanpa mengabaikan dukungan keluarga tersebut.

Hasil Pembahasan ini bertolak belakang dengan beberapa Pembahasan terdahulu diantaranya : (Dewi & Ginanjar, 2019), (Purwanto & Taftazani, 2018) dan (Marwanti & astuti, 2012) yang justru mengatakan bahwa Dukungan Keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan.

## **7.2. Aktivitas Pariwisata Terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Aktivitas Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Aktivitas Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Aktivitas Pariwisata maka akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Aktivitas Pariwisata, hasil uji model pengukuran

dan persepsi Pengunjung menunjukkan bahwa Terlindunginya Asset-Aset Budaya, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran, indikator yang paling dominan merefleksikan Aktivitas Pariwisata adalah Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka. Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Aktivitas Pariwisata pada masyarakat bahari Kota Padang. Perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka, yaitu: masyarakat harus mengembangkan sumber daya alam di lingkungan agar tidak rusak, selanjutnya masyarakat selalu mencari tahu hal baru dalam pengelolaan sumber daya alam di lingkungannya. Ha ini yang nantinya akan menaikkan Aktivitas Pariwisata. Pariwisata semakin kuat, berkembang dan unggul maka harus memberikan perhatian utama pada Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka, khususnya masyarakat harus mengembangkan sumber daya alam di lingkungan agar tidak rusak. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa tercapainya Tingkat Kesejahteraan yang bagus ketika pengelolaan sumber daya alam yang baik dan menjaga lingkungan agar tetap bersih serta tidak rusak pada pariwisata bahari Kota Padang ini. Maka wisatawanpun akan betah menikmati wisata bahari Kota Padang yang terkelola dengan baik dan sehat. Ini yang membuat peningkatan kesejahteraan dalam peluang usaha yang dijalankan dari aktivitas pariwisata yang ada.

Hasil Pembahasan ini menjelaskan dan menunjukan bahwa Aktivitas pariwisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan sebuah tingkat kesejahteraan masyarakat timbul karena adanya aktivitas pariwisata yang meningkat dan terjaga dengan baik. Maka dari itu harus masyarakat perhatikan dari segi pengelolaan sumber daya alam yang

tertata rapi agar tidak rusak. Dan indikator lainnya yang harus diperhatikan adalah Terlindunginya Asset-Aspek Budaya, Perlindungan Terhadap Aset Alami dan Perencanaan Dan Pengendalian Pembangunan dalam pariwisata bahari Kota Padang.

### **7.3. Kreativitas Terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Kreativitas maka akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Kreativitas, hasil uji model pengukuran dan persepsi Pengunjung menunjukkan bahwa pengambilan resiko, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran, indikator yang paling dominan merefleksikan Kreativitas adalah keyakinan diri. Keyakinan diri harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Kreativitas pada masyarakat bahari Kota Padang. Adapun perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator Keyakinan Diri, yaitu: masyarakat selalu yakin dan mau mencoba hal baru. Hal ini yang nantinya akan menaikkan kreativitas. Kepada masyarakat pariwisata bahari Kota Padang agar kreativitas semakin digali, diasah dan di implementasikan maka harus memberikan perhatian utama pada keyakinan diri, khususnya masyarakat harus selalu yakin dan mau mencoba hal baru. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa ketika keyakinan diri sudah ada dalam mencoba hal baru maka tidak akan takut dalam menghadapi bisnis baru guna mendapatkan pendapatan yang nantinya akan meningkatkan Kesejahteraan masyarakat pariwisata

bahari Kota Padang.

Hasil Pembahasan ini menjelaskan dan menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan sebuah tingkat kesejahteraan timbul karena kreativitas yang meningkat dan menjadi sebuah alat untuk mewujudkan sebuah bisnis baru yang di garap dengan melihat adanya pariwisata di daerah tertentu. Maka dari itu keyakinan diri harus bisa diwujudkan oleh masyarakat dalam mewujudkan Tingkat Kesejahteraan keluarga secara bersama. Kreativitas akan timbul jika kita yakin terhadap diri sendiri mampu melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi diri kita terutama dalam mewujudkan Tingkat Kesejahteraan. Dan indikator lainnya yang harus diperhatikan adalah Rasa Ingin Tahu, Keluwesan, Keterbukaan, Visi, Intuisi, Kemampuan Menyederhanakan Masalah, Pengambilan Risiko, Suka Tantangan Dan Petualangan, dan Kemampuan Mencari Alternatif Atau Kaya Akan Inisiatif dalam mewujudkan peluang usaha pariwisata bahari Kota Padang.

#### **7.4. Literasi Digital Terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan ditolak. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin buruk Literasi Digital maka tidak akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Literasi Digital, hasil uji model pengukuran dan persepsi Pengunjung menunjukkan bahwa Cultural And Social Understanding, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran, indikator yang paling dominan merefleksikan Literasi Digital adalah The

Ability To Find And Select Information. The Ability To Find And Select Information harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Literasi Digital pada masyarakat bahari Kota Padang. Perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator The Ability To Find And Select Information, yaitu: masyarakat harus Mampu Mencari Informasi Di Ruang Digital, dan masyarakat harus Mampu Berkontribusi Saat Berhadapan Dengan Informasi Di Ruang Digital. Ha ini yang nantinya akan menaikkan Literasi Digital. Kepada masyarakat pariwisata bahari Kota Padang agar Literasi Digital semakin dikuasai oleh masyarakat, diasah dan di implementasikan maka harus memberikan perhatian utama pada The Ability To Find And Select Information, khususnya masyarakat harus Mampu Berkontribusi Saat Berhadapan Dengan Informasi Di Ruang Digital dan selanjutnya masyarakat harus Mampu Mencari Informasi Di Ruang Digital. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa masyarakat harus mampu berkontribusi dan mencari informasi di ruang digital dalam mewujudkan tingkat kesejahteraan masyarakat di pariwisata bahari Kota padang.

Hasil Pembahasan ini menjelaskan dan menunjukkan bahwa Literasi Digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan tingkat kesejahteraan tidak terlalu memperhatikan literasi digital atau yg di dapatkan dari ruang digital yang saat ini tidak berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan. Ada hal lain yang perlu ditingkatkan namun tanpa mengabaikan literasi digital tersebut.

Hasil Pembahasan ini bertolak belakang dengan beberapa Pembahasan terdahulu diantaranya: (Samsiana et al., 2020) dan (Guzmán-Mendoza et al., 2015) yang justru mengatakan bahwa Literasi Digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat

Kesejahteraan.

### **7.5. Dukungan Keluarga terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Dukungan Keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Dukungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan ditolak. Nilai koefisien jalur yang negatif menunjukkan bahwa semakin buruk Dukungan Keluarga maka tidak akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Dukungan Keluarga, hasil uji model pengukuran dan persepsi responden menunjukkan bahwa Dukungan Penilaian atau Penghargaan yang paling dominan dalam merefleksikan Dukungan Keluarga. Persepsi responden menyatakan bahwa Dukungan Penilaian atau Penghargaan lebih dominan dicerminkan oleh Keluarga memberikan motivasi kepada saya untuk selalu sabar dan tabah dalam menghadapi masalah. Dari hasil uji model pengukuran menunjukkan bahwa Dukungan Penilaian atau Penghargaan berfokus pada Keluarga memberikan pujian atau penghargaan positif ketika ada kemajuan pekerjaan saya. Dukungan Keluarga dapat menjadi sebuah dorongan untuk anggota keluarga maka perhatian pada Dukungan Penilaian atau Penghargaan tetap harus dipertahankan dan ditingkatkan. Namun agar Dukungan Penilaian atau Penghargaan dapat lebih optimal maka dalam penerapannya lebih difokuskan pada Keluarga memberikan motivasi kepada saya untuk selalu sabar dan tabah dalam menghadapi masalah, Keluarga memberikan pujian atau penghargaan positif ketika ada kemajuan pekerjaan saya, dan Keluarga mendukung penuh terhadap tindakan yang saya lakukan dalam pekerjaan. Dalam tingkat



kesejahteraan adanya dukungan keluarga akan meningkatkan semangat seseorang dalam mewujudkan kesejahteraan keluarganya. Namun jika tidak adapun dukungan keluarga, tingkat kesejahteraan tetap dapat di capai oleh seseorang.

