

SKRIPSI

**DAMPAK PENURUNAN PENGUNJUNG WISATAWAN
TERHADAP STRATEGI BERTAHAN PELAKU
USAHA KUE KARASA DI KECAMATAN
CEMPA KABUPATEN PINRANG**



OLEH

ASKIN

NIM: 2220203860202093

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
2026**

SKRIPSI

**DAMPAK PENURUNAN PENGUNJUNG WISATAWAN
TERHADAP STRATEGI BERTAHAN PELAKU
USAHA KUE KARASA DI KECAMATAN
CEMPA KABUPATEN PINRANG**



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
2026**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Perlakuan Akuntansi Pada Pembiayaan
 Modal Kerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah
 (UMKM) Dengan Akad Bai' Bitsaman Ajil di Koperasi
 Syariah BMT Nurul Iman Bungi Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Risna

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203862201017

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 B-3500/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (...)

NIP : 197111111998032003

Mengetahui:

Dekan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Drs. Andi Dahri S.M.E., M.Fil.I.
 NIP-197811012009121003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Askin

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203860202093

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-1637/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2025

Tanggal Kelulusan : 17 Juni 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji

Misdar, S.E.,M.M.

(Ketua)

(.....)

Umaina, M.E.I.

(Anggota)

(.....)

Dian Resky Pangestu, M.E.

(Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.
NIP. 197811012009121003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ وَاَلَاةَ ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT , atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai bagian dari syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Kedua Orangtua tercinta. cinta pertama penulis Ayahanda Haris, S.Pd dan surga penulis Ibunda tercinta Hj. Umyati dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya serta Saudara penulis, yang selama hidupnya telah mendidik penulis untuk bisa mengikuti jejak seorang ayah sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Selain itu penulis mengucapkan terima kasih terkhusus kepada bapak Misdar, S.E.,M.M. selaku pembimbing yang tiada henti-hentinya memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya pihak yang telah memberikan dukungan, baik yang berbentuk moral dan material. Untuk itu perkenankan penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.pd. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare Yang telah bekerja keras mengelola Lembaga Pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Umaima, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus penguji 1 penulis yang sudah meluangkan waktunya untuk menguji penulis, menelaah, mengkritisi, dan memberikan masukan dalam skripsi ini.
4. Bapak Arwin, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah periode 2024-2026
5. Bapak Misdar, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing skripsi yang membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, penulis berharap beliau selalu sehat dan tetap dalam lindungan Allah SWT.
6. Ibu Dian Resky Pangestu, M.E. selaku dosen penguji 2 yang sudah meluangkan waktunya untuk menguji penulis, menelaah, mengkritisi, dan memberikan masukan dalam skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik penulis selama kuliah di IAIN Parepare
8. Para Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah bekerja keras dalam mengurus segala hal administratif selama penulis study di IAIN Parepare.
9. Kepada Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah membantu penulis dalam memperoleh referensi yang dibutuhkan penulis selama menyusun skripsi ini.

10. Teman seperjuangan penulis selama menuntut ilmu di IAIN Parepare, Moh Al-Azhar Fitrayadi, Muhammad Firdaus, Muh. Adnan Jusni, Arya Wijaya, Muh. Izsaide, Nurdin, Muh. Rifqi Fauzi, Muh. Fahril, yang selalu memberi dukungan dan saling Support satu sama lain dan saling mendukung.
11. Teman seangkatan penulis di organisasi Himpunan Program Studi ekonomi Syariah dan KSR PMI Unit 01 IAIN Parepare, yang selalu kebersamai penulis dalam kondisi suka maupun duka.
12. Kepada teman seperjuangan penulis di kampung, kawan percoken yang selalu memberikan dukungan materi dan non materi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsinya.

Parepare, 16 Juni 2026
Penulis



ASKIN
NIM: 2220203860202093

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Askin

NIM : 2220203860202093

Tempat/ Tgl. Lahir : Pinrang, 12 Februari 2004

Program studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, Apabila di Kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat, atau di buat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 16 Juni 2026
Penyusun,



ASKIN
NIM: 2220203860202093

ABSTRAK

ASKIN Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang (dibimbing Bapak Misdar)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Wakka, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang yang berdampak langsung terhadap keberlangsungan usaha kue karasa sebagai produk kuliner tradisional khas Bugis. Penurunan kunjungan wisatawan hingga 20% dalam beberapa tahun terakhir menyebabkan jumlah pelaku usaha kue karasa menyusut drastis dari sekitar 20 UMKM menjadi hanya sekitar 7 UMKM yang masih aktif memproduksi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi bertahan yang dilakukan pelaku usaha kue karasa dalam menghadapi penurunan kunjungan wisatawan, serta menganalisis dampak strategi tersebut terhadap keberlangsungan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Lokasi penelitian berada di Kelurahan Cempa, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang. Uji keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi dan *member check*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan kunjungan wisatawan menyebabkan penurunan omzet penjualan, pengurangan volume produksi, dan berhentinya sebagian pelaku usaha. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pelaku usaha menerapkan beberapa strategi bertahan, antara lain: (1) menjaga kualitas produk, (2) menyesuaikan volume produksi sesuai permintaan pasar, (3) pemasaran digital melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, (4) strategi titip jual ke warung dan toko oleh-oleh, (5) menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama, serta (6) diversifikasi usaha. Strategi-strategi tersebut berhasil membantu sebagian pelaku usaha untuk tetap bertahan meskipun pendapatan tidak setara dengan kondisi sebelumnya. Dalam perspektif ekonomi syariah, strategi bertahan yang diterapkan mencerminkan nilai kejujuran, kerja keras, dan ikhtiar dalam mencari rezeki yang halal sesuai prinsip-prinsip Islam. Dalam hal ini pelaku usaha UMKM masih harus memperhatikan strategi apa yang dapat dilakukan agar usaha tetap berjalan di tengah penurunan wisatawan pantai wakka.

Kata Kunci: Penurunan Wisatawan, Strategi Bertahan, UMKM, Kue Karasa, Ekonomi Syariah

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Landasan Teori.....	13
1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	13
2. Pariwisata dan Wisata Bahari	15
3. Konsep Strategi dan Manajemen Strategis.....	16
4. Strategi Bertahan (<i>Survival Strategy</i>) UMKM.....	17
5. Keberlangsungan Usaha	19
C. Kerangka Konseptual.....	22
D. Kerangka Pikir	27
BAB III	28

METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
C. Fokus Penelitian.....	29
D. Jenis dan Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data	30
F. Uji Keabsahan Data	32
G. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
B. Dampak Penurunan Kunjungan Wisatawan	36
C. Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa	37
1. Strategi Menyesuaikan Volume Produksi	38
3. Strategi Pemasaran Digital	39
4. Strategi titip jual	41
5. Strategi Menjaga hubungan dengan pelanggan.....	42
6. Diverifikasi usaha.....	43
D. Keberlangsunga Usaha Kue Karasa.....	47
E. Perspektif Ekonomi Syariah	48
F. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	50
BAB V	57
SIMPULAN DAN SARAN	57
A. SIMPULAN	57
B. SARAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63
INSTRUMEN LEMBAR WAWANCARA.....	64

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ / ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*. Contoh:

الْجَنَّةُ رَوْضَةٌ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْفَاضِلَةُ الْمَدِينَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِمُّ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

يَ عَرَبِيٌّ : *‘Arabi* (bukan *‘Arabiyy* atau *‘Araby*)

يَ عَلِيٌّ : *‘Ali* (bukan *‘Alyy* atau *‘Aly*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الْشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

لُزْ زَلْزَلَةٌ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الْفَلَسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī ṣilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. Lafẓ al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

الله يُنْ د *Dīnullah*

بِاللّٰهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

اللّٰهُ حَمْدُهُ فِيْ هُمْ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur‘an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Ḥamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Ḥamīd Abū*).

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka pikir	27



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data Jumlah UMKM Kue Karasa Sebelum Penurunan Wisatawan Dan Setelah	4



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1	Pedoman Wawancara	64
2	Permohonan Izin Penelitian	69
3	Surat Keterangan Penelitian	70
4	Surat Keterangan Wawancara	71
5	Surat Keterangan Selesai Meneliti	78
6	Dokumentasi Wawancara	79
7	Biodata Penulis	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Pinrang merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki garis pantai membentang di beberapa Kecamatan. Hal ini menandakan bahwa daerah pesisir di Kabupaten Pinrang telah dimanfaatkan untuk pengembangan industri pariwisata. Upaya pengembangan berbagai destinasi wisata pantai yang terdapat di Kabupaten Pinrang telah dilakukan melalui peningkatan wahana serta prasarana objek-objek wisata yang dapat memberikan nilai tambah bagi wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata. Salah satu destinasi unggulan yang menjadi daya tarik wisatawan adalah Pantai Wakka, yang terletak di Kecamatan Cempa.¹

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang di kawasan tersebut adalah usaha kue karasa, yaitu makanan tradisional khas yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya. Kue karasa banyak diminati oleh wisatawan sebagai oleh-oleh, sehingga keberlangsungan usaha ini sangat dipengaruhi oleh tingkat kunjungan wisatawan ke kawasan pantai wakka.²

Beberapa tahun terakhir, terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke pantai wakka. Berdasarkan hasil observasi peneliti di beberapa UMKM kue karasa penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain meningkatnya persaingan antara destinasi wisata, keterbatasan fasilitas dan infrastruktur, serta dampak pandemi Covid- 19 yang

¹ Rahmahdani Japri et al., “Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Pantai Wakka Kabupaten Pinrang” 3, no. 1 (2020): h 1.

² Wildavsky, “Model Bisnis Dalam Pengembangan Kelompok Usaha,” 1988, h. 8.

mempengaruhi mobilitas masyarakat. Kondisi tersebut secara langsung berdampak pada penurunan permintaan terhadap produk lokal, termasuk kue karasa.³

Praktik bisnis sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW merupakan panduan bisnis yang harus diikuti, karena berpedoman pada Quran dan terhindar dari perkara yang bathil. diantaranya; menjunjung tinggi kerelaan antara pihak ('an taradh) dalam bisnis dan melarang transaksi bathil, bisnis pada sektor halalan thoyyiban, dilarang riba, dilarang kezhaliman, tunaikan zakat, infak, sedekah dan wakaf, memelihara tawazun/ keseimbangan dalam bisnis, bisnis berkeadilan, tak mengurangi takaran maupun timbangan, bisnis al-huriyyah/ kebebasan, memaksimalkan Sumber Daya Alam (SDA) untuk mengesakan Allah dan hanya beribadah kepada-Nya, bisnis dengan semangat ta'awun, transparasi dalam bisnis, bisnis peduli pemberdayaan, bisnis peduli lingkungan dan bisnis dilandasi dan berorientasi takwa.⁴

Kehadiran wisatawan di Pantai Wakka memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu jenis UMKM yang banyak ditemukan di kawasan ini adalah penjual kue karasa. Kue karasa merupakan makanan ringan tradisional khas Sulawesi Selatan yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Produk ini menjadi salah satu oleh-oleh yang banyak dicari oleh wisatawan sebagai buah tangan untuk keluarga dan kerabat, sehingga tingkat penjualannya sangat bergantung pada jumlah kunjungan wisatawan.⁵

³ Irfan, Pelaku Usaha Kue Karasa, Wawancara oleh penulis di Cempa, 14 Maret 2026.

⁴ Syahriyah Semaun, Islamul Haq, and Sitti Jamilah Amin, "Analisis Ekonomi Syariah Terhadap Kearifan Lokal Mula Balu Sebagai Penglaris Di Pasar Sentral Sengkang," *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 15 (2025): h 4.

⁵ Arun Sahgal, "Model Bisnis Dalam Pengembangan Kelompok Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang" 4, no. 1 (2024): h 1.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terjadi fenomena yang mengkhawatirkan, yaitu penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke pantai Wakka. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pinrang, terjadi penurunan kunjungan wisatawan sebesar 20% dalam tiga tahun terakhir. Oleh berbagai faktor kompleks, antara lain:

Persaingan Destinasi Wisata: munculnya destinasi wisata baru yang lebih inovatif dan menarik di daerah lain, baik di dalam maupun luar Kabupaten Pinrang. Wisatawan cenderung mencari pengalaman baru dan unik, sehingga destinasi yang kurang berinovasi akan hilang daya saing.

Isu lingkungan dan infrastruktur: permasalahan sampah yang menumpuk di sekitar Pantai wakka, kurangnya fasilitas umum yang memadai seperti toilet dan tempat parkir, serta kondisi jalan yang rusak menuju lokasi wisata. Hal ini mengurangi kenyamanan dan kepuasan wisatawan, sehingga mereka enggan untuk berkunjung kembali.

Dampak pandemi COVID-19: pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap sektor pariwisata. Pembatasan mobilitas, protokol kesehatan yang ketat, serta ketakutan masyarakat untuk bepergian telah menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Wakka.

Perubahan preferensi wisatawan: terjadinya perubahan preferensi wisatawan, terutama generasi milenial dan generasi Z, yang lebih tertarik pada wisata yang berbasis pengalaman, wisata petualangan, atau wisata yang ramah lingkungan, pantai wakka, dengan konsep wisata yang cenderung konvensional, kurang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan generasi baru.⁶

⁶ Syahriyah Semaun, *19-Covid Pandemi Dalam 19 Perspektif*, 2020, h 7.

Penurunan pengunjung wisatawan Pantai Wakka ini berdampak langsung pada pendapatan dan kelangsungan usaha pelaku UMKM kue karasa di kawasan Pantai Wakka. Mereka menghadapi tantangan yang berat untuk tetap bertahan dan menjaga eksistensi usaha mereka.

Tabel 1.1 Data Jumlah UMKM Kue Karasa Sebelum Penurunan Wisatawan Dan Setelah

Periode	Jumlah UMKM	Keterangan
Sebelum penurunan wisatawan	± 20 UMKM	Banyak pelaku usaha aktif memproduksi dan menjual kue karasa
Setelah penurunan wisatawan (2019-sekarang)	± 7 UMKM	Hanya sebagian kecil yang mampu bertahan dan tetap berproduksi

Sumber Data: salah satu pemilik UMKM yang masih bertahan hingga sekarang

Usaha kecil dan menengah merupakan bagian penting dalam mendukung perekonomian lokal, terlebih di daerah yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai sumber utama pendapatan masyarakat. Salah satu contohnya adalah pelaku usaha kue tradisional karasa di kawasan Pantai Wakka, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang. Kue karasa yang merupakan makanan khas masyarakat bugis ini selama bertahun-tahun menjadi salah satu oleh-oleh favorit para wisatawan yang berkunjung ke Pantai wakka.⁷

Dalam situasi yang sulit ini, pelaku usaha kue karasa dituntut untuk memiliki strategi yang tepat dan adaptif agar dapat bertahan dan bahkan mengembangkan usaha

⁷ Muh Taufiq Syam et al., *Corona Di Pohon Cemara*, 2022, h 180.

mereka. Strategi yang dimaksud dapat berupa inovasi produk, diverifikasi usaha, peningkatan kualitas pelayanan, pemanfaatan informasi, atau kerjasama dengan pihak lain. Berdasarkan realita yang terjadi di kawasan Pantai Wakka, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang dimana terjadi penurunan secara drastis jumlah kunjungan wisatawan dalam beberapa waktu terakhir. Penurunan ini berdampak langsung terhadap para pelaku usaha lokal, salah satunya adalah produsen kue karasa, yang umumnya menggantungkan pendapatan dari kunjungan wisatawan sebagai pasar utama mereka.

Selama ini sudah banyak penelitian tentang UMKM, pandemi, kue karasa, Pantai Wakka, tapi belum ada yang spesifik mengkaji strategi bertahan pelaku usaha kue karasa di Pantai Wakka ketika kunjungan wisatawan menurun.

Berdasarkan dari uraian di atas maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi bertahan yang dilakukan UMKM di Kecamatan Cempa dalam mempertahankan usahanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi bertahan yang dilakukan pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang dalam menghadapi penurunan kunjungan wisatawan Pantai Wakka?

2. Bagaimana dampak strategi bertahan tersebut terhadap keberlangsungan usaha kue karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi bertahan yang dilakukan pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang dalam menghadapi penurunan kunjungan wisatawan Pantai Wakka.
2. Menganalisis dampak strategi bertahan tersebut terhadap keberlangsungan usaha kue karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan di bidang Ekonomi Syariah, khususnya mengenai strategi bertahan UMKM dalam menghadapi penurunan kunjungan wisatawan pada destinasi wisata bahari.
2. Manfaat Praktisi
 - a. Bagi Pelaku Usaha Kue Karasa

Memberikan gambaran strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha di tengah penurunan jumlah wisatawan.
 - b. Bagi Pemerintah Daerah

Menjadi bahan masukan dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata dan pemberdayaan UMKM di kawasan Pantai Wakka.
 - c. Bagi Institusi Pendidikan dan Peneliti Selanjutnya

Menjadi referensi dan bahan rujukan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mengkaji UMKM, pariwisata, dan ekonomi kreatif dalam perspektif Ekonomi Syariah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan atau kajian relevan adalah deskripsi tentang kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dengan demikian penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan upaya pengembangan pengetahuan dari hasil pengelolaan penelitian sebelumnya. Penelitian mengenai strategi bertahan pelaku usaha di tengah penurunan kunjungan wisatawan dikawasan Pantai Wakka Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Jihan Eliiyanti Febrina dan Khoirul Rosyadi dengan judul “Strategi Bertahan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus toko busana di kelurahan Demangan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan)” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam menghadapi pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan dengan studi kasus menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah, strategi pelaku usaha mikro kecil menengah dalam menghadapi pandemi Covid-19, dengan strategi berdagang dan strategi bertahan.⁸

⁸ Jihan Ellyanti Febriana and Khoirul Rosyadi, “Strategi Bertahan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Busana Di Kelurahan Demangan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan),” *SOSIETAS* 12, no. 2 (June 13, 2023): 193–200, <https://doi.org/10.17509/sosietas.v12i2.58692>.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yakni membahas tentang strategi bertahan pada pelaku usaha mikro kecil menengah sedangkan perbedaannya terletak pada objek atau studi kasus penelitiannya dimana penelitian ini fokus pada pandemi sedangkan penulis lebih spesifik ke usaha mikro kecil menengah kue karasa.

2. Penelitian oleh Wan Laura Hardilawati dengan judul “ Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19” yang bertujuan agar UMKM terus mempertahankan strategi yang dapat dilakukan UMKM agar tetap bertahan di tengah penurunan permintaan, antara lain pemanfaatan digital marketing, peningkatan kualitas layanan, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta diversifikasi produk. penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan teknik observasi partisipatif. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UKMK berupa melakukan perdagangan secara *ecommerce*, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan.⁹

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis menjelaskan bentuk- bentuk strategi bertahan yang dapat diadaptasi oleh pelaku usaha kue karasa, misalnya penjualan melalui media sosial, peningkatan kemasan, dan pelayanan yang lebih baik, sedangkan perbedaannya penelitian

⁹ Wan Laura Hardilawati, “Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19,” *Governabilitas(Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2021.

terdahulu bersifat umum pada UMKM dan fokusannya berbeda dimana peneliti spesifik pada Usaha Kue Karasa dan fokus pada penurunan wisatawan.

3. Penelitian oleh Mohammad Wasil dengan judul “Strategi Umkm Bertahan Bertahan Dimasa Pandemi Covid 19” yang bertujuan untuk menganalisis strategi yang diimplementasikan oleh UMKM untuk bertahan selama masa pandemi COVID-19. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian ini, UMKM perlu mengadopsi strategi yang tepat agar dapat melawan dampak negatif dari pandemi dan memastikan kelangsungan operasional mereka. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, dengan mengumpulkan studi kasus tentang strategi umkm makanan bertahan disaat pandemi covid 19. Hasil dari penelitian ini UMKM perlu memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Selain itu, peningkatan kemampuan manajemen sumber daya manusia dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis juga menjadi faktor kunci dalam menjaga kelangsungan usaha.¹⁰

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis dimana Memberikan gambaran menyeluruh mengenai strategi pemasaran dan adaptasi model bisnis yang relevan dengan kondisi UMKM kue karasa yang terdampak penurunan kunjungan wisatawan sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana peneliti mengaitkan dengan sektor pariwisata.

¹⁰ Mohammad Wasil, “Strategi Umkm Bertahan Bertahan Dimasa Pandemi Covid 19,” *Journal of Gender Equality and Social Inclusion (Gesi)* 2, no. 1 (2023): 46–51, <https://doi.org/10.38156/gesi.v2i1.153>.

4. Penelitian oleh Suprianto dengan judul “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada UMKM Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Penjual Kue Karasa Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang)” yang bertujuan untuk mengetahui pemberdayaan ekonomi kreatif kue karassa di Kecamatan Mattiro bulu Kabupaten Pinrang, dan pemberdayaan UMKM kue karasa perspektif ekonomi syariah di Kecamatan Mattiro bulu Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan di Kecamatan Mattiro bulu Kabupaten Pinrang. Sumber data yang digunakan berupa data primer dengan wawancara mendalam kepada penjual dan karyawan kue karasa dan data sekunder dengan data atau dokumentasi yang terkait dengan penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan ekonomi kreatif pada usaha kue karasa di Kecamatan Mattiro bulu Kabupaten Pinrang meliputi produksi ialah pemilihan bahan baku yang baik yang akan menghasilkan produk yang berkualitas, sumber daya manusia yang dimana diadakan pelatihan-pelatihan untuk karyawan penjual kue karasa dan pasar dimana cara pemasaran menggunakan media sosial dan turun langsung di tempat penjualan, dan pemberdayaan melalui UMKM kue karasa di Kecamatan Mattiro bulu Kabupaten Pinrang dilakukan dengan dimensi pendapatan, konsumsi dan pendidikan.¹¹

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yakni sama sama meneliti usaha kue karasa di Kabupaten Pinrang, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana peneliti

¹¹ Suprianto, “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada UMKM Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Penjual Kue Karasa Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang),” *IAIN Parepare* 2, no. 4 (2023): 3.

membahas strategi bertahan dan menekankan pada dampak penurunan wisatawan.

5. Penelitian oleh Rahmadhani Japri, Sriwahdana dan Wahyuna Fitriani dengan judul “Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Pantai Wakka Kabupaten Pinrang” dengan tujuan untuk mendeskripsikan (a) perencanaan, (b) pengorganisasian, (c) pengarahan, dan (d) pengawasan Daya Tarik Wisata Pantai Wakka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengolahan daya tarik wisata di objek Wisata Pantai Wakkamasih sebatas tingkat pengolahan lingkungan pengelola. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Sumber data diperoleh dari empat orang Pengelola dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pinrang, empat orang pengelola di objek wisata Pantai Wakka dan empat orang dari Wisatawan dan warga sekitar objek wisata Pantai Wakka dengan menggunakan teknik pemilihan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan pengelolaan daya tarik Wisata di objek wisata Pantai Wakka terlihat kurang baik dan belum maksimal. Sedangkan berdasarkan indikator, perencanaan hanya dikelompokkan pada perencanaan jangka panjang dan jangka pendek. Pengorganisasian terdiri dari tanggung jawab pengelola berupa tugas pokok teknis operasional dan teknis penunjang. Pengarahan dilakukan dengan saling mengingatkan oleh petugas pengelola objek wisata tentang tugas-tugas yang akan dikerjakan, dan pengawasan dilakukan pengelola bersama-sama dengan masyarakat sekitar, Dinas Pariwisata.¹²

¹² Japri et al., “Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Pantai Wakka Kabupaten Pinrang,” h 4.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni Menunjukkan bahwa kue karasa telah menjadi objek pendampingan dan pengembangan, sehingga strategi bertahan usaha sangat terkait dengan peningkatan mutu produk dan manajemen usaha, sedangkan perbedaannya peneliti relevan tidak membahas pelaku usaha kue karasa dan tidak mengkaji strategi bertahan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai strategi bertahan UMKM telah banyak dilakukan, terutama dalam konteks pandemi COVID-19 dan pemberdayaan ekonomi. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi bertahan pelaku usaha kue karasa di kawasan wisata pantai wakka dalam kondisi penurunan kunjungan wisatawan masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam hal objek, lokasi dan fokus kajian.

B. Landasan Teori

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia secara yuridis diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Undang-undang ini membedakan usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan kriteria kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Secara sederhana, usaha mikro merupakan usaha produktif berskala paling kecil, dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan, sedangkan usaha kecil dan menengah mempunyai aset dan omzet yang lebih besar namun masih belum

termasuk kategori usaha besar.¹³ Pemasaran tidak hanya berkutat pada pemasaran tradisional tetapi menyentuh pasar global yang sudah barang tentu meningkatkan pendapatan asli daerah, bahkan kelak mampu meningkatkan perolehan pundi-pundi devisa nasional.¹⁴

Dalam kajian ekonomi, UMKM dipahami sebagai unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dikelola secara mandiri, menggunakan modal relatif terbatas, dan menyerap tenaga kerja dari lingkungan sekitar. UMKM juga memiliki karakter khas, seperti penggunaan teknologi sederhana, manajemen yang masih bersifat kekeluargaan, serta pasar yang umumnya masih berskala lokal. Di banyak daerah, UMKM berperan penting sebagai penggerak ekonomi, penyerap tenaga kerja, sekaligus penyangga perekonomian ketika terjadi krisis. Pelaku usaha kue karasa di kawasan Pantai Wakka dapat dikategorikan sebagai UMKM karena skala usahanya rumah tangga, jumlah tenaga kerja terbatas, serta pemasarannya berfokus pada pengunjung pantai dan masyarakat sekitar. Peran mereka tidak hanya sebatas penjual makanan, tetapi juga sebagai bagian dari pelaku ekonomi lokal yang mendukung perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pinrang.¹⁵

2. Pariwisata dan Wisata Bahari

¹³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008,” no. 1 (2008).

¹⁴ Andi Bahri S et al., “Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Cangkang Kerang Di Kota Parepare” 6 (2022): h 1372.

¹⁵ Kasmianti et al 2023, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech (Peer to Peer Lending, Serta Sikap Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pelakon UMKM,” 2021, h 12.

Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dalam pengertian ini terkandung unsur wisatawan, destinasi, aksesibilitas, amenitas serta pengelolaan. Suatu kawasan dapat berkembang menjadi destinasi wisata apabila memiliki daya tarik yang khas, mudah diakses, dan didukung fasilitas memadai.¹⁶

Wisata bahari merupakan salah satu bentuk pariwisata yang berbasis pada lingkungan laut dan pesisir, seperti pantai, pulau kecil, dan perairan laut lainnya. Aktivitas wisata bahari dapat berupa rekreasi di pantai, berenang, menikmati panorama laut, hingga wisata kuliner khas pesisir. Pantai Wakka termasuk destinasi wisata bahari karena menawarkan pemandangan pantai, suasana pesisir, dan menjadi ruang bagi berkembangnya usaha-usaha kecil seperti penjual makanan dan oleh-oleh. Keterkaitan antara pariwisata dan UMKM tampak jelas di kawasan seperti Pantai Wakka. Arus wisatawan yang datang ke pantai menjadi pasar potensial bagi berbagai produk lokal, termasuk kue karasa. Oleh karena itu, perubahan dalam jumlah kunjungan wisatawan—misalnya akibat kondisi infrastruktur, kebijakan, atau pandemi—akan berpengaruh langsung terhadap keberlangsungan usaha para pelaku UMKM di sekitar destinasi.¹⁷

3. Konsep Strategi dan Manajemen Strategis

¹⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009” 19, no. 19 (2009): 19.

¹⁷ Pijarnews, “Pantai Wakka; Pesona Wisata Bahari Dan Sajian Kuliner Yang Lezat,” n.d.

Istilah strategi pada mulanya berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang mengacu pada seni seorang jenderal dalam mengatur pasukan. Dalam dunia organisasi dan bisnis, strategi dipahami sebagai rencana menyeluruh yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal. *Chandler*, misalnya, memandang strategi sebagai penetapan tujuan jangka panjang, penentuan tindakan yang akan ditempuh, serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Fred R. David menekankan strategi sebagai sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui berbagai pilihan, seperti pengembangan produk, ekspansi pasar, atau diversifikasi.

Manajemen strategis kemudian diartikan sebagai serangkaian proses yang mencakup perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi. Dalam praktiknya, manajemen strategis dilakukan melalui analisis lingkungan, penentuan visi dan tujuan, pelaksanaan program, hingga pengawasan dan evaluasi hasil. Pada perusahaan besar, proses ini biasanya tersusun secara formal, sedangkan pada UMKM sering kali dilakukan secara sederhana dan intuitif, namun tetap mencerminkan cara berpikir strategis pemilik usaha. Dalam penelitian ini, konsep strategi digunakan untuk memahami bagaimana pelaku usaha kue karasa menyusun langkah-langkah tertentu agar usahanya tetap bertahan, menyesuaikan diri dengan perubahan, dan tidak berhenti memproduksi meskipun jumlah wisatawan menurun.

Strategi promosi merupakan rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi, yakni periklanan, promosi penjualan hubungan

masyarakat, publikasi dan pemasaran langsung. Promosi dapat diharapkan akan mempengaruhi elastisitas permintaan produk atau jasa.¹⁸

Salah satu dasar kebolehan bertahan dalam usaha di dalam islam, terdapat dalam firman Allah Swt. pada QS. An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁹

Ayat diatas menjadi salah satu landasan dibolehkannya memiliki strategi bertahan di suatu usaha, ayat ini juga menekankan pentingnya adil dalam transaksi bisnis.

4. Strategi Bertahan Hidup (*Survival Strategy*) UMKM

Strategi bertahan atau *survival strategy* merujuk pada berbagai upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya di tengah situasi sulit. Bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas, strategi bertahan menjadi sangat penting karena guncangan kecil sekalipun dapat berdampak besar pada kelanjutan usaha. Situasi krisis, penurunan permintaan, atau terganggunya akses pasar akan memaksa pelaku usaha mencari cara agar tetap dapat memproduksi dan memperoleh pendapatan. Berbagai penelitian mengenai UMKM menunjukkan bahwa strategi bertahan dapat berupa penyesuaian pada aspek produksi, pemasaran, keuangan, pelayanan, maupun

¹⁸ Putri Andriuni, Ahmad Dzul, and Ilmi Syarifuddin, "Strategi Promosi Pelaku Usaha Kuliner Tiram Bakar Dalam Menarik Minat Wisatawan Di Kabupaten Barru," *Shai'ar: Sharia Tourism Research*, 2025, h 188, <https://doi.org/10.35905/shi>.

¹⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Surah An-Nisa Ayat 29*, 2020

jejaring. Pelaku usaha dapat mengurangi skala produksi sesuai permintaan, menjaga kualitas produk agar pelanggan yang ada tetap loyal, dan berupaya menekan biaya operasional. Di sisi pemasaran, mereka dapat beralih memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk, memperbaiki kemasan agar lebih menarik sebagai oleh-oleh, atau menjalin kerja sama titip jual di tempat lain. Dalam hal keuangan, pelaku UMKM sering melakukan penyesuaian harga, pengaturan ulang penggunaan modal, dan mencari sumber pendanaan yang tidak terlalu memberatkan. Di saat yang sama, hubungan baik dengan pelanggan dan jejaring dengan pelaku usaha lain maupun pengelola destinasi wisata menjadi modal sosial yang penting untuk bertahan. Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud strategi bertahan adalah segala bentuk upaya pelaku usaha kue karasa di kawasan Pantai Wakka dalam merespons penurunan kunjungan wisatawan sehingga usaha mereka tetap berjalan.²⁰

Strategi adalah rencana yang mengikat semua aspek bisnis menjadi satu. Strategi menekankan aktivitas yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, serta tujuan itu sendiri. Strategi adalah ketika seseorang memilih apa yang harus dilakukan dan mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan ke mana perusahaan akan pergi. Berdasarkan kriteria yang diberikan di atas, penulis berpendapat bahwa strategi adalah suatu rencana berpikir yang disusun secara metodis untuk mencapai tujuan tertentu.²¹

²⁰ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*, Widya Gama Press, 2019, h 90.

²¹ Eka Dewintara, "Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bertahan Dalam Menghadapi Persaingan Wirausahawan Perempuan Pada UMKM Di Kota Parepare," *Tesis Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2024, h 28.

Strategi pemasaran digital pada dasarnya mirip dengan konsep pemasaran langsung, dengan perbedaan utama terletak pada penggunaan teknologi dan informasi. Meski demikian, ada perlakuan yang berbeda; misalnya, penjualan digital atau online sering kali menawarkan potongan harga, diskon, dan pengiriman gratis. Pemasaran digital merupakan metode promosi atau pemasaran suatu merek atau produk melalui media sosial atau internet, sehingga lebih mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan perkembangan saat ini, di mana media menjadi salah satu sumber informasi tercepat, memungkinkan informasi sampai kepada penerima meskipun jarak memisahkan. Oleh karena itu, pemasaran digital juga menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk.²²

Teori *survival strategy* atau strategi bertahan hidup pertama kali dikembangkan dalam konteks sosiologi ekonomi dan kajian kemiskinan oleh para ahli seperti Edi Suharto dan Robert Chambers. Menurut Suharto, strategi bertahan hidup didefinisikan sebagai kemampuan seseorang atau kelompok dalam menggunakan segala sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan eksistensinya di tengah tekanan ekonomi. Sementara itu, Chambers menekankan bahwa strategi bertahan hidup berkaitan erat dengan konsep kerentanan (*vulnerability*) dan ketahanan (*resilience*) suatu kelompok masyarakat dalam menghadapi guncangan eksternal.²³

²² Muhammad Risal S, "Analisis Swot Terhadap Strategi Peningkatan Daya Saing Penjualan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Percetakan Spanduk Citra Wira Karya Di Kota Parepare," *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2025, h 28.

²³ Suharto Edi, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, 2009

Dalam konteks UMKM, teori *survival strategy* merujuk pada serangkaian tindakan adaptif yang dilakukan pelaku usaha kecil untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya ketika berhadapan dengan kondisi krisis, penurunan permintaan, atau perubahan lingkungan bisnis yang tidak menguntungkan. Menurut Scoones dalam kerangka *Sustainable Livelihoods Framework*, strategi bertahan hidup dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk utama. Pertama, intensifikasi dan ekstensifikasi, yaitu upaya meningkatkan produktivitas dari sumber daya yang ada atau memperluas jangkauan usaha ke pasar baru. Kedua, diversifikasi mata pencaharian (*livelihood diversification*), yaitu menjalankan berbagai jenis usaha atau pekerjaan tambahan untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendapatan. Ketiga, migrasi dan jejaring sosial, yaitu memanfaatkan relasi sosial, jaringan kekeluargaan, dan kerja sama komunal sebagai modal untuk bertahan.²⁴

Lebih lanjut, Sumodiningrat membagi strategi bertahan menjadi dua tingkatan. Pertama, strategi bertahan pasif, yaitu tindakan yang hanya bersifat reaktif seperti mengurangi pengeluaran, meminjam dari kerabat, atau menjual aset. Kedua, strategi bertahan aktif, yaitu tindakan proaktif yang berupaya mengubah kondisi, seperti inovasi produk, perluasan pasar, dan peningkatan kapasitas usaha. Dalam konteks pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa, strategi bertahan yang diterapkan meliputi kombinasi antara keduanya; di satu sisi mengurangi produksi dan biaya operasional (pasif), di sisi lain memanfaatkan media sosial untuk pemasaran dan melakukan diversifikasi usaha (aktif).

²⁴ Chambers Robert, *Participatory Rural Appraisal Memahami Desa Secara Partisipatif*, 1996

Dalam perspektif manajemen bisnis, Porter juga mengemukakan bahwa strategi bertahan merupakan bagian dari strategi kompetitif yang bertujuan mempertahankan posisi pasar yang sudah ada. Organisasi yang menerapkan strategi ini cenderung fokus pada efisiensi biaya, peningkatan kualitas produk yang ada, dan penguatan loyalitas pelanggan, daripada berinovasi menciptakan produk atau pasar baru. Hal ini relevan dengan kondisi pelaku usaha kue karasa yang memilih mempertahankan resep dan kualitas tradisional sembari mencari cara baru untuk menjangkau pembeli. Dengan demikian, teori *survival strategy* menjadi landasan analitis yang penting dalam penelitian ini untuk memahami pilihan-pilihan strategis yang diambil pelaku usaha kue karasa dalam merespons penurunan kunjungan wisatawan di Pantai Wakka.²⁵

5. Keberlangsungan Usaha

Keberlangsungan usaha menggambarkan kemampuan suatu usaha untuk terus beroperasi dalam jangka panjang, tidak hanya bertahan sesaat. Sebuah usaha dikatakan berkelanjutan apabila masih mampu melakukan kegiatan produksi, menjaga arus penjualan, memenuhi kewajiban kepada pihak lain, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan. Dalam konteks UMKM, keberlangsungan usaha tidak hanya diukur dari besar kecilnya keuntungan, tetapi juga dari keberhasilan pelaku usaha menjaga eksistensi usahanya, mempertahankan tenaga kerja yang terlibat, serta menjaga jaringan pelanggan yang telah terbentuk. Indikator praktisnya dapat dilihat dari stabilitas atau perubahan omzet, lama usaha bertahan, kemampuan membeli bahan baku secara rutin, dan pandangan pelaku usaha sendiri mengenai masa depan

²⁵ Chambers Robert, *Participatory Rural Appraisal Memahami Desa Secara Partisipatif*, 1996

usahnya.²⁶ Hal ini dikarenakan komunikasi pemasaran dapat membantu pelaku bisnis untuk memberikan pengetahuan kepada calon konsumen seperti apa produk yang akan dipilih Kemampuan berjualan online merupakan skill dasar yang perlu dimiliki oleh pengusaha atau pemilik bisnis di era digital ini.²⁷

Penelitian ini memandang keberlangsungan usaha pelaku kue karasa di Pantai Wakka melalui beberapa aspek, yakni apakah usaha masih berproduksi setelah terjadi penurunan kunjungan wisatawan, bagaimana perubahan omzet penjualan, dan sejauh mana strategi yang mereka terapkan mampu membuat usaha tetap bertahan.

6. Resiliensi Usaha

Resiliensi usaha atau *business resilience* merupakan teori yang menjelaskan kemampuan suatu organisasi atau unit usaha untuk menyerap tekanan eksternal, beradaptasi terhadap perubahan kondisi lingkungan, dan bangkit Kembali dari keterpurukan menuju kondisi yang lebih stabil atau bahkan lebih baik dari sebelumnya. Konsep ini pertama kali dikembangkan secara luas oleh Wildavsky yang membedakan antara dua strategi menghadapi risiko, yakni antisipasi (*anticipation*) dan ketahanan (*resilience*). Menurut wildavsky, antisipasi berupaya mencegah terjadinya krisis, sedangkan resiliensi berfokus pada kemampuan untuk bertahan dan pulih Ketika krisis sudah terjadi.²⁸

²⁶ Suprianto, “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada UMKM Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Penjual Kue Karasa Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang),” h 50.

²⁷ Ulfah Hidayati et al., “Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Marketplace Bagi Ibu Rumah Tangga” 11 (2022): h 39.

²⁸ Wildavsky, “Model Bisnis Dalam Pengembangan Kelompok Usaha.1988”

Dalam perkembangannya, Hollnagel, Woods, dan Leveson melalui pendekatan Resilience Engineering memperluas konsep resiliensi ke dalam konteks organisasi dan usaha. Mereka menekankan bahwa resiliensi bukan sekadar kemampuan bertahan dari gangguan, melainkan kemampuan untuk terus berfungsi secara efektif meskipun kondisi sekitar berubah secara drastis. Sebuah usaha yang resiliens mampu mengantisipasi potensi gangguan, merespons dengan cepat ketika gangguan terjadi, memantau kondisi internal dan eksternal secara berkelanjutan, serta belajar dari pengalaman krisis untuk memperkuat diri di masa mendatang.²⁹

Folke dalam kerangka *Social-Ecological Resilience* membagi kapasitas resiliensi menjadi tiga dimensi utama. Pertama, *absorptive capacity* (kapasitas penyerapan), yaitu kemampuan suatu usaha untuk menyerap dampak negatif dari guncangan eksternal tanpa mengubah struktur dan fungsi dasarnya secara signifikan. Dalam konteks UMKM, hal ini tercermin dari kemampuan pelaku usaha menekan biaya, mengurangi produksi, atau menggunakan tabungan untuk menutup kerugian sementara. Kedua, *adaptive capacity* (kapasitas adaptasi), yaitu kemampuan untuk menyesuaikan cara kerja, strategi, dan model usaha dalam merespons perubahan yang terjadi. Kapasitas adaptasi ini tampak dalam inovasi pemasaran, perubahan saluran distribusi, maupun diversifikasi produk yang dilakukan pelaku usaha. Ketiga, *transformative capacity* (kapasitas transformasi), yaitu kemampuan untuk melakukan perubahan mendasar pada sistem usaha jika kondisi tidak lagi memungkinkan

²⁹ Hollnagel, E., Woods, D.D., & Leveson, Resilience Engineering: Concepts and Precepts. Ashgate, 2006

usaha beroperasi seperti semula, termasuk beralih ke jenis usaha lain atau menciptakan model bisnis baru yang lebih sesuai dengan realita pasar.³⁰

Dalam konteks UMKM yang menghadapi tekanan ekonomi, Burnard dan Bhamra (2011) menyederhanakan resiliensi usaha ke dalam dua fase utama. Fase pertama adalah fasa resistensi, yaitu kemampuan usaha untuk tetap bertahan dan tidak langsung kolaps ketika menghadapi guncangan. Fase kedua adalah fasa rekuperasi, yaitu proses pemulihan dan stabilisasi usaha pasca-krisis menuju kondisi yang berkelanjutan. Kedua fase ini relevan untuk memahami kondisi pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa yang sedang berada dalam proses mempertahankan eksistensi usaha (fasa resistensi) sekaligus berupaya membangun kembali basis pelanggan dan pendapatan yang stabil (fasa rekuperasi).

Berdasarkan uraian di atas, indikator resiliensi usaha yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, kemampuan menyerap tekanan ekonomi melalui efisiensi biaya dan pengurangan skala produksi (*absorptive capacity*), kemampuan beradaptasi dengan mengubah strategi pemasaran, saluran distribusi, dan model penjualan (*adaptive capacity*) serta kemampuan bertransformasi melalui diversifikasi usaha dan pemanfaatan teknologi digital sebagai respons atas perubahan permanen dalam pola kunjungan wisatawan (*transformative capacity*). Ketiga indikator inilah yang menjadi lensa analitis pelengkap grand teori *Survival Strategy* dalam penelitian ini, sehingga strategi bertahan pelaku usaha kue karasa dapat dipahami tidak hanya dari sisi

³⁰ Folke, C. Resilience: *The emergence of a perspective for social-ecological systems analyses*. *Global Environmental Change*, 16(3), 253-267.2006

kelangsungan hidup jangka pendek, tetapi juga dari sisi ketahanan dan pemulihan jangka panjang.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan logis antara konsep-konsep utama yang dikaji, yaitu penurunan kunjungan wisatawan, strategi bertahan pelaku usaha, dan keberlangsungan usaha kue karasa di kawasan Pantai Wakka, Kabupaten Pinrang. Kerangka ini menjadi landasan berpikir peneliti dalam menyusun fokus penelitian, merancang instrumen pengumpulan data, serta menganalisis temuan di lapangan.

Penelitian ini berangkat dari kenyataan bahwa Pantai Wakka merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang menjadi lokasi aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk pelaku UMKM penjual kue karasa. Kue karasa sebagai produk kuliner tradisional dan bagian dari ekonomi kreatif lokal sangat bergantung pada keberadaan wisatawan. Ketika jumlah kunjungan wisatawan menurun, permintaan terhadap kue karasa ikut menurun sehingga pendapatan pelaku usaha tertekan. Kondisi ini menimbulkan ancaman terhadap kelangsungan usaha, baik dalam bentuk penurunan omzet, berkurangnya frekuensi produksi, maupun kemungkinan penghentian usaha.

1. Strategi bertahan pelaku usaha

Strategi bertahan merupakan sesuatu yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi bertahan sebagai upaya yang dilakukan untuk mempertahankan suatu usaha industri dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungannya. Strategi bertahan (*survival strategy*) dapat diartikan sebagai salah satu cara yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensinya yang bernilai baik yang bersifat material maupun non material. Strategi bertahan berfokus pada cara mempertahankan dan meningkatkan usaha bisnis yang ada. UMKM yang mengimplementasikan strategi bertahan berusaha untuk melindungi pasarnya dari pesaing baru. Organisasi ini cenderung untuk menghindari kreativitas dan inovasi dalam mengeluarkan produk atau jasa baru dan memfokuskan pada usaha untuk menurunkan biaya atau meningkatkan kinerja dari produk yang ada. Sering suatu perusahaan yang mengimplementasikan suatu strategi penggagas akan berubah mengimplementasikan strategi bertahan. Hal ini terjadi ketika perusahaan telah berhasil dalam menciptakan suatu pasar atau bisnis baru dan kemudian berusaha untuk melindungi pasar tersebut dari persaingan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan

kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat yang dilakukan oleh pemerintah dengan memberikan bantuan pengembangan bagi para pelaku usaha UMKM. Hal ini sangat penting untuk mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.³¹

Berdasarkan kajian teori dari Scoones, Sumodiningrat, dan Porter di atas, maka indikator *Survival Strategi* dalam penelitian ini meliputi, intensifikasi/ ekstensifikasi produksi, diversifikasi usaha, pemanfaatan jejaring social, efisiensi biaya operasional, peningkatan kualitas produk dan penguatan loyalitas pelanggan. Keenam indikator ini menjadi tolak ukur untuk menganalisis strategi bertahan yang diterapkan pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa.

2. Penurunan kunjungan wisatawan Pantai Wakka

Berbagai penelitian mengenai Pantai Wakka menunjukkan bahwa pengelolaan dan fasilitas objek wisata ini masih terbatas serta kualitas layanan belum optimal, sehingga dikhawatirkan berdampak pada minat dan kunjungan wisatawan. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji lebih lanjut mengenai penurunan kunjungan wisatawan di Pantai Wakka. Penelitian oleh (Rahmahdani Japri dkk) melakukan observasi awal dan wawancara dengan 10 pengunjung sebanyak 70% pengunjung menyatakan pengelolaan Amenities (fasilitas) di objek Wisata Pantai Wakka dari sarana dan prasarana tidak berjalan dengan baik. Hal ini terbukti, ketika wisatawan berkunjung ke Pantai

³¹ Indah Ambarita, Gusti Prahmana, and Rozaq Habibi, “Analisis Strategi Bertahan Sektor UMKM,” 2024, h 30, <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>.

Wakka, pengunjung yang menggunakan fasilitas seperti kamar mandi/kamar ganti, pengunjung mendapati fasilitas tersebut tidak bersih dan tidak adanya penutup pada langit-langit kamar mandi/kamar ganti yang ada di Pantai Wakka. Selanjutnya sebanyak 85% pengunjung menyatakan *Acceblelities* (transportasi/aksebilitas) di objek wisata Pantai Wakka mengatakan kurang aman. Dimana *Acceblities* (transportasi/aksebilitas) menuju objek wisata Pantai Wakka hanya satu jalan saja, banyak jalan yang rusak dan jembatan yang dilewati kurang bagus. Hal ini mengakibatkan pengunjung merasa keselamatannya menuju ke objek wisata Pantai Wakka kurang terjamin. Berikutnya sebanyak 70% pengunjung menyatakan tidak adanya Ancillary (kelembagaan) yang jelas di objek wisata Pantai Wakka. Dimana fungsi dari kelembagaan itu adalah mengatur dan mengelola objek wisata Pantai Wakka. Hal ini terlihat dari kesemberawutnya parkir kendaraan yang berada di Objek Wisata Pantai Wakka.³²

3. Keberlangsungan usaha kue karasa di Kecamatan Cempa

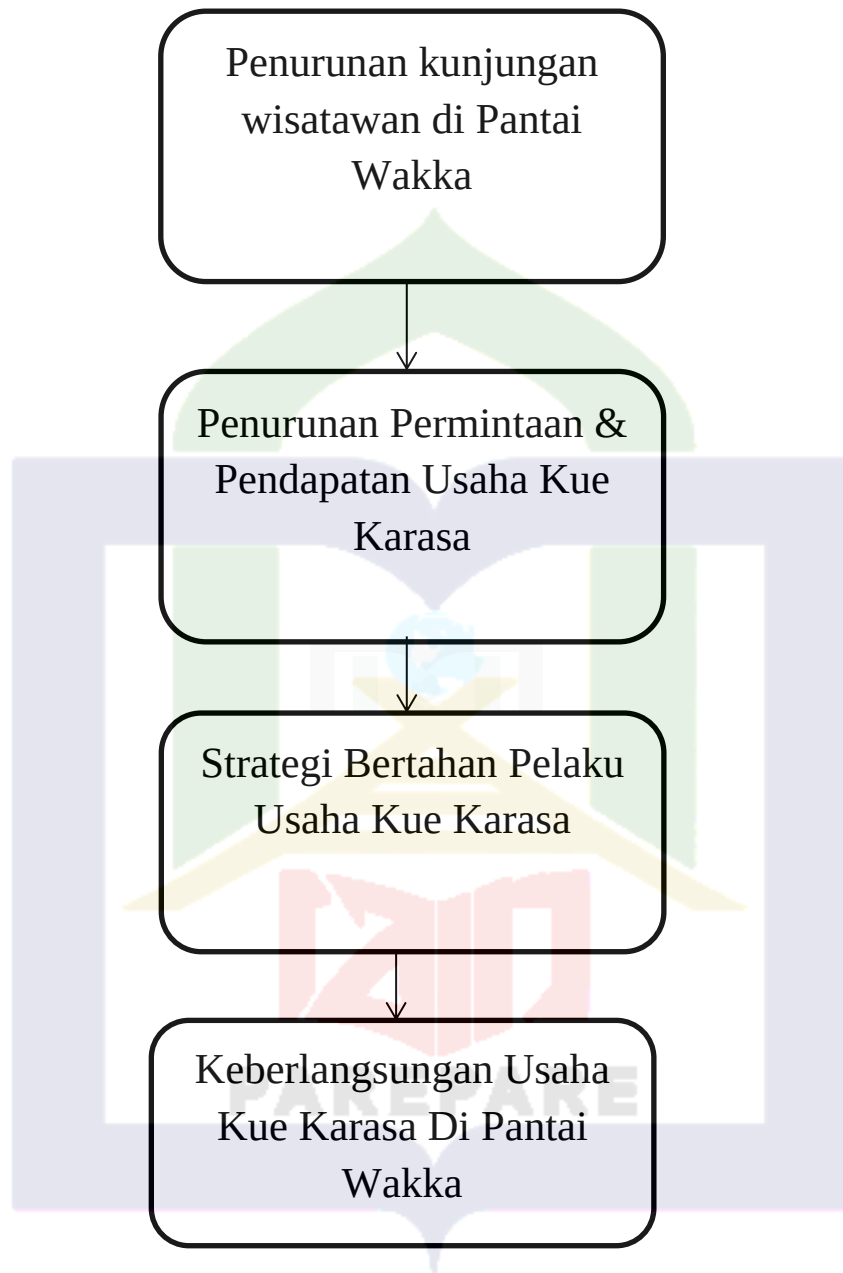
Usaha pembuatan kue karasa di Kecamatan Cempa sudah berjalan turun-temurun dan menjadi salah satu sumber pendapatan utama masyarakat, dijadikan oleh-oleh khas daerah bagi wisatawan yang berkunjung ke Pinrang. kemampuan usaha-usaha kue karasa di Kecamatan Cempa untuk terus berproduksi, menghasilkan pendapatan yang layak, beradaptasi dengan perubahan pasar (selera konsumen, persaingan, teknologi), dan diwariskan ke generasi berikutnya tanpa mengalami penurunan yang mengancam

³² Japri et al., "Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Pantai Wakka Kabupaten Pinrang," h 82.

kelangsungan usaha.³³ Tetapi seiring berjalannya waktu pengunjung wisatawan Pantai Wakka sangat menurun drastis awal mulanya disebabkan karena munculnya wabah Covid-19 sehingga aktivitas di luar rumah sangat di perketat.



³³ Nur Adila, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kue Karasa Di Kabupaten Pinrang," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): h 58.

D. Kerangka Pikir

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan adalah masalah bagaimana seseorang mempersiapkan dan mendekati materi pelajaran sesuai dengan disiplin ilmunya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu suatu penelitian yang bersifat objektif, dan pengumpulan datanya diperoleh dengan cara wawancara, observasi, dan juga studi dokumentasi untuk melakukan pengumpulan data, pengolahan data atau analisis data, penyusunan laporan serta penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif analisis yaitu metode yang menggambarkan secara utuh dan mendalam tentang realitas sosial dan berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat yang menjadi subjek penelitian sehingga tergambarkan ciri, karakter, sifat, dan model dari fenomena tersebut.³⁴

Melihat dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam terkait masalah yang diteliti secara keseluruhan dan melibatkan beberapa metode dalam proses penelitiannya. Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif agar dapat memahami fenomena yang menjadi subjek penelitian dan memaparkan informasi dari hasil pengolahan datanya dalam bentuk deskriptif.

³⁴ Irma, "Pengelolaan Alokasi Dana Dalam Proses Pembangunan Desa Berdasarkan Akuntansi Syariah Di Desa Basseang Kabupaten Pinrang," *Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2022, h 36.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat digunakannya proses penelitian untuk memecahkan masalah dari penelitian yang sedang berlangsung.³⁵ Penelitian ini akan dilakukan di Kelurahan Cempa, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini diperkirakan dapat terselesaikan dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, penelitian dilakukan setelah peneliti melakukan seminar proposal.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah batasan penelitian kualitatif untuk memilih data mana yang sesuai dan mana yang tidak sesuai dengan judul penelitian. Pembatasan ini dimaksud agar peneliti dapat memilih data yang ada di lapangan berdasarkan urgensinya dan juga kebaruan informasi yang dapat meningkat banyaknya data yang kemungkinan diperoleh di lapangan.³⁶

Adapun fokus penelitian ini yaitu penelitian difokuskan pada strategi produk, harga dan pengelolaan biaya, strategi pemasaran, strategi pelayanan dan hubungan dengan pelanggan, serta strategi jejaring dan kerja sama. Serta apa dampak strategi tersebut terhadap keberlangsungan usaha kue karasa, yang ditinjau dari perubahan

³⁵ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Prakteknya*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008, h 33.

³⁶ Sukardi, h 34.

omzet penjualan, kontinuitas produksi, dan persepsi pelaku usaha mengenai masa depan usahanya.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian yang digunakan penulis adalah menggunakan model atau desain penelitian pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian data deskriptif untuk memberi gambaran umum tentang subyek yang diamati, data tersebut dideskripsikan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek yang diteliti.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer adalah informasi yang diperoleh oleh peneliti langsung dari lokasi penelitian dengan wawancara langsung dengan informan yakni penjual kue karasa yang masih bertahan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau berasal dari dokumen pemerintah setempat terkait data kunjungan ke Pantai Wakka. Data sekunder merupakan data penunjang untuk memperkuat, pelengkap dan pendukung dari data primer.³⁷

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Pengumpulan data dalam penelitian merupakan suatu kegiatan dengan tujuan untuk merasakan dan memahami suatu fenomena dalam perspektif ilmu pengetahuan dan gagasan-gagasan sebelumnya, untuk memperoleh beberapa

³⁷ Firman Arifin, Meningkatkan Kecerdasan Spritual Peserta Didik Di Sma Negeri 5 Pinrang Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2022, h 45.

informasi berdasarkan kebutuhan dalam melanjutkan penelitian tertentu. Dengan demikian, untuk mengantisipasi masalah-masalah metode observasi tersebut serta memungkinkan bagi peneliti dalam proses observasi secara efektif, maka seharusnya dipersiapkan panduan khusus observasi yang bisa dijadikan arahan dalam mencermati sebuah obyek.³⁸ Untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian, digunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data secara sistematis yang berkaitan dengan hal yang sedang diteliti. Observasi merupakan salah satu teknik yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan teknik lainnya. Sutrisno hadi mengatakan bahwa, observasi adalah proses yang kompleks, yang terdiri dari proses biologis dan psikologis yang berbeda. Teknik pengumpulan data observasional digunakan ketika penelitian berfokus pada perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, dan ketika objek pengamatan tidak terlalu besar.³⁹

2. Wawancara

Wawancara sebagai instrumen pengumpulan data yang dapat dilakukan secara langsung berhadapan maupun secara jarak jauh atau online. Dan wawancara secara bahasa berarti tanya jawab yang berlangsung dua pihak yaitu narasumber dan pewawancara. Menurut R.A Fadhallah “Bahwa wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka di mana salah satu pihak berperan sebagai interviewer dan pihak lainnya berperan sebagai interviewee dengan tujuan tertentu”.

³⁸ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Prakteknya*, h 36.

³⁹ Sukardi, h 36-37.

Dengan demikian, agar wawancara berlangsung tertib dan memperoleh informasi atau data yang akurat, maka hal-hal yang perlu diperhatikan dalam wawancara yaitu:

- a. Responden atau subjek harus orang yang paling tahu dan memegang peran penting terkait dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam hal ini pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa yang masih bertahan hingga saat ini maupun yang sudah berhenti.
- b. Informasi yang disampaikan oleh informan atau subjek kepada peneliti adalah hal yang valid, dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan
- c. Informasi dan interpretasi dari informan atau subjek terkait pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti harus sesuai dengan pemahamannya.⁴⁰

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen biasa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴¹

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu:

⁴⁰ Desi suliwati Endah, ramli, syarifuddin, edi saputra, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, n.d., h 36-37.

⁴¹ Irma, "Pengelolaan Alokasi Dana Dalam Proses Pembangunan Desa Berdasarkan Akuntansi Syariah Di Desa Basseang Kabupaten Pinrang," h 38.

1. Triangulasi

Triangulasi adalah metode yang mengecek keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Hal itu dapat dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dan juga hasil wawancara dari informan satu dengan informan yang lainnya, serta dengan penyelarasan antara data yang diperoleh dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. *Member Check*

Member check adalah proses pengecekan data yang dilakukan peneliti kepada subjek penelitian atau narasumber. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan yang disampaikan oleh narasumber. Selain itu tujuan *member check* adalah agar responden dan pembimbing dapat menyetujui kebenarannya sehingga hasil penelitian dapat lebih di percaya.⁴² Dalam proses *member check*, data yang diperoleh baik secara primer maupun sekunder akan disesuaikan dengan hasil observasi kepada yang bersangkutan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif adalah proses analisis data yang tidak melibatkan atau berbentuk angka. Data yang diperoleh untuk penelitian menggunakan teknis analisis data kualitatif umumnya bersifat subjektif.⁴³

Tujuan utama dari analisis data dalam penelitian kualitatif adalah mencari makna di balik data, melalui pengakuan subyek pelakunya, agar peneliti bisa menangkap pengakuan subyek pelaku secara obyektif, maka peneliti harus

⁴² Irma, h 39.

⁴³ Endah, ramli, syarifuddin, edi saputra, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h 64.

terlibat dalam kehidupan subyek pelaku (*participan observation*) dan mengadakan interview mendalam.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan cempa merupakan salah satu wilayah administratif di Kabupaten Pinrang, sulawesi selatan, yang memiliki potensi awal pesisir. Salah satu destinasi wisata bahari utama di daerah ini adalah pantai wakka. Keberadaan pantai wakka selama bertahun-tahun menjadi jembatan penggerak ekonomi bagi masyarakat sekitar, khususnya melalui sektor usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner tradisional, yaitu kue karasa. Kue karasa merupakan panganan khas suku Bugis berbahan dasar tepung beras dan gula merah yang dibentuk menyerupai jala halus, yang bernilai ekonomi sekaligus memuat identitas budaya lokal.

Beberapa tahun terakhir, terjadi penurunan kunjungan wisatawan yang signifikan di Pantai Wakka. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Pinrang, terjadi penurunan kunjungan hingga 20%. Kondisi ini diperparah oleh dampak pascapandemi COVID-19, minimnya inovasi wahana, masalah tumpukan sampah (isu amenitas), serta kerusakan akses jalan menuju lokasi (isu aksesibilitas). Penurunan drastis jumlah pengunjung ini berdampak langsung pada kelangsungan usaha kue karasa, di mana jumlah pelaku usaha menyusut tajam dari sekitar 20 UMKM kini hanya tersisa sekitar 7 UMKM yang aktif bertahan.

Salah satu produk lokal yang memiliki hubungan erat dengan aktivitas wisata di kawasan pantai wakka ini adalah kue karasa. Kue karasa merupakan makanan tradisional khas pinrang yang diproduksi secara sederhana oleh

masyarakat setempat dan dijual sebagai oleh-oleh. Produk ini tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat. Dalam konteks ekonomi lokal, kue karasa menjadi salah satu contoh UMKM tradisional yang tumbuh di sekitar kawasan wisata dan sangat bergantung pada jumlah kunjungan wisatawan.

2. Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa

Untuk menyiasati krisis akibat sepi pembeli di lokasi wisata, para pelaku usaha kue karasa tidak tinggal diam. Mereka melakukan berbagai strategi bertahan (*survival strategy*) baik dari segi produk, harga, maupun metode pemasaran. Pelaku usaha tetap mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tidak beralih. Strategi pertama yang dilakukan pelaku usaha adalah menjaga kualitas rasa dan bentuk produk. Salah satu informan menyatakan:

“walaupun penjualan menurun, rasa dan kualitas tetap kami jaga, kalau kualitas turun, pelanggan bisa pindah ke penjual lain.”⁴⁴

Pelaku usaha menyadari bahwa kualitas produk menjadi faktor penting untuk mempertahankan pelanggan lama. Selain menjaga rasa, pelaku usaha juga memperhatikan kebersihan dan tampilan produk agar tetap menarik.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa kualitas produk menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Pelaku usaha menyadari bahwa pelanggan akan tetap membeli apabila kualitas rasa dan kebersihan produk tetap terjaga. Oleh karena itu, meskipun pendapatan menurun, para pelaku usaha tetap mempertahankan bahan baku yang baik dan proses produksi yang higienis.

⁴⁴ Anti, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

Selain menjaga rasa, pelaku usaha juga mulai memperhatikan tampilan produk dan kemasan agar lebih menarik bagi konsumen. Kemasan yang lebih rapi dianggap dapat meningkatkan minat pembeli serta mempermudah pemasaran produk ke luar daerah.

a. Strategi Menyesuaikan Volume Produksi

Salah satu strategi yang dilakukan pelaku usaha adalah tetap menjaga kualitas rasa dan bentuk kue karasa meskipun kondisi penjualan menurun.

*“sekarang kami tidak lagi produksi banyak seperti dulu, kami lihat dulu pesanan atau perkiraan pembeli, supaya tidak rugi”.*⁴⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha melakukan efisiensi produksi untuk menghindari kerugian. Produksi dilakukan berdasarkan pesanan atau perkiraan jumlah pembeli sehingga modal usaha dapat digunakan secara lebih hemat. Strategi ini dianggap cukup efektif karena produk kue karasa memiliki daya tahan tertentu sehingga jika terlalu lama tidak terjual kualitasnya akan menurun.

Strategi pengurangan produksi dilakukan untuk mengurangi risiko kerugian akibat produk tidak terjual. Berdasarkan hasil wawancara, sebelumnya pelaku usaha dapat memproduksi puluhan hingga ratusan bungkus setiap hari, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Namun setelah wisatawan berkurang, jumlah produksi mengalami penurunan yang cukup signifikan.

*“Sekarang bikin sedikit saja dulu, takut tidak habis. Kalau dulu berani bikin banyak karena pembeli pasti ada.”*⁴⁶

⁴⁵ Anti, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

⁴⁶ Erni, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai menerapkan strategi produksi berdasarkan kebutuhan pasar. Strategi ini membantu pelaku usaha mengurangi kerugian akibat produk basi atau tidak laku terjual. Selain itu, pengurangan produksi juga dilakukan karena keterbatasan modal usaha yang semakin menurun akibat rendahnya pendapatan.

Dalam perspektif manajemen usaha, strategi ini merupakan bentuk efisiensi biaya produksi. Pelaku usaha menyesuaikan penggunaan bahan baku dan tenaga kerja dengan tingkat permintaan pasar sehingga pengeluaran usaha dapat lebih terkendali.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa, diketahui bahwa penyesuaian volume produksi menjadi salah satu strategi utama yang dilakukan ketika jumlah wisatawan mengalami penurunan. Strategi ini dilakukan dengan cara mengurangi jumlah bahan baku yang digunakan serta menyesuaikan jumlah produksi harian dengan tingkat permintaan pasar. Langkah tersebut dilakukan untuk menghindari kerugian akibat produk yang tidak terjual.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Survival Strategy yang dikemukakan oleh Scoones yang menjelaskan bahwa pelaku usaha akan melakukan intensifikasi dan efisiensi terhadap sumber daya yang dimiliki ketika menghadapi tekanan ekonomi. Pengurangan volume produksi merupakan bentuk adaptasi yang dilakukan untuk menjaga keberlangsungan usaha tanpa harus menghentikan kegiatan produksi secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mohammad Wasil yang menyatakan bahwa UMKM yang mengalami penurunan permintaan pasar cenderung melakukan efisiensi produksi sebagai langkah mempertahankan usaha. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada upaya penyesuaian kapasitas produksi. Adapun perbedaannya terletak pada faktor penyebab penurunan permintaan, dimana penelitian ini disebabkan oleh berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Wakka.

Dalam perspektif ekonomi syariah, strategi ini menunjukkan sikap bijaksana dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Islam mengajarkan umatnya untuk menghindari pemborosan dan menggunakan sumber daya secara efektif. Dengan menyesuaikan jumlah produksi sesuai kebutuhan pasar, pelaku usaha telah menerapkan prinsip efisiensi yang dianjurkan dalam Islam.

b. Strategi Pemasaran Digital

Perubahan pola pemasaran menjadi salah satu bentuk adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi dan kondisi pasar. Sebelum terjadi penurunan wisatawan, sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan penjualan langsung di kawasan Pantai Wakka. Namun setelah jumlah pengunjung menurun, beberapa pelaku usaha mulai mencoba pemasaran melalui media sosial.

“anak saya yang bantu promosi lewat facebook sama Whaatsaap, jadi sekarang ada juga pesanan dari luar daerah.”⁴⁷

⁴⁷ Erni, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa media sosial menjadi alternatif pemasaran yang cukup membantu di tengah menurunnya jumlah wisatawan. Pelaku usaha memanfaatkan WhatsApp dan Facebook untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Strategi pemasaran digital ini memungkinkan pelaku usaha tetap memperoleh pembeli meskipun penjualan langsung di Pantai Wakka mengalami penurunan.

Meskipun belum semua pelaku usaha mampu menggunakan teknologi digital secara maksimal, strategi ini mulai memberikan dampak positif terhadap penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa digital marketing menjadi salah satu alternatif penting bagi UMKM dalam menghadapi perubahan kondisi pasar.

Pemasaran digital menjadi alternatif yang dipilih pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar ketika jumlah wisatawan menurun. Pelaku usaha memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang berada di luar kawasan wisata.

Strategi ini menunjukkan adanya kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi. Dalam teori manajemen strategis yang dikemukakan oleh Fred R. David, organisasi atau usaha harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan agar dapat mempertahankan eksistensinya. Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu bentuk adaptasi terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wan Laura Hardilawati yang menjelaskan bahwa pemasaran digital menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mempertahankan usaha UMKM di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil. Melalui pemasaran digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.⁴⁸

Dari perspektif ekonomi syariah, penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran diperbolehkan selama tidak mengandung unsur penipuan, gharar, maupun informasi yang menyesatkan konsumen. Pemasaran yang dilakukan pelaku usaha kue karasa lebih menekankan pada penyampaian informasi yang sesuai dengan kondisi produk sehingga mencerminkan prinsip kejujuran dalam berbisnis.

c. Strategi titip jual

Strategi titip jual dilakukan dengan menitipkan produk ke warung, kios, dan toko oleh-oleh di sekitar Kecamatan Cempa maupun daerah lain di Kabupaten Pinrang. Strategi ini dilakukan agar produk tetap memiliki peluang terjual meskipun jumlah wisatawan di Pantai Wakka menurun.

Selain menjual langsung di kawasan wisata, pelaku usaha juga melakukan kerja sama dengan warung dan toko oleh-oleh.

*“Biasannaro okkomi kasi’ balu balukenna taue itaro biasa, nasaba’ mega tau pancaji oleh-oleh i lisu kampongna, makkokoe majarangni tau lao tasi e apa makuranni pemasukan.”*⁴⁹

⁴⁸ Hardilawati, “Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19.”

⁴⁹ Candong, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi titip jual menjadi salah satu cara untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan menitipkan produk di beberapa toko dan warung, peluang produk untuk dibeli masyarakat menjadi lebih besar dibandingkan hanya mengandalkan penjualan di kawasan pantai.

Strategi kerja sama seperti ini menunjukkan adanya hubungan sosial dan jaringan ekonomi antar masyarakat lokal. Dalam konteks UMKM, jaringan kerja sama menjadi salah satu faktor penting yang membantu keberlangsungan usaha di tengah kondisi sulit.

d. Strategi Menjaga hubungan dengan pelanggan

Pelaku usaha juga berusaha mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan lama. Salah satu informan menyampaikan

*“ kalau ada pelanggan lama, kami selalu jaga komunikasi, kadang mereka pesan lagi untuk acara keluarga atau oleh-oleh ”.*⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa hubungan baik dengan pelanggan menjadi modal penting bagi keberlangsungan usaha. Pelanggan lama yang merasa puas terhadap produk cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Menjaga hubungan baik dengan pelanggan merupakan strategi yang dilakukan pelaku usaha untuk mempertahankan konsumen lama. Pelaku usaha berusaha menjaga kualitas produk, keramahan pelayanan, serta komunikasi yang baik dengan pelanggan.

⁵⁰ Ansar, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

Strategi ini sesuai dengan teori loyalitas pelanggan yang menjelaskan bahwa pelanggan yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam kondisi penurunan wisatawan, pelanggan tetap menjadi aset yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha.

Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Hardilawati (2020) yang menyatakan bahwa menjaga hubungan dengan pelanggan merupakan strategi penting dalam mempertahankan usaha pada masa krisis.

Dalam perspektif ekonomi syariah, hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan implementasi nilai akhlak dalam muamalah. Rasulullah SAW mengajarkan pentingnya bersikap ramah, jujur, dan amanah dalam bertransaksi sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.

e. Diversifikasi usaha

Sebagian pelaku usaha tidak hanya bergantung pada penjualan kue karasa, tetapi juga menjalankan usaha lain untuk menambah pendapatan keluarga. Diversifikasi usaha dilakukan karena penjualan kue karasa dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga secara stabil.

“selain jual kue karasa, saya juga jual gorengan dan kebutuhan dapur untuk menambah penghasilan.”⁵¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa diversifikasi usaha dilakukan untuk menutupi kekurangan pendapatan akibat menurunnya penjualan kue

⁵¹ Hasni, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

karasa. Strategi ini membantu pelaku usaha tetap memperoleh pemasukan tambahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Diversifikasi usaha juga menunjukkan kemampuan adaptasi masyarakat terhadap perubahan ekonomi. Pelaku usaha tidak hanya bertahan pada satu jenis usaha, tetapi mencoba memanfaatkan peluang usaha lain yang dianggap lebih memungkinkan untuk memperoleh penghasilan tambahan.

3. Dampak Strategi Bertahan Terhadap Keberlangsungan Usaha Penurunan Kunjungan Wisatawan

Penerapan berbagai strategi bertahan tersebut memberikan dampak yang bervariasi terhadap indikator keberlangsungan usaha para pelaku UMKM. Penurunan jumlah wisatawan yang awalnya mengancam gulung tikarnya usaha, berhasil diredam dengan beralihnya orientasi pasar dari pasar wisata lokal menjadi pasar pesanan berbasis komunitas dan digital.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, bagaimana dampak penurunan wisatawan di kecamatan cempa, salah satu informan menjelaskan bahwa penurunan wisatawan sangat berpengaruh terhadap penjualan kue karasa

*“ Biasanna Ko esso sattu dan aha’ i mega ladde tau lao okko tasi e liburan, biasanna beppa karasa ku cappu mappulo pulo bukku. Makokowe majaranni pengnjung jaji makurattosi dalle’ tama.”*⁵²

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tingkat penjualan kue karasa sangat bergantung pada jumlah wisatawan yang datang ke pantai wakka. Ketika jumlah pengunjung menurun, permintaan terhadap produk juga ikut menurun. Dapat dipahami bahwa keberadaan wisatawan memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat penjualan kue karasa. Ketika kunjungan wisatawan menurun,

⁵² Nurung, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

permintaan produk juga mengalami penurunan. Kondisi ini menyebabkan pendapatan pelaku usaha menjadi tidak stabil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha kue karasa sangat bergantung pada aktivitas pariwisata di kawasan pantai wakka.

Informan lain juga menyampaikan bahwa kondisi penjualan saat ini jauh berbeda dibandingkan sebelum terjadinya penurunan wisatawan.

“semenjak pengunjung pantai wakka sepi, penurunan jualan di sini terasa sekali, dulu waktu pas pantai wakka masih ramai sekali, hari-hari itu biasa ada saja yang singgah beli buat oleh-oleh, sekarang itu biar seharian dibuka toko biar satu bungkus tidak ada yang laku, pendapatan saja ini turun sekaimi lebih dari setengahnya.”⁵³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penurunan wisatawan tidak hanya berdampak pada jumlah pembeli tetapi juga mempengaruhi pendapatan harian pelaku usaha. Sebelumnya pelaku usaha dapat memperoleh pemasukan secara rutin setiap hari, sedangkan saat ini pendapatan mereka menjadi tidak menentu. Penurunan pendapatan tersebut membuat sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga serta mempertahankan modal usaha.

Dampak berikutnya adalah pengurangan jumlah produksi. Para pelaku usaha tidak lagi memproduksi dalam jumlah besar karena khawatir produk tidak terjual.

“sebelum korona, biasanya banyak sekali, kadang dalam seharis habis semua, sekarang pembeli sangat sedikit dan kadang tidak ada sama sekali.”⁵⁴

Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha melakukan penyesuaian volume produksi sesuai kondisi pasar, pengurangan produksi dilakukan untuk

⁵³ Erni, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

⁵⁴ Anti, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

menghindari kerugian akibat produk yang tidak laku terjual. Selain itu, kenaikan harga bahan baku seperti gula merah, tepung beras dan minyak goreng juga menjadi faktor yang memperberat kondisi usaha para pelaku UMKM.

Penurunan produksi dilakukan untuk menghindari kerugian akibat produk yang tidak habis terjual. Selain itu harga bahan baku seperti gula merah, minyak goreng, dan tepung juga mengalami kenaikan Informan lain berkata:

“Kalau dibilang untung besar seperti dulu ya kayaknya tidak, tapi setidaknya dengan cara begini jualan online dan kemasan plastik dapur tetap bisa dibikin beberapa. Karna ini usaha karasa sudah jadi warisan keluarga dan tidak sampai tutup seperti tetangga-tetangga lain yang beralih jadi pekerja sawahnya orang karena tidak kuatmi bertahan menjual.”⁵⁵

Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha mulai melakukan penyesuaian strategi agar usaha tetap berjalan. Pemanfaatan media sosial dan penjualan secara online menjadi salah satu alternatif untuk mempertahankan pendapatan di tengah menurunnya jumlah wisatawan. Selain itu, usaha kue karasa juga dianggap sebagai usaha turun-temurun yang memiliki nilai ekonomi dan emosional bagi keluarga sehingga para pelaku usaha tetap berusaha mempertahankannya. Informan lain berkata

“Semenjak pengunjung sudah berkurang, turung sekalimi pembeli dan jarang sekalimi juga orang singgah, Dulu pas masih masih ramai ramainya, Hampir dari stengahnya pengunjung singgah beli, Kadang di jadikan oleh oleh bagi mereka, Kalau sekarang biar seharianki menjual tidak sepertimi dulu, Kadang satuji laku dan sekarang itu tidak banyakmi di bikin kadang beberapaji takutnya rusak saja tinggal lama. Tidak seberapami juga di dapat.”⁵⁶

Usaha kue karasa menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian keluarga di kecamatan cempa. Ketika penjualan menurun, pendapatan keluarga

⁵⁵ Hasni, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

⁵⁶ Ansar, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

juga ikut menurun. Kondisi tersebut membuay sebagian pelaku usaha harus mencari pekerjaan tambahan untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Informan lain juga berkata

*“Kalau dulu kita berani sedia stok banyak tiap hari karena pasti habis. Sekarang tidak berani. Modal kita terbatas, harga gula merah dan minyak juga mahal. Jadi sekarang kalau sepi, terpaksa produksi dikurangi sekali, nanti kalau habis baru bikin lagi sedikit.”*⁵⁷

4. Keberlangsunga Usaha Kue Karasa

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, sebagian pelaku usaha masih mampu mempertahankan usahanya hingga saat ini. Salah satu informan mengatakan

*“Pendapatan memang tidak seperti dulu, tetapi usaha ini tetap kami jalankan karena sudah menjadi sumber nafkah keluarga”.*⁵⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa usaha kue karasa tidak hanya dipandang sebagai kegiatan ekonomi semata, tetapi juga menjadi sumber penghidupan utama bagi keluarga. Oleh karena itu, pelaku usaha tetap berupaya mempertahankan usahanya meskipun keuntungan yang diperoleh tidak sebesar sebelumnya.

Namun demikian, tidak semua pelaku usaha mampu bertahan. Berdasarkan wawancara dengan mantan pelaku usaha, diketahui bahwa sebagian memilih berhenti berjualan karena tidak mampu menutupi biaya produksi.

Berdasarkan wawancara dengan mantan pelaku usaha kue karasa, diketahui bahwa penurunan jumlah wisatawan menjadi factor utama yang menyebabkan Sebagian pelaku usaha menghentikan usahanya.

⁵⁷ Erni, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

⁵⁸ Anti, pelaku usaha kue karasa yang masih bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

*“Mettani kasi upaja ia’ mabbalu nak sipungenna corona ero wattue makurang laddani pangelli makurattoni aga modala’ majaratoni aga tau lao tasi’ e liburan.”*⁵⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penurunan kunjungan wisatawan tidak hanya menurunkan pendapatan, tetapi juga menyebabkan Sebagian pelaku usaha kehilangan kemampuan untuk mempertahankan modal usahanya.

*“pura mo kasi ucoba monro monro mabbalu, biasanna enneng (6) bukkumi ubalu biasa laku sibukku aregi duabukku tarala lalenna siminggue, ero laginna dena lisu modala e.”*⁶⁰

Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi bertahan yang dilakukan tidak selalu berhasil apabila penurunan permintaan berlangsung dalam waktu yang lama. Dengan demikian, keberlangsungan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan strategi dengan kondisi pasar yang berubah.

Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas usaha harus dilakukan secara jujur, halal, dan tidak merugikan pihak lain. Pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa tetap berusaha menjalankan usahanya sesuai prinsip-prinsip syariah meskipun berada dalam kondisi sulit. Salah satu informan mengatakan

*“kami hanya berusaha semaksimal mungkin, rezeki tetap allah yang atur. Yang penting usaha dilakukan dengan jujur dan halal”.*⁶¹

⁵⁹ Nurhayati, pelaku usaha kue karasa yang sudah Berhewnti, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

⁶⁰ Nurhayati, pelaku usaha kue karasa yang sudah Berhewnti, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

⁶¹ Erni, pelaku usaha kue karasa yang Masih Bertahan, wawancara oleh penulis di rumah pelaku usaha kue karas, 09 Mei 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki keyakinan bahwa usaha yang dilakukan secara halal dan jujur akan membawa keberkahan. Sikap tersebut sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam kegiatan ekonomi.

Selain itu, strategi bertahan yang dilakukan pelaku usaha seperti menjaga kualitas produk, tidak mengurangi timbangan, serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan juga mencerminkan nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis. Dengan demikian, strategi bertahan yang diterapkan pelaku usaha kue karasa tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga keberlangsungan usaha secara etis dan sesuai ajaran Islam.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Bertahan Yang Dilakukan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Dalam Menghadapi Penurunan Kunjungan Wisatawan Pantai Wakka

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan kunjungan wisatawan di Pantai Wakka memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan usaha kue Karasa di Kecamatan Cempa. Dampak tersebut terlihat dari menurunnya omzet penjualan, berkurangnya jumlah produksi, hingga berhentinya beberapa pelaku usaha.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati mengenai strategi bertahan UMKM di tengah pandemi COVID-19 yang menyatakan bahwa pelaku usaha perlu melakukan inovasi pemasaran dan penyesuaian strategi usaha agar dapat bertahan dalam kondisi krisis. Dalam penelitian ini, pelaku usaha kue karasa juga melakukan

penyesuaian melalui pemasaran digital, pengurangan produksi, dan diversifikasi usaha.⁶²

Temuan penelitian ini dapat dipahami secara mendalam melalui grand teori *Survival Strategy* (Strategi Bertahan Hidup) yang pertama kali dikembangkan dalam konteks sosiologi ekonomi dan kajian kemiskinan. Grand teori ini dicetuskan oleh Edi Suharto dan Robert Chambers.⁶³ Menurut Suharto, strategi bertahan hidup merupakan kemampuan seseorang atau kelompok dalam menggunakan segala sumber daya yang dimiliki baik material maupun non-material untuk mempertahankan eksistensinya di tengah tekanan ekonomi. Adapun Chambers, sebagai pencetus konsep kerentanan dalam kajian kemiskinan menekankan bahwa strategi bertahan berkaitan erat dengan konsep *vulnerability* (kerentanan) dan *resilience* (ketahanan) suatu kelompok masyarakat dalam menghadapi guncangan eksternal. Kondisi pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa yang terdampak penurunan wisatawan mencerminkan kerentanan yang dimaksud Chambers, sementara berbagai strategi adaptif yang mereka terapkan merupakan wujud ketahanan sebagaimana yang dipahami dalam grand teori ini. penelitian ini relevan dengan teori *survival strategy* yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan usaha agar tetap bertahan. Strategi yang dilakukan pelaku usaha kue karasa menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perubahan kondisi pasar akibat penurunan wisatawan.⁶⁴

⁶² Hardilawati, “Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19.”

⁶³ Suharto edi, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, 2009

⁶⁴ Chambers Robert, *Participatory Rural Appraisal Memahami Desa Secara Partisipatif*, 1996

Dalam perspektif ekonomi syariah, strategi bertahan yang dilakukan pelaku usaha mencerminkan nilai kejujuran, kerja keras, dan ikhtiar dalam mencari rezeki yang halal. Pelaku usaha tetap menjaga kualitas produk dan tidak melakukan kecurangan dalam proses produksi maupun penjualan. Hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan pentingnya transaksi yang dilakukan secara jujur dan saling ridha.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa keberlangsungan usaha UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh modal ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi, jaringan sosial, loyalitas pelanggan, dan nilai budaya produk lokal. Oleh karena itu, dukungan pemerintah dan pengembangan sektor wisata sangat diperlukan agar usaha kue karasa di Kecamatan Cempa dapat terus bertahan dan berkembang.

strategi menjaga kualitas produk yang diterapkan pelaku usaha kue karasa merupakan bentuk orientasi pada kepuasan pelanggan yang sejalan dengan konsep *customer retention* dalam manajemen pemasaran. Pelaku usaha yang mempertahankan standar kualitas rasa, kebersihan, dan tampilan produk terbukti mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan lama di tengah kondisi pasar yang melemah. Hal ini sesuai dengan pandangan Kotler dan Keller bahwa mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih efisien secara biaya dibandingkan mencari pelanggan baru, sehingga kualitas produk menjadi investasi jangka panjang bagi keberlangsungan usaha.⁶⁵

Strategi penyesuaian volume produksi yang dilakukan pelaku usaha kue karasa mencerminkan penerapan prinsip efisiensi dalam manajemen operasional

⁶⁵ Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi 14*, 2012

UMKM. Dengan memproduksi sesuai perkiraan permintaan dan pesanan yang masuk, pelaku usaha berhasil menekan risiko kerugian akibat produk yang tidak terjual. Pendekatan ini relevan dengan konsep *lean production* yang menekankan minimalisasi pemborosan dalam proses produksi. Mengingat kue karasa merupakan produk yang memiliki daya tahan terbatas, strategi produksi berbasis permintaan ini menjadi pilihan yang tepat untuk menjaga efisiensi modal dan menghindari kerugian lebih lanjut di tengah lesunya kunjungan wisatawan.

Pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran digital merupakan salah satu inovasi yang paling signifikan yang dilakukan pelaku usaha kue karasa. Strategi ini mencerminkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi yang sejalan dengan temuan Hardilawati, bahwa transformasi digital merupakan kunci utama keberlangsungan UMKM di era krisis. Melalui WhatsApp dan Facebook, para pelaku usaha berhasil menjangkau segmen pasar yang lebih luas, tidak lagi terbatas pada wisatawan yang berkunjung langsung ke Pantai Wakka. Kondisi ini menunjukkan bahwa orientasi pasar yang semula bersifat lokal-wisata dapat bergeser menjadi pasar berbasis komunitas dan jaringan sosial digital yang lebih beragam dan stabil.

Strategi titip jual dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan lama mencerminkan penerapan modal sosial sebagai sumber daya strategis dalam keberlangsungan usaha. Jaringan kepercayaan antara pelaku usaha kue karasa dengan pemilik warung, toko oleh-oleh, dan pelanggan setia menjadi aset non-material yang sangat berharga di saat modal finansial semakin terbatas. Hal ini sejalan dengan pandangan Putnam, tentang peran modal sosial dalam mendorong ketahanan ekonomi komunitas. Dalam konteks UMKM di Indonesia, jaringan

sosial dan kepercayaan antarwarga sering kali menjadi faktor penentu yang membedakan usaha yang mampu bertahan dengan yang terpaksa gulung tikar.

Strategi diversifikasi usaha yang dijalankan oleh sebagian pelaku usaha kue karasa menunjukkan adanya rasionalitas ekonomi dalam pengambilan keputusan usaha di tingkat rumah tangga. Dengan menambah sumber pendapatan dari jenis usaha lain, pelaku usaha berhasil mengurangi ketergantungan pada satu sumber penghasilan yang rentan terhadap fluktuasi kunjungan wisatawan. Pendekatan ini sejalan dengan teori portofolio pendapatan rumah tangga yang menekankan pentingnya diversifikasi sumber penghasilan sebagai strategi mitigasi risiko ekonomi. Meskipun demikian, diversifikasi usaha perlu dikelola secara cermat agar tidak mengalihkan fokus dan tenaga pelaku usaha dari kue karasa sebagai produk utama yang mengandung nilai budaya dan identitas local.

Selain dianalisis melalui grand teori *Survival Strategi*, temuan penelitian ini juga dapat dipahami lebih mendalam melalui lensa teori Resiliensi Usaha (*Buisness Resilience*). Teori ini relevan karena pelaku usaha kue karasa tidak hanya sekedar “bertahan Hidup”, melainkan menunjukkan kemampuan bertahan, beradaptasi, dan Sebagian mulai melakukan transformasi usaha sebagai respons atas tekanan penurunan kunjungan wisatawan yang bersifat berkepanjangan.

Dimensi pertama resiliensi, yaitu *absorptive capacity* (kapasitas penyerapan), tercermin jelas dari strategi pengurangan volume produksi yang diterapkan pelaku usaha kue karasa. Ketika jumlah wisatawan menurun drastis, pelaku usaha tidak semerta-merta menghentikan kegiatan usaha, melainkan menyesuaikan skala produksi agar sesuai dengan perkiraan permintaan. Seperti yang disampaikan informan: “*sekarang kami tidak lagi produksi banyak seperti*

dulu, kami lihat dulu pesanan atau perkiraan pembeli, supaya tidak rugi.”

Kemampuan untuk menyerap tekanan ekonomi melalui efisiensi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki kapasitas absorptive yang memadai, sehingga dampak penurunan wisatawan tidak langsung menyebabkan kebangkrutan usaha meskipun pendapatan menurun signifikan.

Dimensi kedua resiliensi, yakni *adaptive capacity* (kapasitas adaptasi), tampak paling nyata dalam pergeseran strategi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha. Sebelum terjadi penurunan wisatawan, seluruh penjualan bergantung pada kunjungan langsung ke kawasan Pantai Wakka. Namun setelah wisatawan berkurang, pelaku usaha beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook sebagai saluran pemasaran digital, sekaligus menjalin kerja sama titip jual dengan warung dan toko oleh-oleh di sekitar Kecamatan Cempa. Perubahan orientasi pasar ini sejalan dengan pandangan Hollnagel dkk. bahwa usaha yang resiliens mampu merespons perubahan dengan cepat dan mengubah cara operasionalnya tanpa harus menghentikan fungsi dasarnya. Kapasitas adaptasi ini pula yang membedakan pelaku usaha yang masih bertahan dengan mereka yang terpaksa berhenti memproduksi.

Dimensi ketiga resiliensi, yakni *transformative capacity* (kapasitas transformasi), tercermin dari keputusan sebagian pelaku usaha untuk melakukan diversifikasi usaha dengan menjalankan jenis usaha lain seperti berjualan gorengan dan kebutuhan dapur. Langkah ini bukan sekadar strategi bertahan sementara, melainkan menandai pergeseran model sumber pendapatan dari usaha tunggal berbasis wisata menuju usaha yang lebih beragam dan tidak sepenuhnya

bergantung pada arus kunjungan wisatawan. Dalam kerangka Folke,⁶⁶ transformasi semacam ini merupakan wujud dari resiliensi tingkat tertinggi, di mana pelaku usaha tidak hanya pulih ke kondisi semula, tetapi menciptakan struktur pendapatan yang lebih tangguh terhadap guncangan di masa mendatang.

Namun demikian, perlu dicatat bahwa tidak semua pelaku usaha mampu mencapai ketiga dimensi resiliensi ini secara bersamaan. Berdasarkan temuan penelitian, sebagian pelaku usaha hanya mampu berada pada fasa resistensi, yakni sekadar bertahan dengan cara memangkas produksi dan pengeluaran, tanpa berhasil melakukan adaptasi yang lebih luas. Kondisi inilah yang menyebabkan sebagian dari mereka akhirnya berhenti berproduksi ketika tekanan ekonomi berlangsung terlalu lama dan modal usaha tidak mampu lagi menutupi biaya produksi. Hal ini menegaskan bahwa resiliensi usaha tidak bersifat otomatis, melainkan sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya, kapasitas inovasi, dan dukungan jaringan sosial yang dimiliki pelaku usaha.

Dengan demikian, teori resiliensi usaha memberikan kontribusi analitis yang penting dalam penelitian ini. Ia melengkapi grand teori Survival Strategy dengan menjelaskan tidak hanya "strategi apa" yang dilakukan pelaku usaha, tetapi juga "sejauh mana" kapasitas usaha tersebut untuk menyerap tekanan, beradaptasi, dan bertransformasi. Sinergi antara teori Survival Strategy dan teori Resiliensi Usaha memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keberlangsungan usaha kue karasa di Kecamatan Cempa dalam menghadapi penurunan kunjungan wisatawan di Pantai Wakka.

⁶⁶ Folke, C. (2006). Resilience: *The emergence of a perspective for social-ecological systems analyses*. *Global Environmental Change*, 16(3).

2. Dampak Strategi Bertahan tersebut Terhadap Keberlangsungan Usaha Kue Karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan berbagai strategi bertahan oleh pelaku usaha kue karasa memberikan dampak yang bervariasi terhadap keberlangsungan usaha mereka. Secara umum, strategi-strategi tersebut berhasil membantu sebagian pelaku usaha untuk tetap bertahan di tengah tekanan penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Wakka, meskipun kondisi usaha belum sepenuhnya pulih seperti sebelumnya.

Strategi menjaga kualitas produk terbukti berdampak positif terhadap retensi pelanggan lama. Pelanggan yang telah mengenal dan mempercayai kualitas kue karasa cenderung melakukan pembelian ulang, bahkan untuk keperluan acara keluarga atau sebagai oleh-oleh. Temuan ini sejalan dengan teori keberlangsungan usaha yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam mempertahankan eksistensi usaha jangka panjang. Kualitas produk yang konsisten menjadi fondasi kepercayaan konsumen yang tidak mudah tergantikan oleh faktor harga semata.

Strategi pemasaran digital melalui WhatsApp dan Facebook memberikan dampak yang cukup signifikan dalam memperluas jangkauan pasar pelaku usaha. Dengan memanfaatkan media sosial, beberapa pelaku usaha berhasil mendapatkan pesanan dari luar daerah yang sebelumnya tidak terjangkau melalui penjualan langsung di kawasan wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian Hardilawati yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu strategi utama UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah krisis. Pemasaran digital terbukti mampu menggeser

ketergantungan usaha dari pasar wisata lokal menuju pasar berbasis komunitas yang lebih luas dan stabil.⁶⁷

Strategi titip jual ke warung dan toko oleh-oleh berdampak pada perluasan titik distribusi produk kue karasa. Dengan tidak lagi hanya bergantung pada satu titik penjualan di kawasan pantai, pelaku usaha mampu menjangkau konsumen yang lebih beragam, termasuk masyarakat setempat yang tidak berkunjung ke Pantai Wakka. Jaringan distribusi yang lebih luas ini secara tidak langsung berkontribusi pada stabilitas pendapatan usaha, meskipun margin keuntungan per unit menjadi lebih kecil karena adanya bagi hasil dengan pemilik warung atau toko. Dalam perspektif manajemen usaha, strategi ini merupakan bentuk diversifikasi saluran distribusi yang relevan diterapkan oleh UMKM dalam kondisi penurunan kunjungan wisatawan di pantai wakka.

Strategi diversifikasi usaha yang dijalankan oleh sebagian pelaku usaha terbukti efektif dalam menjaga stabilitas pendapatan rumah tangga. Pelaku usaha yang tidak hanya bergantung pada satu sumber pendapatan cenderung lebih mampu bertahan dibandingkan mereka yang mengandalkan penjualan kue karasa semata. Temuan ini relevan dengan konsep ketahanan ekonomi rumah tangga yang menekankan pentingnya portofolio pendapatan yang beragam sebagai penyangga risiko ekonomi. Namun demikian, diversifikasi usaha juga berisiko mengalihkan perhatian dan tenaga pelaku usaha dari usaha utamanya, sehingga perlu dikelola secara seimbang agar kualitas dan keberlangsungan produksi kue karasa tetap terjaga.

⁶⁷ Serly Hardiyanti, "Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Pembiayaan Mudharabah Sebagai Upaya Meminimalisir Pembiayaan Bermasalah Di Bmt Assyafiiyah Metro," *Institut Agama Islam Negeri Metro* 2, no. 1 (2024): 10–32.

Secara keseluruhan, dampak strategi bertahan terhadap keberlangsungan usaha kue karasa dapat dilihat dari dua sisi. Di satu sisi, strategi-strategi tersebut berhasil mencegah lebih banyak pelaku usaha gulung tikar dan membantu mempertahankan tradisi produksi kue karasa sebagai warisan budaya kuliner khas Bugis. Di sisi lain, pendapatan pelaku usaha yang masih aktif belum sepenuhnya pulih ke tingkat sebelum terjadinya penurunan wisatawan. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi bertahan yang diterapkan baru berhasil pada tahap survival atau bertahan hidup, dan masih memerlukan upaya lanjutan untuk mencapai tahap recovery dan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Oleh karena itu, sinergi antara inisiatif mandiri pelaku usaha dan dukungan kebijakan pemerintah daerah menjadi kunci penting bagi pemulihan dan pengembangan usaha kue karasa ke depannya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai dampak penurunan pengunjung wisatawan terhadap strategi bertahan pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Strategi bertahan yang dilakukan pelaku usaha kue karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang dalam menghadapi penurunan kunjungan wisatawan Pantai Wakka dapat dikategorikan sebagai kombinasi strategi pasif dan aktif. Strategi pasif meliputi pengurangan volume produksi sesuai permintaan dan penghematan biaya operasional, termasuk menyesuaikan penggunaan bahan baku akibat kenaikan harga gula merah, tepung beras, dan minyak goreng. Strategi aktif meliputi: (a) menjaga dan mempertahankan kualitas rasa serta kebersihan produk; (b) pemasaran digital melalui WhatsApp dan Facebook untuk menjangkau pembeli di luar kawasan wisata; (c) titip jual produk ke warung dan toko oleh-oleh di sekitar Kecamatan Cempa; (d) mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan lama sebagai modal sosial; dan (e) diversifikasi usaha dengan menjalankan jenis usaha lain sebagai sumber pendapatan tambahan. Temuan ini sejalan dengan grand teori survival strategy dari Edi Suharto dan Robert Chambers, yang menekankan bahwa pelaku usaha perlu memanfaatkan sumber daya material maupun non-material secara adaptif untuk mempertahankan eksistensi usahanya di tengah tekanan ekonomi.
2. Penerapan strategi bertahan tersebut memberikan dampak yang bervariasi terhadap keberlangsungan usaha kue karasa, baik dilihat dari sisi omzet penjualan, kontinuitas produksi, maupun persepsi pelaku usaha mengenai masa depan usahanya. Strategi menjaga kualitas produk terbukti meningkatkan retensi pelanggan lama sehingga turut menopang omzet penjualan; pemasaran

digital memperluas jangkauan pasar ke luar kawasan wisata; serta titip jual dan diversifikasi usaha memperkuat kontinuitas produksi dan stabilitas pendapatan rumah tangga di tengah fluktuasi kunjungan wisatawan. Meski demikian, secara keseluruhan dampak tersebut baru mengantarkan pelaku usaha pada tahap survival atau bertahan hidup, belum pada tahap recovery atau pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, sehingga persepsi pelaku usaha terhadap masa depan usahanya masih diwarnai ketidakpastian. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha kue karasa ke depan masih memerlukan sinergi antara inisiatif mandiri pelaku usaha dan dukungan kebijakan pemerintah daerah, khususnya dalam pengembangan pariwisata Pantai Wakka.

3. Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, strategi bertahan yang diterapkan oleh para pelaku usaha kue karasa mencerminkan nilai-nilai Islam, antara lain kejujuran dalam bertransaksi, kegigihan berikhtiar, transparansi dalam berbisnis, serta semangat ta'awun (tolong-menolong) yang tampak dalam jaringan kerja sama dengan pemilik warung dan toko oleh-oleh. Pelaku usaha tetap menjaga kualitas produk dan tidak melakukan kecurangan meskipun berada dalam tekanan ekonomi, sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan bahwa rezeki yang halal dan berkah hanya dapat diraih melalui usaha yang jujur, kerja keras, dan berserah diri kepada Allah SWT.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, penulis merumuskan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Kue Karasa

Para pelaku usaha kue karasa disarankan untuk terus meningkatkan kompetensi digital guna memaksimalkan pemasaran melalui media sosial, tidak hanya terbatas pada WhatsApp dan Facebook, tetapi juga merambah platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace online. Selain itu, pelaku usaha perlu berinovasi dalam kemasan produk agar tampil lebih menarik dan higienis sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Membangun jaringan kerja sama yang lebih terstruktur antar sesama pelaku usaha kue karasa juga sangat dianjurkan agar tercipta kekuatan kolektif dalam menghadapi tantangan bersama.

2. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Pinrang

Pemerintah Daerah Kabupaten Pinrang, khususnya Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UMKM, diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap kondisi Pantai Wakka dengan memperbaiki infrastruktur akses jalan, fasilitas umum, dan pengelolaan kebersihan kawasan wisata. Selain itu, pemerintah perlu menyelenggarakan program pelatihan kewirausahaan digital bagi pelaku UMKM kuliner tradisional secara berkala, serta memfasilitasi akses permodalan yang lebih mudah agar pelaku usaha yang terdampak dapat memulihkan dan mengembangkan usahanya kembali.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak informan dari berbagai kelompok pelaku usaha, termasuk mereka yang telah berhenti berproduksi, guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan

pendekatan kuantitatif atau campuran untuk mengukur seberapa besar dampak masing-masing strategi bertahan terhadap tingkat keberlangsungan usaha secara terukur. Kajian komparatif dengan UMKM kuliner tradisional di destinasi wisata lain juga sangat direkomendasikan sebagai pengembangan riset ke depan.



DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an Al- Karim

- Adila, Nur. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kue Karasa Di Kabupaten Pinrang." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019).
- Ambarita, Indah, Gusti Prahmana, and Rozaq Habibi. "Analisis Strategi Bertahan Sektor UMKM," 2024. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>.
- Andriuni, Putri, Ahmad Dzul, and Ilmi Syarifuddin. "Strategi Promosi Pelaku Usaha Kuliner Tiram Bakar Dalam Menarik Minat Wisatawan Di Kabupaten Barru." *Shai'ar: Sharia Tourism Research*, 2025. <https://doi.org/10.35905/shi>.
- Arifin, Firman. "Meningkatkan Kecerdasan Spiritual Peserta Didik Di SMA Negeri 5 Pinrang Program Studi Manajemen Pendidikan Islam." *Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2022.
- Dewintara, Eka. "Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bertahan Dalam Menghadapi Persaingan Wirausahawan Perempuan Pada UMKM Di Kota Parepare." *Tesis Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2024.
- Dra. Mimin Yatminiwati, M.M. *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Widya Gama Press, 2019.
- Endah, ramli, syarifuddin, edi saputra, desi suliwati. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, n.d.
- Febriana, Jihan Ellyanti, and Khoirul Rosyadi. "Strategi Bertahan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Busana Di Kelurahan Demangan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan)." *SOSIETAS* 12, no. 2 (June 13, 2023). <https://doi.org/10.17509/sosietas.v12i2.58692>.
- Folke, C. *Resilience: The emergence of a perspective for social-ecological systems analyses*. *Global Environmental Change*, 16(3). 2006
- Hardilawati, Wan Laura. "Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19." *Governabilitas(Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2021.
- Hidayati, Ulfah, Suranto Aw, Voettie Wisataone, Nadalia Silmi, and Permata Dian. "Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Marketplace Bagi Ibu Rumah Tangga" 11 (2022).

- Irma. "Pengelolaan Alokasi Dana Dalam Proses Pembangunan Desa Berdasarkan Akuntansi Syariah Di Desa Basseang Kabupaten Pinrang." *Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2022.
- Japri, Rahmahdani, Departemen Teknik, Kelautan Fakultas, and Teknik Universitas. "Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Pantai Wakka Kabupaten Pinrang" 3, no. 1 (2020).
- Kasmianti et al. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech (Peer to Peer Lending, Serta Sikap Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pelakon UMKM," 2021.
- Pijarnews. "Pantai Wakka; Pesona Wisata Bahari Dan Sajian Kuliner Yang Lezat," n.d.
- S, Andi Bahri, Muzdalifah Muhammadun, Nurul Qisti, Al Ihfa, Fakultas Ekonomi, Iain Parepare, Prodi Magister, Ekonomi Syariah, and Iain Parepare. "Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Cangkang Kerang Di Kota Parepare" 6 (2022).
- S, Muhammad Risal. "Analisis Swot Terhadap Strategi Peningkatan Daya Saing Penjualan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Percetakan Spanduk Citra Wira Karya Di Kota Parepare." *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2025.
- Semaun, Syahriyah. *19-Covid Pandemi Dalam 19 Perspektif*, 2020.
- Semaun, Syahriyah, Islamul Haq, and Sitti Jamilah Amin. "Analisis Ekonomi Syariah Terhadap Kearifan Lokal Mula Balu Sebagai Penglaris Di Pasar Sentral Sengkang." *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 15 (2025).
- Serly Hardiyanti. "Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Pembiayaan Mudharabah Sebagai Upaya Meminimalisir Pembiayaan Bermasalah Di Bmt Assyafiiyah Metro." *Institut Agama Islam Negeri Metro* 2, no. 1 (2024).
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Prakteknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- Suprianto. "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada UMKM Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Penjual Kue Karasa Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang)." *IAIN Parepare* 2, no. 4 (2023).
- Syam, Muh Taufiq, Afidatul Asmar, Muhammad Majdy Amiruddin, Rustam Magun Pikahulan, Besse Faradiba, Ulfa Hidayati, Fahmiah Akilah, Sri Wahyuni Nur, and Tien Asmara Palint. *Corona Di Pohon Cemara*, 2022.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. "Undang-Undang Republik

Indonesia Nomor 20 Tahun 2008,” no. 1 (2008).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009” 19, no. 19 (2009): 19.

Wasil, Mohammad. “Strategi Umkm Bertahan Bertahan Dimasa Pandemi Covid 19.” *Journal of Gender Equality and Social Inclusion (Gesi)* 2, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.38156/gesi.v2i1.153>.

Wildavsky. “Model Bisnis Dalam Pengembangan Kelompok Usaha,” 1988.



LAMPIRAN



	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No.8 Soreang 91132 Telp. (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
	INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

INSTRUMEN LEMBAR WAWANCARA

Nama : Askin
 Nim/ Prodi : 2220203860202093/ Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul : Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Tengah
 Penurunan Kunjungan Wisatawan Di Kawasan Pantai Wakka
 Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang

IDENTITAS INFORMAN

Nama :
 Alamat :
 Jenis Kelamin :
 Usia :
 Pekerjaan/Jabatan :
 Tanggal :
 Wawancara :
 aLokasi :

DAFTAR PERTANYAAN**Profil dan Kondisi Usaha Kue Karasa**

1. Bagaimana proses produksi kue karasa di usaha Bapak/Ibu?
2. Di mana saja biasanya Bapak/Ibu menjual kue karasa?
3. Siapa sasaran utama pembeli kue karasa Bapak/Ibu?

Dampak penurunan Kunjungan Wisatawan

4. Menurut Bapak/Ibu, sejak kapan mulai terasa penurunan kunjungan wisatawan di Pantai Wakka?
5. Sebelum terjadi penurunan wisatawan, bagaimana kondisi penjualan kue karasa Bapak/Ibu?
6. Setelah wisatawan menurun, bagaimana dampaknya terhadap usaha Bapak/Ibu?
7. Selain penurunan penjualan, apa dampak lain yang Bapak/Ibu rasakan?

Strategi Bertahan Melalui Kualitas Produk dan Harga

8. Apakah Bapak/Ibu melakukan perubahan pada resep atau kualitas kue karasa setelah kunjungan wisatawan menurun?
9. Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting kualitas rasa dan tampilan kue karasa untuk mempertahankan pelanggan di kondisi seperti sekarang?
10. Apakah Bapak/Ibu pernah mengubah harga jual kue karasa sejak wisatawan menurun?
11. Apa pertimbangan Bapak/Ibu dalam menentukan harga?
12. Apakah Bapak/Ibu pernah memberikan diskon, paket hemat, atau bonus untuk menarik pembeli?

Strategi Pemasaran

13. Sebelum penurunan kunjungan, Bapak/Ibu biasanya mempromosikan kue karasa dengan cara apa?
14. Setelah wisatawan menurun, apakah Bapak/Ibu mencoba cara promosi baru?
15. Menurut Bapak/Ibu, cara promosi mana yang paling efektif sejauh ini?

Strategi Perluasan Pasar dan Kerja Sama

16. Apakah sekarang Bapak/Ibu masih hanya mengandalkan penjualan di Pantai Wakka, atau sudah memperluas ke tempat lain?
17. Apakah Bapak/Ibu pernah bekerja sama dengan pihak lain untuk menjual kue karasa?

Strategi Efisiensi Produksi dan Operasional

18. Setelah penurunan wisatawan, apakah Bapak/Ibu mengurangi jumlah produksi harian?
19. Apakah Bapak/Ibu melakukan penghematan pada biaya produksi?
20. Apakah pernah ada perubahan pada jam kerja atau hari berjualan sebagai bentuk strategi bertahan?
21. Apakah Bapak/Ibu berkomunikasi atau bekerja sama dengan pelaku usaha lain di sekitar Pantai Wakka?
22. Strategi apa yang menurut Bapak/Ibu paling berhasil membantu usaha tetap berjalan di tengah penurunan wisatawan?

Outline/ Kerangka Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

2. Latar belakang
3. Rumusan Masalah
4. Tinjauan Penelitian
5. Manfaat Penelitian
6. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Penelitian Relevan
2. Landasan Teori
 - a. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
 - b. Pariwisata dan Wisata Bahari
 - c. Ekonomi Kreatif dan Produk Lokal
 - d. Strategi dan Manajemen Strategi
 - e. Strategi Bertahan UMKM
 - f. Keberlangsungan Usaha
4. Kerangka Konseptual
5. Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

7. Pendekatan dan Jenis Penelitian
8. Lokasi dan Waktu Penelitian
9. Fokus Penelitian
10. Jenis dan Sumber Data
11. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

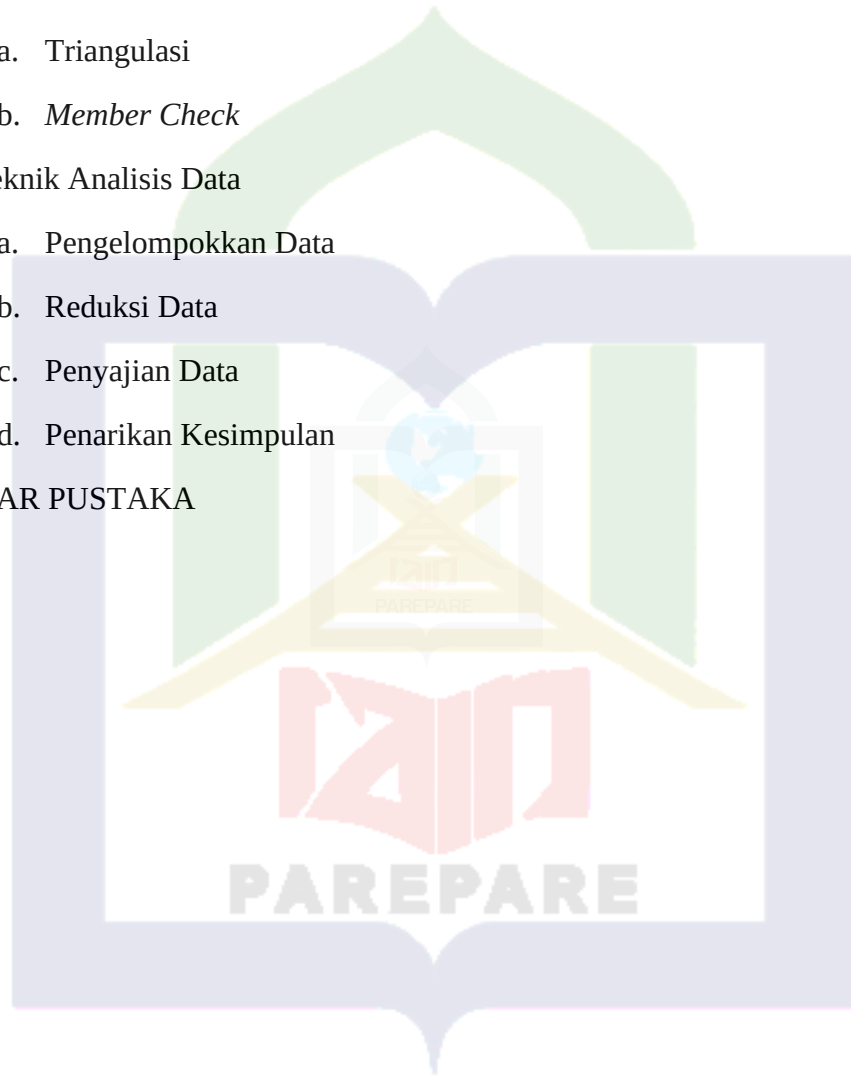
12. Uji Keabsahan Data

- a. Triangulasi
- b. *Member Check*

13. Teknik Analisis Data

- a. Pengelompokkan Data
- b. Reduksi Data
- c. Penyajian Data
- d. Penarikan Kesimpulan

DAFTAR PUSTAKA





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1496/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2026

05 Mei 2026

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

di

KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: ASKIN
Tempat/Tgl. Lahir	: PINRANG, 12 Februari 2004
NIM	: 2220203860202093
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: CEMPA PASAR, KELURAHAN CEMPA, KECAMATAN CEMPA, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

DAMPAK PENURUNAN PENGUNJUNG WISATAWAN TERHADAP STRATEGI BERTAHAN PELAKU USAHA KUE KARASA DI KECAMATAN CEMPA KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 06 Mei 2026 sampai dengan tanggal 06 Juni 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare





PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0248/PENELITIAN/DPMTSP/05/2026

Tentang
SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 06-05-2026 atas nama ASKIN, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
 8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0255/RT.Teknis/DPMTSP/05/2026, Tanggal : 07-05-2026
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0248/BAP/PENELITIAN/DPMTSP/05/2026, Tanggal : 08-05-2026

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
KESATU : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :
 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8
 3. Nama Peneliti : ASKIN
 4. Judul Penelitian : DAMPAK PENURUNAN PENGUNJUNG WISATAWAN TERHADAP STRATEGI BERTAHAN PELAKU USAHA KUE KARASA DI KECAMATAN CEMPA KABUPATEN PINRANG
 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : UMM KUE KARASA DI KECAMATAN CEMPA
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Cempa

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 07-11-2026.

KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 08 Mei 2026



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANL, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-





Balai
Sertifikasi
Elektronik



CERTIFIED
QUALITY
MANAGEMENT
SYSTEMS

**ZONA
HIJAU**



OMBUDSMAN
SULUT SULUT PROVINSI SULUT

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BScE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ERNI
Umur : 44 tahun
Nama Usaha : MEIATI
Alamat : CEMPA PAJAR

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 / 7 / 2026

(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Candong
Umur : 72 Tahun
Nama Usaha : Utama Mega
Alamat : Cempa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20.../Juni/ 2026

()
Candong

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANTI
Umur : 39 Tahun
Nama Usaha : Tunas Harapan
Alamat : Cempa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 / Juni / 2026


ANTI

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ansar

Umur : 45

Nama Usaha : RESK 157

Alamat : Cempa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Juni / 2026

()
Ansar

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURUNG
Umur : 76
Nama Usaha : Teratai
Alamat : Cempa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20.../Juni/ 2026

(.....)
NURUNG

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasni
Umur : 46 Tahun
Nama Usaha : Gemilang Hasni
Alamat : Cempa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20/05/2026

()
Hasni

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhayati
Umur : 60
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Penguasa Usaha yang Sudah Berhenti

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Askin yang sedang melakukan penelitian di kecamatan Cempa kabupaten Pinrang dengan judul Skripsi "Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20.../MEI./ 2026

(.....)
Nurhayati

PAREPARE



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN CEMPA
KELURAHAN CEMPA**

Alamat Jalan Poros Cempa – Akkajang, Kode Pos 91262

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 20 / KEL-CMP / VI / 2026

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BAHTIAR, S.PD
Jabatan : Lurah Cempa
NIP : 19720716 200012 1 002

Menerangkan bahwa :

Nama : ASKIN
Tempat tgl lahir : Pinrang, 12 Februari 2004
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar / mahasiswa
Alamat : Lngk, Cempa pasar, Kel. Cempa, Kec. cempa

Telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul : “**DAMPAK PENURUNAN PENGUNJUNG WISATAWAN TERHADAP STRATEGI BERTAHAN PELAKU USAHA KUE KARASA DI KELURAHAN CEMPA, KECAMATAN CEMPA, KABUPATEN PINRANG**”. Selama sebulan di kelurahan cempa

Demikian Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cempa, 5 Juni 2026

LURAH CEMPA



DOKUMENTASI WAWANCAR



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Hasni sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang masih bertahan sampai sekarang

PAREPARE



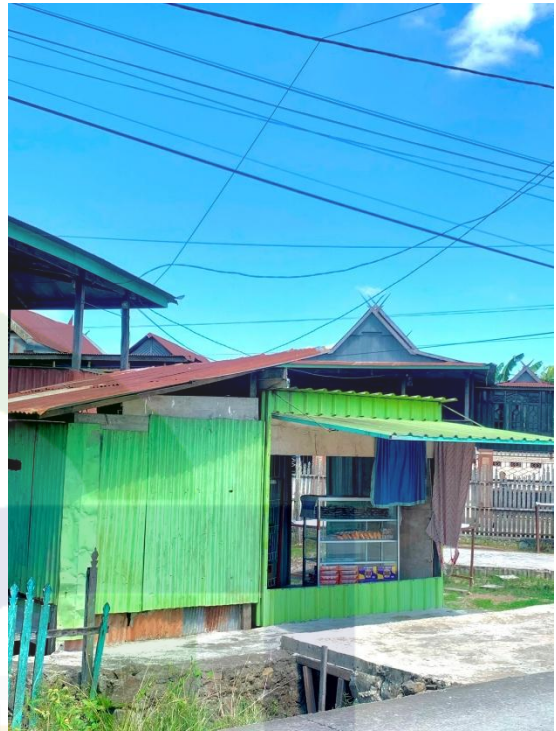
Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Erni sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang masih bertahan sampai sekarang



Dokumentasi wawancara dengan Ibu Anti dan foto tempat usaha sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang masih bertahan sampai sekarang



Dokumentasi wawancara dengan Bapak Ansar sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang masih bertahan sampai sekarang



Dokumenta siwawancara dengan Ibu Candong sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang masih bertahan sampai sekarang



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Nurung sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang masih bertahan sampai sekarang





Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Nurhayati sebagai pelaku usaha Kue Karasa yang sudah berhenti

BIODATA PENULIS



Askin lahir di Pinrang, lebih tepatnya di Kabupaten Pinrang provinsi Sulawesi selatan pada tanggal 12 Februari 2004. Penulis merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara, dari pasangan bapak Haris dan Ibu Umyati. Penulis memuali Pendidikan formal di TK Pertiwi Cempa pada tahun (2009-2010), SD Negeri 33 Cempa pada tahun (2010-2016), SMP Negeri 1 Cempa pada tahun (2016-2019), SMK Negeri 2 Pinrang pada tahun (2019-2022) dan pada tahun 2022 penulis melanjutkan Pendidikan sebagai mahasiswa di kampus Institut Agma Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama menjalani masa perkuliahan, penulis ikut serta dalam kegiatan akademik maupun non akademik, pada tahun 2024 penulis menjabat sebagai wakil ketua Umum Himpunan Program Studi (HMPS) Ekonomi Syariah (ES) periode 2024-2025 pada tahun 2026-2027 penulis juga menjabat sebagai wakil komandan KSR-P MI Unit 01 IAIN Parepare. Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) penulis mengajukan skripsi dengan judul “*Dampak Penurunan Pengunjung Wisatawan Terhadap Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang*”.