

ANALISIS DAMPAK WISATA RELIGI PROSESI SEMANA SANTA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL (UMK) DI KOTA LARANTUKA

Analysis of the Impact of Religious Tourism Procession Semana Santa to Increase The Income of Micro-Small the Larantuka City

Maria Titami Bugis^{1,a)}, Petrus E. de Rozari^{2,b)}, Yuri S. Fa'ah^{3,c)}, Wehelmina M. Ndoen^{4,d)}
^{1,2,3,4}) Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} mariatitamibugis@gmail.com, ^{b)} petrusrozari@staf.undana.ac.id,
^{c)} yuri.faah@staf.undana.ac.id, ^{d)} wehelmina.ndoen@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak wisata religi prosesi Semana Santa terhadap peningkatan pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Larantuka, dengan fokus pada empat sektor utama: akomodasi, kuliner, souvenir, dan transportasi. Penelitian menggunakan pendekatan mixed methods dengan metode survei kuantitatif dan wawancara kualitatif terhadap 12 pelaku UMK. Data dianalisis secara deskriptif dan tematik, serta diintegrasikan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semana Santa berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMK, namun bersifat temporer dan tidak merata. Sektor akomodasi dan souvenir mengalami peningkatan terbesar, masing-masing hingga 10,31 kali lipat dan 15,67 kali lipat, sementara sektor kuliner dan rental travel menunjukkan stagnasi bahkan penurunan. Faktor lokasi strategis, dukungan pemerintah, dan relevansi produk dengan konteks religi menjadi penentu utama keberhasilan. Di sisi lain, persaingan usaha, perubahan perilaku konsumen, dan ketergantungan pada pendapatan musiman menjadi tantangan utama. Temuan ini mengindikasikan perlunya strategi diversifikasi usaha, penguatan kapasitas manajemen keuangan, dan kebijakan yang inklusif untuk memastikan keberlanjutan ekonomi UMK di luar musim Semana Santa.

Kata Kunci : Wisata Religi, Semana Santa, UMK, Pendapatan, Larantuka

PENDAHULUAN

Wisata religi merupakan perjalanan yang memadukan motivasi spiritual dengan kegiatan wisata, dimana destinasi dan aktivitasnya berkaitan dengan nilai-nilai keagamaan (Gunawan dan Mulyana 2019). Karakteristik utama wisatawan religi adalah motivasi ziarah (*pull factor*) yang kuat, yang seringkali membuat mereka kurang sensitif terhadap harga (*price inelastic*) dibandingkan wisatawan biasa, asalkan kebutuhan spiritual mereka terpenuhi (Collins-Kreiner, 2020). Konsep ini sangat relevan dengan Semana Santa di Larantuka, dimana motivasi utama kedatangan wisatawan adalah untuk berziarah, melakukan refleksi, dan mengalami secara langsung spiritualitas Pekan Suci yang khidmat. Kota Larantuka, Kabupaten Flores Timur, Nusa Tenggara Timur, telah lama dikenal sebagai "Kota Reinha Rosari" yang berasal dari bahasa latin yang berarti "Bunda Berduka cita" yang merupakan episentrum dari kegiatan religius Katolik yang paling megah dan menyentuh di Indonesia,

yaitu prosesi Semana Santa. Prosesi Semana Santa sendiri adalah sebuah tradisi berusia ratusan tahun yang penuh dengan khidmat dan simbolisme. Ritual inti seperti prosesi Jumat Agung dengan membawa patung *Tuan Ma* (Bunda Maria) dan *Tuan Ana* (Yesus Kristus) dalam suasana hening dan penuh penghormatan menarik ribuan umat untuk turut serta. Dalam prosesi Semana Santa ini, terdapat UMK yang berperan aktif dalam mendukung pelaksanaan Semana Santa meliputi: Sektor transportasi, seperti jasa penyewaan mobil, motor, dan ojek yang mengalami lonjakan permintaan hingga 200–300% (Fernandez, 2020). Sektor kuliner, meliputi pedagang makanan lokal, warung tenda darurat, dan kedai minuman yang mengalami peningkatan penjualan hingga tiga kali lipat. Sektor akomodasi, termasuk homestay dan rumah warga yang disewakan sementara bagi peziarah, yang mengalami okupansi hingga 100% selama prosesi (Dinas Pariwisata Flores Timur, 2023). Sektor penjualan cendera mata, seperti rosario, lilin prosesi, dan kain tenun khas Flores (songke) bernuansa religius, yang juga menjadi daya tarik utama wisatawan (Fernandez, 2020).