Hasil penelitian ini menjelaskan dan menunjukan bahwa Dukungan Keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang tidak terlalu memperhatikan atau mengharapkan secara langsung dukungan keluarga dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan mereka. Ada hal lain yang perlu ditingkatkan namun tanpa mengabaikan dukungan keluarga tersebut.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya : (Dewi & Ginanjar, 2019), (Purwanto & Taftazani, 2018) dan (Marwanti & astuti, 2012) yang justru mengatakan bahwa Dukungan Keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan.

#### **7.6. Pengaruh Aktivitas Pariwisata terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Aktivitas Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Aktivitas Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Aktivitas Pariwisata maka akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Aktivitas Pariwisata, hasil uji model pengukuran dan persepsi responden menunjukkan bahwa Terlindunginya Asset-Aset Budaya, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran, indikator yang paling dominan merefleksikan Aktivitas Pariwisata adalah

Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka. Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Aktivitas Pariwisata pada masyarakat bahari Kota Padang. Perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka, yaitu: masyarakat harus mengembangkan sumber daya alam di lingkungan agar tidak rusak, selanjutnya masyarakat selalu mencari tahu hal baru dalam pengelolaan sumber daya alam di lingkungannya. Hal ini yang nantinya akan menaikkan Aktivitas Pariwisata. Pariwisata semakin kuat, berkembang dan unggul maka harus memberikan perhatian utama pada Pengelolaan Sumber Daya Alam Yang Langka, khususnya masyarakat harus mengembangkan sumber daya alam di lingkungan agar tidak rusak. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa tercapainya Tingkat Kesejahteraan yang bagus ketika pengelolaan sumber daya alam yang baik dan menjaga lingkungan agar tetap bersih serta tidak rusak pada pariwisata bahari Kota Padang ini. Maka wisatawanpun akan betah menikmati wisata bahari Kota Padang yang terkelola dengan baik dan sehat. Ini yang membuat peningkatan kesejahteraan dalam peluang usaha yang dijalankan dari aktivitas pariwisata yang ada.

Hasil penelitian ini menjelaskan dan menunjukkan bahwa Aktivitas pariwisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan sebuah tingkat kesejahteraan masyarakat timbul karena adanya aktivitas pariwisata yang meningkat dan terjaga dengan baik. Maka dari itu harus masyarakat perhatikan dari segi pengelolaan sumber daya alam yang tertata rapi agar tidak rusak. Dan indikator lainnya yang harus diperhatikan adalah Terlindunginya Asset-Aset Budaya, Perlindungan Terhadap Aset Alami dan Perencanaan Dan Pengendalian Pembangunan

dalam pariwisata bahari Kota Padang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya: (Purba & Sucipto, 2019) dan (Oberholzer et al., 2010).

### **7.7. Pengaruh Kreativitas terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Kreativitas maka akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Kreativitas, hasil uji model pengukuran dan persepsi responden menunjukkan bahwa pengambilan resiko, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran, indikator yang paling dominan merefleksikan Kreativitas adalah keyakinan diri. Keyakinan diri harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Kreativitas pada masyarakat bahari Kota Padang. Adapun perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator Keyakinan Diri, yaitu: masyarakat selalu yakin dan mau mencoba hal baru. Ha ini yang nantinya akan menaikkan kreativitas. Kepada masyarakat pariwisata bahari Kota Padang agar kreativitas semakin digali, diasah dan di implementasikan maka harus memberikan perhatian utama pada keyakinan diri, khususnya masyarakat harus selalu yakin dan mau mencoba hal baru. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa ketika keyakinan diri sudah ada dalam mencoba hal baru maka tidak akan takut dalam menghadapi bisnis baru guna mendapatkan pendapatan yang nantinya akan meningkatkan Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Hasil penelitian ini menjelaskan dan menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan sebuah tingkat kesejahteraan timbul karena kreativitas yang meningkat dan menjadi sebuah alat untuk mewujudkan sebuah bisnis baru yang di garap dengan melihat adanya pariwisata di daerah tertentu. Maka dari itu keyakinan diri harus bisa diwujudkan oleh masyarakat dalam mewujudkan Tingkat Kesejahteraan keluarga secara bersama. Kreativitas akan timbul jika kita yakin terhadap diri sendiri mampu melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi diri kita terutama dalam mewujudkan Tingkat Kesejahteraan. Dan indikator lainnya yang harus diperhatikan adalah Rasa Ingin Tahu, Keluwesan, Keterbukaan, Visi, Intuisi, Kemampuan Menyederhanakan Masalah, Pengambilan Risiko, Suka Tantangan Dan Petualangan, dan Kemampuan Mencari Alternatif Atau Kaya Akan Inisiatif dalam mewujudkan peluang usaha pariwisata bahari Kota Padang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya: (Sutrisno, 2014) dan (Anggakara, 2021).

### **7.8. Pengaruh Literasi Digital terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan ditolak. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin buruk Literasi Digital maka tidak akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Literasi Digital, hasil uji model pengukuran dan persepsi responden menunjukkan bahwa Cultural And Social Understanding, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran,

indikator yang paling dominan merefleksikan Literasi Digital adalah The Ability To Find And Select Information. The Ability To Find And Select Information harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Literasi Digital pada masyarakat bahari Kota Padang. Perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator The Ability To Find And Select Information, yaitu: masyarakat harus Mampu Mencari Informasi Di Ruang Digital, dan masyarakat harus Mampu Berkontribusi Saat Berhadapan Dengan Informasi Di Ruang Digital. Ha ini yang nantinya akan menaikkan Literasi Digital. Kepada masyarakat pariwisata bahari Kota Padang agar Literasi Digital semakin dikuasai oleh masyarakat, diasah dan di implementasikan maka harus memberikan perhatian utama pada The Ability To Find And Select Information, khususnya masyarakat harus Mampu Berkontribusi Saat Berhadapan Dengan Informasi Di Ruang Digital dan selanjutnya masyarakat harus Mampu Mencari Informasi Di Ruang Digital. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa masyarakat harus mampu berkontribusi dan mencari informasi di ruang digital dalam mewujudkan tingkat kesejahteraan masyarakat di pariwisata bahari Kota Padang.

Hasil penelitian ini menjelaskan dan menunjukkan bahwa Literasi Digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini bisa saja dikarenakan tingkat kesejahteraan tidak terlalu memperhatikan literasi digital atau yg di dapatkan dari ruang digital yang saat ini tidak berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan. Ada hal lain yang perlu ditingkatkan namun tanpa mengabaikan literasi digital tersebut.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya : (Samsiana et al., 2020) dan (Guzmán-Mendoza et al., 2015) yang justru mengatakan bahwa Literasi Digital memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan.

### **7.9. Peluang Usaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan**

Berdasarkan hasil uji model, Peluang Usaha berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kesembilan yang menyatakan bahwa Peluang Usaha berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Peluang Usaha maka akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang.

Untuk variabel Peluang Usaha, hasil uji model pengukuran dan persepsi Pengunjung menunjukkan bahwa Memiliki pengetahuan tentang penawaran dan permintaan pasar, Sedangkan berdasarkan hasil uji model pengukuran, indikator yang paling dominan merefleksikan Peluang Usaha adalah Mampu melihat perubahan teknologi. Perubahan teknologi harus menjadi prioritas utama dalam penerapan dan pelaksanaan Peluang Usaha pada masyarakat bahari Kota Padang. Perbaikan yang dapat dilakukan pada indikator Mampu melihat perubahan teknologi, yaitu: Dengan teknologi membuat masyarakat lebih mudah mendapatkan dan memberi informasi kepada orang banyak, dan selanjutnya Perubahan teknologi dapat membantu masyarakat untuk menciptakan sesuatu yang baru yang menjadi kebutuhan orang banyak. Dari hal ini maka dapat dilihat bahwa peluang usaha yang diambil masyarakat dalam pariwisata ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut.

