

ABSTRAK

Pariwisata di Indonesia merupakan industri yang terus berkembang. Hal ini terlihat dari rata-rata pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam periode 2014 – 2018 mencapai 14% per tahun, lebih tinggi jika dibandingkan dengan periode lima tahun sebelumnya sebesar 9% per tahun. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga tengah mengembangkan lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas untuk mendorong pertumbuhan pariwisata Indonesia dengan Labuan Bajo sebagai salah satunya.

PT NTT Kuri Pearl adalah perusahaan yang bergerak di bidang budidaya tiram mutiara yang berlokasi di Labuan Bajo. Telah berhasil memproduksi rata-rata sekitar 80.000 butir mutiara setiap tahunnya serta melihat Labuan Bajo merupakan salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas, PT NTT Kuri Pearl akan mengembangkan usahanya dengan mendirikan Kemilau Mutiara Indonesia sebagai bisnis ekowisata tur budidaya mutiara.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis ekowisata tur budidaya mutiara dengan menggunakan analisis peta empati, komponen model bisnis kanvas dan analisis kelayakan finansial. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan didukung oleh data kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari survei berupa kuesioner daring kepada 65 responden pria dan wanita berusia 18 – 65 tahun, wawancara kepada PT Autore Pearl Culture sebagai pelaku bisnis di bidang ekowisata tur budidaya mutiara dan studi literatur berupa artikel terkait maupun informasi dari internet.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh informasi bahwa mayoritas responden tertarik dan ingin mengunjungi destinasi ekowisata tur budidaya mutiara. Kegiatan bisnis Kemilau Mutiara Indonesia adalah pengelolaan tur budidaya mutiara dan penjualan produk maupun pernik-pernik mutiara di galeri mutiara. Hasil analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan dengan *Net Present Value* positif sebesar Rp 60.032.028, *Internal Rate of Return* di atas 10% yaitu sebesar 12% dan *Payback Period* selama 2 tahun 6 bulan.

Kata Kunci: Mutiara laut selatan Indonesia, model bisnis, pariwisata

ABSTRACT

Tourism in Indonesia is an industry that continues to grow. This is seen from the average growth of foreign tourist visits to Indonesia in the period 2014 – 2018 reached 14% per year, higher when compared to the previous five-year period of 9% per year. The Government of Indonesia through the Ministry of Tourism and Creative Economy is also developing five Super Priority Tourism Destinations to boost Indonesia's tourism growth with Labuan Bajo as one of them.

PT NTT Kuri Pearl is a company engaged in the cultivation of pearl oysters located in Labuan Bajo. Having succeeded in producing an average of about 80,000 pearls annually and seeing Labuan Bajo is one of the Super Priority Tourism Destinations, PT NTT Kuri Pearl is going to develop its business by establishing Kemilau Mutiara Indonesia as an ecotourism business for pearl farm tours.

This study aims to design an ecotourism business model using empathy map analysis, canvas business model components and financial feasibility analysis. This study uses qualitative design supported by quantitative data. The data collection method in this study used primary data obtained from a survey in the form of an online questionnaire to 65 male and female respondents aged 18 – 65 years, an interview to PT Autore Pearl Culture as a business actor in the field of pearl farm ecotourism and literature studies in the form of related articles and information from the internet.

The results of the study show that the majority of respondents are interested and want to visit ecotourism destinations for pearl farm tours. The business activities of Kemilau Mutiara Indonesia are the management of pearl farm tours and the sale of pearl products and merchandise in the pearl gallery. The results of the financial feasibility analysis show that this business is feasible to run with a positive Net Present Value of IDR 60,032,028, an Internal Rate of Return above 10% which is 12% and a Payback Period for 2 years 6 months.

Keywords: Indonesian south sea pearl, business model, tourism