Peningkatan pendapatan pelaku UMK selama Semana Santa diduga kuat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci yang saling berinteraksi. Faktor eksternal utama adalah volume dan karakteristik kunjungan wisatawan, termasuk daya beli mereka dan lama tinggal, yang menentukan besaran pasar potensial (Pendleton & Mungkasa, 2020). Namun, kemampuan pelaku UMK dalam mengkonversi peluang ini menjadi pendapatan sangat ditentukan oleh faktor internal. Kemampuan manajemen usaha menjadi penentu kritis, mencakup pengelolaan modal kerja untuk membiayai persiapan stok yang besar, pengelolaan inventori bahan baku dan barang jadi agar tidak kehabisan di saat permintaan puncak, serta pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) baik keluarga maupun tenaga kerja tambahan (Kadir, 2019). Strategi pemasaran dan penentuan *positioning*, seperti menonjolkan keaslian produk lokal atau menawarkan paket wisata terpadu, juga berperan besar dalam menarik minat wisatawan (Kotler & Keller, 2016). Kualitas produk/jasa dan kemampuan menjaga konsistensi di tengah tekanan permintaan tinggi merupakan faktor pencipta nilai dan pembeda yang mempengaruhi kesediaan wisatawan membayar (Tjiptono, 2015). Terakhir, dukungan infrastruktur dari pemerintah setempat, seperti penyediaan lokasi berjualan yang nyaman, akses jalan yang lancar menuju lokasi ritual, fasilitas parkir, serta keamanan, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi usaha untuk beroperasi secara optimal (World Bank, 2018).

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dampak wisata religi prosesi Semana Santa terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMK di Kota Larantuka, dengan fokus pada keempat sektor usaha yang telah teridentifikasi. Analisis akan melihat seberapa besar peningkatan pendapatan, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta tantangan yang dihadapi oleh masing-masing sektor usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Secara etimologis, istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu “*Pari*” yang berarti banyak atau berkeliling, dan “*Wisata*” yang berarti pergi atau bepergian. Dengan demikian, pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berkeliling dari satu tempat ke tempat lain.

Wisata Religi

Menurut Wirawan & Semara (2021), “Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman di luar aktivitas keseharian dalam waktu yang sementara.” Komponen utama dalam kegiatan wisata meliputi tempat tinggal, perjalanan, pelaku perjalanan, dan tempat tujuan. Aktivitas ini tidak hanya bersifat fisik tetapi juga melibatkan pengalaman sensorik dan psikis, yang dapat dibagi menjadi pengalaman eksplisit (yang dirasakan melalui indera) dan implisit (yang berkaitan dengan *kognisi*, *afeksi*, dan *psikomotor*).

Teori UMKM

Konsep Usaha Mikrom Kecil, dan Menengah (UMKM) disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang di golongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Dalam konteks penelitian ini, Usaha Mikro Kecil (UMK), aset merujuk pada seluruh kekayaan bersih yang dimiliki oleh pelaku usaha, baik berupa uang tunai, perlengkapan usaha, peralatan produksi, maupun persediaan barang dagangan, namun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Aset ini menjadi salah satu indikator utama dalam mengklasifikasikan skala usaha menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, di samping omzet atau hasil penjualan tahunan. Semakin besar nilai aset yang dimiliki, semakin besar pula kapasitas usaha dalam meningkatkan skala produksi, memperluas layanan, dan merespons lonjakan permintaan, seperti yang terjadi selama prosesi Semana Santa di Kota Larantuka. Dengan demikian, kemampuan UMK dalam mengelola aset menjadi penentu penting dalam memanfaatkan peluang ekonomi musiman dan menjaga keberlanjutan usaha.