### **7.10. Dukungan Keluarga Terhadap Tingkat Kesejahteraan Melalui Peluang Usaha**

Berdasarkan hasil uji model, Dukungan Keluarga berpengaruh

tidak signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kesepuluh yang menyatakan bahwa Dukungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha ditolak. Nilai koefisien jalur yang negatif menunjukkan bahwa semakin buruk Dukungan Keluarga maka tidak akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang walaupun peluang usaha sudah di dapatkan atau dikembangkan oleh masyarakat untuk dapat lebih sejahtera. Hal ini menunjukkan berdasarkan pengujian statistik bahwa Peluang Usaha tidak terbukti mampu memediasi hubungan antara Dukungan Keluarga terhadap Tingkat Kesejahteraan (Partial Mediation).

#### **7.11. Aktivitas Pariwisata Terhadap Tingkat Kesejahteraan Yang Dimediasi oleh Peluang Usaha**

Berdasarkan hasil uji model, Aktivitas Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis kesebelas yang menyatakan bahwa Aktivitas Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Aktivitas Pariwisata maka akan berdampak terhadap Peluang Usaha pada masyarakat pariwisata bahari Kota Padang. Ketika Peluang Usaha telah di adopsi dengan baik dan benar serta berani dalam mengambil resiko ini akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang tersebut. Hal ini menunjukkan berdasarkan pengujian statistik bahwa Peluang Usaha terbukti mampu memediasi hubungan antara Aktivitas Pariwisata terhadap Tingkat Kesejahteraan (Full Mediation).

### **7.12. Kreativitas terhadap Tingkat Kesejahteraan Yang Dimediasi oleh Peluang Usaha**

Berdasarkan hasil uji model, Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis keduabelas yang menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha diterima. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Kreativitas maka akan berdampak terhadap Peluang Usaha pada masyarakat pariwisata bahari Kota Padang. Ketika Peluang Usaha telah di adopsi dengan baik dan benar serta berani dalam mengambil resiko ini akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang tersebut. Hal ini menunjukkan berdasarkan pengujian statistik bahwa Peluang Usaha terbukti mampu memediasi hubungan antara Kreativitas terhadap Tingkat Kesejahteraan (Full Mediation).

### **7.13. Literasi Digital terhadap Tingkat Kesejahteraan Yang Dimediasi oleh Peluang Usaha**

Berdasarkan hasil uji model, Literasi Digital berpengaruh tidak signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa hipotesis ketigabelas yang menyatakan bahwa Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kesejahteraan melalui Peluang Usaha ditolak. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin baik Dukungan Keluarga maka tidak akan berdampak terhadap Tingkat Kesejahteraan masyarakat pariwisata bahari Kota Padang walaupun peluang usaha sudah di dapatkan atau dikembangkan oleh masyarakat untuk dapat lebih sejahtera. Hal ini menunjukkan berdasarkan pengujian statistik bahwa Peluang Usaha tidak terbukti mampu memediasi hubungan antara



Literasi Digital terhadap Tingkat Kesejahteraan (Partial Mediation).

Hasil Pembahasan ini bertolak belakang dengan beberapa Pembahasan terdahulu diantaranya: (Samsiana et al., 2020) dan (Guzmán-Mendoza et al., 2015) dimana dinyatakan bahwa peluang usaha mampu memediasi Literasi Digital terhadap tingkat kesejahteraan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dwiyanto, Agus. 2006. Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. UGM Press: Yogyakarta.
- Abbas, D. S., Agustina, Y., Sari, M. R., Ardiana, D. P. Y., Hartini, H., Maknunah,
- Agus, A. (2019). ANALISIS DAYA DUKUNG POTENSI WISATA BAHARI BARU DI KAWASAN WISATA PULAU WEH SEBAGAI PULAU TERLUAR. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v1i2.14>
- Agus, D. S. (2016). *LISREL 8.7 Dalam pengolahan Data Penelitian*. Yogyakarta: Kepele Press.
- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen Kinerja*.
- Aima, H. (2021). *Entrepreneurship dan Intensi*.
- Ajabar. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Edisi Revisi Jakarta: BumiAksara*.
- Ali, D. (2004). *Pemanfaatan Potensi Sumberdaya Pantai Sebagai Obyek Wisata dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Lokasi Wisata (Studi Kasus di Kawasan Wisata Pantai Kartini Jepara)* (p. Semarang). p. Semarang.
- Aminah, S., -, S., Lubis, D., & Susanto, D. (2015). STRATEGI PENINGKATAN KEBERDAYAAN PETANI KECIL MENUJU KETAHANAN PANGAN.
- Kawasan Pulau Pari, Kepulauan Seribu. (2019). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*.
- Anandhyta, A. R., & Kinseng, R. A. (2020). Hubungan Tingkat Partisipasi dengan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Pesisir. *Jurnal Nasional Pariwisata*. <https://doi.org/10.22146/jnp.60398>
- Anggakara, L. L. (2021). Mendorong Kreativitas dan Keterampilan dalam

- Menemukan Peluang Usaha pada Ibu Rumah Tangga Dusun Kulubanyu, Kabupaten Mojokerto. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1363>
- Anroni, Y. E., & Zulfayanti. (2017). *Implementasi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Modal Sosial Dengan Pendekatan Teknologi Informasi Di Kabupaten Agam*. 24(2), 231–238.
- Arrochmah, N. P., & Nasionalita, K. (2020). THE DIGITAL DIVIDE BETWEEN X AND Y GENERATION IN A GOVERNMENT PROVINCE OF DKI JAKARTA. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.97>
- Astuti, A., Sari, R. M., & Mulyaningsih, A. (2019). Analisis Perilaku Ekonomi Rumah Tangga Pengrajin Gula Aren Di Kabupaten Lebak, Banten. *JURNAL AGRIBISNIS TERPADU*. <https://doi.org/10.33512/jat.v12i2.6780>
- Aswani, R. (2018). Search engine marketing is not all gold: Insights from Twitter and SEOClerks. *International Journal of Information Management*, 38(1), 107–116. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.07.005>
- Auliandri, T. A. (2017). Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i1.13>
- Bajracharya, R. K. (2021). Adventure Tourism: The new frontier: A Critical Review. *Journal of Tourism and Himalayan Adventures*. <https://doi.org/10.3126/jtha.v3i1.39233>
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA: Jurnal Komputer Dan Informatika*.
- Basuki, K. (2019). Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Masyarakat

Untuk Meningkatkan Kesejahteraan. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.*

- Bawden, D. (2008). Origins and concepts of digital literacy. *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. <https://doi.org/10.1093/elt/ccr077>
- Belshaw, J. D. (2012). Making Steel: Technology, History, Culture of Work. Co- Produced by the Steel Project, Beaton Institute, University College of Cape Breton and the National Film Board of Canada, 1992, *Colour*, 56:30 on video. *Scientia Canadensis: Canadian Journal of the History of Science, Technology and Medicine*. <https://doi.org/10.7202/800388ar>
- Benedek, M., Jauk, E., Sommer, M., Arendasy, M., & Neubauer, A. C. (2014). Intelligence, creativity, and cognitive control: The common and differential involvement of executive functions in intelligence and creativity. *Intelligence*. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2014.05.007>
- Burcori, A. (2018). Pentingnya Literasi Digital Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Sosialisasi Pembangunan Melalui Media Sosial. *OMNICOM Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Chang, E. Y. W. (2020). From aviation tourism to suborbital space tourism: A study on passenger screening and business opportunities. *Acta Astronautica*. <https://doi.org/10.1016/j.actaastro.2020.07.020>
- Chong, P. L., Onga, T. S., Abdullah, A., & Choo, W. C. (2019). Internationalisation and innovation on balanced scorecard (BSC) among Malaysian small and medium enterprises (SMEs). *Management Science Letters*. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.025>
- Çınar, K. (2020). Role of Mobile Technology for Tourism Development. *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*, 273–288. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-688-720201017>

