



POTENSI ALAM MADURA

Prasetyo Nugroho | Aprilina Susandini | Yustina Chrismardani

Triana Setiyarini | Evaliati Amaniyah



POTENSI ALAM MADURA

Madura merupakan salah satu pulau di Indonesia yang memiliki potensi alam untuk menghasilkan garam, ini alasan kenapa madura disebut sebagai **Pulau Garam**. Madura yang terdiri dari empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep memiliki lahan tambak garam yang luas. Madura memiliki musim kering lebih panjang, tak banyak sungai dan sumber air tawar dengan daratan relatif datar di sisi selatan, dengan dataran tinggi di tengah, dan pantai utara yang berbeda ketinggian. Suhu rata-rata Pulau Madura 26,9 derajat celsius, dengan kemarau panjang antara 4 sampai 5 bulan. Seperempat luas lahan tambak garam di Indonesia ada di Pulau Madura dan seperempat jumlah produksi garam Indonesia dihasilkan di Madura.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, mahasiswa dan juga siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai potensi alam di Madura.



**eureka
media aksara**
Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



EC002024185238

ISBN 978-623-516-280-5



9 786235 162805

POTENSI ALAM MADURA

Prasetyo Nugroho, S.Pi., M.M.

Aprilina Susandini, S.E., M.SM.

Yustina Chrismardani, S.Si., M.M., CMA.

Triana Setiyarini, S.E., M.M., CMA.

Evaliati Amaniyah, S.E., M.SM.



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

POTENSI ALAM MADURA

Penulis : Prasetyo Nugroho, S.Pi., M.M.
Aprilina Susandini, S.E., M.SM.
Yustina Chrismardani, S.Si., M.M.,CMA.
Triana Setiyarini, S.E., M.M., CMA.
Evaliati Amaniyah, S.E., M.SM.

Editor : Debi Eka Putri, S.E., M.M.
Eka Purnama Sari, S.E., M.M.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Naila Ainun Faizah

ISBN : 978-623-516-280-5

No. HKI : EC002024185238

Diterbitkan Oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizing tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Potensi Alam Madura.

Madura merupakan salah satu pulau di Indonesia yang memiliki potensi alam untuk menghasilkan garam, ini alasan kenapa madura disebut sebagai **Pulau Garam**. Madura yang terdiri dari empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep memiliki lahan tambak garam yang luas. Madura memiliki musim kering lebih panjang, tak banyak sungai dan sumber air tawar dengan daratan relatif datar di sisi selatan, dengan dataran tinggi di tengah, dan pantai utara yang berbeda ketinggian. Suhu rata-rata Pulau Madura 26,9 derajat celsius, dengan kemarau panjang antara 4 sampai 5 bulan. Seperempat luas lahan tambak garam di Indonesia ada di Pulau Madura dan seperempat jumlah produksi garam Indonesia dihasilkan di Madura.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, mahasiswa dan juga siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai Potensi Alam Madura.

Penulis merasa bahwa Buku ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepustakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Madura, Desember 2023

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB 1 POTENSI USAHA GARAM DI PULAU MADURA	1
A. Garam	1
B. Produksi Garam	2
C. Proses Produksi Garam.....	4
D. Biaya Produksi Garam.....	8
E. Pendapatan Hasil Produksi Garam	11
F. Analisis Potensi Usaha Garam	12
BAB 2 POTENSI WISATA HALAL DI PULAU MADURA.....	16
A. Pariwisata	16
B. Pariwisata Halal	17
C. Dimensi Wisata Halal.....	19
D. Potensi Wisata Halal di Pulau Madura	22
BAB 3 PERAN INKLUSI KEUANGAN DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA PESISIR DI MADURA.....	24
A. Wisata Pesisir di Madura	24
B. Peran Inklusi Keuangan	26
C. Manfaat Inklusi Keuangan.....	28
D. Prinsip Inklusi Keuangan	29
E. Peran Inklusi Keuangan dalam Mengembangkan Potensi Wisata Pesisir Madura.....	30
BAB 4 PENGEMBANGAN WISATA GARAM DI MADURA .	33
A. Wisata Garam	33
B. Pengembangan Wisata Garam	34
C. Analisis Cost and Benefit Pengembangan Wisata Garam	38
D. Analisis Cost and Benefit Wisata Garam	45
E. Analisis Cost and Benefit dari Aspek Non-Financial....	47
DAFTAR PUSTAKA	51
TENTANG PENULIS.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Estimasi Biaya Produksi Garam UTM.....	9
Tabel 1.2 Estimasi Pendapatan Hasil Produksi Garam.....	11
Tabel 2.1 Perbandingan Wisata secara umum, Wisata Religi dan Wisata Syariah	18
Tabel 4.1 Rincian Anggaran Pengembangan Wisata Garam	46
Tabel 4.2 Estimasi Pendapatan Eduwisata Garam 1 Tahun.....	46
Tabel 4.3 Estimasi Total Biaya Eduwisata Garam 1 Tahun	47
Tabel 4 4 Dampak Sosial Pengembangan Wisata Garam	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Wisata Garam Desa Bunder	34
Gambar 4.2 Lingkungan sekitar Wisata Garam	37

BAB

1

POTENSI USAHA GARAM DI PULAU MADURA

A. Garam

Garam merupakan salah satu komoditas strategis nasional yang posisinya tidak kalah penting dengan kebutuhan pokok lainnya. Hal tersebut dikarenakan peran dan fungsi yang dimiliki garam yang dapat mencakup semua lini mulai dari rumah tangga masyarakat hingga industri. Keberadaan garam sudah tentu sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya sebagai barang konsumsi yang bersangkutan erat dengan ketahanan pangan nasional akan tetapi garam juga memiliki peran penting dalam dunia industri dalam negeri. Karena peran esensial garam tersebut, maka garam dijuluki sebagai “komoditas politik” (Gibran, 2015).

Menurut Mohi RA dalam (Putri, 2019), garam adalah benda padat berwarna putih berbentuk kristal merupakan kumpulan senyawa dengan bagian terbesar Natrium Klorida (>80%) serta senyawa lainnya seperti Magnesium Klorida, Magnesium Sulfat, dan Kalsium Klorida. Sumber garam yang terdapat di alam berasal dari air laut, air danau asin, deposit dalam tanah, tambang garam, sumber air dalam tanah.

Klasifikasi garam nasional secara garis besar dikelompokkan menjadi dua jenis garam yaitu garam konsumsi dan garam industri (BPPP Kementerian Perdagangan, 2017). Berdasarkan Permenperin No. 88/M-IND/PER/10/2014 yang dimaksud dengan garam konsumsi adalah garam yang digunakan untuk konsumsi masyarakat atau dapat diolah menjadi garam rumah tangga dan garam diet. Garam rumah

tangga adalah garam konsumsi beryodium dengan kandungan NaCl minimal 94% atas dasar basis kering (adbk) dengan kandungan air maksimum 7%, bagian yang tidak larut dalam air maksimum 0,5 mg/Kg (adbk), Kadmium (Cd) maksimum 0,5 mg/Kg, Timbal (Pb) maksimum 10,0 mg/Kg, Raksa (Hg) maksimum 0,1 mg/kg dan cemaran Arsen (As) maksimum 0,1 mg/Kg serta Kalium Iodate (KIO_3) minimal 30 mg/kg yang berbentuk padat dan dapat dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Sementara itu, yang dimaksud dengan garam diet adalah garam konsumsi beryodium berbentuk cairan/padat dengan kadar NaCl maksimum 60% (adbk) serta Kalium Iodate (KIO_3) 30 mg/Kg yang dapat dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Garam industri pada peraturan Menteri Perindustrian No. 88 Tahun 2014 tersebut adalah garam yang digunakan sebagai bahan baku/bahan penolong yang digunakan pada proses produksi pada industri kimia, industri aneka pangan, industri farmasi, industri peternakan, industri penyamakan kulit dan water treatment. Garam industri yang digunakan tersebut memiliki spesifikasi teknis yang berbeda-beda bergantung pada jenis industrinya.

B. Produksi Garam

Madura salah satu pulau di Indonesia yang memiliki potensi alam untuk menghasilkan garam, ini alasan kenapa madura disebut sebagai **Pulau Garam**. Madura yang terdiri dari empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep memiliki lahan tambak garam yang luas. Madura memiliki musim kering lebih panjang, tak banyak sungai dan sumber air tawar dengan daratan relatif datar di sisi selatan, dengan dataran tinggi di tengah, dan pantai utara yang berbeda ketinggian. Suhu rata-rata Pulau Madura 26,9 derajat celsius, dengan kemarau panjang antara 4 sampai 5 bulan. Seperempat luas lahan tambak garam di Indonesia ada di Pulau Madura dan seperempat jumlah produksi garam Indonesia dihasilkan di Madura.

Proses produksi garam di Madura masih didominasi oleh proses tradisional yakni dengan memanfaatkan *solar system*, tambak garam, dan peralatan tradisional lainnya. Pada dasarnya proses untuk produksi garam tidak hanya dapat dilakukan dengan metode tradisional. Terdapat beberapa metode lain yang dapat dilakukan oleh petani garam dalam proses produksi garam seperti metode pembuatan garam dengan Teknologi Ulir Filter serta pembuatan garam dengan metode *Continuously Dynamic Mixing* (CDM) dan teknologi *Greenhouse Salt Tunnel* (GST) [BPSPL Padang].

Pembuatan garam menggunakan metode tradisional dilakukan dengan peralatan sederhana akan tetapi memerlukan lahan yang luas untuk mempercepat proses penguapan air laut. Tahap awal yang harus dilakukan dalam membuat garam secara tradisional adalah mempersiapkan lahan kemudian mengalirkan air laut ke petak-petak yang telah disediakan. Air yang sudah memasuki petak-petak kemudian dijemur di bawah terik matahari hingga mencapai PH air yang dianggap tua. Setelah itu, air dialirkan ke petakan lain untuk mengendapkan zat-zat yang tidak diperlukan. Setelah sampai di petakan terakhir, air laut akan mengalami proses penguapan hingga menjadi kristal dengan bantuan cahaya matahari. Garam-garam kristal tersebut kemudian dikumpulkan dalam bentuk kerucut dan dimasukkan ke dalam karung untuk kemudian dijual atau disimpan di dalam gudang.

Proses pembuatan garam dengan Teknologi Ulir Filter hampir sama dengan teknik pembuatan garam secara tradisional. Perbedaan antara pembuatan garam secara tradisional dengan pembuatan garam menggunakan TUF terletak pada penggunaan alat tambahan pada pembuatan garam dengan TUF yakni geomembrane yang dijadikan sebagai alas meja garam dan pemasangan filter pada saluran air. Penggunaan geomembran dimaksudkan agar meja garam tidak langsung bersentuhan dengan tanah sehingga kebersihan air dapat tetap terjaga serta supaya dapat mempercepat proses pembuatan air tua. Sedangkan pemasangan filter pada saluran

air dimaksudkan untuk menghambat kotoran-kotoran yang dibawa air untuk masuk ke petak atau meja garam.

Metode pembuatan garam dengan metode *Continuously Dynamic Mixing* (CDM) dan teknologi *Greenhouse Salt Tunnel* (GST). Metode *Continuously Dynamic Mixing* (CDM) merupakan metode yang digunakan untuk membantu proses pembuatan air tua. Sedangkan teknologi *Greenhouse Salt Tunnel* (GST) merupakan salah satu metode produksi garam dengan memanfaatkan teknologi rumah kaca dalam proses kristalisasi garam. Penerapan CDM dan GST memberikan peluang kepada para petani garam untuk melakukan produksi garam sepanjang tahun. Proses pembuatan garam dengan menerapkan metode CDM dan dibantu teknologi GST dimulai dari penampungan air ke dalam GST Bosem sebagai tempat untuk menyimpan air muda. Selanjutnya untuk meningkatkan kejenuhan air maka air akan melalui tahap *dynamic mixing* dimana air dengan skala baume lebih tinggi akan dicampur dengan air yang memiliki skala baume lebih rendah atau sebaliknya. Pada tahap ini dibutuhkan setidaknya tujuh GST Peminihan. Setelah mendapatkan air dengan skala baume yang diinginkan, air hasil dari GST Peminihan dipindahkan ke GST Meja Kristalisasi untuk dilakukan proses kristalisasi garam. Selanjutnya, air yang telah berubah menjadi garam harus ditiriskan terlebih dahulu di lahan produksi selama kurang lebih 6 jam dan kemudian diletakkan di gudang garam untuk ditiriskan kembali selama kurang lebih 4 hari.