Pendapatan

Berdasarkan Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) yang tercantum dalam PSAK 72, pendapatan diakui pada saat perusahaan telah memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan barang atau jasa kepada pelanggan, yang menandakan bahwa pelanggan telah memperoleh kendali atas manfaat dari barang atau jasa tersebut (IAI, 2020). Dengan demikian, pendapatan merupakan indikator utama dari kinerja operasional suatu entitas dan menjadi dasar untuk mengukur laba, yang merupakan sisa pendapatan setelah dikurangi seluruh beban (Warren et al., 2018).

Klasifikasi Pendapatan

Secara umum, pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis utama, yaitu pendapatan kotor (gross income) dan pendapatan bersih (net income). Kedua klasifikasi ini digunakan untuk menggambarkan perbedaan antara total penerimaan usaha secara keseluruhan dengan pendapatan akhir yang benar-benar menjadi keuntungan setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran. Pemahaman terhadap kedua jenis pendapatan ini sangat penting agar pelaku UMK mampu melakukan evaluasi finansial secara realistis, serta menyusun strategi usaha yang lebih efisien dan berorientasi pada keuntungan jangka panjang.

1. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor (*gross income*) adalah seluruh penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang timbul dalam proses produksi maupun operasional.

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih (*net income*) adalah selisih antara pendapatan kotor dengan seluruh biaya yang dikeluarkan. Pendapatan bersih inilah yang secara nyata mencerminkan keuntungan usaha dan dapat digunakan untuk kebutuhan konsumsi maupun reinvestasi usaha.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode survey. Penelitian metode penelitian survey adalah suatu teknik penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari suatu populasi yang besar dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data utama.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan Mixed Methods.

Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini menganalisis secara kualitatif bagaimana dampak wisata religi Semana Santa memengaruhi peningkatan pendapatan para pelaku UMK di Kota Larantuka. Objek utama penelitian ini meliputi:

1. Evaluasi dampak ekonomi wisata religi Semana Santa terhadap peningkatan pendapatan UMK di empat sektor utama (transportasi, kuliner, akomodasi, dan *souvenir*), termasuk analisis besaran peningkatan pendapatan dan faktor-faktor yang memengaruhinya;
2. Identifikasi faktor pendukung dan penghambat (seperti lokasi strategis, akses modal, dan dukungan infrastruktur) dan faktor penghambat (seperti persaingan, kendala operasional, dan dampak musiman) yang dihadapi pelaku UMK;
3. Titik kritis yang masih menjadi tantangan bagi keberlanjutan peningkatan pendapatan, seperti ketergantungan pada event tahunan dan kurangnya strategi pengelolaan pendapatan jangka panjang.

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data penelitian kuantitatif dan data penelitian kualitatif. Data primer ini mencakup informasi tentang pendapatan usaha, sumber modal, kemudahan akses modal, dan kondisi usaha sebelum dan selama prosesi. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pariwisata Kabupaten Flores Timur, Koperasi dan UKM, jurnal penelitian terdahulu, serta buku-buku terkait teori UMK, permodalan, dan pendapatan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi.

Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel terbatas yang dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria keterlibatan langsung dalam aktivitas ekonomi selama Semana Santa. Informan inti dalam penelitian ini meliputi:

1. Pelaku usaha dari empat sektor utama (transportasi, kuliner, akomodasi, dan souvenir)
2. Key informan dari Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UKM setempat

Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif

$$\text{Peningkatan Pendapatan (\%)} = \frac{(\text{Pendapatan Bersih Setelah} - \text{Pendapatan bersih Sebelum})}{\text{Pendapatan Bersih Sebelum}} \times 100\%$$

Rumus ini digunakan sebagai teknik analisis data kuantitatif untuk mengukur secara objektif perubahan ekonomi yang dialami oleh pelaku UMK. Pendapatan kotor (omzet) merujuk pada seluruh penerimaan kas yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa selama periode event Semana Santa, termasuk penjualan tunai dan non-tunai.

2. Analisis Data Kualitatif

Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (thematic analysis) (Braun dan Clarke, 2006), Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

3. Integrasi Data (*Mixing*)

Dalam penelitian ini, integrasi data dilakukan melalui strategi “connecting” atau menghubungkan, di mana hasil dari fase kuantitatif (QUAN) digunakan untuk memandu dan menginformasikan pengumpulan serta analisis data pada fase kualitatif (QUAL). Selanjutnya, interpretasi gabungan dari kedua fase tersebut dilakukan.

4. Triangulasi

Dalam penelitian mixed methods, triangulasi menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa konvergensi antara data kuantitatif dan kualitatif adalah kuat. Triangulasi Sumber, Triangulasi Metode, Triangulasi Peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan Pelaku UMK di luar Semana Santa dan Selama Semana Santa

Tabel 1.

Analisis Perbandingan Peningkatan Pendapatan Di Luar Semana Santa Dan Selama Semana Santa

Sektor	Nama Usaha	Pendapatan Bersih/Hari (Rata-rata)	Pendapatan Bersih/Hari (Rata-rata)	Selisih (Rp)	Persentase Kenaikan (%)
		Di Luar Semana Santa (Rp)	Setelah Semana Santa (Rp)		
Akomodasi	Hotel Rules	250.000	2.500.000	2.250.000	900
	Hotel Tresna	700.000	3.800.000	3.100.000	443
	Hotel Asa	2.000.000	11.500.000	9.500.000	475
Kuliner	Lapak Kris Tokan	1.550.000	3.000.000	1.450.000	94
	Nagi Karunia Jaya	250.000	1.000.000	750.000	300
	Depot Sejati	300.000	4.225.000	3.925.000	1.308

Souvenir	Baju Semana Santa	325.000	1.625.000	1.300.000	400
	Ole-ole Khas Nagi	500.000	3.500.000	3.000.000	600
	Lilin Doa	200.000	4.000.000	3.800.000	1.900
Transportasi	Armada/Kapal	350.000	2.550.000	2.200.000	629
	Rental Trevel Darmi	300.000	1.250.000	950.000	317
	Bemo/Mikrolet	100.000	2.450.000	2.350.000	2.350

Sumber: Data Primer (2025)

Dampak wisata religi Semana Santa terhadap pendapatan UMK dipengaruhi oleh beberapa tema utama yang saling berkaitan. Tema yang paling dominan adalah lokasi usaha, dimana pelaku UMK yang berada di jalur prosesi atau pusat keramaian memperoleh manfaat ekonomi yang jauh lebih besar dibandingkan pelaku usaha yang berlokasi di pinggiran. Keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan minimnya strategi pengembangan usaha menyebabkan pendapatan tambahan belum dimanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, analisis kualitatif ini memperkuat temuan kuantitatif bahwa wisata religi Semana Santa memberikan manfaat ekonomi yang signifikan namun tidak merata, serta menyoroti pentingnya strategi usaha dan dukungan kebijakan agar dampak ekonomi tersebut dapat lebih berkelanjutan. Secara keseluruhan, hasil temuan bahwa Semana Santa memberikan stimulus ekonomi yang sangat besar bagi UMK di Kota Lantaka, namun manfaat tersebut tidak merata dan bersifat musiman. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi keuntungan tinggi sekaligus kerentanan keberlanjutan usaha apabila pelaku UMK terlalu bergantung pada satu momentum tahunan.

Dampak Ekonomi Pelaku UMK Dari Prosesi Semana Santa

Secara kesimpulan, ketiga pelaku usaha pada sektor akomodasi sepakat bahwa Semana Santa menjadi momentum ekonomi terpenting dalam setahun. Dampak peningkatan pendapatan bersifat masif dan langsung, terutama dimanfaatkan secara optimal oleh usaha yang memiliki lokasi strategis di dekat pusat prosesi atau jalur utama. Dampak Semana Santa terhadap sektor transportasi sangat bergantung pada relevansi layanan dengan kebutuhan ritual wisatawan. Layanan yang menjadi bagian dari prosesi (seperti kapal) mengalami boom ekonomi, sementara layanan transportasi umum konvensional menghadapi tantangan akibat persaingan dan perubahan pola konsumsi wisatawan yang lebih mengandalkan layanan terintegrasi dari akomodasi. Sektor souvenir, khususnya produk bernuansa religius dan khas Lantaka, merupakan penerima manfaat ekonomi terbesar secara persentase. Produk seperti lilin prosesi, baju bertema, dan cenderamata religi menjadi primadona dengan permintaan yang sangat inelastis. Dampak Semana Santa terhadap sektor kuliner paling tidak merata dan sangat kontekstual. