

**SOCIAL CAPITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN LOKAL
KAJIAN KETERLIBATAN MASYARAKAT DALAM
USAHA PARIWISATA DI DELHA KABUPATEN ROTE NDAO
NUSA TENGGARA TIMUR**

*Fitri Ciptosari, *Titi Susilowati Prabawa), dan Bele Antonius*
Fakultas Interdisiplin Universitas Kristen Satya Wacana

Submitted:09-08-2018; Revised:23-01-2019; Accepted: 23-01-2019

ABSTRACT

An entrepreneur is believed to be the backbone of the economy. Very few studies in NTT and none in Rote have explored this area in the context of tourism. Based on ethnographic research, this study focuses on local tourism entrepreneurship in the context of socio-cultural complexities of Delha's community, Rote. This qualitative research aimed to discuss how local entrepreneurs respond to every opportunity and challenge, due to cultural remoteness of host communities to tourism-related business. Data were collected with observations and in-depth interview with the life history approach. The findings show that the local entrepreneur has utilized social capital in responding to every opportunity and challenge. Bonding social capital has a large role at a startup while bridging social capital provides wider outside networks to maintain and develop bigger business. In this study, linking social capital has found very limited. Even though linking social capital plays an important role in supporting capital supports, business licenses, and other facilities that help a lot in business development. Given the literature, this is not a mainstream result, kinship and solidarity as a form of social capital do not always support the entrepreneurial process, particularly in the context of communal society. As a recommendation, the culture of collectivity that developed strongly in Delha community can be utilized as social capital in developing socio-enterprise.

Keywords: *Entrepreneurship; Rote; Small medium enterprises; Social capital; Tourism.*

ABSTRAK

Kewirausahaan telah diketahui memiliki peran penting sebagai tulang punggung dan mesin penggerak bagi perekonomian suatu daerah. Akan tetapi, kajian terhadap perkembangan kewirausahaan pariwisata masih sangat sedikit di NTT, mengingat pariwisata telah dilihat sebagai prioritas pembangunan di provinsi ini. Oleh karena itu, penelitian etnografi ini dilakukan untuk melihat sejauh mana kewirausahaan pariwisata berkembang, khususnya dalam konteks sosial budaya masyarakat Delha, Rote. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana wirausaha lokal merespon setiap peluang dan tantangan dalam berwirausaha di tengah kondisi keterbatasan masyarakat Delha untuk terlibat dalam usaha pariwisata. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pendekatan *life history*. Temuan menunjukkan bahwa modal sosial telah dimanfaatkan oleh masyarakat Delha dalam merespon setiap peluang dan tantangan dalam berwirausaha. *Bonding social*

*Corresponding author: titusilowati@gmail.com.

Copyright© 2019 THE AUTHOR (S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International license. Jurnal Kawistara is published by the Graduate School of Universitas Gadjah Mada.

capital memiliki peran besar saat *startup*, sementara pengusaha lokal yang berhasil mempertahankan dan mengembangkan usahanya adalah mereka yang memiliki *bridging social capital* atau jaringan yang lebih luas di luar komunitasnya. Dalam kajian ini, pengusaha lokal ditemukan memiliki *linking social capital* terbatas. Padahal, *linking social capital* berperan penting dalam mendukung penyediaan fasilitas-fasilitas permodalan, izin usaha, maupun kemudahan-kemudahan lain yang banyak membantu dalam pengembangan usaha. Berbeda dari penelitian modal sosial yang banyak berkembang, rupanya kekerabatan dan solidaritas sebagai bentuk modal sosial tidak selalu mendukung proses kewirausahaan, khususnya dalam konteks masyarakat komunal. Sebagai rekomendasi, budaya kolektivitas yang berkembang kuat di masyarakat Delha sangat berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai modal sosial dalam membangun kepariwisataan yang berbasis kewirausahaan komunitas.

Kata Kunci: *Kewirausahaan; Modal sosial; Pariwisata; Rote; UMKM.*

PENGANTAR

Sebagaimana negara-negara lain, Indonesia melihat pariwisata berpotensi menggerakkan ekonomi negara sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Pemerintah Indonesia menggalakkan pengembangan destinasi-destinasi pariwisata baru sebagai bagian dari prioritas pembangunan, salah satunya adalah Nusa Tenggara Timur (NTT). Selama ini wilayah NTT dikenal sebagai propinsi yang tertinggal karena sebagian besar wilayahnya kering dan gersang, dengan aksesibilitas rendah sehingga kurang menarik bagi investor. Akan tetapi, akhir-akhir ini pemerintah dan masyarakat NTT mulai melihat wilayahnya memiliki berbagai keunikan baik alam maupun budaya yang berpotensi menjadi daya tarik wisata dan dapat menggerakkan ekonomi lokal. Keyakinan ini semakin menguat setelah Labuan Bajo yang terletak di Kabupaten Flores ditetapkan sebagai salah satu destinasi prioritas oleh presiden. Sejak saat itu, jargon '*New Tourism Territory*' muncul sebagai keyakinan bahwa pembangunan pariwisata akan mengurangi kemiskinan di wilayah ini.

Dalam konteks negara berkembang, pariwisata sering berkembang di daerah yang

umumnya terpencil dan marjinal seperti di perdesaan (Ashley dan Roe, 1998). Masyarakat di wilayah-wilayah seperti ini pada umumnya belum cukup memiliki kemampuan untuk menangkap peluang usaha. Mereka hanya dapat menangkap peluang usaha dalam rangka memenuhi *livelihood* mereka (Turner, 2007).

Pada umumnya masyarakat lokal merespons kehadiran pariwisata melalui kegiatan kewirausahaan dengan menjalankan usaha kecil. Kewirausahaan memiliki peran penting sebagai katalisator bagi pengembangan produk dan jasa pariwisata (Scheyvens, 2007). Kewirausahaan tidak harus dimaknai sebagai investasi skala besar. Sektor informal dalam bentuk usaha kecil juga dapat berkontribusi pada upaya pengentasan kemiskinan (Ashley, Roe dan Goodwin, 2001).

Hal yang perlu diwaspadai adalah seiring dengan meningkatnya popularitas destinasi wisata, keberlangsungan hidup masyarakat lokal dapat terancam karena popularitas destinasi tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi menarik minat para pemilik modal dari luar untuk membuka usaha skala besar (Butler, 1980). Munculnya usaha-usaha besar ini dapat menimbulkan persaingan bagi usaha kecil yang diselenggarakan oleh masyarakat lokal sehingga usaha mereka sulit berkembang (Erb, 2015) dan ada kemungkinan usaha lokal mengalami kebangkrutan karena kalah bersaing (Tosun, 2000). Di samping faktor eksternal, faktor budaya juga dapat mempengaruhi kemampuan usaha lokal untuk berkembang. Sebagai contoh, dalam penelitian di Ngada Flores, budaya kolektif dari masyarakat setempat menghambat perkembangan usaha yang dirintis oleh sejumlah anggota masyarakat (Cole, 2007). Oleh karena itu, tidak mudah untuk mewujudkan keterlibatan masyarakat dan menjadikan pengusaha lokal berperan sebagai *prime mover* dalam industri pariwisata.

Menghadapi berbagai tantangan tersebut, beberapa kajian menunjukkan bahwa pengusaha lokal yang mampu bertahan pada umumnya adalah pengusaha yang dapat mengakses pengetahuan dan keterampilan (Smilor, 1997; Krueger, 2007) mengakses

modal finansial (Tosun, 2000); dan mereka yang mampu membangun jaringan sehingga dapat memanfaatkan modal sosial dalam pengembangan usaha mereka (Adler dan Kwon, 2002).