C. Proses Produksi Garam

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada para petani garam, proses pembuatan hingga akhirnya garam terjual kepada pedagang dapat dikelompokkan menjadi beberapa tahap, antara lain:

1. Tahap Persiapan Lahan

Untuk bisa memproduksi garam, dibutuhkan luas lahan minimal 1 hektar yang nantinya akan digunakan sebagai tempat air muda atau pengatur, bantalan, tempat air

tua atau terminal, dan meja garam. Dalam 1 hektar, lahan dapat dibagi menjadi 7 – 8 petakan. 3 petak pertama sebagai pengatur, 1 petak bantalan, 1 petak terminal, dan 2 atau 3 petak lainnya dikhususkan untuk meja garam. Lahan baru yang akan dijadikan sebagai lahan garam tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit, berbeda dengan lahan yang memang sudah dijadikan lahan garam sebelumnya. Lahan yang sudah sering digunakan untuk memproduksi garam, hanya perlu diperbaiki tanggul atau pembatasnya, saluran air, pemadatan kembali lahan, pemeriksaan atau perbaikan kincir, dan pemasangan geomembran (jika ingin menggunakan). Untuk memperbaiki 1 hektar lahan, dibutuhkan kira-kira 5-6 orang dengan bayaran per orang berkisar antara Rp100.000 – Rp120.000. Proses perbaikan lahan dapat diselesaikan dalam waktu kurang lebih 5 hari apabila didukung oleh cuaca yang baik. Sedangkan proses lainnya seperti meratakan lahan, dapat dilakukan oleh 1-2 orang dalam jangka waktu 1-2 hari. Lahan yang telah diratakan dengan slender kayu, kemudian diisi dengan air laut dan dibiarkan hingga mengering. Setelah lahan kering, petakan khusus meja garam dapat dipasang geomembran. Pemasangan geomembran dilakukan oleh 4 orang dalam waktu 1 hari dengan upah berkisar antara Rp100.000 – Rp120.000/orang untuk 1 hektar lahan (2 – 3 meja garam).

Berbeda dengan lahan yang sudah biasa digunakan sebagai lahan garam, untuk membuka lahan baru, tentunya diperlukan biaya-biaya tambahan seperti pembabatan rumput atau pepohonan, pemerataan lahan menggunakan mesin, pembuatan batasan atau tanggul, pembuatan saluran air, pemasangan kincir angin, pengeringan lahan, dan pemasangan geomembran. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan, jika luas lahan mencapai 4 hektar, maka setidaknya dibutuhkan waktu 10 hari untuk melakukan pembabatan rumput atau pepohonan yang mana harus dilakukan oleh minimal 10 orang. Sedangkan untuk

persiapan lahan, dibutuhkan sekurang-kurangnya 10 orang dalam jangka waktu 20 hari apabila lahan yang ingin digunakan memiliki luas 4 hektar. Upah yang lumrah diberikan kepada para pekerja per harinya adalah sebesar Rp100.000 – Rp120.000.

2. Tahap Produksi

Setelah melalui proses persiapan lahan, selanjutnya para petani garam dapat memulai proses produksi. Dalam kegiatan produksi garam, petani garam pada umumnya menjaga sendiri lahan yang dimilikinya sehingga apabila disimpulkan, untuk lahan seluas 1 hektar hanya diperlukan penjagaan dari 1-2 orang petani garam. Tugas yang harus dilakukan oleh petani garam saat proses produksi adalah mengalirkan air dari laut ke petakan, mengalirkan air dari satu petak ke petak lainnya, dan memeriksa kadar air. Berdasarkan hasil wawancara, apabila tugas petani garam dinominalkan, maka nominal yang layak untuk tugas petani garam tersebut adalah Rp100.000 – Rp120.000 per hari.

Terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui untuk mengubah air laut menjadi kristal-kristal garam, yakni:

- a. Pertama, air laut dengan densitas 0° Be dialirkan melalui saluran air untuk masuk ke petak pertama atau pengatur 1. Pada pengatur 1, air didiamkan selama setengah atau 1 hari hingga mencapai densitas 5° Be tergantung kondisi cuaca.
- b. Setelah mencapai densitas 5° Be, kemudian air dari pengatur 1 dimasukkan ke pengatur 2. Pada pengatur 2, air didiamkan hingga mencapai densitas $7 - 8^{\circ}$ Be. Kira-kira dibutuhkan waktu 1 sampai 2 hari. Pengatur 1 yang sudah dikosongkan, kemudian diisi kembali dengan air laut yang memiliki densitas 0° Be.
- c. Selanjutnya, air dari pengatur 2 dialirkan ke pengatur 3 dan didiamkan sampai 2 hari untuk mencapai densitas $10 - 11^{\circ}$ Be. Air dari pengatur 1, dimasukkan ke pengatur 2 dan pengatur 1 kembali diisi dengan air laut.

- d. Air dari pengatur 3, kemudian dialirkan ke bantalan dan didiamkan selama 2 hari untuk mencapai densitas 15 - 18° Be. Air dari pengatur 2 dimasukkan ke pengatur 3, air dari pengatur 1 dimasukkan ke pengatur 2, dan pengatur 1 kembali diisi dengan air laut.
- e. Selanjutnya, air dari bantalan dimasukkan ke terminal dan didiamkan hingga mencapai densitas 22° Be. Air dari pengatur 3 dimasukkan ke bantalan, air dari pengatur 2 dimasukkan ke pengatur 3, air dari pengatur 1 dimasukkan ke pengatur 2, dan pengatur 1 kembali diisi dengan air laut.
- f. Setelah air di terminal mencapai densitas 22° Be, air kemudian disalurkan ke meja garam pertama hingga mencapai densitas 24° Be. Air dari bantalan dimasukkan ke terminal, air dari pengatur 3 dimasukkan ke bantalan, air dari pengatur 2 dimasukkan ke pengatur 3, air dari pengatur 1 dimasukkan ke pengatur 2, dan pengatur 1 kembali diisi dengan air laut.
- g. Selanjutnya, apabila air di terminal sudah mencapai densitas 22° Be, maka air di meja garam 1 dapat ditambah air dari terminal atau diberi pakan untuk mendapatkan hasil garam yang tebal. Tidak hanya disalurkan sebagai pakan ke meja garam 1, air dari terminal juga bisa dialirkan ke meja garam 2 untuk proses pembuatan garam di meja 2. Selanjutnya, air dari bantalan dimasukkan ke terminal, air dari pengatur 3 dimasukkan ke bantalan, air dari pengatur 2 dimasukkan ke pengatur 3, air dari pengatur 1 dimasukkan ke pengatur 2, dan pengatur 1 kembali diisi dengan air laut.
- h. Air yang ada di terminal bisa disalurkan ke meja garam 2 sebagai pakan atau meja garam 3 untuk mulai membuat garam. Selanjutnya, air dari bantalan dimasukkan ke terminal, air dari pengatur 3 dimasukkan ke bantalan, air dari pengatur 2 dimasukkan ke pengatur 3, air dari pengatur 1 dimasukkan ke pengatur 2, dan pengatur 1 kembali diisi dengan air laut.

- i. Apabila kristal-kristal garam di meja 1 dirasa sudah cukup layak untuk dipanen, maka petani garam dapat mulai mengais garam yang ada di meja 1. Proses mengubah air dengan densitas 24° Be hingga menjadi kristal garam membutuhkan waktu kurang lebih 7 - 10 hari apabila menggunakan geomembran. Sedangkan jika menggunakan tanah dibutuhkan waktu yang lebih lama. Proses tersebut berulang seterusnya hingga tibanya musim penghujan.

3. Tahap Panen

Proses panen dapat dilakukan apabila air laut telah berubah menjadi kristal-kristal garam. Proses mengais dan menumpuk garam, bisa dilakukan oleh satu orang untuk setiap 1 meja garam. Setelah ditumpuk, petani garam pada umumnya meminta bantuan kepada rekan-rekan petani lainnya sebanyak 3 - 5 orang untuk membantu mengangkat garam dari lahan menuju gudang penyimpanan. Sistem tersebut dikenal dengan sistem otosan. Apabila tidak menggunakan sistem otosan, maka petani harus membayar Rp 50.000 - Rp 80.000 per orang setiap kali panen. Setelah garam masuk ke gudang dan menemukan calon pembeli, maka biaya-biaya lainnya seperti biaya pengemasan, penimbangan, pengangkutan ditanggung oleh pembeli sehingga petani garam sudah memperoleh harga bersih dari pembeli.

D. Biaya Produksi Garam

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pengolahan terhadap bahan baku hingga menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan (Mulyadi, 2015). Terdapat definisi lain yang menyatakan bahwasanya biaya produksi merupakan kompensasi yang diterima oleh pemilik faktor-faktor produksi atau biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai (Floperda and Wanda, 2015). Menurut Lestari dan Dhyka dalam (Rosdiana *et al.*, 2020) biaya produksi dibagi ke

dalam tiga elemen yang memiliki kaitan langsung dengan aktivitas produksi, yaitu bahan baku langsung (*direct materials*), tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan *overhead* pabrik (*factory overhead*).

Tabel 1.1 Estimasi Biaya Produksi Garam UTM

a. Biaya Tetap						
Keterangan	Jml	Satuan	Harga (Rp)	Waktu	Total (Rp)	Biaya per musim (Rp)
Tanah/lahan	1	Hektar	375.000.000	10 tahun	375.000.000	37.500.000
Persiapan lahan	1	Hektar	25.000.000	4 tahun	25.000.000	6.250.000
Pompa Air	1	Buah	4.600.000	5 tahun	4.600.000	1.150.000
Kincir Angin	2	Buah	1.500.000	5 tahun	3.000.000	600.000
Geomembrane	3	Rol	6.000.000	10 tahun	18.000.000	1.800.000
Slender Kayu	2	Buah	200.000	5 tahun	400.000	80.000
Pengais	2	Buah	100.000	2 tahun	200.000	100.000
Paralon 4 Dim	2	Buah	70.000	5 tahun	140.000	28.000
Paralon 3 Dim	6	Buah	50.000	5 tahun	300.000	60.000
Total Biaya Tetap					426.640.000	47.568.000
b. Biaya Variabel						
Upah Penggarap	2	Orang	3.750.000	1 bulan	7.500.000	45.000.000
Upah Angkut	5	Orang	80.000	15 panen	6.000.000	6.000.000
Biaya Bahan Bakar	1	Hektar	550.000	1 musim	550.000	550.000
Total Biaya Variabel						51.550.000
Total Biaya (a + b)						99.118.000

Dalam memproduksi garam, lahan merupakan salah satu faktor utama. Semakin luas lahan garam semakin banyak garam yang dihasilkan. Selain lahan, cuaca juga menjadi faktor penting yang mendukung proses produksi. Besarnya biaya produksi garam bergantung pada luas lahan. Biaya produksi garam dibedakan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Adapun biaya tetap merupakan jenis pengeluaran yang selalu tetap dan tidak berubah meskipun volume produksi dibuat berbeda. Sedangkan biaya variabel merupakan jumlah pengeluaran dalam kegiatan produksi yang jumlahnya akan menyesuaikan dengan jumlah volume produksi. Pada produksi garam yang tergolong dalam biaya tetap antara lain; lahan tambak garam, biaya persiapan lahan, pompa air, kincir angin, geomembran, slender kayu, pengais, paralon dan peralatan lainnya. Biaya variabel dalam proses produksi garam yaitu biaya tenaga kerja dan bahan bakar. Upah tenaga kerja disini adalah upah penggarap lahan dan upah angkut. Upah penggarap lahan masuk pada biaya variabel karena Upah penggarap lahan masuk pada biaya variabel karena produksi garam tidak berdasarkan sistem bagi hasil. Dalam kegiatan produksi garam, seringkali diterapkan sistem bagi hasil antara pemilik lahan (modal) dengan penggarap lahan.

Biaya produksi garam di Madura dihitung berdasarkan biaya per musim dengan estimasi panen sebanyak 15 kali dalam satu musim, sehingga ditemukan total biaya tetap ditemukan total biaya produksi garam sebesar Rp. 99.118.000,- dengan estimasi luas lahan 1 hektar yang disewa selama 10 tahun. Rincian biaya produksi garam dengan luas 1 hektar dapat dilihat pada tabel 1 estimasi biaya produksi garam.

Biaya produksi ini merupakan total dari biaya tetap ditambah biaya variabel dengan formula sebagai berikut.

$$TC = FC + VC$$

Dimana TC merupakan *Total Cost* (total biaya) yang dapat dicari dengan cara menjumlahkan *Fixed Cost* (FC) atau biaya tetap dengan *Variable Cost* (VC) atau biaya variabel. Jumlah biaya

tetap sebesar Rp. 47.568.000 dan biaya variabel sebesar Rp. 51.550.000,-.

E. Pendapatan Hasil Produksi Garam

Total pendapatan atau *total revenue* adalah keseluruhan pendapatan yang diperoleh dari semua penjualan produk sebelum dikurangi berbagai biaya. Berikut ini adalah rumus yang bisa digunakan untuk mengetahui total pendapatan.

$$TR = P \times Q$$

Total Revenue (TR) atau total pendapatan bisa didapatkan dengan mengalikan Price (P) atau harga dengan Quantity (Q) atau jumlah produk yang terjual. Harga garam dipengaruhi oleh kualitas garam. Kualitas garam ada tiga kategori yaitu kualitas 1, kualitas 2 dan kualitas 3. Kualitas garam ini berdasarkan ukuran dan warna garam. Garam dengan ukuran besar dan memiliki warna putih bersih masuk kategori kualitas 1. Lahan garam yang memiliki luas 1 hektar mampu menghasilkan 7 – 9 ton garam dalam satu kali panen. Jika musim kemarau cukup bagus dan jangka waktunya panjang, maka petani garam bisa memanen garamnya 15 kali. Harga setiap ton garam untuk saat ini, berkisar antara Rp 1.700.000,- sampai Rp 2.500.000,-. Rata-rata hasil produksi garam dengan lahan seluas 1 ha yaitu 8 ton setiap panen dan satu musim bisa 15 kali panen. Sehingga total produksi garam dalam satu musim adalah 120 ton/ha. Diketahui harga 1 ton garam dengan estimasi harga terendah adalah Rp 1.700.000,-. Dengan begitu total pendapatan yang akan diperoleh petani dengan luas lahan 1 hektar adalah sebesar Rp 204.000.000,- setiap musim. Pendapatan dari hasil panen garam seluas 1 hektar dalam satu musim dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut.

Tabel 1.2 Estimasi Pendapatan Hasil Produksi Garam

Keterangan	Jumlah/ha	Luas (ha)	Total	Harga/ton (Rp)	Total (Rp)
Penerimaan (TR)	120 ton	1	120 ton	1.700.000	204.000.000
Total biaya (TC)					99.118.000
Keuntungan (TR - TC)					104.882.000

F. Analisis Potensi Usaha Garam

Dari usaha produksi garam, petani garam mengharap keuntungan yang cukup besar, akan tetapi sering kali petani mengalami kerugian yang cukup besar karena gagal panen. Salah satu hal yang menyebabkan gagal panen pada produksi garam adalah cuaca yang tidak mendukung, seperti musim kemarau basah yaitu musim panas akan tetapi masih sering turun hujan sehingga produksi garam tidak maksimal.

Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi dan pendapatan usaha garam, maka perlu dilakukan analisis usaha. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis suatu usaha, diantaranya ada analisis keuntungan, *R/C ratio*, dan analisis *break event point* (BEP).

1. Analisis Keuntungan

Keuntungan diperoleh dari selisih antara total pendapatan (*total revenue*) dengan total biaya (*total cost*). Berdasarkan perhitungan total biaya dan total pendapatan, maka besarnya keuntungan yang diperoleh dari produksi garam dengan luas lahan 1 hektar setiap musim adalah sebagai berikut

$$II = TR - TC$$

$$II = \text{Rp. } 204.000.000 - \text{Rp. } 99.118.000$$

$$II = \text{Rp. } 104.882.000$$

Berdasarkan hasil perhitungan selisih total pendapatan dikurangi total biaya diperoleh keuntungan sebesar Rp. 104.882.000,- setiap musim. Hasil tersebut dengan estimasi luas lahan 1 hektar dan total produksi sebanyak 120 ton.

2. Analisis *R/C ratio*

Analisis *R/C ratio* merupakan analisis yang dilakukan dengan membuat perbandingan antara total pendapatan dan total biaya dalam suatu produksi. Semakin tinggi nilai *R/C ratio* maka semakin besar keuntungan dari usaha tersebut dan sebaliknya apabila nilai *R/C ratio* semakin rendah, maka keuntungan dari usaha tersebut juga semakin kecil. Berikut

adalah perhitungan *R/C ratio* dari usaha produksi garam seluas 1 hektar.

$$R/C = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Total Cost}}$$

$$R/C = \frac{204.000.000}{99.118.000}$$

$$R/C = 2,058$$

Dari analisis *R/C ratio* dapat diketahui bahwa nilai dari *R/C ratio* produksi garam di tambak UTM adalah 2,058, nilai *R/C ratio* lebih dari 1 sehingga dapat dikatakan bahwa usaha garam layak untuk dijalankan.

3. Analisis BEP (*Break event Point*)

Analisis BEP merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui titik impas dari kegiatan operasi perusahaan atau dengan kata lain perusahaan tidak sedang merugi dan tidak pula mendapatkan untung. Dengan melakukan analisis *BEP*, dapat diketahui hubungan dari berbagai elemen produksi termasuk biaya, keuntungan, produksi, dan penjualan. Oleh karenanya, analisis *BEP* juga seringkali disebut sebagai *cost profit volume analysis*. Berikut merupakan hasil perhitungan *BEP* pada usaha produksi garam sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{1 - \frac{\text{Variable Cost}}{\text{Sales}}} \\ &= \frac{\text{Rp } 47.568.000}{1 - \frac{\text{Rp } 51.550.000}{\text{Rp } 204.000.000}} \\ &= \text{Rp. } 63.424.000,- \\ \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{p-v} \\ &= \frac{\text{Rp } 47.568.000}{\text{Rp } 1.700.000 - \text{Rp } 429.583} \\ &= 37,44 \text{ ton} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis BEP diketahui bahwa produksi garam dengan luas 1 hektar akan mencapai titik impas dengan nilai penjualan sebesar Rp. 63.424.000,- atau penjualan sebesar 37,44 ton.

Garam merupakan komoditi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya untuk bahan konsumsi saja tetapi garam sangat dibutuhkan dalam dunia industri. Meningkatnya permintaan akan garam setiap tahun dan potensi madura yang merupakan penghasil garam, produksi garam di Madura perlu dimaksimalkan. Untuk memaksimalkan produksi perlu dilakukan beberapa hal seperti peremajaan/perbaikan lahan dan menggunakan geomembran untuk menghasilkan garam kualitas 1. Berdasarkan hasil perhitungan analisis usaha yang telah dilakukan diketahui bahwa total biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi garam di lahan tambak seluas 1 ha adalah sebesar Rp. 99.118.000,-. Biaya produksi tersebut merupakan biaya variabel dan biaya tetap, biaya tetap berupa biaya lahan dan peralatan-peralatan yang dibutuhkan untuk memproduksi garam. Sedangkan biaya variabel mencakup upah tenaga kerja yaitu penggarap lahan dan biaya bahan bakar.

Pada produksi garam dengan luas 1 ha, keuntungan yang akan diperoleh setiap musim sebesar Rp 104.882.000,-. Akan tetapi pendapatan ini akan berubah mengikuti harga garam di pasar yang berfluktuasi. Selain itu, hasil produksi garam dipengaruhi kondisi cuaca.

Berdasarkan hasil analisis, nilai *R/C ratio* menunjukkan angka 2,058 sehingga dapat diartikan bahwa usaha produksi garam layak dilakukan untuk dilakukan dan dikembangkan karena nilai *R/C ratio* lebih dari 1,3 ($2,675 > 1,3$). Berdasarkan hasil analisis *R/C ratio* yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa setiap Rp 100,- biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi garam, maka dapat diperoleh pendapatan sebesar Rp 205,-. Dalam penelitian serupa yang juga menghitung *R/C ratio* yang dilakukan oleh Andriyano, Suadi and Djasmani

(2013) tentang Analisis Usaha Tambak Garam Di Desa Gedongmulyo, Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang dan Amaliaya (2007) tentang Analisis Finansial Usaha Tambak Garam di Desa Pinggir Papas disimpulkan bahwa pada dasarnya usaha garam dapat terus dikembangkan karena secara finansial masih menguntungkan.

Hasil analisis break event point menunjukkan bahwa produksi garam akan mencapai titik impas dimana pendapatan sama dengan biaya yaitu ketika memproduksi sebanyak 37,44 ton atau sebesar Rp. 63.424.000,-. Diketahui hasil panen setiap musim sebanyak 120 ton dan nilai ini melebihi dari hasil perhitungan BEP. Pendapatan yang akan diperoleh setiap musim sebesar Rp. 204.000.000,- nilai ini melebihi hasil perhitungan BEP dalam rupiah.

Secara keseluruhan dari hasil analisis usaha produksi garam di Madura layak untuk dilakukan dan dikembangkan karena usaha ini menjanjikan secara finansial.

BAB 2 | POTENSI WISATA HALAL DI PULAU MADURA

A. Pariwisata

Dalam kehidupan sehari-hari, kata pariwisata seringkali muncul. Dengan merangkai 2 suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*, maka muncul istilah “pariwisata”. Kata *pari* mempunyai arti banyak, atau berputar-putar. Kata *wisata* memiliki arti perjalanan atau bepergian. Dengan demikian, jika disatukan arti dari 2 kata *pari* dan *wisata*, maka pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan berkeliling atau perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali. Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang pariwisata, menyatakan tujuan pariwisata adalah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi kemiskinan dengan adanya penyerapan tenaga kerja. Kepariwisataan dapat didefinisikan sebagai aktivitas untuk mendapat pelayanan dari daerah lain untuk mencari kepuasan atau pengalaman yang berbeda dengan yang pernah dialami sebelumnya.

Dalam sistem pariwisata terdapat dua tipe area yang terdiri dari area pencipta hasil dan area penerima hasil. Ketersediaan agen perjalanan, operasional tur, layanan tiket, tour operator, kegiatan promosi dari destinasi wisata dapat dikategorikan dalam area pencipta hasil. Transportasi dan saluran komunikasi dari sistem pariwisata yang membawa turis ke destinasi wisata melalui transportasi udara, daratan dan air. Area penerima merupakan area yang menyediakan *catering*, minuman, akomodasi, industri hiburan, atraksi wisata, tempat berbelanja dan layanan wisata.

B. Pariwisata Halal

Kegiatan manusia yang digunakan untuk memperhatikan lingkungan disekitarnya, hal kebiasaan/adat orang-orang yang ada disekitarnya dalam tujuan untuk menambah keimanan dapat diartikan sebagai kegiatan pariwisata. Secara luas, masyarakat menganggap Pariwisata halal merupakan wisata yang terkait dengan wisata ziarah makam ulama, umrah, masjid-masjid, ataupun terkait dengan sejarah. Walaupun sebenarnya pariwisata halal tidak hanya wisata ziarah akan tetapi dapat dipahami bahwa pariwisata halal merupakan pariwisata dengan gaya yang baru. Wisata budaya, wisata terkait dengan alam, maupun wisata buatan yang secara keseluruhan dibingkai dalam nilai-nilai Islami dapat dikatakan sebagai pariwisata halal.

Keberadaan pariwisata halal merupakan kerjasama antara masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Kerjasama tersebut dapat berupa adanya penyediaan fasilitas serta layanan yang memenuhi ketentuan secara syariah. Dengan karakteristik universal dari produk dan jasa, sebenarnya pariwisata halal dapat dimanfaatkan oleh masyarakat secara luas. Objek dan tujuan pariwisata serta produk atau jasa wisata pada umumnya, apabila tidak bertentangan dengan nilai dan etika syariah maka dapat diartikan sama dengan objek dan tujuan pariwisata serta produk atau jasa dalam pariwisata halal. Dengan demikian, pariwisata halal tidak selalu berkaitan dengan wisata religi. Secara umum, konsep wisata halal merupakan sebuah proses penyatuan nilai Islami dalam kegiatan wisata. Nilai syariat Islam digunakan sebagai acuan dasar dalam kegiatan pariwisata. Mempertimbangkan dan mengakomodir nilai-nilai Islami dalam semua sistem pariwisata merupakan dasar dari wisata halal. Dimulai dari rumah makan, akomodasi, dan aktifitas atau atraksi wisata selalu merujuk pada norma-norma keislaman.

Wisata halal dapat didefinisikan secara lebih luas dari wisata religi sebagai sistem wisata yang selalu mengacu pada nilai-nilai syariat Islam. *World Tourism Organization* (WTO) menyampaikan bahwa tidak hanya umat muslim, akan tetapi

umat nonMuslim juga merupakan konsumen wisata syariah. Berikut ini tabel perbandingan antara wisata secara umum, wisata religi dan wisata syariah.