- Cooper, M. (2021). Review of: "A brief introduction to the COM-B Model of behaviour and the PRIME Theory of motivation." *Qeios*. <https://doi.org/10.32388/3qqcr7>
- Costa, S. F., Santos, S. C., & Caetano, A. (2013). Prototypical dimensions of business opportunity in early stages of the entrepreneurial process. *Rev. Psicol. Organ. Trab.*
- Damara, G. H., Yusup, P. M., & Anwar, R. K. (2014). PERILAKU PENCARIAN INFORMASI PARIWISATA PARA WISATAWAN DOMESTIK DI RUMAH MODE. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*. <https://doi.org/10.24198/jkip.v2i1.11621>
- Depdikbud. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Balai Pustaka*.
- Dewi, K. S., & Ginanjar, A. S. (2019). PERANAN FAKTOR-FAKTOR INTERAKSIONAL DALAM PERSPEKTIF TEORI SISTEM KELUARGA TERHADAP KESEJAHTERAAN KELUARGA. *Jurnal Psikologi*. <https://doi.org/10.14710/jp.18.2.245-263>
- Dhalyana, D., & Adiwibowo, S. (2013). PENGARUH TAMAN WISATA ALAMPANGANDARAN TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*.
- Dianitha, D., Soewito, D., & Helminasari, S. (2019). Upaya Peningkatan Kualitas Taraf Hidup Masyarakat Tani Di Desa Liang Aliq Kecamatan Krayan Barat Kabupaten Nunukan. *FisiPublik : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*. <https://doi.org/10.24903/fpb.v4i1.742>
- Diapati, M. M. (2019). PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN KELUARGA, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN KEKUATAN MENTAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE PANCA BHAKTI PALU). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.7.2.21-30>
- Djata, B. T. (2018). Peran pendamping serta dampak anggaran di bidang kelautan dan perikanan terhadap kondisi kesejahteraan

- masyarakat nelayan di Kabupaten Ende. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v6i1.422>
- Dobbins, R., & Pettman, B. O. (1997). *The Journal of Management Development Self-development: the nine basic skills for business success*. 16(8), 1997. Retrieved from <http://www.mcb>.
- Edison, E., Kartika, T., & Dewi, N. (2019). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA DI DESA KERTAWANGI, CISARUA KABUPATEN BANDUNG BARAT. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20980>
- Emdad Haque, C., Julián Idrobo, C., Berkes, F., & Giesbrecht, D. (2015). Small- scale fishers' adaptations to change: The role of formal and informal credit in Paraty, Brazil. *Marine Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2014.10.002>
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Fahmi, I. (2021). PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN DAN MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DINAS PARIWISATA KOTA SAWAHLUNTO. *Ilmu Manajemen*, 3(1), 52–64.
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Fitriani, F., Tjilen, A. P., & Serano, V. R. (2018). Pengaruh Budaya, Perilaku Dan Status sosial Etnis Tionghoa Terhadap Kerukunan Masyarakat. *Musamus Journal of Public Administration*. <https://doi.org/10.35724/mjpa.v1i1.3008>
- Franz, B. S. (2020). Specific features of the supervision of family mediators within the social welfare system. *Ljetopis Socijalnog*

- Rada. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v27i2.362>
- Ghozali, I. (2018). *Ghozali 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.*
- Gilang Widagdyo, K. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 73–80.
- Ginting, D., & Brahmana, N. E. B. (2019). Hubungan Dukungan Keluarga dengan Keaktifan Lansia Mengikuti Kegiatan Posyandu di Desa Lumban Sinaga Wilayah Kerja Puskesmas Lumban Sinaga Kecamatan Pangaribuan Kabupaten Tapanuli Utara Tahun 2017. *JOURNAL OF HEALTHCARE TECHNOLOGY AND MEDICINE*. <https://doi.org/10.33143/jhtm.v5i1.327>
- Gössling, S. (2021). Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>
- Guzmán-Mendoza, J. E., Muñoz-Arteaga, J., Muñoz-Zavala, Á. E., & Santaolaya-Salgado, R. (2015). An interactive ecosystem of digital literacy services: Oriented to reduce the digital divide. *International Journal of Information Technologies and*
- Hanum, N., & Safuridar, S. (2018). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Kesejahteraan Keluarga di Gampong Karang Anyar Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.460>
- Hapzi Ali. Nandan Lima Krisna. (2013). *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis*. Hapzi Ali. Nandan Limakrisna. (2013). *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. *Deeppublish: Yogyakarta.*
- Haryono, S. (2018). Re-Orientasi Pengembangan Sdm Era Digital Pada Revolusi Industri 4.0. *The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Haryono siswoyo, D. P. M. M. (2017). Metode sem untuk penelitian

- manajemen amos lisrel pls. In *Luxima*.
- Hasby, R., Irawanto, D. W., & Hussein, A. S. (2018). HE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON LOYALTY WITH PERCEPTION OF VALUE AS A MEDIATION VARIABLE. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.04.17>
- Hasti Hasmira, M., & Fitriani, E. (2019). Peluang Usaha Bagi Masyarakat Nagari Sungai Pinang untuk Pengembangan Ekowisata. *ABDI: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*. <https://doi.org/10.24036/abdi.v1i2.14>
- Heinonen, J., Hytti, U., & Stenholm, P. (2011). The role of creativity in opportunity search and business idea creation. *Education + Training*, 53(8–9), 659–672. <https://doi.org/10.1108/00400911111185008>
- Henriksen, D., Richardson, C., & Shack, K. (2020). Mindfulness and creativity: Implications for thinking and learning. *Thinking Skills and Creativity*. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100689>
- Herawati, N. S., & Herlambang, S. M. (2019). PERAN DUKUNGAN KELUARGA DAN KEHARMONISAN PERKAWINAN ORANG TUA DALAM PENDIDIKAN SPIRITUAL ANAK. *WACANA*. Dyna Herlina S Abstrak. *Proceedings of the 8th Biennial Conference of the International Academy of Commercial and Consumer Law*.
- Hermana, B. (2006). Mendorong Daya Saing di Era Informasi dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi sebagai Basis Inovasi di Perusahaan. Posisi Indonesia di Lingkungan Global. *Universitas Gunadarma*.
- Hermanto, B. (2019). OPTIMALISASI PERPUSTAKAAN DESA DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENDIDIKAN MASYARAKAT. *Jurnal*
- Hiariey, L. S., & Sahusilawane, W. (2013). Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Pantai Natsepa, Pulau Ambon. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*.
- Hidayati, K., & Nugrahani, H. S. D. (2021). Pengelolaan Desa Wisata



- Bahari Berkelanjutan Dalam Perspektif Ketahanan Nasional. *Jurnal Syntax Admiration*.
- Himawan, M. G., & Pratitis, N. T. (2020). Kreativitas Pengusaha di Komunitas Startup Surabaya. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*. <https://doi.org/10.30659/psisula.v1i0.7699>
- Huo, W., Li, X., Zheng, M., Liu, Y., & Yan, J. (2020). Commitment to human resource management of the top management team for green creativity. *Sustainability (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/su12031008>
- S. R. (2020). Penerapan Konsep Pajung To Luwu Pada Souvenir Sebagai Daya Dukung Pariwisata Di Kabupaten Luwu. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*. <https://doi.org/10.35799/vivabio.2.2.2020.30791>
- Insani, N., A'Rachman, F. R., Ningsih, H. K., & Rachmawati, A. P. (2019). PENDAMPINGAN MASYARAKAT DALAM PENINGKATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) KEPARIWISATAAN: WISATA BAHARI DUSUN TLOCOR, KECAMATAN JABON, KABUPATEN SIDOARJO. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial*. <https://doi.org/10.17977/um032v0i0p28-35>
- Irmawati, D. (2011). PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM DUNIA BISNIS. *Orasi Bisnis*.
- Jalilvand, M. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591–612. <https://doi.org/10.1108/10662241211271563>
- Kamaryati, N. P., & Malathum, P. (2020). Family support: A concept analysis. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*.
- Khitam, M. C., Suaedi, F., & Asmorowati, S. (2020). Communicating the potency of tourism: Study case of Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2446>

- Khotimah, K., & Wilopo, W. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA BUDAYA (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Khotimah, N. (2017). PENGEMBANGAN PARIWISATA ALAM BERBASIS LINGKUNGAN. *Geomedia: Majalah Ilmiah Dan Informasi Kegeografian*. <https://doi.org/10.21831/gm.v6i2.15416>
- Killian, G. (2015). A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration. *Business Horizons*, 58(5), 539–549. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.05.006>
- Kim, M. Y., Joshanloo, M., & Foldesi, E. (2020). Relationship Between Emotional Expression Discrepancy and Life Satisfaction Across Culture and Personal Values. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9826-6>
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*.
- Koh, K. Y. (1996). The tourism entrepreneurial process: A conceptualization and implications for research and development. *The Tourist Review*. <https://doi.org/10.1108/eb058234>
- Kristiana, Y., Bella Casey Angel, C., & Aurelia, N. (2020). Identifikasi Potensi Wisata Kreatif di Kabupaten Serang Dan Kabupaten Pandeglang. *Tourism Scientific Journal*. <https://doi.org/10.32659/tsj.v5i2.94>
- Kusmulyono, M. S., & Ahmad, F. (2020). DETERMINAN KESUKSESAN PEMBERDAYAAN KELOMPOK SWADAYA MASYARAKAT BIDANG SANITASI. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i1.28389>

- Kusumajanti, K., Widiastuti, N. P. E., & Nashir, A. K. (2021). Strategi Pendampingan Terhadap Pelaku Wisata di Ekowisata Sunge Jinkem, Kampung Sembilangan, Desa Samudra Jaya, Kabupaten Bekasi. *Indonesian Journal of Society Engagement*. <https://doi.org/10.33753/ijse.v1i2.17>
- Largacha, E., Martinez, J., Velasquez, V., Rendon, L., & Hall, M. A. (2008). Interactions with Artisanal Fishing Communities: The Experience from Ecuador. *NOAA Technical Memorandum NMFS SEFSC*.
- Lestari, G.-. (2016). PARTISIPASI PEMUDA DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN KETAHANAN SOSIAL BUDAYA WILAYAH (Studi di Desa Wisata Pentingsari, Umbulharjo, Cangkringan, Sleman, D.I. Yogyakarta). *JurnalKetahanan Nasional*. <https://doi.org/10.22146/jkn.17302>
- Lim, Y. S., Koh, S. L., Hau, L. C., & Liew, S. M. S. (2019). Business opportunities for grid-integrated energy storage systems in Malaysia based on a real case study. *Journal of Energy Storage*.
- Lindh, C., & Rovira Nordman, E. (2017). Information technology and performance in industrial business relationships: the mediating effect of business development. *Journal of Business and Industrial Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2016-0282>
- Lobstein, T. (2017). The commercial use of digital media to market alcohol products: a narrative review. *Addiction*, Vol. 112, pp. 21–27. <https://doi.org/10.1111/add.13493>
- Lopez-Zafra, E., Ramos-álvarez, M. M., El Ghoudani, K., Luque-Reca, O., Augusto-Landa, J. M., Zarhbouch, B., ... Pulido-Martos, M. (2019). Social support and emotional intelligence as protective resources for well-being in Moroccan adolescents.
- Mahiroh, G. (2019). ANALISIS HUBUNGAN SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG*.

- Malayu S.P Hasibuan. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Jakarta: PT.Bumi Aksara*.
- Manalu, M., & Mujiono, K. (2019). Pengaruh Pengetahuan Program Komunikasi City Branding World's City of Batik Kota Pekalongan Terhadap Persepsi Citra Kota dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Interaksi Online*, 7(1), 99– 107.
- Margolang, N. (2018). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. *Dedikasi: Journal of Community Engagment*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/weu8z>
- Mari, M., Poggesi, S., & De Vita, L. (2016). Family embeddedness and business performance: evidences from women-owned firms. *Management Decision*, 54(2), 476–500. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2014-0453>
- Masithoh, F. N., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2016). Konsep pengelolaan ekonomi rumah tangga dalam memajukan kesejahteraan. *National Conference On Economic Education*.
- Mei, Z. (2020). The design of marine tourism products based on the internet of things. *Journal of Coastal Research*. <https://doi.org/10.2112/JCR-SI112-026.1>
- Mishra, R. (2020). Impact of uncontrolled marketing on tourists and tourist destinations: A theoretical analysis. *International Journal on Emerging Technologies*, 11(2), 434–440.
- Mohammad Ali; Mohammad Asrori. (2010). Buku Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. In *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*.
- Mudana, I. W. (2020). KOLABORASI MASYARAKAT EKONOMI, POLITIK, DAN SIPIL DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BAHARI UNTUK PENGENTASAN KEMISKINAN MASYARAKAT PESISIR DI BALI. *Candra Sangkala*. <https://doi.org/10.23887/jcs.v1i2.28764>
- Mulia, R. A., & Saputra, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kota Padang. *El-Riyasah*.
- Munandar, Teguh Aris; Darmawan, D. (2020). Implementasi Program

- Pemberdayaan Masyarakat Miskin pada Komunitas Nelayan Tradisional untuk Kesejahteraan Sosial Ekonomi di Lontar Kabupaten Serang. *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah*.
- Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, & Wahyuni, E. (2019). Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*.
- Musthofa, B. M. (2017). Transformasi Usaha Kecil Menengah Berbasis Kreativitas Seni Tradisi: Studi Kasus Saung Angklung Udjo di Bandung, Jawa Barat. *Sosiohumanika*.
- Nangia, P., & Gingrich, K. (2020). Quality of Life of Immigrants in Canada. *Canadian Ethnic Studies*. <https://doi.org/10.1353/ces.2020.0012>
- Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2020). Indeks Literasi Digital Generasi Milenial di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3075>
- Nasip, I., & Sudarmaji, D. E. (2017). MODEL BISNIS KANVAS: ALAT UNTUK MENGIDENTIFIKASI PELUANG BISNIS BARU BAGI PENGUSAHA UKM INDONESIA. *Fakultas Manajemen Dan Bisnis – Universitas Ciputra Surabaya*.
- Nasution, U. H., Iskandar, E., & Zahri, C. (2020). PKM PELATIHAN PERENCANAAN BISNIS MAKANAN KHAS LAUT DI KELURAHAN NELAYAN INDAH. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v1i1.532>
- Natalia, C., & Rodhiah. (2019). Pengaruh Kreativitas, Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.
- Nazriyah, R. (2017). PENGUATAN PERAN MAJELIS PERMUSYAWARATAN RAKYAT DALAM STRUKTUR KETATANEGARAAN INDONESIA. *Jurnal Hukum & Pembangunan*. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol47.no1.134>
- Nengsih, N. S. (2020). Indikator Pembangunan Berkelanjutan Di Daerah Pesisir Dalam Keanekaragaman Hayati Laut Untuk

- Mensejahterakan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2016). Human resource management. In *Human Resource Management*.
- Nurmailis, N., & Suyuthie, H. (2021). Strategi Pengembangan Aktivitas Wisata Di Objek Wisata Pantai Padang. *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*.  
<https://doi.org/10.24036/jkpbp.v1i3.22272>
- Oberholzer, S., Saayman, M., Saayman, A., & Slabbert, E. (2010). The socio- economic impactof Africa’s oldestmarine park. *Koedoe*.  
<https://doi.org/10.4102/koedoe.v52i1.879>
- Oluseyi Oyekan, S. (2016). Curriculum Reforms for Entrepreneurship Education and Quality Human Life. *European Journal of Multidisciplinary Studies*.  
<https://doi.org/10.26417/ejms.v2i1.p21-32>
- Osman, U. A. N., & Ismail, R. (2019). The Factors Influencing the Level of Well- being among Elderly in Selangor, Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.  
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i2/5668>
- Pajriah, S. (2018). PERAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BUDAYA DI KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Artefak*. <https://doi.org/10.25157/ja.v5i1.1913>
- Parenrengi, S., Yunas, S., & Hilmiyah, N. (2020). Sosial Ekonomi dan Kesejahteraan Nelayan di Wilayah Teluk Jakarta: Literature Review. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*.
- Pathony, T. (2020). Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kabupaten Subang. *Ijd-Demos*. <https://doi.org/10.31506/ijd.v1i2.23>
- Patrick, U. P. (2018). World Tourism Organization. In *Shaping the Culture of Peace in a Multilateral World*.  
<https://doi.org/10.4324/9781315129310-10>
- Pradikta, A. (2013). *Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah ( Pad )*.

- Pramedesty, R. D., Murdowo, D., Sudarisman, I., & Handoyo, A. D. (2018). CO- WORKING SPACE SEBAGAI SOLUSI KEBUTUHAN RUANG KERJA BERDASARKAN KARAKTERISTIK STARTUP KREATIF. *Idealog: Ide Dan Dialog Desain Indonesia*. <https://doi.org/10.25124/idealog.v3i1.1782>
- Pranowo, & Hidayatulloh, A. (2015). Perspektif dan Dinamika Nelayan terhadap Usaha Kesejahteraan Sosial. *Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial*.
- Pratama, D. P. (2021). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, KOMPENSASI, DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN KANTOR PENGAWASAN DAN PELAYANAN BEA DAN CUKAI TIPE MADYA CUKAI MALANG.
- Pratama, E. Y., & Kinseng, R. A. (2015). Dampak Pengembangan Pariwisata dan Sikap Nelayan di Desa Pangandaran. *Jurnal Penyuluhan*. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v9i1.9853>
- Pudianti, A., Herawati, A., & Purwaningsih, A. (2018). Faktor Kreativitas dalam Pengembangan Model Inkubator Bisnis di Era Digital. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*. <https://doi.org/10.26740/bisma.v10n2.p145-155>
- Purba & Sucipto. (2019). Potensi Dan Kontribusi UKM Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pelaku Umkm Kelurahan DwikoraKecamatan Medan Helvetia). *Jurnal Mutiara Manajemen Vol.4 No. 2*.
- Purba, C. B., Arzio, & Ali, H. (2017). The influence of compensation, working environment and organization culture on working productivity of BPJS (workers social security agency) employment staff in Rawamangun Branch.
- Purba, M. L., & Sucipto, T. N. (2019). Potensi dan Kontribusi UMKM terhadap Peningkatan Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pelaku UMKM Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia). *Jurnal Mutiara Manajemen*.
- Purwanto, A., & Taftazani, B. M. (2018). PENGARUH JUMLAH

- TANGGUNGAN TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN EKONOMI KELUARGA PEKERJA K3L UNIVERSITAS PADJADJARAN. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i2.18255>
- Puspasari, M. E. (2016). Psikologi Kognitif Dalam Proses Kreatif. *ULTIMART Jurnal Komunikasi Visual*. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v7i1.374>
- R., Z. (2019). The probability factor influences the level of financial well-being of workers in Malaysia. *Malaysian Journal of Society and Space*. <https://doi.org/10.17576/geo-2019-1503-09>
- Rahim, A. R., & Basir, B. (2019). PERAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBANGUN KETAHANAN EKONOMI BANGSA. *JURNAL ECONOMIC RESOURCE*. <https://doi.org/10.33096/jer.v1i2.160>
- Rahmat, A., Komariah, K., & Setiawan, W. (2019). Komunikasi dan dukungan sosial di lingkungan masyarakat terdampak pembangunan Waduk Jatigede Sumedang. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2019). Perceived Dan Expectation Value Dengan Metode SERVQUAL Studi: siakad. unpkediri. ac. id. *SENMEA IV & Call Paper, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UNPGRI Kediri*, (October), 361–367.
- Reddy, S. K., Jagannathan, A., Ashraf, G. H., Kumar, C. N., Thirthalli, J., Banerjee, R., & Muralidhar, D. (2021). Barriers in Accessing Social Welfare Benefits for Families of Children With Intellectual and Developmental Disorders in Rural Karnataka: A Situation Analysis. *Indian Journal of Psychological Medicine*. <https://doi.org/10.1177/0253717621994706>
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020). Building behavior and performance citizenship: Perceived organizational support and competence (case study at SPMI private university in west Sumatra). *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*.



- MASYARAKAT INDONESIA. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13622>
- Riyanto, S., Pratomo, A., & Ali, H. (2017). EFFECT OF COMPENSATION AND JOB INSECURITY ON EMPLOYEE ENGAGEMENT (STUDY ON EMPLOYEE OF BUSINESS COMPETITION SUPERVISORY COMMISSION SECRETARIAT). *International Journal of Advanced Research*. <https://doi.org/10.21474/ijar01/4139>
- Rizal, A. (2019). DAMPAK WISATA BAHARI PANTAI HOGA TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA FURAKE KECAMATAN KALEDUPA KABUPATEN WAKATOBI. *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*. <https://doi.org/10.36709/jppg.v4i1.5604>
- Rizaludin, E. M., Rosita, G. A., Nugraha, K. I., Rismawan, M. R., Noprianto, R., & Rahayu, S. (2020). Literasi Digital Mewujudkan Masyarakat Desa Cintakarya Melek Digital Ditengah Pandemi Covid – 19. *Jurnal PkM MIFTEK*. <https://doi.org/10.33364/miftek/v.1-2.158>
- Rote, S., Angel, J., & Hinton, L. (2019). Characteristics and Consequences of Family Support in Latino Dementia Care. *Journal of Cross-Cultural Gerontology*. <https://doi.org/10.1007/s10823-019-09378-4>
- Rully, I., & R, P. Y. (2016). *Metodologi Penelitian* (Cetakan ke). Bandung: PT Refika Adtama.
- Runco, M. A. (2016). Creativity. In *The Curated Reference Collection in Neuroscience and Biobehavioral Psychology*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809324-5.03042-X>
- Saefullah, L., Giyasih, S. R., & Setiyawati, D. (2019). PENGARUH DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP KETAHANAN KELUARGA TENAGA KERJA INDONESIA. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*. <https://doi.org/10.17977/um021v3i2p119-132>
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>

- Sagala, R. dan. (2016). Pemeriksaan Pajak. *Landasanteori.Com*.
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, ... Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19.
- Sánchez González, P. (2017). Halal tourism in Perú: An opportunity for business? *Opción*.
- Sanny, T. A., Kartini, D., & Narimawati, U. (2016). The impact of innovation technology and organization on growth of a creative industry: The case of Bandung city in Indonesia. *International Journal of Engineering and Technology*.
- Santoso, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Andi.
- Saptanto, S., Kurniawan, T., Putri, H. M., & Tajerin, T. (2017). ANALISIS PENENTUAN INDIKATOR KUNCI DALAM PENGHITUNGAN INDEKS KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KELAUTAN DAN PERIKANAN. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*.
- Saputra, A. R. (2018). *Pengaruh Kompensasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja*.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Cheah, J. H., Ting, H., Moisescu, O. I., & Radomir, L. (2020). Structural model robustness checks in PLS-SEM. *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/1354816618823921>
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S. X., & Leatherbee, M. (2018). A dynamic model of entrepreneurial uncertainty and business opportunity identification: Exploration as a mediator and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Entrepreneurship*.
- Sedarmayanti, G. S. S. (2019). *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata*. Senjawati, M. I., Maryam, M., & Afriyuni, F. (2021). Teknologi Pengolahan Minuman Rempah Instan Sebagai Peluang Usaha Serta Meningkatkan Daya Tahan Tubuh Terhadap Covid 19. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*.

- <https://doi.org/10.20885/jattec.vol2.iss2.art7>
- Serdiuk, O., & Petrova, I. P. (2019). Institutionalism as the Quintessence of Welfare Theory. *Herald of the Economic Sciences of Ukraine*. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2\(37\).14-20](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2(37).14-20)
- Setianingsih, D., Amdani, Y., & Utrisno, I. H. (2018). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DENGAN PEMBENTUKAN KELOMPOK SADAR WISATA UNTUK PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN SIMPANG KIRI DI DESA SELAMAT, KECAMATAN TENGGULUN, KABUPATEN ACEH TAMIANG. *Jurnal Vokasi - Politeknik Negeri Lhokseumawe*. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v1i2.683>
- Setiawan, H. H., Syawie, M., Pudjianto, B., Astuti, M., Husmiati, H., & Murni, R. (2017). PENGARUH DUKUNGAN EKONOMI KELUARGA DAN KOMPETENSI KELUARGA TERHADAP PEMENUHAN HAK PENYANDANG DISABILITAS BERAT. *Sosio Konsepsia*. Pariwisata Di Desa Kedonganan Kuta, Bali. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA*. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i02.p17>
- Simonsen, L. (2016). Infectious disease surveillance in the big data era: Towards faster and locally relevant systems. *Journal of Infectious Diseases*, 214. <https://doi.org/10.1093/infdis/jiw376>
- Sintiawati, N. (2020). PERILAKU MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN MEDIA DIGITAL DI MASA PANDEMI. *Jurnal Akrab*. <https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v11i02.341>
- Sotiriadis, M. D. (2017). Sharing tourism experiences in social media: A literature review and a set of suggested business strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2016-0300>
- Sucahyawati, A. H. K. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Hummansi*.
- Sukmayeti, E. (2019). Pemetaan Sosial terhadap Sumberdaya dan Aksesibilitas Nelayan dalam Kebijakan Pembangunan Wisata Pesisir. *Society*.
- Sukono, Riaman, Herawati, T., Saputra, J., & Hasbullah, E. S. (2021). Determinant factors of fishermen income and decision-making

- for providing welfare insurance: an application of multinomial logistic regression. *Decision Science Letters*.  
<https://doi.org/10.5267/j.dsl.2020.11.002>
- Sularno, S., & Jauhari, S. (2017). PELUANG USAHA MELALUI AGRIBISNIS MINA PADI UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PETANI. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.  
<https://doi.org/10.20961/sepa.v10i2.14136>
- KEUANGAN DAN PERBANKAN. <https://doi.org/10.24127/jf.v2i2.451>
- Sulianta, F. (2020). Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif
- Sumarsih. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). *Hand Out*. Sunarsi, D. (2018). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA STRATEGIK & KARAKTERISRIK SISTEM PENDUKUNGNYA: SEBUAH TINJAUAN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*.
- Sunarti, E., & Fitriani, F. (2010). Kajian Modal Sosial, Dukungan Sosial, dan Ketahanan Keluarga Nelayan di Daerah Rawan Bencana. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*.  
<https://doi.org/10.24156/jikk.2010.3.2.93>
- Sunarti, E., Praptiwi, R. N., & Muflikhati, I. (2011). “Kelentingan Keluarga, Dukungan Sosial, dan Kesejahteraan Keluarga Nelayan Juragan dan Buruh di Daerah Rawan Bencana.” *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*.  
<https://doi.org/10.24156/jikk.2011.4.1.1>
- Supriyadi, E. (2018). Analysis of community based tourism development to increase SME performance and welfare level. Case study in west Sumatra. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 9(5), 1077–1084.  
[https://doi.org/10.14505/jemt.v9.5\(29\).20](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.5(29).20)
- Suraya, S., & Sulisty, P. B. (2019). Sosialisasi Identifikasi Peluang Usaha Kelautan dan Perikanan di Pesisir Pantai Sawarna, Lebak Banten. *Jurnal Abdi Moestopo*.
- Suryana, M., & Utomo, S. R. S. (2020). IDENTIFIKASI POTENSI

- PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI DESA WISATA LEBAK MUNCANG KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. <https://doi.org/10.30647/jip.v25i1.1330>
- Susanto, E. (2017). Budaya Kreatif dalam Konsep dan Pengembangan. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*. <https://doi.org/10.17509/jomsign.v1i2.8287>
- Susilawati, S. (2016). PENGEMBANGAN EKOWISATA SEBAGAI SALAH SATU UPAYA PEMBERDAYAAN SOSIAL, BUDAYA DAN EKONOMI
- Sutrisno, E. (2014). Implementasi Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Berbasis Pengelolaan Wilayah Pesisir Secara Terpadu Untuk Kesejahteraan Nelayan (Studi di Perdesaan Nelayan Cangkol Kelurahan Lemahwungkuk Kecamatan
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *Ikraith Ekonomika*.
- Suwinardi, S. (2019). LANGKAH SUKSES MEMULAI USAHA. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekrayasa Dan Sosial*. <https://doi.org/10.32497/orbith.v14i3.1317>
- Syafaruddin dan Nurmawati. (2011). Pengelolaan Pendidikan Mengembangkan Keterampilan Manajemen Pendidikan Menuju Sekolah Efektif. *Perdana Publishing*, 16.
- Syukri, M., & Mahmut, C. (2019). ANALISIS DIMENSI MATA PENCAHARIAN DAN POTENSINYA DALAM MENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI DESA TAMUKU KECAMATAN BONE-BONE KABUPATEN LUWU UTARA. *JEMMA / Journal of Economic, Management and Accounting*. <https://doi.org/10.35914/jemma.v2i1.146>
- Tanjung, I. S. (2019). Dampak Objek Wisata Religi terhadap Pendapatan dan Peluang Usaha Pedagang di Sekitar Masjid Raya Baiturrahman dan Makam Syiah Kuala. *Skripsi*.
- Tegtmeier, S., & Classen, C. (2017). How do family entrepreneurs recognize opportunities? Three propositions. *Review of*

- International Business and Strategy*, 27(2), 199–216.  
<https://doi.org/10.1108/RIBS-09-2016-0056>
- Telles, S., Reddy, S. K., & Nagendra, H. R. (2019). Jenis-Jenis Pariwisata. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Tjiptono, F. (2015). *strategi pemasaran* (4th ed.). andi.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi di Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*.  
<https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.397>
- Trihudiyatmanto, M., & Purwanto, H. (2018). Pengaruh Motivasi, Kompetensi dan Orientasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Umkm Pande Besi di Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*.  
<https://doi.org/10.32500/jematech.v1i1.210>
- Triyanti, R., & Firdaus, M. (2016). TINGKAT KESEJAHTERAAN NELAYAN SKALA KECIL DENGAN PENDEKATAN PENGHIDUPAN BERKELANJUTAN DI KABUPATEN INDRAMAYU. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*.  
<https://doi.org/10.15578/jsekp.v11i1.3170>
- Tyasih, R., & Pramitasari, T. D. (2019). PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI DAN KESEHATAN KELUARGA MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN VIRGIN COCONUT OIL (VCO) KEPADA IBU - IBU DAN REMAJA PUTRI DESA GELUNG KECAMATAN PANARUKAN -
- Tzanetakis, M. (2016). The transparency paradox. Building trust, resolving disputes and optimising logistics on conventional and online drugs markets. *International Journal of Drug Policy*, 35, 58–68. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2015.12.010>
- Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*
- Venter, A., Marais, L., Hoekstra, J., & Cloete, J. (2015). Reinterpreting

- South African Housing Policy through Welfare State Theory. *Housing, Theory and Society*.
- Wibowo, T. A., Kaskoyo, H., & Damai, A. A. (2019). PENGEMBANGAN WISATA PANTAI MUTUN TERHADAP DAMPAK FISIK, SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT DESA SUKAJAYA LEMPASING, KABUPATEN PESAWARAN, LAMPUNG. *Jurnal Pengembangan Kota*. <https://doi.org/10.14710/jpk.7.1.83-90>
- Widya Setiyanti, D., & Sadono, D. (2015). DAMPAK PARIWISATA TERHADAP PELUANG USAHA DAN KERJA LUAR PERTANIAN DI DAERAH PESISIR. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*. <https://doi.org/10.22500/sodality.v5i3.9692>
- Widyastini, T., & Dharmawan, A. H. (2015). EFEKTIVITAS AWIG-AWIG DALAM PENGATURAN KEHIDUPAN MASYARAKAT NELAYAN DI PANTAI KEDONGANAN BALI. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*. <https://doi.org/10.22500/sodality.v1i1.9389>
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. Der, & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.01.002>
- Xu, F., Kellermanns, F. W., Jin, L., & Xi, J. (2020). Family support as social exchange in entrepreneurship: Its moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.033>
- Yanto, M., & Efendi, Y. (2021). An Analysis of Marine Tourism Object Development as A Contribution Towards Community Welfare in Lamongan District. *Journal of International Conference Proceedings*. <https://doi.org/10.32535/jicp.v3i4.1014>
- Yulita, Muhamad, S., Kulub Abdul Rashid, N., Hussain, N. E., Mohamad Akhir, N. H., & Ahmat, N. (2020). Resilience as a moderator of government and family support in explaining entrepreneurial interest and readiness among single mothers. *Journal of Business Venturing Insights*.

<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00157>

Zenger, T. R., Hesterly, W. S., Bamey, J., Walker, K., Ni, N., Dyck, B., ... Hurtado-Torres, N. E. (2013). *the Workplace: A Review of Business Strategy and the Environment*.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1988.tb04593.x>

Zulfikar, M., & Suryaningsih. (2018). Persepsi Keluarga Nelayan Tentang Prilaku Hidup Bersih dan Sehat (PBHS) di Desa Tarempa Barat, Kecamatan Siantan. *Jurnal Masyarakat Maritim*.  
<https://doi.org/10.31629/jmm.v2i2.1693>



## PROFIL PENULIS



**Dr. Marta Widian Sari, S.E, M.M**  
**Dosen Manajemen**  
**Universitas Putra Indonesia YPTK Padang**

**Dr. Marta Widian Sari, S.E., M.M.** lahir di Payakumbuh pada tanggal 20 Maret 1990. Ia kuliah S1 di Universitas Dharma Andalas Padang. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang S2 di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang program studi Magister Manajemen. Setelah menyelesaikan S2 nya, penulis aktif sebagai staf pengajar atau dosen di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Selain kesibukan yang dijalani, penulis juga aktif melakukan penelitian dan menulis artikel serta karya ilmiah lainnya. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan S3 Doktor Manajemen Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.

## PROFIL PENULIS



**Prof. Ir. M. Havidz Aima, MS., Ph.D.**

**Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang**

**Prof. Ir. M. Havidz Aima, MS., Ph.D.** Lahir tanggal 6 Desember 1955 di desa Seling Kabupaten Merangin Jambi. Setelah menamatkan SMA tahun 1974, langsung bekerja sebagai PNS Golongan II/a di Lingkungan Pemprov Jambi. Prof. Havidz memperoleh kesempatan Tugas Belajar dari Pemprov Jambi pada Akademi Usaha Perikanan Jakarta (jurusan penangkapan) tahun 1978. Kesempatan Tugas belajar kedua pada Fakultas Perikanan Univ Brawijaya Malang (jurusan Pengolahan) lulus tahun 1981. Sebagai Panitia Pendirian Universitas Batanghari (Unbari) pada tahun 1985, Prof. Havidz memperoleh kesempatan studi lanjut Strata-2 Ekonomi Pertanian UGM-Yogyakarta atas biaya Unbari. Kesempatan Tugas Belajar dari Pemprov Jambi Strata-3 Major Organisasi dan Manajemen pada Central Luzon State University, Philippines,

lulus pada tahun 1996. Prof. Havidz Aima menjabat Pembantu Rektor-2 tahun 1992-1994. Beliau diangkat sebagai PNS dengan basis pendidikan SMA dengan berbagai pengalaman Birokrat antara lain: Kepala Dinas Perikanan Kota Jambi tahun 1987-1989 pada usia 32 tahun, juga sebagai Ketua KNPI Kota Jambi. Berbagai jabatan Struktural lain, yaitu Kepala Dinas Pendidikan Kota Jambi, Ketua Bappeda Kota Jambi, Wakil Ketua Bappeda Propinsi Jambi, Kepala Dinas Pariwisata Propinsi Jambi, Kepala Balitbangda Propinsi Jambi, dan Staf Ahli Gubernur Jambi. Pada tahun 2010 beliau misbar dari PNS di Provinsi Jambi ke dunia Perguruan Tinggi, yaitu dil ingkungan Kementerian Pendidikan sebagai dosen PNSD di LLDIKTI Wilayah-3 Jakarta, yang diawali di Universitas YAI Persada Indonesia-Jakarta, pernah menjabat sebagai Wakil Rektor-2 dan Wakil Rektor-3. Pada tahun 2012 beliau pindah ke Universitas Mercu Buana (UMB)-Jakarta pernah menjabat sebagai Kepala Pusat Studi Pascasarjana, dan Kaprodi S-3 Manajemen, yang pamit undur diri pada 16 Nopember 2021. Selanjutnya, Prof. Havidz dipanggil oleh Ketua Yayasan Pendidikan Jambi, yang menaungi Universitas Batanghari-Jambi, untuk menjabat sebagai Rektor, akan tetapi rupanya tak ada suratn tangan. Karenanya, beliau pindah *Homebase* ke Universitas Esa Unggul-Jakarta terhitung tanggal 12 Januari 2022. Tetapi, guna keperluan akreditasi program doktor yang sejak Desember 2018 belum terakreditasi, secara naluri terpanggil mengabdikan pada Universitas Putra Indonesia (UPI) YPYK Padang, yang hal tersebut dikuatkan berdasarkan SK Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Nomor 30973/S/07/2023 pindah home base ke UPI YPTK Padang terhitung 1 Juli 2023.

Mata kuliah yang menjadi keunikannya adalah sebagai pengampu mata kuliah Ekonomi Mikro, Evaluasi Proyek, *Strategic Human Resource*

*Management*, Manajemen, dan *Entrepreneurship*. Karya tulis beliau antara lain Ekonomi Manajerial, Statistik, Biostatistika Lanjut dan Aplikasi Riset, Teori dan Aplikasi Riset Sumberdaya Manusia, dan Metodologi Penelitian. Konsentrasi penelitian yang ditekuni adalah bidang sumberdaya manusia, dan *entrepreneurship*. Dari kesukaannya membaca dan pengalaman kerja dan sebagai entrepreneur dengan senang hati dia menjadi motivator speaker bagi semua tingkat Pendidikan bahkan bagi Masyarakat untuk mengembangkan pemimpin masa depan.

## PROFIL PENULIS



**Dr. Elfiswandi, S.E, Ak, CA, M.M, CIRBC**  
**Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen**  
**Universitas Putra Indonesia YPTK Padang**

Penulis adalah Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPTK (1996), S2 Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia YPTK (2001), dan S3 Program Doktor Ilmu Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI Jakarta (2016). Penulis mengajar matakuliah konsentrasi di bidang Manajemen Keuangan dan Akuntansi.

# Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari

## *Teori, Model dan Implementasi*



Aktivitas pariwisata adalah industri yang bersifat dinamis dan tidak akan pernah habis, yang sewaktu-waktu akan mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan zaman. Pariwisata akan terus mengalami peningkatan seiring dengan kebutuhan wisatawan terutama di era digitalisasi saat ini. Oleh karena itu masyarakat pariwisata bahari Kota Padang harus mengedepankan perkembangan yang terjadi dalam industri pariwisata seperti mengikuti perkembangan digital sehingga obyek wisata tidak mengalami ketertinggalan dalam menghadapi persaingan dengan obyek wisata yang lainnya. Dari hal ini dapat menemukan peluang usaha baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta kreativitas yang tinggi dapat mengiringi perkembangan zaman yang ada di era globalisasi.

Buku ini mencoba memaparkan berbagai deskripsi terkait dengan pengertian Kesejahteraan Masyarakat, Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari, Literasi Digital Pengembangan Pariwisata Bahari, Karakteristik Pengunjung Pariwisata, Model Peluang Usaha Pariwisata Bahari, Evaluasi Model Peluang Pariwisata Bahari, Model dan Implementasi Peluang Usaha Pariwisata Bahari. Berbagai uraian tentang tersebut terangkum dalam sebuah buku dengan judul “Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari: Teori, Model, dan Implementasi”.

Dr. Marta Widian Sari, S.E., M.M.

Prof. Ir. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D. CFRM.

Dr. Elfiswandi, S.E, Ak, CA, M.M, CIRBC



**Penerbit Gita Lentera**

Perm. Permata hijau regency blok F/1 kelurahan Pisang  
kecamatan Pauh kota Padang, Sumatera Barat

Cp. Admin: +62 851-5690-2329

git4lenter4@gmail.com www.gitalentera.com

ISBN 978-623-09-5397-2



9 786230 953972

PASSPORT