Modal sosial berpotensi menjadi strategi dan sarana untuk mengembangkan usaha kecil (Schwarz, 2017; Turner, 2007; Jeong, 2013). Keefektifan modal sosial sangat ditentukan oleh ukuran koneksi jaringan yang dapat dimobilisasi oleh tiap individu (Turner, 2007). Terdapat tiga klasifikasi modal sosial, di antaranya: *bonding social capital* sebagai bentuk ikatan antara keluarga, teman dekat, kelompok etnis atau pada pekerjaan yang sama (Woolcock, 2000; Levitte, 2004); *bridging social capital* yang membuka kesempatan untuk terhubung ke jaringan yang lebih luas di luar lingkungan kekerabatan dan pertemanan (Gittell dan Vidal, 1998; Levitte, 2004); dan *linking social capital* yang dianggap lebih substansial untuk kemajuan usaha karena dapat memfasilitasi perolehan sumber daya, gagasan, dan informasi dari institusi yang lebih formal (Woolcock, 2001; Levitte, 2004). Ketiga modal sosial tersebut memberikan pemahaman konseptual bahwa modal sosial yang terbentuk dapat menciptakan hasil yang berbeda. Semakin kompleks, luas, dan beragamnya jaringan yang dimiliki seorang pengusaha, semakin besar kemungkinan ia dapat memperoleh dukungan untuk mencapai keberhasilan bisnis. Sebagai aset nonmaterial, modal sosial sangat berperan dalam mendukung usaha kecil ketika bentuk modal lainnya terbatas dan tidak dapat dijangkau.

Dalam rangka memahami pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan usaha di kalangan pengusaha lokal di bidang pariwisata, peneliti memilih melakukan penelitian di Kabupaten Rote Ndao, NTT. Rote Ndao menarik untuk diteliti karena sebagai daerah otonom, kabupaten Rote Ndao mengalami perkembangan ekonomi yang cukup lamban, kecuali wilayah Delha salah satu bagian dari Rote Barat yang justru mengalami perubahan sosial ekonomi cukup cepat karena pariwisata hadir dan membuka peluang diversifikasi sumber *livelihood* bagi masyarakat setempat.

Penelitian ini menemukan bahwa kehadiran pariwisata di Delha telah membuka kesempatan bagi keterlibatan masyarakat lokal melalui beragam bentuk peluang usaha meskipun jumlahnya masih terbatas.

Secara keseluruhan NTT hanya memiliki 0,7% wirausaha dan ini masih sangat jauh dari angka ideal. Dibutuhkan paling sedikit 2% wirausaha dari total populasi setempat agar ekonomi lokal berkembang dengan baik (Ropo, 2017). Oleh karena itu, sangat penting bagi NTT khususnya Delha Rote untuk mendorong pertumbuhan kewirausahaan lokal dalam mewujudkan pertumbuhan yang inklusif dan pembangunan yang berkelanjutan.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang berangkat dari ketertarikan penulis terhadap pariwisata sebagai *prime mover* ekonomi daerah, khususnya melalui kewirausahaan lokal. Meskipun pertumbuhan kewirausahaan lokal dalam pariwisata sangat penting perannya, tetapi kajian mengenai masalah ini masih terbatas khususnya untuk wilayah-wilayah yang mulai berkembang sebagai daerah tujuan wisata di Indonesia seperti wilayah NTT. Salah satu kajian yang membahas mengenai pengalaman masyarakat lokal dengan kehadiran pariwisata di Ngada, Flores (Cole, 2007). Kajian lain mengenai Rote, lebih berfokus pada masalah pembangunan pariwisata dan keterlibatan masyarakat secara umum (Wright dan Lewis, 2012).

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengaji bagaimana wirausaha lokal merespon setiap peluang dan tantangan dalam berwirausaha di tengah kondisi keterbatasan masyarakat Delha untuk terlibat dalam usaha pariwisata. Penelitian kualitatif dibutuhkan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena secara kontekstual, bukan sekedar mengidentifikasi pola dan tren, terutama dalam mengungkap dan memahami fenomena terkendala oleh keterbatasan pengetahuan yang ada (Corbin dan Strauss, 2008). Hal ini sangat relevan dengan Rote, di mana proses pembangunan dan perspektif masyarakat tentang kewirausahaan belum dipelajari dan didokumentasikan secara formal.

Dalam rangka pengumpulan data untuk kajian ini, peneliti melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam selama tiga bulan di lapangan. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 11 pengusaha lokal yang memberikan layanan kepada wisatawan dengan bidang usaha yang bervariasi, di antaranya adalah pengusaha penginapan, pengusaha transportasi, pemilik rumah makan, pengusaha spa, pemilik surf shop, penjual souvenir, dan pemilik kios. Untuk mendapatkan gambaran utuh mengenai pengalaman berusaha dan bagaimana peran modal sosial dalam usaha lokal, peneliti menggunakan pendekatan *business life history* agar dapat menggali pengalaman pribadi narasumber mulai dari proses membangun usaha dan mengembangkannya dalam konteks sosial setempat.

Dalam artikel ini, penulis memaparkan subbab dengan diawali gambaran mengenai latar belakang sejarah perkembangan pariwisata Delha dan transformasi kehidupan masyarakat sebelum dan sesudah pariwisata hadir di Delha. Pada bagian temuan dipaparkan tentang permasalahan dari usaha yang berkembang dan bagaimana pengusaha lokal memanfaatkan modal sosial untuk mengatasinya. Pada bagian akhir dipaparkan analisa dan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Sejarah Perkembangan Pariwisata Delha

Delha adalah wilayah di Kabupaten Rote Ndao yang pertama kali berkembang sebagai destinasi pariwisata. Delha merupakan salah satu *Nusak* atau kerajaan dari 19 *Nusak* yang berada di Rote. *Nusak* Delha berada di wilayah Rote Barat yang terdiri dari desa Sedeoen, Nemberala, Oenggaut dan Bo'a, yang kini juga disebut sebagai Kawasan Wisata Nemberala atau kawasan perdesaan wisata berdasarkan Keputusan Bupati Rote Ndao Nomor 368/KEP/HK/2017, dengan pusat perkembangannya berada di desa Nemberala.

Kedatangan para penjelajah dan peselancar asing memiliki peran penting dalam perkembangan pariwisata Delha. Pariwisata

Delha mulai berkembang pada tahun 1980an karena investasi oleh Andy, seorang warga negara Australia di desa Nemberala. Andy bersama isterinya yang berasal dari Pulau Lombok, datang ke Desa Nemberala dan membangun resort pertama bernama Nemberala Beach di atas tanah yang disewa dari penduduk lokal selama 20 tahun. Andy memasarkan resortnya dengan cara membuat video tentang Nemberala dengan pantainya yang indah, dan ombaknya yang menantang bagi para peselancar. Andy kembali ke Australia dan mendatangi beberapa *travel agency* di Sydney, Australia dan memutar video yang direkam. Mereka tertarik untuk membantu pemasaran resortnya di Australia. Sejak itulah secara perlahan, Nemberala semakin dikenal oleh warga dunia sebagai area selancar yang indah dan menantang.

Meskipun Nemberala mulai diperkenalkan secara luas sebagai daerah tujuan wisata pada tahun 1980an oleh Andy, tetapi Andy bukanlah orang asing pertama yang menemukan Delha sebagai surga peselancar. Menurut penuturan warga lokal, William Alen, peselancar Australia, adalah orang asing pertama yang datang ke Nemberala pada tahun 1966. Lama sesudah itu, pada tahun 1973, datang warga Amerika bernama Stephen Opela. Stephen awalnya datang di Ba'a yang saat ini menjadi ibukota kabupaten Rote Ndao dan kemudian menyewa kuda dan membawa papan selancar ke Nemberala. Kemungkinan berita tentang Nemberala mulai tersebar dari mulut ke mulut melalui kedua orang ini.

Sejak adanya investasi oleh Andy pada tahun 1980an, pariwisata mulai berkembang di wilayah Delha. Tamu-tamu asing yang semula tinggal di resort Andy banyak yang kemudian berinvestasi di wilayah ini dengan mendirikan villa-villa pribadi dengan menyewa tanah dari penduduk lokal. Di samping villa-villa pribadi milik orang asing, beberapa penduduk juga mulai mengikuti jejak Andy menerima tamu di rumah-rumah mereka dan dari pengalaman ini, mereka akhirnya dapat membangun usaha penginapan.

Perkembangan ini juga didukung oleh karakter masyarakat lokal yang ramah,

terbuka dan jujur. Para wisatawan merasa aman dan nyaman hidup berdampingan dengan penduduk lokal karena mereka tidak pernah mengganggu privasi wisatawan yang menikmati liburan mereka di wilayah Delha. Di samping itu, pada umumnya wisatawan merasa nyaman karena warga masyarakatnya jujur. Mereka tidak pernah khawatir meninggalkan rumah dalam keadaan terbuka. Bahkan ada satu cerita tentang warga yang menemukan dompet wisatawan yang tertinggal di pantai dan warga tersebut menyerahkan ke gereja agar diumumkan pada saat ibadah hari Minggu. Dompet tersebut akhirnya bisa dikembalikan kepada pemiliknya utuh.

Kehidupan Ekonomi Masyarakat Delha Sebelum Hadirnya Pariwisata

Secara geografis, wilayah Nusak Delha terbentang di area pesisir yang lahan pertaniannya sangat terbatas. Sebelum hadirnya pariwisata, wilayah Delha pernah menjadi wilayah yang termiskin jika dibandingkan nusak lainnya. Sebagian besar wilayahnya adalah wilayah pesisir yang tidak cukup subur untuk ditanami tanaman pertanian. Di samping bertani, masyarakat yang tinggal di wilayah pesisir menanam kelapa yang kemudian diolah menjadi kopra dan dijual ke ibukota kabupaten. Pada masa sebelum adanya alat transportasi, mereka mengangkut kopra dengan berjalan selama sehari-hari ke kota Ba'a, sebuah kota pelabuhan. Hasil penjualan kopra digunakan untuk membeli kebutuhan rumah tangga mereka yang tidak dapat mereka hasilkan sendiri.

Untuk memenuhi kehidupan sehari-hari, masyarakat Delha berkebun, berladang, beternak dan menangkap ikan sesuai dengan iklim di Rote yang semi-ringkai dan semi-arid (Therik, 2015). Mereka memanfaatkan pekarangan rumah untuk menanam pohon kelor, pepaya, dan sayuran lain untuk konsumsi mereka sehari-hari. Di samping itu, mereka juga memelihara ternak kambing atau babi di rumah. Ternak banyak dimanfaatkan untuk kepentingan pesta dan acara adat seperti pernikahan, kematian atau peristiwa-peristiwa penting lain dalam kehidupan

mereka. Pada musim hujan yang berlangsung selama kurang lebih tiga bulan dalam setahun, mereka menanam jagung, ubi dan kacang-kacangan di ladang untuk persediaan makanan pokok. Ketika musim kemarau, masyarakat Rote banyak mencari sumber makanan di laut dengan menangkap ikan, mencari kerang atau sayur laut.

Sebagaimana masyarakat Rote lainnya, masyarakat Delha adalah bagian dari masyarakat berbudaya lontar. Tanaman lontar yang banyak tumbuh di Rote dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan mereka. Mereka menyadap bunga lontar untuk mendapatkan sarinya sebagai bahan dasar gula, memanfaatkan daunnya sebagai atap bangunan, perabot rumah tangga serta alat musik tradisional sasando, memanfaatkan batangnya sebagai papan rumah. Setiap rumah tangga akan menyimpan gula lontar dalam guci-guci sebagai persediaan makanan pada masa sulit pangan. Gula lontar merupakan bahan pangan utama dalam kehidupan masyarakat Rote (Fox, 1977).

Menghadapi kerasnya kehidupan membuat masyarakat Delha memiliki ikatan kekerabatan yang erat. Budaya saling memberi dan saling membantu sangat dihayati oleh masyarakat setempat. Kondisi alam yang tidak menentu dan kemungkinan terjadinya gagal panen karena rendahnya curah hujan di wilayah mereka atau laut yang tidak ramah membuat mereka memiliki kesadaran tinggi untuk saling mendukung. Hal ini sangat nampak terutama pada peristiwa-peristiwa besar dalam siklus hidup seperti upacara pernikahan dan kematian. Pada saat-saat seperti ini, teman dan kerabat akan datang menyumbangkan tenaga maupun berbagai kebutuhan seperti ternak potong, bahan pangan lainnya. Praktek semacam ini masih cukup dihayati oleh masyarakat setempat meskipun sebagian sudah bergeser pada sumbangan dalam bentuk uang.

Perkembangan Kewirausahaan Lokal

Sejak hadirnya pariwisata, kehidupan masyarakat Delha mulai mengalami peningkatan secara ekonomi. Pariwisata memberikan

peluang diversifikasi sumber livelihood baru yang dapat mereka kombinasikan dengan livelihood lama. Pada awalnya, pariwisata membuka peluang kerja seperti di penginapan dan proyek bangunan. Peluang pekerjaan terbuka bagi laki-laki sebagai tenaga proyek bangunan saat penginapan sedang dibangun. Kemudian, peluang pekerjaan terbuka bagi perempuan setelah usaha penginapan beroperasi. Peluang kerja yang terbuka biasanya sebagai karyawan hotel seperti pelayan saji, koki dan tenaga dapur, tenaga kebersihan, tukang kebun, operator kapal, dan jasa keamanan.

Pada perkembangannya, pariwisata juga memberikan peluang bagi masyarakat setempat untuk membuka usaha. Berbagai usaha pariwisata maupun usaha pendukung lainnya bertumbuh seiring dengan berkembangnya pariwisata di wilayah ini. Pada umumnya usaha yang berkembang adalah usaha mikro dan usaha kecil yang dikembangkan sebagai usaha keluarga. Usaha pariwisata yang berkembang pada umumnya adalah pekerjaan sampingan yang dilakukan secara bergantian dengan pekerjaan lainnya. Hal ini merupakan strategi *livelihood* mereka dalam mengantisipasi kondisi ketidakpastian yang memungkinkan resiko kegagalan usaha, terlebih lagi kunjungan wisata yang musiman dan tidak berjalan sepanjang tahun.

Perubahan ekonomi nampak dari perubahan bentuk-bentuk rumah dan pola konsumsi masyarakat setempat. Sebagian warga mulai merenovasi rumah mereka. Rumah yang sebelumnya terbuat dari pelepah lontar dan daun lontar diubah menjadi rumah tembok beratap seng. Di samping itu, tanda kemakmuran juga nampak dari pemakaian telepon genggam. Masyarakat Delha cukup dikenal di kalangan para penjual telepon genggam di kota Ba'a, ibukota Kabupaten Rote Ndao, sebagai konsumen terbesar dari toko-toko tersebut.

Perubahan kondisi ekonomi masyarakat Delha dipicu oleh peluang-peluang ekonomi baru di wilayah ini. Berbagai usaha pendukung kegiatan pariwisata digeluti oleh masyarakat lokal antara lain usaha penginapan, usaha

transportasi, usaha restoran, *surf shop*, spa, dan usaha souvenir sebagaimana digambarkan berikut ini.

Usaha Penginapan

Usaha penginapan adalah usaha pariwisata yang pertama kali berkembang di Delha. Usaha penginapan banyak berkembang di wilayah pesisir pantai karena wisatawan-wisatawan yang datang pada umumnya peselancar yang cenderung memilih tinggal dekat dengan pantai. Tiga homestay lokal tertua yang ada di Delha dikembangkan pada tahun 1990an. Penduduk yang membuka rumahnya untuk menerima wisatawan di rumah mereka pada saat itu adalah mereka yang terpandang di desanya, seperti kepala desa dan guru, yang sudah mulai menerima tamu sesekali sebelum akhirnya mereka menekuni usaha *homestay*. *Homestay* pertama adalah milik dari Hanok Kay, seorang kepala desa yang sudah menerima tamu di rumahnya sejak tahun 1990 karena belum ada penginapan pada saat itu, sehingga kepala desa berperan sebagai tuan rumah yang menerima kedatangan orang asing. Setelah menyadari bahwa dengan menerima tamu tinggal di rumahnya dapat menghasilkan pendapatan tambahan, maka Hanok berinvestasi dengan membangun enam kamar khusus untuk penginapan. Penginapan milik Hanok menjadi penginapan pertama yang diresmikan di Delha. Bupati yang menjabat pada saat itu sangat mendukung inisiatif Hanok. Dukungan Bupati dinyatakan dengan kesediaannya untuk meresmikan dan sekaligus memberikan nama Tiroso untuk penginapan tersebut. Sampai tahun 2017 ketika peneliti melakukan penelitian, Tiroso telah menambah kamar penginapan menjadi 14 kamar dan saat ini pengelolaan dilanjutkan oleh anak Hanok.

Penginapan tertua kedua dimiliki oleh keluarga Thomas Tamelan. Thomas adalah seorang guru SD yang mulai menekuni usaha *Homestay* pada tahun 1990. Thomas mengembangkan usaha *homestay* karena dorongan dari tamu-tamu yang pernah menginap di rumahnya. Salah seorang tamunya bahkan membantu mempromosikan usaha penginapan milik Thomas dengan

menuliskan kata '*homestay*' di tembok depan rumahnya. Di tahun 1996 Thomas berinvestasi membangun 7 kamar dan memberi nama usaha penginapannya dengan nama Homestay Talenta Mas. Kini usaha homestay milik Thomas berkembang menjadi 17 kamar.

Abed Frans yang mulai membangun usaha *homestay* dengan 5 kamar pada tahun 1995, di atas tanah pemberian keluarganya. Pada saat itu, tanah di area pantai kurang memiliki nilai ekonomis sehingga keluarga Abed Frans menyerahkan secara cuma-cuma untuk mendukung usaha penginapannya. Saat ini usaha Abed Frans semakin berkembang setelah dikelola oleh kedua putranya yang salah satunya berperan dalam mengembangkan *networking* dan satunya lagi berperan dalam mengembangkan media-media promosi.

Perkembangan usaha penginapan oleh masyarakat lokal cukup lambat. Baru pada tahun 2015 muncul usaha penginapan baru di Delha yang diusahakan oleh Olens Ndoen. Olens memberanikan diri berinvestasi di sektor penginapan dengan target pasar para wisatawan *backpacker* setelah banyak bergaul dengan wisatawan asing. Olens membangun *homestay* sederhana memanfaatkan bahan lokal di mana dinding terbuat dari pelepah pohon gawang dan atap dari daun. Pada tahun berikutnya, Gerson Ballu juga menyusul membangun penginapan setelah banyak melihat keberhasilan dari usaha penginapan lain setelah gagal dengan usaha rumput laut.

Usaha Transportasi dan Rental

Jasa transportasi juga merupakan usaha lain yang berkembang di wilayah Delha. Karena letak Delha yang cukup jauh dari ibukota Baa, titik terakhir pendaratan kapal penyeberangan dan pesawat dari Kupang, para wisatawan membutuhkan transportasi darat untuk mengangkut mereka ke Delha. Untuk tiba di Delha dibutuhkan waktu kira-kira dua jam perjalanan dengan transportasi minibus atau 'bemo' menurut istilah yang digunakan oleh masyarakat lokal. Jasa transportasi darat dibutuhkan untuk membawa turis dari titik pendaratan menuju penginapan di Delha karena tidak semua penginapan mempunyai

fasilitas penjemputan sendiri. Di samping menawarkan jasa angkutan dari Baa ke Delha dan sebaliknya, mereka juga menjadi agen tiket kapal maupun pesawat.

Salah satu pengusaha lokal yang bergerak di bidang transportasi adalah Ayub Kay, warga desa Sedeoen. Sebelum akhirnya kembali ke desanya dan menekuni usaha transportasi, Ayub Kay pernah merantau ke berbagai wilayah sebagai nelayan dan ikut berlayar dengan nelayan Bugis. Ayub juga pernah bekerja dengan pedagang Cina di Kupang dan dari pengalamannya itulah Ayub mulai belajar berbisnis. Pada tahun 1999, Ayub memutuskan untuk kembali ke Rote dan memulai usaha di tanah kelahirannya. Akan tetapi, awalnya Ayub mencoba berbagai usaha seperti berjualan pakaian, elektronik, semen hingga sembako, sebelum pada akhirnya Ayub beralih menjadi agen penjualan tiket transportasi setelah berkenalan dengan petugas perhubungan dan agen tiket di Kupang. Di samping melayani masyarakat lokal, Ayub juga banyak melayani wisatawan. Dari interaksinya dengan para wisatawan, Ayub mulai menyadari kebutuhan transportasi dari Delha ke Ba'a. Pada tahun 2012, Ayub mulai menawarkan jasa transportasi 'bemo' untuk melayani jasa antar jemput dari Ba'a ke Delha dan sebaliknya. Selain itu, Ayub juga bekerjasama dengan pemilik penginapan di Delha yang tidak memiliki armada transportasi untuk menjemput wisatawan yang memesan kamar di penginapan mereka. Usaha Ayub makin berkembang dan dia mulai menginvestasikan pendapatannya untuk membeli mobil dan disewakan kepada wisatawan. Saat ini, Ayub telah memiliki satu bemo dan dua mobil sewa.

Usaha Restoran

Usaha rumah makan mulai muncul sejak tahun 2017. Beberapa penduduk lokal mulai mengusahakan rumah makan karena melihat ada kebutuhan dari para wisatawan. Mereka pada umumnya menjual makanan tradisional dengan harga yang cukup murah. Satu porsi makan siang atau malam dengan menu sederhana seperti ikan dengan sayur, mereka jual dengan harga kurang lebih Rp. 15.000 -

25.000. Dengan modal, kemampuan dan ruang yang terbatas, beberapa orang memulai usaha mereka. Salah satunya adalah Hutson Ndoen, warga Oenggaut yang menjual makanan dengan menu tradisional dan murah di teras rumahnya untuk melayani para wisatawan dengan budget minim atas saran dari para wisatawan yang dikenalnya. Usaha tersebut dikelola bersama dengan isterinya dan dibantu oleh salah satu saudaranya yang pernah punya pengalaman membuka rumah makan sebagai penasehatnya. Untuk sementara waktu, dia banyak membantu isterinya mengelola usaha restoran sementara kegiatan sebagai pengelola proyek pembangunan berkurang. Pemilik rumah makan lain yang terlibat dalam penelitian ini adalah Mersianus yang berasal dari Boa. Mersianus menjalankan usaha rumah makan di Nemberala dengan meminjam rumah milik mertua sebagai lokasi usaha dan modal pinjaman dari salah seorang kerabatnya.

Usaha Surf Shop

Sebagai destinasi wisata selancar, usaha *surf shop* juga berkembang di Delha. Usaha *surf shop* diinisiasi pertama kalinya oleh Dani Balelang pada tahun 2011. Dani Balelang adalah warga Delha yang pernah merantau ke Bali dan di sana belajar menjadi peselancar. Dari pengalamannya sebagai peselancar, Dani melihat potensi usaha *surf shop*. Membuka usaha ini baginya tidak terlalu sulit karena dia memiliki banyak relasi yang terjun di usaha yang sama di Bali. Relasinya di Bali berperan sebagai pemasok produk papan selancar dan perlengkapan selancar lainnya untuk tokonya di Delha.

Usaha Pijat Spa

Usaha spa juga merupakan salah satu usaha yang ditekuni oleh anggota masyarakat Delha karena melihat adanya kebutuhan untuk jasa pijat. Enis mengetahui banyak wisatawan yang membutuhkan pemulihan dan relaksasi setelah bermain selancar. Enis adalah perempuan Nemberala yang membuka usaha spa pijat di rumahnya sejak tahun 2012. Enis menjalankan pekerjaan ini setelah belajar tentang teknik memijat dari

salah satu kerabatnya yang pernah mengikuti pelatihan spa di Bali. Dari kerabatnya dia belajar mengenai berbagai teknik pijat dan juga bahan-bahan yang bisa digunakan untuk spa. Enis melakukan aktivitas usaha spa di luar jam kerjanya di villa milik orang Amerika. Salah satu kamar di rumahnya diubah menjadi ruang pijat. Di samping melayani pelanggan di rumahnya, Enis juga terkadang mendatangi tamu yang membutuhkan jasa spa darinya di penginapan-penginapan yang terdapat di Delha dan sekitarnya. Di samping melayani pelanggan di rumahnya, majikan tempat dia bekerja juga memberikan ruang untuknya membuka praktik spa di villanya.

Usaha Souvenir

Perkembangan pariwisata juga memberikan kesempatan bagi para perempuan Delha untuk menjual produk kerajinan. Ice Lutu adalah perempuan Nemberala yang pernah mengikuti pelatihan menganyam dengan menggunakan bahan daun tanaman Gwang yang dikeringkan yang pada tahun 1998. Meskipun aktivitas utamanya sebagai petani rumput laut, tetapi Ice terus menggunakan keterampilannya itu untuk membuat anyaman. Lalu ketika produktivitas pertanian rumput laut di Nemberala mengalami penurunan, dia kemudian membuka kios anyaman di tahun 2012 dan menjadikannya sebagai pekerjaan utama. Kios kecil di pinggir jalan Nemberala adalah bantuan dari anak perempuannya yang saat ini tinggal di Bali dan menikah dengan warga negara asing. Dari saran anak perempuannya itu, Ice mulai membuat beragam bentuk souvenir anyaman seperti tas atau topi yang sekiranya menarik dan diminati oleh wisatawan asing.

Pengembangan dan Diversifikasi Usaha

Para pengusaha lokal yang terlibat dalam pariwisata berkesempatan untuk mengembangkan usaha dan melakukan diversifikasi. Para pengusaha penginapan secara bertahap mampu menambah jumlah kamar seiring dengan bertambahnya waktu. Salah satu pengusaha penginapan yang

usahanya maju adalah Abed Frans. Usaha penginapan milik Abed Frans berhasil berkembang cukup signifikan dengan menambah jumlah kamar, menambah fasilitas dan merenovasi penginapannya agar lebih sesuai dengan selera tamu. Selain mampu bertahan, penginapan milik Abed Frans juga melakukan diversifikasi usaha khususnya usaha-usaha yang terkait dengan kegiatan pariwisata, antara lain Restoran, Spa dan Dive Center. Diversifikasi usaha ini ini berkat pengaruh dari anaknya, Mus Frans yang mulai terjun ke dunia politik dan berhasil menjadi anggota DPRD. Dengan posisinya dalam dunia politik, Mus mempunyai peluang untuk membangun relasi baik dengan investor dan pejabat daerah. Perluasan jaringan ini dapat diasumsikan memungkinkan memperlancar proses-proses perizinan pengembangan usaha, serta meng-

antisipasi informasi akurat dan cepat mengenai kebijakan-kebijakan terkait usaha di bidang pariwisata.

Kasus lain adalah pengalaman dari Enis yang mengawali kariernya di bidang pariwisata dengan menjadi pekerja di villa pribadi milik warga Amerika dan berhasil membuka spa di rumahnya. Selain pijat spa, kini dia juga melayani jasa rental motor, penjualan produk kerajinan anyaman yang dibuatnya sendiri, jasa *hair cut*, dan jasa *laundry*. Pendapatannya dari berbagai usaha pariwisata dapat menopang kehidupan keluarganya dan sebagian diinvestasikan kembali untuk pengembangan usahanya. Tabel perkembangan usaha menunjukkan sejumlah pengusaha pariwisata lokal dengan berbagai bidang pengembangan usaha yang mereka tekuni.

Tabel 1.
Perkembangan Usaha

Nama	Jenis Usaha	Tahun Berdiri	Perkembangan Usaha
Yuliven	Penginapan	1992	Berkembang dari 6 kamar menjadi 14 kamar
Abed	Penginapan	1995	Usaha berkembang dari 5 kamar menjadi 18 kamar. Selain itu juga menambahkan jasa pelayanan seperti usaha spa, restoran dan <i>dive center</i>
Thomas	Penginapan	1996	Berkembang dari 7 kamar menjadi 17 kamar
Dany	Surf Shop	2011	Selain persewaan papan selancar, pelayanan berkembang dengan menambahkan jasa reparasi papan selancar, jasa fotografi, jasa surf lesson, dan penjualan souvenir seperti Tshirt.
Ayub	Transporasi dan Rental	2012	Usaha berawal dari usaha kios, lalu berkembang berjualan tiket kapal dan pesawat, serta menawarkan jasa bemo / shuttle bus. Saat ini memiliki 1 unit bemo dan 2 armada mobil yang disewakan.
Ice	Souvenir	2012	Selain menjual produk anyaman, usaha berkembang dengan menambahkan jasa pelatihan menganyam, jasa laundry dan rental motor
Enis	Usaha Spa	2015	Selain pijat spa, usaha berkembang dengan menambahkan jasa hair cut, laundry, rental motor, dan souvenir anyaman

Sumber: Data Primer, 2017

Peran jejaring penting dalam pengembangan dan diversifikasi usaha terutama sebagai dukungan dalam modal finansial maupun pengembangan pengetahuan. Abed Frans melalui anaknya Erasmus, menjalin kerjasama dengan investor asing untuk pengembangan usaha. Melalui kerjasama dengan investor

asing, penginapan milik Abed Frans dapat memperoleh dana investasi tambahan dan juga dibantu dari sisi manajemen dan pengelolaan usaha agar lebih profesional. Dalam salah satu wawancara yang penulis lakukan, Erasmus, yang saat ini mengelola usaha orang tuanya menyatakan:

"Saya banyak membangun relas, karena kalau mengandalkan aset saja tidak mungkin lagi. Orang boleh punya aset tetapi jika tidak bisa mengelola sama saja. Oleh karena itu, lebih baik punya akses. Relasi buat saya adalah akses di mana saya bisa mencari partner untuk menjalankan spa, mencari partner untuk menjalankan dive center. Itulah yang membuat kami lebih cepat berhasil".

(Erasmus, Percakapan, 30 September 2017)

Dalam kasus lain, Enis, pengusaha jasa spa mengatakan bahwa upaya diversifikasi yang dilakukan didasarkan pada informasi mengenai kebutuhan wisatawan yang diperoleh melalui interaksinya dengan para wisatawan. Menurut penuturan Enis dalam salah satu wawancara, baginya wisatawan tidak hanya berperan sebagai konsumen juga mentor bagi usahanya. Di bawah ini pernyataan Enis kepada peneliti:

"Usaha saya berkembang dari pijat spa hingga hair cut, laundry dan berjualan kelapa muda karena saya banyak berkomunikasi dengan wisatawan asing. Dari seringnya berkomunikasi dengan mereka saya tahu apa yang sering dibutuhkan dan apa yang bisa saya lakukan untuk mendapatkan keuntungan dari situ".

(Enis, Percakapan, 20 September 2017)

Tantangan Pengembangan Usaha

Dalam menjalankan usaha, para pengusaha lokal di Delha menghadapi berbagai tantangan baik tantangan internal maupun eksternal. Keterbatasan pengetahuan mengenai kebutuhan wisatawan, keterbatasan modal finansial, dan budaya kolektifitas adalah berbagai tantangan internal dalam mengembangkan usaha. Sementara itu, di sisi lain, secara eksternal, mereka juga harus menghadapi kompetisi dari para investor luar.

Kompetisi dan Keterbatasan Finansial, Keterampilan serta Pengetahuan

Sebagaimana telah diungkapkan pada bagian awal, inisiatif untuk memulai usaha pariwisata di Delha datang dari investor asing. Pada perkembangannya, kehadiran investor

asing cukup dominan dalam pengembangan usaha pariwisata di wilayah ini terutama dalam sektor akomodasi. Investor asing menjadi kompetitor yang cukup berat bagi para pengusaha lokal karena mereka datang dengan modal yang lebih besar, keterampilan mengelola usaha yang lebih baik serta jaringan pemasaran yang lebih luas. Mereka membangun penginapan yang lebih eksotis dan menarik. Beberapa di antaranya menawarkan harga kamar yang tidak terlalu berbeda jauh dari penginapan yang dimiliki orang lokal pada kisaran harga Rp300.000 permalam, tetapi dengan fasilitas yang lebih baik. Meskipun ada yang menawarkan penginapan dengan harga tinggi, sebagian dari wisatawan lebih memilih menginap di penginapan milik asing karena jaminan fasilitas dan layanan yang lebih baik daripada yang dimiliki oleh orang lokal. Di sisi lain, penginapan lokal hanya bisa menawarkan fasilitas dan desain yang sangat sederhana dan cenderung kurang menarik. Salah satu informan, Pak Thomas menyatakan:

"Penginapan sekarang ini semakin banyak, orang-orang asing mulai membangun hotel-hotel besar dengan harga tinggi. Wisatawan asing lebih senang tinggal di penginapan orang barat itu. Meskipun sedikit, masih ada wisatawan yang datang ke saya".

(Thomas, percakapan, 25 September 2017)

Walaupun sebagian dari pemilik penginapan lokal berusaha meniru yang dibuat oleh para pemilik penginapan asing, strategi ini tidak mampu membuat penginapan lokal menjadi lebih kompetitif. Dalam penelitian ini, Koan Ballu, isteri dari pemilik penginapan Gerson Ballu menyatakan bahwa mereka masih mengalami kendala dalam menarik minat wisatawan untuk datang dan tinggal di penginapan miliknya meskipun sudah berusaha meniru gaya hotel modern.

Dalam menjalankan usaha, minimnya pengetahuan, keahlian dan keterampilan menjadi kendala yang banyak dialami oleh wirausaha lokal. Seperti yang dialami oleh Thomas Tamelan, Hanok Kay dan Gerson Ballu, usaha penginapan mereka kurang

berkembang karena minimnya wawasan dalam mengelola dan memasarkan usaha penginapan. Akhirnya, penginapan mereka harus kalah bersaing di antara maraknya penginapan-penginapan milik asing. Begitu pula dengan pengusaha warung makan, rendahnya standar dan kualitas pelayanan membuat mereka mengalami kesulitan dalam bersaing dengan restoran-restoran barat milik orang luar.

"Saya memilih usaha rumah makan karena mampu membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain, dan sekarang saya mempekerjakan warga dari desa asal saya, Bo'a. Namun kesulitan yang sering saya alami sekarang adalah karakter pekerja yang sulit mematuhi aturan dan perintah atasan".

(Mersianus, percakapan, 22 September 2017)

Secara umum, masyarakat Delha memang memiliki keterbatasan pengetahuan tentang pariwisata dan berwirausaha. Bagi warga Delha yang belum terlibat dalam kewirausahaan, mereka kurang memahami nilai ekonomis dari sumber daya yang ada di sekitar mereka, seperti hasil kelapa dari pekarangan rumah mereka yang hanya diperuntukkan sebagai makanan babi. Bahkan ada juga warga yang bersikap apatis dan meyakini bahwa hanya yang memiliki aset seperti tanah yang bisa menjadi pengusaha dan terlibat dalam usaha pariwisata. "Yang punya tanah saja yang bisa kontrakkan tanahnya dan membuka usaha, yang tidak punya tanah seperti saya hanya dapat bekerja di rumput laut saja." (Anus Lenggu, Percakapan, 11 September 2017)

Budaya Kolektivitas

Sementara itu, berada di tengah-tengah budaya komunal memberikan dampak yang kurang menguntungkan bagi kewirausahaan yang berkembang di Delha. Salah satunya adalah budaya kekerabatan yang berkembang justru mempersulit proses akumulasi modal. Ayub Kay sering berganti-ganti usaha karena permasalahan kredit macet yang banyak dilakukan oleh tetangganya sendiri. Sangat sulit baginya untuk menolak permintaan hutang dari tetangganya karena rasa kekerabatan dan solidaritas masyarakat Delha yang terbangun

sangat kuat. Sebagai masyarakat yang komunal, orang Delha memiliki toleransi yang tinggi, saling mendukung satu sama lain dan memiliki hubungan kekerabatan yang erat. Sudah menjadi konsekuensi bagi mereka untuk membantu dan berbagi kepada mereka yang membutuhkan. Kekerabatan dan solidaritas masyarakat Delha, dan masyarakat Rote pada umumnya, dapat dilihat dari persembahan *Tu'u Belis* (mahar pernikahan yang terkumpul dari bantuan keluarga) di adat pernikahan Rote. *Tu'u Belis* adalah simbol kekerabatan dalam masyarakat Rote dan juga sebagai sarana untuk saling membantu di antara anggota masyarakat (Carnegie, 2008). Dalam praktek *Tu'u* seluruh anggota seolah-olah dituntut berpartisipasi karena hal ini dianggap sebagai suatu kewajiban adat (Therik, 2015). Disini tekanan moral sangat kuat dirasakan oleh warga jika tidak dipenuhi mereka akan merasa malu sebagai akibat dari sanksi sosial yang harus ditanggung.

Selain kredit macet yang dialami Ayub, fenomena budaya Suanggi juga pernah menjadi dampak dari budaya kolektif yang mempengaruhi praktek kewirausahaan. Suanggi diartikan sebagai hantu yang jahat atau burung-burung hantu, dan juga disebut dukun yang bekerja dengan pertolongan orang halus atau yang disebut dengan makhluk halus (Henuk dan Haning, 2015). Salah satu usaha penginapan pernah mengalami tuduhan sebagai pengguna praktik Suanggi diawal-awal kesuksesannya karena banyak orang yang merasa iri terhadap kesuksesan usaha penginapan tersebut. Pemilik penginapan tersebut sempat tidak diakui secara sosial karena perkembangan isu tersebut.

Merespon Keterbatasan

Masyarakat lokal di Delha menunjukkan upaya untuk merespons kebutuhan wisatawan dengan menyediakan layanan yang dibutuhkan melalui pengembangan usaha kecil. Dengan berbagai keterbatasan yang ada pada diri mereka dalam hal finansial, kemampuan dan akses pada pasar, para pengusaha lokal memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki untuk memulai usaha. Usaha juga

cenderung diselenggarakan di ruang atau lahan yang mereka miliki sehingga mereka dapat merespons peluang usaha dari kehadiran wisatawan dengan cepat.

Dukungan anggota keluarga dan kerabat dominan ketika memulai usaha dalam kasus yang ditemukan peneliti dalam kajian di Delha. Mereka berperan sebagai sumber tenaga murah karena tidak harus membayar atas keterlibatan mereka dalam mengelola usaha. Keluarga yang tinggal bersama dalam satu rumah saling mendukung sebagai pekerja dan mengelola pendapatan. Di samping itu, beberapa pengusaha juga dapat berkonsultasi maupun mendapatkan informasi tentang bagaimana mengelola usaha dari para kerabat. Untuk modal finansial, mereka mengandalkan dana yang mereka miliki dan pinjaman kerabat. Temuan ini menegaskan bahwa *bonding social capital* memiliki peranan besar pada saat *start up* usaha (Portes dan Landolt, 2000).

Lebih lanjut peran modal sosial di luar konteks kerabat dan keluarga juga penting dalam rangka pengembangan usaha. Kemampuan dari pengusaha lokal untuk mengembangkan modal sosial membantu dalam mempertahankan maupun mengembangkan usaha. Pengusaha yang memiliki kombinasi *bonding* dan *bridging social capital* dapat melakukan diversifikasi ataupun peningkatan kualitas layanan lebih baik daripada mereka yang tidak memiliki modal sosial yang bervariasi. Sebagaimana telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya, relasi yang baik dengan kerabat dapat dikategorikan sebagai sumber utama *bonding social capital* yang dapat diakses sewaktu-waktu. Sementara itu, *bridging social capital* bersumber dari relasi-relasi atau jaringan yang berada diluar konteks kekerabatan antara lain relasi dengan para pendatang yang pada umumnya orang asing ataupun turis yang datang sebagai tamu. Melalui mereka, para pengusaha memperoleh masukan penting dalam rangka pengembangan usaha. Selain membuka wawasan para pengusaha lokal mengenai kebutuhan wisatawan, relasi-relasi ini menjadi perpanjangan tangan dalam pemasaran juga. Dalam kajian ini, pengusaha lokal yang

memiliki *linking social capital* terbatas. Padahal *linking social capital* berperan penting dalam mendukung penyediaan fasilitas-fasilitas permodalan, izin usaha, maupun kemudahan-kemudahan lain yang banyak membantu dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, *linking social capital* perlu mendapat perhatian dalam rangka melengkapi modal-modal lainnya untuk mendukung proses pengembangan *entrepreneurship* lokal.

Selanjutnya, dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa kewirausahaan cukup susah berkembang di tengah masyarakat komunal. Budaya kolektivitas yang dominan di kalangan masyarakat setempat berkontribusi pada lambatnya perkembangan usaha lokal. Budaya kolektivitas selalu terikat dengan 'berbagi surplus' bagi mereka yang berhasil (Gorodnichenko dan Roland, 2012). Ketika kewirausahaan hanya berorientasi pada dirinya sendiri dan tidak membaginya dengan yang lain, maka akan dianggap bertentangan secara moral. Meskipun peneliti lain mengungkapkan bahwa akan menjadi keuntungan bagi kewirausahaan berada pada kelompok komunal yang di dalamnya terdapat rasa solidaritas yang tinggi (Bourdieu, 1985). Persoalan ini menjadi tantangan tersendiri bagi perkembangan kewirausahaan lokal di wilayah penelitian.

Sebagai akibat dari tingginya kewajiban sosial dari para pengusaha lokal, mereka menjadi kurang kompetitif ditengah persaingan usaha, khususnya ketika bersaing dengan pengusaha asing yang bermodal besar dan memiliki jaringan pemasaran yang lebih luas. Mereka yang bertahan adalah mereka yang mampu mengakses informasi terkait perkembangan kebutuhan wisatawan, yang mampu mengakses modal finansial, dan mereka yang memiliki akses terhadap jaringan luas dan bervariasi.

Hal yang perlu juga diperhatikan kedepannya, jika perkembangan kewirausahaan lokal mengalami keterbatasan maka kemungkinan peluang usaha ini kemudian diisi oleh aktor luar yang bermodal besar (Tosun, 2000). Perubahan seperti ini tidak dapat dihindari ketika pengembangan destinasi semakin diarahkan

dan menargetkan pariwisata internasional. Ketika aktor luar mulai mendominasi industri pariwisata maka hilangnya kontrol lokal menjadi kemungkinan yang sulit untuk diatasi. Selain itu, kemungkinan kebocoran (*leakage*) ekonomi menjadi dampak ikutan yang juga dapat terjadi. Dengan demikian, kontrol atas pertumbuhan dan pembangunan akan sulit untuk dicapai (Woodley, 1993). Sementara itu, hadirnya aktor luar yang bermodal besar membuat masyarakat lokal mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan dan bahkan bersusah payah dalam mempertahankan usahanya. Berbagai permasalahan kemudian muncul seperti konflik dan ekonomi disparitas yang akan mengancam upaya pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Fallon, 2001). Kebijakan adaptif dari pemerintah menjadi sangat diperlukan sebagai bentuk afirmasi penguatan kepada UMKM agar dapat menghadapi dinamika perubahan saat ini (Sinuraya, Darwin, Keban dan Sukamdi, 2018). Akhirnya, keberlanjutan semestinya tidak hanya sebatas pada pembangunan pariwisata itu sendiri, tetapi bagaimana pembangunan pariwisata juga memastikan keberlanjutan masyarakatnya (Butler, 1999).

SIMPULAN

Penelitian ini telah mengkaji pertumbuhan kewirausahaan lokal sebagai salah satu dampak dari perkembangan pariwisata di wilayah Delha Rote Barat. Pariwisata telah membawa perubahan ekonomi secara positif bagi sebagian masyarakat di wilayah Delha melalui keterlibatan mereka dalam beragam bentuk usaha pariwisata. Usaha lokal didominasi oleh usaha mikro dan kecil yang berkembang sebagai salah bentuk usaha yang mudah dijangkau oleh masyarakat lokal. Temuan menunjukkan bahwa modal sosial telah dimanfaatkan oleh masyarakat Delha dalam merespon setiap peluang dan tantangan dalam berwirausaha. *Bonding social capital* memiliki peran besar saat *start up*, sementara pengusaha lokal yang berhasil mempertahankan dan mengembangkan usahanya adalah mereka

yang memiliki *bridging social capital* atau jaringan yang lebih luas di luar komunitasnya.

Sebagai aset nonmaterial, modal sosial sangat berperan dalam mendukung usaha kecil ketika bentuk modal lainnya terbatas dan tidak dapat dijangkau. Wirausaha lokal perlu mengakses modal sosial sebagai strategi dan sarana untuk membangun jaringan dan memperoleh dukungan sosial dalam upaya mengembangkan usaha. Usaha kecil akan tetap kecil jika hanya memiliki jaringan yang sempit, seperti pada analogi pohon bonsai yang sebenarnya pohon besar tetapi sengaja ditumbuhkan di pot yang kecil. Usaha kecil harus berada pada lingkungan dan iklim bisnis yang mendukung dalam mengakses sumberdaya, ide, dan informasi dalam mengaktualisasikan potensi yang dimiliki. Oleh karena itu, intervensi pemerintah sangat dibutuhkan dalam menjembatani dan menghubungkan potensi usaha-usaha kecil yang berkembang dalam mengakses modal sosial. Ketika modal sosial yang banyak berhasil pada tingkat individu ditransformasikan ke dalam ukuran yang lebih makro, maka tidak hanya segelintir wirausaha yang akan merasakan keberhasilan dalam menjalankan usaha.

Sebagai rekomendasi, budaya kolektivitas yang berkembang kuat di masyarakat Delha sangat berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai modal sosial dalam membangun kepariwisataan yang berbasis kewirausahaan komunitas. Kewirausahaan komunitas dimaknai sebagai usaha yang diupayakan oleh sekelompok masyarakat yang menawarkan produk secara kolektif. Pemasaran dan pengelolaannya dilakukan secara bersama. Kewirausahaan komunitas dapat dikembangkan di Delha ataupun di wilayah Rote lainnya sebagai sistem ekonomi kolektif yang dapat memaksimalkan manfaat dari pembangunan pariwisata bagi kemaslahatan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Adler, P. S. dan Kwon, S.W. 2002. Social Capital: Prospects for A New Concept. *Academy of Management Review* 27(1): 17-40.

- Ashley, C. dan Roe, D. 1998. *Enhancing Community Involvement in Wildlife Tourism: Issues and Challenges*. London: IIED.
- Ashley, C., Roe, D. dan Goodwin, H. 2001. *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor. A Review of Experience*. London: ODI.
- Bourdieu, P. 1985. The Form of Capital. Dalam *Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education*. Editor J. G. Richardson, Wesport: Greenwood.
- Butler, R. W. 1980. The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications For Management of Resources. *Canadian Geographer* 24(1).
- Butler, R.W. 1999. Sustainable Tourism: A State-of-the-art Review. *Tourism Geographies* 1(1): 7-25.
- Carnegie, M. 2008. Development Prospects in Eastern Indonesia: Learning From Oelua's Diverse Economy. *Asia Pacific Viewpoint* 49(3): 354-369.
- Cole, S. 2007. Entrepreneurship and Empowerment: Considering the Barriers - A Case Study from Indonesia. *Tourism* 55(4): 461-473.
- Corbin, J. dan Strauss, A. 2008. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Edisi Ketiga. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Erb, M. 2015. Sailing to Komodo: Contradictions of Tourism and Development in Eastern Indonesia. *ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies* 8(2): 143-164.
- Fallon, F. 2001. Conflict, Power and Tourism on Lombok. *Current Issues in Tourism* 4(6): 481-502.
- Fox, J. 1977. *Harvest of The Palm: Ecological Change in Eastern Indonesia*. London: Harvard University Press.
- Gittell, R. J. dan Vidal, A. 1998. *Community Organizing: Building Social Capital as a Development Strategy*. California: Sage Publications.
- Gorodnichenko, Y. dan Roland, G. 2012. Understanding The Individualism-Collectivism Clearage and Its Effects: Lessons From Cultural Psychology. Dalam *Institutions and Comparative Economic Development*. Editor M. Aoki, T. Kuran dan G. Roland. London: Palgrave Macmillan.
- Henuk, Y. L. dan Haning, L. 2015. *Rote Mengajar Punya Cerita*. Kupang: Lembaga Penelitian Undana.
- Jeong, S. 2013. The Role of Social Capital for Amish Entrepreneurs in Pursuing Informal Economic Opportunities. *Journal of Amish and Plain Anabaptist Studies* 1(1).
- Krueger, N. F. 2007. What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31(1) 123-138.
- Levitte, Y. 2004. Bonding Social Capital in Entrepreneurial Developing Communities - Survival Networks or Barriers? *Journal of the Community Development Society* 35(1): 44-64.
- Portes, A. dan Landolt, P. 2000. Social Capital: Promise and Pitfalls of Its Role In Development. *Journal of Latin American Studies* 32: 529-547.
- Ropo, R. 2017. *NTT Hanya Memiliki 0,7 Persen Pengusaha*. Diakses pada tanggal 8 November 2017. <<http://kupang.tribunnews.com/2017/11/08/ntt-hanya-memiliki-07-persen-pengusaha>>
- Scheyvens, R. 2007. Exploring The Tourism - Poverty Nexus. *Current Issues in Tourism* 10(2-3): 231-254.
- Schwarz, S. 2017. The Role of Human Capital, Social Capital, and Psychological Capital in Micro Entrepreneurship in China. Disertasi, Nottingham: University of Nottingham.

- Sinuraya, S. I., M. Darwin, Y. T. Keban dan Sukamdi. 2018. Diperlukan Pendekatan Kebijakan Adaptif untuk Penguatan Modal UMKM di Kabupaten Sleman. *Kawistara* 8(2): 111-212.
- Smilor, R. W. 1997. Entrepreneurship: Reflections on A Subversive Activity. *Journal of Business Venturing* 12(5): 341-346.
- Therik, W. M. A. 2015. *Relasi Negara dan Masyarakat di Rote*. Salatiga: Satya Wacana University Press.
- Tosun, C. 2000. Limits to Community Participation in The Tourism Development Process in Developing Countries. *Tourism Management* 21: 613-633.
- Turner, S. 2007. Small-Scale Enterprise Livelihoods and Social Capital in Eastern Indonesia: Ethnic Embeddedness and Exclusion. *The Professional Geographers* 59(4): 407-420.
- Woodley, A. 1993. Tourism and Sustainable Development: The Community Perspective. Dalam *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*. Editor Nelson, J. G., Butler, R. dan Wall, G. Waterloo: University of Waterloo.
- Woolcock, M. 2000. Social Capital in Theory and Practice: Where do we Stand?. Dalam *Social Capital and Economic Development: Well-Being in Developing Countries*. Editor J. Isham, T. Kelly dan S. Ramaswamy. UK: Edward Elgar.
- Woolcock, M. 2001. The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes. *Isuma* 2: 11-17.
- Wright, C. dan Lewis, B. 2012. On The Edge of Crisis: Contending Perspective on Development Tourism, and Community Participation on Rote Island, Indonesia. *ASEAS - Austrian Journal of South East Asian Studies* 5(1): 102-127.