Tabel 2.1 Perbandingan Wisata secara umum, Wisata Religi dan Wisata Syariah

No	Perbandingan	Wisata Secara Umum	Wisata Religi	Wisata Syariah
1	Obyek	Alam, kebudayaan, peninggalan sejarah dan kuliner	Terkait sejarah dan tempat ibadah	Semuanya
2	Tujuan	Mencari hiburan	Peningkatan keimanan	Peningkatan keimanan dengan cara menghibur
3	Target	Memenuhi kesenangan berlibur	Mencari ketenangan jiwa dan batin	Memenuhi keinginan berlibur dan menumbuhkan keimanan
4	Guide	Memiliki pemahaman info yang baik untuk menyampaikan ke wisatawan	Menguasai informasi tentang lokasi wisata yang berupa sejarah dan tokohnya	Meningkatkan ketertarikan wisatawan pada objek dan meningkatkan keimanan.
5	Fasilitas ibadah	Hanya sebagai pelengkap (komplementer)	Hanya sebagai pelengkap (komplementer)	Disatukan dengan obyek wisata sebagai satu paket wisata
6	Kuliner	Secara umum	Secara umum	Terjamin halal
7	Hubungan dengan masyarakat di sekitar lokasi wisata	Hanya sebagai pelengkap	Hanya sebagai pelengkap	Terintegrasi dan ada interaksi secara syariah
8	Agenda perjalanan	Setiap waktu	Hanya di waktu-waktu tertentu	Spesifik atau tertentu

Konsep wisata halal merupakan kegiatan wisata yang berdasarkan pada dakwah dan ibadah disaat wisatawan Muslim melakukan kegiatan wisata yang sekaligus tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali, yang terfasilitasi dengan baik serta sesuai dengan syariat Islam. Dimulai pada tahun 2018 Kementerian Pariwisata melakukan penelitian dengan Crescentrating untuk mengembangkan sebuah indeks yang akan memberikan standar dan pengukuran pertumbuhan 10 provinsi yang dirancang untuk pariwisata halal di Indonesia. Indeks tersebut dikenal sebagai Indonesia Muslim Travel Index (IMTI). Pengukuran yang digunakan oleh IMTI diadaptasi dari model ACES GMTI, yaitu:

1. *Access* (akses), yang terdiri dari ketersediaan jalan raya, akses lewat udara, rel kereta api dan laut.
2. *Communication* (komunikasi), terdiri dari ketersediaan guideline untuk wisatawan Muslim, jangkauan dan kemampuan berbahasa dari pemandu wisata, dan promosi pemasaran secara digital.
3. *Environment* (lingkungan), terdiri dari adanya pintu kedatangan wisatawan domestik dan internasional, cakupan koneksi nirkabel di bandara, dan komitmen lain terkait pariwisata halal.
4. *Service* (pelayanan), terdiri dari adanya rumah makan yang halal, tempat ibadah/masjid, hotel dan atraksi budaya, airport.

C. Dimensi Wisata Halal

Wisata halal didefinisikan sebagai penawaran destinasi wisata yang khusus melayani wisatawan muslim, Ryan dalam (Kurniawan *et al.*, 2018). Wisata halal juga terkait dengan adanya desa wisata halal yang menawarkan destinasi wisata lengkap dengan atraksi budaya yang berlandaskan prinsip syariah. Desa wisata halal atau syariah merupakan sebuah konsep penyatuan antara desa wisata, wisata yang berlandaskan pada prinsip syariah, keunikan khusus dari desa tersebut, yang dipadukan dengan kearifan lokal dan sumber daya yang ada. Dalam

pariwisata, kearifan lokal ('urf) merupakan aktivitas spesifik masyarakat lokal untuk menjawab permasalahan yang terkait dengan cara pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, dari kearifan lokal dapat tercipta produk-produk pariwisata yang dapat dikemas dengan prinsip syariah. Produk-produk pariwisata ini dapat diproduksi sesuai dengan kondisi sosial budaya ('urf) setempat dan akan memperoleh dukungan infrastruktur yang memadai (Priyadi, 2016). Dalam konsep desa wisata halal yang diusung oleh Adinugraha, Sartika & Kadarningsih (2018), memuat 5 komponen yaitu: restoran halal, halal *lifestyle*, penginapan syariah, wisata (religi, alam) dan 'urf halal.

Empat dimensi dalam wisata halal yang terdiri dari fasilitas untuk beribadah, kehalalan, moralitas Islam, serta bebas judi dan alkohol. Hal yang senada diungkapkan oleh (Razzaq *et al.*) yang menyatakan bahwa ada kecenderungan dari wisatawan Muslim untuk memilih akomodasi yang sesuai dengan prinsip Syariah. Akomodasi yang dimaksudkan adalah akomodasi yang memiliki atribut syariah seperti tersedianya makanan halal, informasi masjid untuk pelaksanaan sholat, tidak adanya minuman beralkohol, ketersediaan ruang pertemuan dengan fasilitas beribadah, tidak ada gambar dengan konten pornografi, seragam staf hotel yang pantas, (Battour, *et al.* 2013).

Dalam perkembangannya, Battour & Ismail (2015) menyebutkan atribut-atribut yang mengacu pada wisata halal dan digunakan untuk menarik wisatawan terutama wisatawan Muslim, yaitu:

1. Keberadaan masjid terdekat;
2. Adanya fasilitas ibadah, airport, hotel, dan fasilitas wisata lainnya;
3. Terdengar Adzan untuk sholat;
4. Terdapat petunjuk Kiblat;
5. Tersedia air bersih di toilet di lokasi wisata, mall dan airport;
6. Adanya makanan halal di bandara, lokasi wisata, tempat berbelanja, dan lainnya;
7. Terdapat dapur halal di hotel dan restoran;

8. Adanya area khusus wanita;
9. Adanya kolam renang dan tempat olahraga yang terpisah;
10. Adanya larangan minuman beralkohol di ruang publik;
11. Adanya larangan *channel* berkonten seks di saluran hiburan hotel.

Dalam kaitannya dengan kebijakan pemerintah, Yousaf & Xiucheng (2018) membuat *framework* untuk strategi pemasaran wisata kuliner halal yang tercantum di website. Strategi tersebut meliputi:

1. Pengakuan dan sertifikat halal
 - a. Pemahaman tentang standar halal
 - b. Memahami kebutuhan akan makanan halal
 - c. Referensi ke otoritas makanan halal
 - d. Sertifikasi makanan halal
2. Kemudahan pencarian atau *searching* tentang produk dan jasa halal
 - a. Rujukan ke wisata halal di *homepage*
 - b. Sub kategori makanan halal
3. Makanan atau kuliner halal
 - a. Pengenalan menu dan resep makanan halal
 - b. Rekomendasi restoran untuk makanan halal
 - c. Pengenalan pada kuliner lokal dan internasional yang halal
 - d. Link pada restoran, toko dan merk halal
 - e. Buku panduan restoran untuk wisatawan Muslim
 - f. Pengkategorian kehalalan makanan
 - g. Testimoni dari wisatawan Muslim
4. Pengalaman dalam wisata halal
 - a. Menyoroti kemampuan Chef dalam mengolah makanan halal dan adanya *cooking class* untuk makanan halal
 - b. Adanya festival makanan Muslim
 - c. Adanya lembar dialog untuk wisatawan Muslim
 - d. Link pada aplikasi yang ramah Muslim
5. Halal sebagai simbol keragaman kuliner
 - a. Promosi keragaman budaya kuliner melalui festival makanan halal

- b. Promosi melalui souvenir makanan halal
 - c. Promosi melalui rute wisata kuliner halal
 - d. Rekomendasi souvenir halal
6. Airport halal
- Ketersediaan jasa dan makanan halal di airport dan maskapai nasional
7. Fasilitas halal lainnya
- a. Promosi hotel dengan fasilitas halal
 - b. Situs khusus wisatawan Muslim
 - c. Informasi tentang tempat beribadah, masjid dan tempat wudhu

D. Potensi Wisata Halal di Pulau Madura

Dalam mendukung pengembangan destinasi wisata halal, Pemerintah Daerah melalui Peraturan Daerah yang dikeluarkan, telah menetapkan kawasan wisata halal. Seperti halnya di Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2017 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Timur Tahun 2017- 2032, telah memutuskan kawasan wisata halal di Jawa Timur yang meliputi 4 kabupaten di Pulau Madura, yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep. Tiap kabupaten di Pulau Madura telah memiliki berbagai tempat wisata, baik yang tergolong wisata alam, wisata religi, dan wisata budaya. Dengan budaya Madura yang kental dengan nuansa Islami, maka implementasi wisata halal bukan hal yang susah diterapkan.

Lokasi wisata di Kabupaten Bangkalan antara lain: Bukit Jaddih, Pantai Sirih kemuning, Bukit Arosbaya, Pantai Telaga Biru, Bukit Lampion, Pantai Gebang, Mercusuar Sembilangan, Gunung Geger, Eduwisata Mangrove, Aermata Iboe, Masjid Agung Bangkalan, Makam Syaichona Cholil. Di Kabupaten Sampang, terdapat lokasi wisata, antara lain: Pulau Mandangin, Waduk Nepa, Pantai Camplong, Air Terjun Toroan, Pantai Lon Malang, Petik Melon, Gua Lebar, Bukit Masegit. Kabupaten Pamekasan memiliki berbagai lokasi wisata, antara lain: Bukit

Cinta, Bukit Brukoh, Eduwisata, Pantai Jumiang, Masjid Agung, Monumen Arek Lancor, Pantai Batu Kerbuy, Pantai Talang Siring, Api Abadi. Di Kabupaten Sumenep, terdapat berbagai lokasi wisata, antara lain: Pantai Slopeng, Pantai Ekasoghi, Pantai Lombang, Pantai Sembilan, Pantai Gili Iyang, Pantai Gili Labak, Pantai Gili Sapeken, Keraton, Asta Tinggi, Pantai Talango, Taman Adipura, Museum, kepulauan Sapudi, Masalembu.

Penyediaan fasilitas yang mendukung wisata halal juga telah banyak terpenuhi di setiap lokasi wisata. Kesiapan dalam implementasi wisata halal di Pulau Madura dapat diringkas sebagai berikut:

1. Ketersediaan tempat beribadah baik mushola atau masjid, selalu ada di tiap lokasi wisata dan rumah makan di sekitar lokasi wisata.
2. Adanya kumandang adzan yang dikumandangkan oleh tiap masjid untuk memberitahukan dan mengajak umat Muslim untuk melaksanakan sholat lima waktu.
3. Penyediaan makanan dan minuman juga dapat dikatakan memenuhi standar halal.
4. Adanya pelarangan minuman keras dan perjudian.
5. Ketersediaan fasilitas hotel atau homestay dengan konsep syariah.
6. Ketersediaan arah kiblat di mushola/masjid maupun di kamar hotel/homestay.
7. Ketersediaan air bersih untuk berwudhu.

Dalam implementasi wisata halal di Pulau Madura masih terdapat kekurangan yang berupa belum adanya sertifikasi halal untuk jasa travel, makanan maupun penginapan yang disediakan. Dengan adanya Halal Centre di Universitas Trunojoyo Madura, dapat diharapkan pelaku wisata mengajukan dan mendapatkan sertifikat halal, sehingga implementasi wisata halal dapat diperkuat dengan adanya sertifikat halal.

BAB 3

PERAN INKLUSI KEUANGAN DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA PESISIR DI MADURA

A. Wisata Pesisir di Madura

Wilayah pesisir merupakan daerah peralihan antara ekosistem darat dan laut yang dipengaruhi oleh perubahan di darat dan laut (Pemerintah Indonesia, 2020). Dalam UU Nomor 1 Tahun 2014 dijelaskan bahwa pengelolaan wilayah pesisir dapat dilakukan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah dari sektor ekosistem darat, ekosistem laut, serta dari sektor ilmu pengetahuan dan manajemen guna meningkatkan kesejahteraan rakyat. Daerah pesisir yang menjadi titik temu antara perairan dan daratan pada umumnya memiliki pemandangan yang dapat menyejukkan mata sehingga bukan menjadi hal yang baru apabila daerah pesisir seringkali dimanfaatkan sebagai suatu destinasi wisata.

Wilayah pesisir memiliki banyak hal yang dapat dimanfaatkan dan ditawarkan sebagai objek wisata. Wisatawan yang berkunjung ke wilayah pesisir dapat mencoba berbagai jenis aktivitas seperti kegiatan pantai (berenang, berjemur, olahraga), melihat dan memotret (pemandangan, flora, fauna), memancing, berperahu, berselancar, *tour*, serta mempelajari lingkungan sosial dan budaya masyarakat pesisir. Dengan beragamnya tawaran objek serta aktivitas di wilayah pesisir, maka seharusnya wilayah pesisir bisa mendapat perhatian lebih dari pemerintah, swasta, dan masyarakat agar dapat dikelola dengan baik dan dikembangkan menjadi suatu destinasi wisata yang apik dan berdaya saing.

Madura adalah salah satu pulau yang ada di Indonesia tepatnya merupakan bagian dari Jawa Timur yang memiliki garis pantai yang cukup panjang dengan jumlah pantai mencapai kurang lebih 53 pantai. Ketinggian rata-rata tanah di pulau ini bervariasi mulai 8 mdpl-47 mdpl (BPS Jawa Timur, 2014) sehingga tak ayal jika primadona wisata yang ditawarkan di pulau ini adalah potensi wisata alam bahari dan pantai. Setiap kabupaten di pulau ini menawarkan wisata alam bahari dan pantai yang sangat memesona sebut saja Pantai Lombang, Pantai Slopeng, Pantai Ponjug di Pulau Talango, Pantai Badur, Pantai Pasir Putih dan Terumbu Karang Pulau Saur Saebus, Wisata Taman Laut Mamburit Pulau Arjasa, Wisata Taman Laut Gililabak, dan Pantai Sembilan di Pulau Giligenting Kabupaten Sumenep. Sementara di Kabupaten Pamekasan terdapat Pantai Talang Siring, Pantai Jumiang, Pantai Batu Kerbuy. Di Kabupaten Sampang ada Pantai Camplong, Pantai Nepa, Pantai Lon Malang, dan di Kabupaten Bangkalan terdapat Pantai Rongkang, Pantai Sambilangan, Pantai Siring Kemuning, Mercusuar VOC, Jembatan Nasional Suramadu.

Pantai di Madura terbagi menjadi tiga bagian yakni pantai pesisir utara, pantai pesisir selatan, dan pantai yang berada di pulau-pulau kecil. Pada pesisir utara, terdapat banyak pantai yang terletak di pinggir jalan utama sehingga akses menuju pantai dapat dikatakan sangat mudah. Sedangkan pada pesisir selatan, pantainya cenderung jauh dari jalan utama akan tetapi aksesnya juga cukup mudah. Baik pantai yang berada di pesisir utara, selatan ataupun di pulau-pulau kecil telah mulai dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai destinasi wisata yang dikelola oleh pemerintah atau swasta.

Pengelolaan daerah pesisir menjadi destinasi wisata merupakan sebuah langkah yang mampu meningkatkan nilai ekonomis kawasan pesisir itu sendiri. Sebagai contoh, pada pesisir selatan Kabupaten Pamekasan terdapat beberapa pantai yang sudah dikelola oleh masyarakat sekitar dan pemerintah seperti Pantai Jumiang, Pantai *The Legend*, dan Pantai Talang Siring yang mana dari pengelolaan pantai-pantai tersebut,

masyarakat sekitar dapat menunjang perekonomiannya. Masyarakat yang hidup di pesisir dapat memanfaatkan adanya destinasi wisata tersebut dengan cara menjual makanan, menjadi juru parkir, membuat souvenir, menjadi travel agen dan tour guide, ikut serta dalam pengelolaan pantai, serta masih banyak lainnya.

Adapun untuk mengelola suatu destinasi wisata sudah tentu dibutuhkan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak lain yang berwenang. Tidak hanya itu, untuk menunjang pengelolaan destinasi wisata juga dibutuhkan pendanaan atau pembiayaan agar destinasi wisata tersebut dapat terkelola dengan baik dan memiliki fasilitas-fasilitas yang memadai, mengingat saat ini sudah sangat banyak destinasi wisata di berbagai daerah yang terus dikembangkan agar mampu menarik atensi wisatawan. Dalam pemenuhan biaya pengembangan, pengelola destinasi wisata sudah seharusnya memahami tentang literasi dan inklusi keuangan. Pemahaman tentang inklusi keuangan diharapkan dapat membantu pengelola destinasi wisata dan pelaku usaha di sekitar tempat wisata dalam pengembangan destinasi wisata sehingga prosesnya bisa lebih mudah dan cepat.

B. Peran Inklusi Keuangan

Dalam menjalankan roda perekonomian, sektor keuangan memiliki peran dan fungsi yang sangat penting. Sektor keuangan merupakan pemicu pertumbuhan ekonomi suatu negara. Perkembangan sektor keuangan yang semakin baik diyakini dapat meningkatkan kesejahteraan umum, mendorong pertumbuhan ekonomi, menurunkan tingkat kemiskinan dan kesenjangan sosial, serta meredam volatilitas ekonomi makro. Dalam rangka mengembangkan sektor keuangan guna memajukan kesejahteraan umum dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka diperlukan suatu strategi yang akan mempermudah semua kalangan untuk mengakses produk dan layanan keuangan sehingga masyarakat akan lebih mudah dalam menjalankan aktivitas perekonomiannya. Salah satu

strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan peran dan fungsi sektor keuangan adalah inklusi keuangan atau *financial inclusion*.

Inklusi keuangan mulai menjadi pusat perhatian sejak terjadinya krisis ekonomi 2008 yang juga berdampak pada Indonesia yang menyebabkan dampak yang sangat buruk bagi lapisan masyarakat bawah. Inklusi keuangan merupakan suatu langkah yang sangat tepat dalam rangka meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat karena dengan adanya inklusi keuangan masyarakat akan lebih mudah mendapatkan akses keuangan guna melakukan aktivitas perekonomiannya. Strategi keuangan inklusif di Indonesia disusun dalam bentuk Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang digunakan sebagai sarana untuk menyelaraskan rencana pembangunan dan rencana kerja pemerintah dari pusat hingga ke daerah.

Inklusi keuangan didefinisikan sebagai suatu keadaan di mana semua orang yang sudah dalam usia kerja memiliki akses yang efektif terhadap kredit, tabungan, pembayaran, dan asuransi dari penyedia layanan keuangan formal (*Consultative Group to Assist the Poor*, 2011). Akses yang efektif dalam inklusi keuangan dibentuk oleh beberapa aspek seperti pelayanan yang baik, ramah, nyaman, dan bertanggung jawab; akses yang mudah dan tidak menyulitkan pelanggan atau nasabah; dan biaya yang terjangkau bagi pelanggan atau nasabah. Dengan adanya akses yang efektif dalam inklusi keuangan diharapkan masyarakat yang kurang mampu secara finansial dapat memanfaatkan layanan keuangan formal dibandingkan layanan keuangan informal yang terkadang dapat menyulitkan masyarakat.

Pernyataan serupa menyebutkan bahwasanya inklusi keuangan merupakan ketersediaan akses ke berbagai layanan keuangan yang aman, nyaman, dan terjangkau serta memadai bagi kelompok yang kurang beruntung dan rentan lainnya, termasuk masyarakat dengan penghasilan rendah dan masyarakat di kawasan tertinggal yang kurang terlayani (*The*

Financial Action Task Force, 2011). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan sudah sepatutnya dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang kurang beruntung untuk mendapatkan akses yang lebih mudah dan layak terhadap produk dan layanan keuangan. Dengan adanya kemudahan akses tersebut, masyarakat diharapkan dapat memperbaiki perekonomiannya serta dapat mengurangi kesenjangan sosial.

Adapun menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 114 Tahun 2020 mendefinisikan inklusi keuangan sebagai suatu kondisi di mana masyarakat telah memiliki akses terhadap berbagai produk dan layanan keuangan formal yang berkualitas dari sisi ketepatan waktu, kelancaran, dan keamanan dengan biaya yang terjangkau serta sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Pemerintah Indonesia, 2020). Adanya definisi tersebut memperjelas bahwasanya inklusi keuangan sangat diperlukan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui akses terhadap produk dan layanan keuangan yang mudah, aman, dan nyaman. Inklusi keuangan dapat berjalan dengan adanya peran dan dukungan dari semua pihak yang terkait.

C. Manfaat Inklusi Keuangan

Adapun manfaat yang dapat dirasakan oleh banyak pihak, seperti masyarakat, regulator, pemerintah, dan swasta dari penerapan inklusi keuangan adalah sebagai berikut (Bank Indonesia, 2020):

1. Meningkatkan efisiensi ekonomi dengan cara memaksimalkan seluruh potensi dan sumber daya dalam aktivitas perekonomian.
2. Mendukung stabilitas sistem keuangan sehingga dapat mencegah dan mengatasi gangguan terhadap kegiatan sektor riil dan sistem keuangan.
3. Mengurangi *shadow banking* atau *irresponsible finance* yang pada umumnya memiliki sistem yang dapat merugikan masyarakat.

4. Mendukung pendalaman pasar keuangan.
5. Mendukung peningkatan *Human Development Index* sehingga taraf hidup serta kesejahteraan hidup masyarakat juga dapat meningkat.
6. Berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional yang berkelanjutan
7. Mengurangi kesenjangan sosial dan kesenjangan pendapatan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi tingkat kemiskinan.

D. Prinsip Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan memiliki beberapa prinsip penting, antara lain (Pemerintah Indonesia, 2020):

1. Kepemimpinan atau *leadership* dapat diartikan sebagai bentuk komitmen dan tanggung jawab pemerintah serta otoritas keuangan lainnya dalam rangka mendukung serta meningkatkan sistem keuangan yang inklusif.
2. Keragaman atau *diversity* dapat didefinisikan sebagai prinsip ketersediaan produk dan layanan keuangan yang beragam.
3. Inovasi atau *innovation* dapat diartikan sebagai suatu prinsip yang mendorong penciptaan atau penggunaan inovasi teknologi dan kelembagaan sebagai sarana untuk memanfaatkan sistem dan memperluas akses keuangan.
4. Perlindungan atau *protection* dapat diartikan sebagai prinsip dan tanggung jawab seluruh *stakeholder*, baik di sektor publik, swasta, ataupun masyarakat dalam rangka melindungi hak-hak konsumen atau pelanggan.
5. Pemberdayaan atau *empowerment* adalah salah satu prinsip untuk mengembangkan literasi keuangan dan kemampuan finansial masyarakat.
6. Kerja sama atau *cooperation* digunakan untuk menambah kemitraan dan memperkuat koordinasi antar semua *stakeholder*.
7. Pengetahuan atau *knowledge* dapat diartikan sebagai pemanfaatan data dan informasi dalam melakukan proses penyusunan dan pengembangan kebijakan serta indikator

untuk mengukur keberhasilan yang dilaksanakan oleh regulator dan lembaga penyedia produk dan layanan keuangan.

8. Proporsionalitas atau *proporsionalitas* merupakan landasan untuk membentuk kerangka kebijakan dan peraturan yang proporsional yang akan digunakan sebagai bahan untuk mempertimbangkan risiko dan manfaat dari inovasi produk dan jasa keuangan.
9. Kerangka kerja atau *framework* dapat diartikan sebagai prinsip untuk mempertimbangkan kerangka kerja peraturan yang sesuai dengan standar internasional, kondisi nasional, serta dukungan bagi sistem finansial yang kompetitif.

E. Peran Inklusi Keuangan dalam Mengembangkan Potensi Wisata Pesisir Madura

Madura merupakan pulau yang memiliki keindahan alam berupa pantai. Banyak sekali ditemui pantai baik pesisir selatan dan pesisir utara Madura. Di pesisir selatan Madura terdapat beberapa pantai yang menjadi tujuan objek wisata antara lain Pantai Batu Malang, Pantai Camplong, Pantai Jumiang, Talang Siring, Pantai the Legend, Pantai Ekasoghi, dan Pantai Sembilan yang sangat menawan. Sedangkan untuk wisata pesisir Utara Madura ada Pantai Lon Malang, Pantai Sirih Kemuning, Pantai Nepa, Pantai Slopeng, Pantai Lombang, Pantai Gili Labak dan masih banyak lagi.

Wisata pantai di Madura menawarkan pemandangan alam dengan pasir putih yang sangat indah. Wisata pantai di Madura semakin berkembang dengan adanya kesadaran dari masyarakat dan pemerintah daerah untuk melakukan pengembangan. Hal ini dapat dilihat dari aneka permainan untuk anak, sarana dan prasarana yang disediakan di sekitar tempat wisata, warung-warung makan bagi warga sekitar yang ingin berjalan di sekitar pantai.

Dalam mengembangkan wisata pantai bukan hal yang mudah mengingat biaya untuk pengembangan membutuhkan dana yang cukup besar. Tiket masuk ke pantai masih sangat

murah dan bahkan ada beberapa pantai yang gratis tidak perlu membeli tiket masuk. Dalam pengembangan di tempat wisata, ada yang dikelola oleh pemerintah daerah dan ada yang dikelola pihak ketiga. Tempat wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah, pendanaan bersumber dari dana daerah dan uang tiket, sedangkan tempat wisata yang dikelola pihak ketiga, pendanaan berasal dari investasi yang dilakukan perusahaan dan tiket masuk. Dalam pengembangan destinasi wisata dibutuhkan kerjasama antara pihak pemerintah daerah, swasta dan masyarakat.

Dari hasil pengamatan, diketahui bahwa pengembangan destinasi wisata di Madura juga didukung adanya inklusi keuangan yang mempermudah pengelola dalam mengakses layanan keuangan. Hal ini dirasakan oleh pihak ketiga yaitu investor dalam mengajukan proses kredit ketika membutuhkan dana tambahan.

Berkembangnya tempat wisata di pesisir Madura ternyata berdampak positif yaitu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Banyak UMKM yang berkembang sekitar tempat wisata. Ada yang menjual makan dan minuman, ada yang menjual souvenir oleh-oleh dan lainnya. Peran inklusi keuangan sangat dirasakan oleh UMKM di sekitar destinasi wisata. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa alasan UMKM memilih menggunakan produk dan layanan jasa keuangan, antara lain untuk modal awal usaha dan untuk mengembangkan serta memperluas usaha yang dimiliki. Mereka merasa terbantu dengan adanya produk untuk usaha seperti KUR, karena memberikan pinjaman dengan bunga kecil dan prosesnya mudah dan cepat.

Berdasarkan informasi dari para pemilik UMKM, produk dan layanan jasa keuangan semuanya memberikan dampak positif terhadap usaha yang akan atau sedang mereka jalankan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dengan adanya produk dan layanan jasa keuangan yang digunakan dapat membantu membangun atau mengembangkan UMKM di sekitar destinasi wisata.

Akses informasi terkait produk dan layanan keuangan mayoritas dapat diakses dengan mudah dan cepat. Tidak hanya itu, informasi yang diberikan oleh pemberi produk dan layanan jasa keuangan juga dijelaskan secara rinci dan mudah dipahami oleh para pemilik UMKM. Syarat untuk mendapatkan akses ke produk dan layanan jasa keuangan sangat mudah dan prosesnya juga berlangsung cepat. Pelayanan yang diberikan oleh para pemberi produk dan layanan jasa keuangan juga dapat dikatakan sangat baik. Hal-hal tersebut juga turut serta menjadi pertimbangan bagi para pemilik UMKM untuk memilih produk dan layanan jasa keuangan yang akan digunakan.

Inklusi keuangan yang dapat dijalankan dengan baik dapat memberikan banyak manfaat diantaranya, meningkatkan efisiensi ekonomi, mendukung stabilitas sistem keuangan, mengurangi *shadow banking* dan *irresponsible finance*, mendukung pendalaman pasar keuangan, meningkatkan perekonomian lokal dan nasional, serta dapat mengurangi kesenjangan sosial dan kesenjangan pendapatan.

Pengembangan destinasi wisata di pesisir Madura sangat terasa dampaknya bagi UMKM di sekitar. Selain itu, peran inklusi keuangan sangat mempermudah dan membantu UMKM untuk tumbuh dan berkembang.

BAB 4

PENGEMBANGAN WISATA GARAM DI MADURA

A. Wisata Garam

Madura sebagai pulau garam memiliki lahan garam yang tersebar di empat kabupaten yaitu Kabupaten Sumenep, Pamekasan, Sampang dan Bangkalan. Selama ini lahan garam digunakan untuk memproduksi garam di saat musim kemarau dan menjadi tambak ikan jika musim hujan. Akan tetapi, di Kabupaten Pamekasan tepatnya di Desa Bunder, lahan tambak garam dijadikan sebagai objek wisata yang menawarkan keindahan alam berbeda dari biasanya. Wisata garam ini menawarkan keindahan petakan-petakan lahan garam yang mengkristal dan tumpukan garam yang menggunung berwarna putih seperti salju. Selain itu, pemanfaatan kincir angin untuk mengalirkan air dari laut ke lahan garam akan memiliki daya tarik tersendiri serta menjadi pengalaman yang luar biasa. Wisata garam merupakan salah satu wisata garam pertama di Madura. Hal ini akan menjadi peluang usaha untuk memperkenalkan garam Madura. Wisata ini dikemas untuk memberikan edukasi kepada pengunjung tentang proses produksi garam, pengunjung bisa secara langsung melihat proses pembuatan garam. Salah satu tujuan wisata garam adalah untuk meningkatkan kesejahteraan petani garam dan masyarakat sekitar. Wisata garam secara tidak langsung dijadikan tempat memasarkan garam halus produksi BUMDes Mutiara Saghara. Dimana garam krosok yang menjadi bahan utama diambil langsung dari garam hasil panen masyarakat Desa Bunder. Munculnya wisata ini bermula dari keresahan

warga akan harga garam yang semakin menurun disaat pandemi covid dan banyak garam petani yang tidak laku. Tiket masuk tempat wisata hanya dikenakan biaya Rp. 3.000,- dan pengunjung akan mendapatkan garam sebagai souvenir. Dengan kata lain, mereka membeli tiket berupa garam dan ini merupakan salah satu ide pemasaran yang sangat inovatif dan kreatif.



Gambar 4.1 Wisata Garam Desa Bunder

B. Pengembangan Wisata Garam

Pengembangan tempat wisata merupakan salah satu usaha untuk mengembangkan atau memajukan destinasi wisata agar lebih baik dan lebih menarik. Dalam pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut (Primaldi, 2017). Aspek-aspek yang dimaksud antara lain;

1. Aspek Daya Tarik (*Attraction*)

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata. Dalam kegiatan berwisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, sarana prasarana dan juga masyarakat yang saling terkait untuk melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Setiap destinasi wisata, memiliki daya tarik yang berbeda beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Daerah tujuan

wisata untuk menarik wisatawan pasti memiliki daya tarik, baik daya Tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.

2. Aspek aksesibilitas (*Accessibility*)

Dalam suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas yang berarti kemudahan untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan. Dalam pengembangan pariwisata akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi merupakan suatu hal yang penting. Aspek fisik yang menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat sedangkan untuk akses non fisik adalah suatu kondisi yang tidak bisa dilihat tetapi dapat dirasakan. Aksesibilitas non fisik ini sifatnya lebih kepada layanan. Akses ini bisa kita temui pada ruang-ruang publik yang ada disekitar kita, seperti perkantoran, sekolah, rumah sakit, supermarket dan lain-lain. Aksesibilitas non fisik juga bisa disebut pola pikir, perilaku dan sebagainya.

3. Fasilitas dan Pelayanan Wisata (*Amenitas*)

Disamping daya Tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang dalam perjalanan. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak awal keberangkatan dari tempat tinggal, selama berada di destinasi wisata dan saat kembali ke tempat semula. Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur transportasi, akomodasi, kuliner dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik sesuai dengan kebutuhan perjalanan.

Wisata garam di Desa Bunder perlu dikembangkan baik dari segi infrastruktur maupun dari segi wahana yang ditawarkan. Dalam pengembangan tempat wisata diperlukan

adanya master plan, yang digunakan sebagai perencanaan pembangunan wisata berjalan dengan baik dan jelas kedepannya. Berdasarkan *master plan* yang sudah dibuat, ada beberapa tambahan sarana dan prasarana yang perlu ditambah dan dilengkapi di destinasi wisata garam. Saat ini, sarana dan prasarana yang tersedia antara lain perahu, gazebo tempat untuk beristirahat pengunjung, spot foto, meja kursi, kamar mandi dan tempat berjualan yang disediakan oleh pihak pengelola agar digunakan oleh masyarakat sekitar untuk berjualan makanan khas daerah. Akan tetapi, permasalahan krusial dan harus segera dilengkapi adalah aliran listrik ke tempat wisata belum ada. Sehingga fasilitas yang ada tidak dapat digunakan dengan maksimal. Misalnya karena tidak ada aliran listrik, kamar mandi tidak terisi air sehingga tidak dapat digunakan. Aspek fasilitas harus terpenuhi untuk mengembangkan tempat wisata.

Berdasarkan master plan yang telah disusun, Dalam pengembangan infrastruktur wisata garam, pihak pengelola yaitu BUMDes Mutiara Saghara telah mendesain pembangunan lokasi wisata dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang seharusnya ada di lokasi wisata seperti penambahan jumlah toilet, gazebo, *selfi bridge* yaitu jembatan yang dibangun untuk kebutuhan selfi oleh para pengunjung, berlatar belakang hutan mangrove, *Docking Boat* adalah dermaga yang dibangun untuk kebutuhan wisata susur sungai, dimana nantinya kapal akan berlabuh, serta tempat untuk memancing. Lingkungan disekitar wisata garam dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



SALT FIELD

A

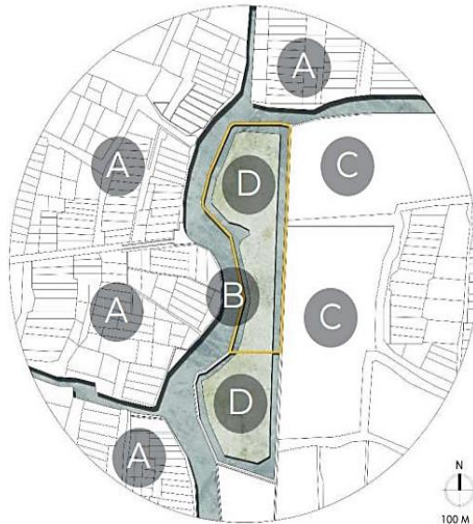
Terdapat banyak ladang garam yang mengelilingi site eduwisata garam



RIVER

B

Terdapat jalur sungai yang panjang hingga menuju laut



SEAWEED FIELD

C

Terdapat juga ladang rumput laut yang ada di lahan PT.Garam



MANGROVE

D

Terdapat bakau di sepanjang sungai hingga menuju ke laut lepas



MAPPING EDUWISATA, PAMEKASAN

Gambar 4.2 Lingkungan sekitar Wisata Garam

Konsep ekowisata akan disiapkan sesuai rencana awal wisata ini dibangun, yaitu wisata ini menawarkan keindahan alam yang mengandung unsur edukasi yang memberikan pengalaman pembelajaran secara langsung terkait proses produksi garam. Pengembangan wisata garam akan dilaksanakan bertahap karena dana yang dibutuhkan cukup besar. Harapannya pengembangan tahap pertama mampu menarik pengunjung sehingga nantinya cukup untuk mengembangkan wisata tahap kedua.

C. Analisis Cost and Benefit Pengembangan Wisata Garam

Untuk menjalankan suatu kegiatan atau proyek, seseorang atau kelompok atau perusahaan perlu mengetahui dengan jelas terkait tujuan, biaya, dan keuntungan yang akan diperoleh. Hal tersebut dilakukan supaya perusahaan tidak mengalami kerugian besar, baik dari segi materi maupun waktu yang disebabkan oleh kurangnya perencanaan dan perhitungan yang matang. Oleh karena itu, sebelum seseorang atau kelompok atau perusahaan mengeluarkan sejumlah uang dan mengorbankan banyak waktu untuk mengerjakan suatu proyek, maka perlu dilakukan perencanaan serta perhitungan yang matang supaya investasi yang dilakukan bisa membuahkan hasil yang memuaskan. Keberhasilan suatu proyek atau kegiatan dapat dilihat dari tingkat keuntungan yang diperoleh, perkembangan dan kemajuan yang mampu dicapai, manfaat kegiatan atau proyek bagi lingkungan sekitar, serta masih banyak lainnya. Untuk menentukan apakah suatu investasi terhadap suatu kegiatan atau proyek layak untuk dijalankan atau tidak, maka perlu dilakukan analisis biaya manfaat atau yang lebih dikenal sebagai CBA (*Cost Benefit Analysis*).

1. Pengertian Cost Benefit Analysis

Cost benefit analysis merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menghitung perbandingan antara jumlah biaya yang harus dikeluarkan dengan manfaat yang akan didapatkan dalam suatu proyek yang akan dilaksanakan. Apabila dalam jangka waktu yang telah

ditentukan, biaya yang dibutuhkan untuk mengerjakan suatu proyek lebih kecil dari keuntungan yang akan diperoleh, maka sebaiknya dilakukan perencanaan ulang, penundaan, ataupun pemberhentian. Akan tetapi apabila suatu proyek tingkat keuntungannya lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan, maka proyek tersebut dapat segera dilanjutkan atau dijalankan. *Cost benefit analysis* menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan mengingat jumlah investasi dalam jumlah besar pada suatu proyek akan memberikan dampak jangka panjang bagi keberlangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Salah satu contoh pemanfaatan *cost benefit analysis* adalah pada saat akan melakukan proyek pembangunan suatu destinasi wisata.

Cost benefit analysis merupakan suatu kegiatan menganalisis keuntungan atas investasi berdasarkan faktor input keuangan dan tingkat pengembalian yang diharapkan dari suatu kegiatan atau proyek tertentu (David, Ngulube, & Dube, 2013). *Cost benefit analysis* merupakan suatu konsep yang sangat berguna dalam menganalisis suatu program atau kebijakan melalui informasi tentang manfaat total yang akan didapatkan dengan biaya total yang harus dikeluarkan dalam suatu proyek (Cellini & Kee, 2011). Dengan dilakukannya *cost benefit analysis*, perusahaan dapat menentukan apakah suatu kegiatan atau proyek dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana atau harus beralih pada rencana lain atau harus diberhentikan.

Konsep *cost benefit analysis* pertama kali dikenalkan pada tahun 1848 oleh seorang insinyur dan ekonom berkebangsaan Prancis Jules Dupuit dan disempurnakan oleh Alfred Marshall (Livermore & Revesz, 2013). *Cost benefit analysis* biasanya digunakan oleh perusahaan untuk menentukan nilai dari kebijakan yang akan dilaksanakan. *Cost benefit analysis* dapat membantu memprediksi apakah suatu kebijakan memiliki manfaat yang lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan atau sebaliknya, dalam hal ini *cost benefit ratio* yang dijadikan sebagai bahan

untuk menentukan keputusan apakah perusahaan dapat tetap melanjutkan kegiatan atau proyek atau harus beralih ke alternatif lainnya.

2. Langkah-Langkah Melakukan Penghitungan *Cost Benefit Analysis*

Adapun dalam melakukan analisis biaya manfaat, terdapat beberapa tahapan yang akan dilalui, antara lain (Boardman, Greenberg, Vining, & Weimer, 2006):

a. Menentukan Tujuan dan Sasaran dari Tindakan yang Akan Dikerjakan

Pada dasarnya, *cost benefit analysis* dilakukan untuk mengetahui perbandingan keuntungan atau manfaat dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan ketika akan melakukan kegiatan atau proyek atau menerapkan suatu kebijakan sehingga dalam penggunaan *cost benefit analysis* harus diketahui terlebih dahulu terkait hal apa yang mendasari dilakukannya analisis tersebut. Hal yang perlu diketahui secara lebih mendetail antara lain sasaran dari suatu kegiatan atau proyek, bagaimana cara melaksanakannya, dan tujuan apa saja yang ingin dicapai.

b. Membuat Alternatif Tindakan

Dalam merencanakan suatu kebijakan, proyek atau kegiatan, diperlukan beberapa rencana alternatif supaya apabila rencana awal tidak dapat terlaksana maka masih terdapat rencana-rencana lain yang dapat dijadikan sebagai pilihan. Tindakan alternatif perlu dipersiapkan dengan matang mengingat semua kemungkinan dapat terjadi selama proses pelaksanaan proyek atau penerapan kebijakan.

c. Membuat Daftar Pemangku Kepentingan

Untuk melaksanakan suatu proyek atau menerapkan suatu kebijakan, sudah dipastikan terdapat beberapa pihak yang terlibat atau para pemangku kepentingan. Informasi tentang para pemangku kepentingan perlu diketahui secara detail supaya setiap

rencana dan tindakan-tindakan yang telah ditentukan dapat dipertanggungjawabkan dan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Informasi tentang para pemangku kepentingan juga diperlukan untuk mengetahui siapa saja yang akan mendapatkan dampak, baik keuntungan maupun kerugian dari tindakan yang akan dilakukan perusahaan.

d. Memilih Alat Ukur dan Mengukur Semua Elemen Biaya dan Manfaat

Untuk melakukan analisis terhadap biaya dan manfaat terdapat beberapa metode analisis yang dapat digunakan, antara lain:

1) *Return on Investment (ROI)*

Teknik menghitung biaya dan manfaat menggunakan *ROI* dikenal juga dengan *accounting rate of return*. *ROI* merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian dari suatu investasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui persentase kenaikan atau penurunan investasi selama periode tertentu (Dewi, 2022). Dalam dunia investasi, *ROI* merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dipahami karena melalui *ROI* perusahaan dapat mengetahui pertumbuhan, tingkat pengembalian, dan efisiensi dari suatu kegiatan investasi.

2) *Payback Period (PBP)*

Payback Period dapat diartikan sebagai periode waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengembalikan semua investasi awal yang telah dikeluarkan dalam suatu proyek dengan menggunakan aliran kas yang masuk melalui proyek yang sama. *Payback period* juga didefinisikan sebagai jangka waktu pengembalian biaya awal (Purnatiyo, 2017). Metode *PBP* merupakan salah satu metode yang cukup mudah digunakan untuk mengetahui investasi

yang baik. Akan tetapi metode ini juga memiliki kelemahan dimana dalam penghitungannya tidak menerapkan konsep *time value of money*.

3) *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) adalah metode yang didasarkan pada arus pengeluaran dan penerimaan kas setelah mendapatkan diskon. Untuk mengimplementasikan metode *NPV*, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menghitung nilai sekarang dari kas masuk bersih yang diharapkan dari sebuah proyek investasi. Kemudian, perusahaan mendiskontokan nilai tersebut dengan modal dan selanjutnya dikurangi dengan investasi awal yang ditanamkan dalam proyek tersebut.

4) *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) merupakan jumlah tingkat pengembalian per tahun yang diharapkan akan didapatkan dari kegiatan investasi atau dengan kata lain *IRR* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kemampuan modal dalam menghasilkan laba dalam suatu investasi.

e. Memprediksi Biaya dan Manfaat dan Mengubahnya Menjadi Mata Uang

Setelah memilih alat ukur yang akan digunakan dalam menentukan biaya dan manfaat dalam pelaksanaan suatu proyek atau penerapan kebijakan, maka selanjutnya perlu dilakukan perincian terhadap hal-hal yang berhubungan langsung dengan keperluan proyek atau kebijakan yang sekiranya memerlukan biaya dari perusahaan. Adapun biaya-biaya yang pada umumnya dikeluarkan dalam suatu proyek terbagi menjadi 4 kategori biaya, yakni biaya persiapan, biaya investasi atau modal, biaya operasional, dan biaya pembaharuan atau penggantian. Selain itu, keuntungan atau manfaat yang akan diperoleh juga perlu diperhitungkan sejak awal sebelum proyek dilaksanakan. Manfaat yang harus

dihitung saat melakukan *cost benefit analysis* di antaranya manfaat langsung, manfaat tidak langsung, manfaat tidak teraba, dan manfaat kompetitif.

Apabila keperluan yang akan digunakan untuk menjalankan suatu proyek atau kebijakan telah diketahui, maka kemudian hal-hal tersebut diubah ke dalam bentuk nominal uang supaya penghitungannya lebih mudah dan bernilai pasti. Tidak hanya itu, manfaat atau keuntungan yang akan diperoleh juga diubah menjadi mata uang.

f. Memperhitungkan Efek Inflasi

Segala bentuk hal yang berkaitan dengan uang, maka harus diperhitungkan efek inflasinya karena nilai mata uang seringkali mengalami perubahan. Oleh karena itu, setelah menominalkan keperluan menjadi biaya dan manfaat menjadi laba, maka setelahnya perlu dilakukan penghitungan terhadap kemungkinan efek inflasi dengan persentase tertentu sesuai kebijakan perusahaan.

g. Menghitung Analisis Biaya Manfaat

Selanjutnya, biaya dan manfaat diperhitungkan dengan rinci menggunakan metode-metode yang telah disebutkan. Penghitungan dilakukan guna mengetahui tingkat keuntungan yang akan diperoleh dan biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dalam pelaksanaan suatu proyek atau penerapan suatu kebijakan.

h. Melakukan Analisis Sensitivitas

Analisis Sensitivitas merupakan analisis yang dilakukan guna mengetahui dampak dari perubahan parameter terhadap tindakan atau kebijakan yang akan dilaksanakan tanpa mengakibatkan tidak dilakukannya tindakan atau kebijakan tersebut. Melalui analisis sensitivitas dapat diketahui apa yang akan terjadi dengan hasil analisa proyek apabila terdapat perubahan atau kesalahan dalam perhitungan biaya atau manfaat. Analisis ini sangat penting dan dapat menjadi penentu dalam proses pengambilan keputusan perusahaan dalam pelaksanaan suatu proyek atau penerapan kebijakan.

i. Memilih Tindakan yang Direkomendasikan

Setelah melakukan perhitungan yang matang terkait rencana-rencana yang telah ditetapkan, maka selanjutnya perusahaan perlu menentukan tindakan mana yang akan digunakan dalam pelaksanaan proyek, yang dianggap paling efektif dan efisien, dan dapat memberikan keuntungan sesuai dengan harapan perusahaan.

3. Kelebihan *Cost Benefit Analysis*

Berikut merupakan beberapa manfaat dari dilakukannya *cost benefit analysis* sebelum melakukan proyek atau menerapkan suatu kebijakan, antara lain:

- a. Dapat membantu perusahaan memberikan pandangan yang jelas terkait tindakan atau keputusan yang akan dipilih, tanpa dipengaruhi unsur-unsur opini atau bias.
- b. Penentuan keputusan yang tepat dapat membantu perusahaan meningkatkan keuntungan atau manfaat yang akan diperoleh.
- c. Tidak hanya dalam bentuk materi, penentuan keputusan yang tepat menggunakan metode *cost benefit analysis* juga dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas SDM yang ada di perusahaan.
- d. Meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.
- e. Dapat mengurangi terjadinya kesalahan-kesalahan yang tidak diinginkan serta menekan angka kerugian perusahaan.

4. Kekurangan *Cost Benefit Analysis*

- a. Dalam melakukan *cost benefit analysis* tidak semua variabel dapat diprediksi, seperti halnya perubahan permintaan pasar, lingkungan bisnis global, serta harga bahan-bahan yang cenderung tidak stabil.
- b. *Cost benefit analysis* memerlukan data-data yang lengkap dan akurat agar dapat terselesaikan dengan baik. Apabila data yang tersedia kurang lengkap dan kurang akurat,

maka sudah tentu hasil analisis yang didapatkan juga tidak akan akurat.

- c. Tidak disarankan untuk digunakan pada proyek yang berjangka waktu lama karena memiliki potensi yang lebih besar untuk meleset mengingat perubahan yang dapat terjadi di masa mendatang.

D. Analisis Cost and Benefit Wisata Garam

Berdasarkan pemaparan analisis cost and benefit di atas, perlu dilakukan analisis *cost and benefit* pada pengembangan wisata garam di Desa Bunder mengingat dana yang dibutuhkan cukup besar. Tempat wisata garam ini sudah lama tidak beroperasi karena kekurangan sumber daya manusia untuk menjaga dan mengelolanya. Wisata garam ini adalah tempat wisata satu-satunya di Madura yang menawarkan pemandangan alam berupa hamparan lahan garam dan tumpukan garam seperti gunung. Tempat ini menjadi salah satu tempat wisata yang memberikan edukasi karena pengunjung bisa langsung melihat proses pembuatan garam.

BUMDes Mutiara Saghara sebagai pengelola mulai melakukan pengembangan dan penambahan sarana prasarana dengan harapan dapat meramaikan lagi tempat wisata ini. Selama ini, pengelola menggunakan dana hibah dan dana desa untuk melakukan pembangunan. Investasi yang dibutuhkan sangat besar sehingga perlu dilakukan analisis terlebih dahulu. Pengembangan tempat wisata garam akan dilakukan secara bertahap. Pada tahap pertama akan dilakukan pengembangan wisata seperti persiapan kolam pancing, pembuatan jembatan penghubung, penambahan perahu untuk susur sungai, penambahan spot foto serta penambahan aliran listrik. Saat ini aliran listrik belum masuk ke tempat wisata padahal sarana prasarana seperti kamar mandi membutuhkan air dan lampu untuk penerangan malam hari. Pada tahap kedua, wisata garam akan dikembangkan dan diperluas dengan menyewa lahan PT Garam seluas 2 ha, membangun gazebo apung, menambah wahana, membangun gedung untuk praktek rekristalisasi

garam. Desain pengembangan wisata garam tahap kedua ini membutuhkan biaya hingga Rp. 1 Miliar. Karena besarnya total anggaran yang dibutuhkan, saat ini pengelola melakukan pengembangan tahap pertama dengan rincian anggaran pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Rincian Anggaran Pengembangan Wisata Garam

No	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
1.	Persiapan kolam pancing	-	20.000.000
2.	Pembuatan jembatan penghubung	-	20.000.000
3.	Penambahan Perahu	1	30.000.000
4.	Perbaikan jembatan dan dermaga	-	10.000.000
5.	Penambahan wahana (spot foto)	-	15.000.000
6.	Penambahan aliran listrik	-	10.000.000
Total			100.000.000,-

Dana untuk pengembangan tahap pertama berasal dari dana desa dan hibah. Hasil penjualan tiket masuk belum cukup untuk menutupi semua biaya yang dibutuhkan. Dengan adanya pengembangan tempat wisata, diharapkan jumlah pengunjung semakin banyak. Target pengunjung yang diharapkan dengan adanya pengembangan meningkat menjadi 500 orang setiap hari. Saat weekend dan waktu liburan sekolah, pengelola berharap jumlah pengunjung akan lebih banyak. Harga tiket masuk sebesar Rp. 5.000,-. Tiket ini hanya berlaku untuk masuk ke tempat destinasi, jika pengunjung ingin melakukan susur sungai dan memancing, maka akan dikenakan biaya tambahan. Estimasi pendapatan wisata garam dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Estimasi Pendapatan Eduwisata Garam 1 Tahun

Keterangan	Jumlah (org)	Harga (Rp)	Total (Rp)
Pengunjung (tiket masuk)	500	5.000	2.500.000
Tiket Pemancingan	100	10.000	1.000.000
Susur sungai	100	10.000	1.000.000
Total Pendapatan dalam sehari			4.500.000
Pendapatan satu bulan (30 hari x Rp. 4.500.000)			135.000.000
Pendapatan dalam satu tahun (12 x 135.000.000)			1.620.000.000

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan dalam satu hari sebanyak Rp. 4.500.000,- dan pendapatan satu tahun sebesar Rp. 1.620.000.000,-. Pendapatan

tersebut merupakan pendapatan kotor yang masih belum dikurangi biaya operasional seperti biaya gaji, biaya listrik dan lainnya. Estimasi biaya operasional selama satu tahun ditunjukkan pada tabel 4.3. Dari selisih pendapatan dan biaya operasional akan diketahui pendapatan bersih yang akan diperoleh wisata garam.

Tabel 4.3 Estimasi Total Biaya Eduwisata Garam 1 Tahun

Keterangan	Biaya (Rp)	Satuan	Total (Rp)
Biaya tetap Rp. 100.000.000 dg umur ekonomi 10 tahun			10.000.000
Biaya variabel			
1. Gaji tenaga kerja	20.000.000	12 bulan	240.000.000
2. Biaya pemeliharaan	2.000.000	12 bulan	24.000.000
3. Biaya softener (garam)	2.000	180.000 pack	360.000.000
4. Biaya listrik	1.500.000	12 bulan	18.000.000
Total biaya			652.000.000

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui besarnya pendapatan selama satu tahun adalah Rp. 1.620.000,- dan besarnya biaya operasional selama satu tahun sebesar Rp. 652.000.000,- sehingga diketahui pendapatan bersih yang diperoleh wisata garam selama satu tahun yaitu selisih pendapatan dengan total biaya.

$$\begin{aligned}
 \text{Pendapatan bersih} &= \text{TR} - \text{TC} \\
 &= \text{Rp. 1.620.000.000} - \text{Rp. 652.000.000} \\
 &= \text{Rp. 968.000.000}
 \end{aligned}$$

E. Analisis Cost and Benefit dari Aspek Non-Financial

Analisis ini tidak hanya mempertimbangkan besarnya biaya yang dikeluarkan dan besarnya pendapatan yang diperoleh. Akan tetapi, analisis *cost and benefit* dapat dilihat dari aspek *nonfinancial* (aspek sosial) yaitu dampak bagi masyarakat sekitar. Pengembangan suatu kawasan jangan sampai merugikan atau membawa dampak negatif bagi masyarakat, atau hanya pihak tertentu yang diuntungkan dan yang lain dirugikan.

Pengembangan wisata garam ini akan dianalisis dampak positif dan negatif bagi masyarakat sekitar. Hal pertama yang dilakukan dalam melaksanakan evaluasi suatu proyek adalah menentukan semua manfaat dan biaya yang ditimbulkan dari proyek tersebut. Mangkoesoebroto, 1998; Musgrave and Musgrave, 1989, mengelompokkan manfaat dan biaya suatu proyek secara riil (*real*) dan semu (*pecuniary*). Manfaat riil adalah manfaat yang timbul bagi seseorang yang tidak diimbangi oleh hilangnya manfaat bagi pihak lain. Manfaat semu adalah manfaat yang hanya diterima oleh sekelompok tertentu, tetapi sekelompok lainnya menderita karena proyek tersebut. Manfaat riil dibedakan lagi menjadi langsung dan tidak langsung. Penjelasan analisis *cost and benefit* dari aspek *non finansial* dapat dilihat pada tabel 4.4 dampak sosial pengembangan wisata garam.

Tabel 4 4 Dampak Sosial Pengembangan Wisata Garam

Keterangan	Langsung		Tidak Langsung	
	Berwujud	Tidak berwujud	Berwujud	Tidak berwujud
Manfaat	- Sarana dan prasarana tempat wisata garam semakin lengkap - Meningkatnya jumlah pengunjung - Pendapatan wisata meningkat	- Tingkat pengangguran menurun - UMKM di sekitar semakin berkembang - Dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa	Penjualan garam halus produksi BUMDes meningkat	Masyarakat desa senang karena ramai dengan pengunjung
Dampak negatif	- Sampah di tempat wisata akan bertambah banyak jika pengunjung tidak sadar akan kebersihan		Polusi udara karena banyak motor berlalu lalang	Keamanan desa harus ditingkatkan karena banyak orang berlalu lalang di desa

Dari tabel 4.4. di atas dapat diketahui bahwa manfaat dan dampak negatif adanya pengembangan wisata garam ada yang langsung, tidak langsung, berwujud maupun tidak berwujud. Dalam hal ini, dampak positif tidak hanya dirasakan oleh pengelola wisata garam, akan tetapi juga dirasakan oleh masyarakat sekitar. Pengembangan tempat wisata secara tidak langsung mampu mengembangkan usaha (UMKM) masyarakat sekitar. Sehingga nantinya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa.

Selain itu, wisata garam secara tidak langsung menjadi tempat pemasaran garam halus produksi BUMDes Mutiara Saghara, karena setiap pembelian satu tiket masuk, akan mendapatkan souvenir berupa satu bungkus garam. Namun, terdapat sisi negatif yang akan timbul dengan adanya pengembangan wisata garam yaitu meningkatnya jumlah sampah pengunjung yang menyebabkan meningkatnya pula biaya kebersihan dan biaya pemeliharaan. Selain itu, adanya peningkatan polusi di Desa Bunder karena banyaknya pengunjung yang membawa kendaraan. Keamanan desa juga perlu ditingkatkan, mengingat wisatawan yang berkunjung ke eduwisata garam tidak hanya dari Desa Bunder tetapi dari luar desa bahkan ada yang dari luar kota. Sehingga diharapkan aparat desa dan pengelola harus lebih waspada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M. & Kadarningsih, A. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia. *Human Falah*. 5(1). 28-48.
- Amaliaya, Rifqa W. (2007). *Analisis Finansial Usaha Tambak Garam di Desa Pinggirpapas, Kecamatan Kalianget, Kabupaten Sumenep, Provinsi Jawa Timur*. Manajemen Bisnis dan Ekonomi Perikanan-Kelautan. Institut Pertanian Bogor.
- Andriyano, R. P., Suadi, S., & Djasmani, S. S. (2013). Analisis Usaha Tambak Garam Di Desa Gedongmulyo Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Jurnal Perikanan Universitas Gadjah Mada*, 15(2), 68-77.
- Bank Indonesia. (2020). Keuangan Inklusif. Retrieved from [www.bi.go.id website: https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/keuangan-inklusif/default.aspx](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/keuangan-inklusif/default.aspx)
- Battour, M. M., Battor, M. M., & Ismail, M. (2012). The mediating role of tourist satisfaction: A study of Muslim tourists in Malaysia. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(3), 279–297. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666174>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2015). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M., et al. (2013). Islamic attributes of destination: Construct development and measurement validation, and their impact on tourist satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 556–564. <https://doi.org/10.1002/jtr.1947>
- Boardman, A., Greenberg, D., Vining, A., & Weimer, D. (2006). *Cost Benefit Analysis: Concepts and Practice, 3rd Edition* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- BPPP Kementerian Perdagangan. (2017). Info Komoditi Garam.
- BPSPL Padang. Cara Pembuatan Garam.
- Cellini, S. R., & Kee, J. E. (2011). *COST - EFFECTIVENESS AND COST - BENEFIT ANALYSIS*. Retrieved from <https://web.archive.org/web/20130526110811/http://home.gwu.edu/~scellini/CelliniKee21.pdf>
- Consultative Group to Assist the Poor*. (2011). Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor: Toward Proportionate Standards and Guidance. *Global Partnership for Financial Inclusion*, (October), 1-74. Retrieved from <https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/White-Paper-Global-Standard-Setting-Bodies-Oct-2011.pdf>
- David, R., Ngulube, P., & Dube, A. (2013). A cost-benefit analysis of document management strategies used at a financial institution in Zimbabwe: A case study. *SA Journal of Information Management*, 15(2), 1-10. <https://doi.org/10.4102/sajim.v15i2.540>
- Dewi, A. M. (2022). ROI vs IRR: Dua Ukuran Profitabilitas yang Membantu Investor Membuat Keputusan. Retrieved June 4, 2023, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15254/ROI-vs-IRR-Dua-Ukuran-Profitabilitas-yang-Membantu-Investor-Membuat-Keputusan.html>
- Dienillah, A. A., Anggraeni, L., & Sahara. (2016). Dampak Inklusi Keuangan Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Berdasarkan Tingkat Pendapatan Negara. *IPB University Scientific Repository*. Retrieved from <https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/81681/2016aad.pdf?sequence=1&isAllowed=n>
- Floperda, F. & Wanda, A. (2015). Analisis Pendapatan Usaha Tani Jeruk Siam (Studi Kasus Di Desa Padang Pangrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser). 3: 600-611.

- Gibran M. (2015). *Sebuah Optimisme untuk Industri Garam Indonesia*. Matagaruda Inst. Bull.
- Kurniawan, F. *et al.* (2018). Pemetaan Potensi Wisata Halal Di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, Indonesia. *Dinar*. 6(2). 1-12
- Livermore, M. A., & Revesz, R. L. (2013). *The Globalization of Cost-Benefit Analysis in Environmental Policy*. New York: Oxford University Press.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Penerbit UPP STIM YKPN.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Stabilitas Sistem Keuangan. Retrieved from www.ojk.go.id website: [https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/stabilitas-sistem-keuangan/Pages/Ikhtisar.aspx#:~:text=' Sistem keuangan yang stabil mampu,gangguan ekonomi sehingga tetap mampu](https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/stabilitas-sistem-keuangan/Pages/Ikhtisar.aspx#:~:text='Sistem keuangan yang stabil mampu,gangguan ekonomi sehingga tetap mampu)
- Pemerintah Indonesia. *Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020*. , (2020). Indonesia.
- Primaldi, W. (2017). “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisata Dan Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Hutan Mangrove Kuale Kabupaten Belitung Provinsi Bangka Belitung” Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Purnatiyo, D. (2017). Analisis Kelayakan Investasi Alat DNA Real Time Thermal Cycler (RT-PCR) untuk Pengujian Gelatin. *Jurnal PASTI, VIII(2)*, 212-226.
- Putri, E. (2019). *Perilaku Penggunaan Garam Beriodium Berdasarkan Tingkat Pendidikan Ibu di Desa Megati Kabupaten Tabanan Provinsi Bali*. Repos. Poltekkes Denpasar.

- Rosdiana, Y.M., Iriyadi, & Wahyuningsih, D. (2020). Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi UMKM Heriyanto Melalui Analisis Biaya Kualitas. 1: 1–10.
- Ruddin, Y. (2019). Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Tambak Garam di Desa Raci, Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan, Jawa timur.
- Sedamayanti. (2013). *Membangun Dan Mengembangkan Kebudayaan Dan Industri Pariwisata*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Sidiqqoh, S.A., & Alamsyah, D.P. (2017). Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Melalui Kajian Komitmen Dan Ambisius Pengusaha. *J. Ecodemica* 1: 250–256.
- Suryani, N.K., & Jeh, J. (2018). *Kinerja Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish. viii+80 p.
- Susanto, T. W., & Widiyastuti, T. (2020). Peran Inklusi Keuangan Berkaitan dengan Produktivitas UMKM yang Menjadi agen 46 PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan, Vol.5*(No.2), 1–12. Retrieved from <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/download/476/555/977>
- The Financial Action Task Force*. (2011). Anti-money Laundering and Terrorist Financing Measures. *The Financial Action Task Force*, (June), 1–75. Retrieved from https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/content/images/AML_CFT_measures_and_financial_inclusion.pdf
- Yousaf, S., & Xiucheng, F. (2018). Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis. *Tourism Management*, 68, 423–443. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.04.006>

TENTANG PENULIS



Aprilina Susandini, S.E., M.SM.

Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis lahir di Sumenep tanggal 16 April 1987. Penulis adalah dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura pada tahun 2009. Lulus Program Magister Program Studi Ilmu Manajemen di Universitas Airlangga pada tahun 2012. Sekarang menjadi Koordinator Program Studi S1 Manajemen di Jurusan Manajemen FEB Universitas Trunojoyo Madura. Memiliki ketertarikan pada bidang manajemen, keuangan, dan *entrepreneurship*, serta ilmu sosial lainnya.



Yustina Chrismardani, S.Si., M.M., CMA.

Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis lahir Malang, 19 Juli 1978, mengenyam pendidikan TK samapai S2 di Kota Malang yaitu TK Putra Sanansari, SDN Purwantoro VII, SMPN 3 Malang, SMAN 1 Malang dan Jurusan Manajemen FEB Univerisitas Brawijaya. Sejak tahun 2005 menjadi dosen di Jurusan Manajemen FEB Universitas Trunojoyo mengampu matakuliah seperti Manajemen Operasional, Manajemen Kuantitatif, Statistik, Riset Pemasaran dan beberapa mata kuliah lainnya yang ada di Jurusan Manajemen



Triana Setiyarini, S.E., M.M., CMA.

Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Pendidikan sarjana diraih pada tahun 1996 di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang. Gelar Magister of Management diraih tahun 2000 di Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Brawijaya Malang dengan kajian penelitian perilaku konsumen. Pada tahun 2022 penulis berhasil memperoleh sertifikasi *marketing management* internasional bergelar *Certified Marketing Analysis (CMA)* dari *American Academy of Financial Management (AAFM) chapter Indonesia*.



Evaliati Amaniyah, S.E., M.SM.

Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis lahir di Jember, 28 Januari 1974 mengenyam pendidikan TK sampai S1 di Kabupaten Jember yaitu, TK Al hiadayah 2 Jember, MIMA KH Shiddiq I Jember, SMP Negeri 1 Jember, SMA Negeri 1 Jember dan Jurusan Manajemen FE Universitas Jember. Kemudian melanjutkan Studi S2 di Jurusan Manajemen FEB Universitas Airlangga. Sejak tahun 2003 menjadi dosen di Jurusan Manajemen FEB Universitas Trunojoyo mengampu mata kuliah seperti Manajemen Keuangan, manajemen Keuangan Internasional, Manajemen Operasional, Manajemen kuantitatif dan beberapa mata kuliah lainnya yang ada di Jurusan Manajemen. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: evaliati.amaniyah@trunojoyo.ac.id.



Prasetyo Nugroho, S.Pi., M.M.

Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis lahir di Yogyakarta, 7 Juni 1978. Menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana dari Institut Pertanian Bogor pada tahun 2001. Dan melanjutkan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen dari Sekolah Tinggi Manajemen PPM pada tahun 2005. Saat ini bertugas sebagai Tenaga Pendidik di Program Studi Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: prasetyo.nugroho@trunojoyo.ac.id

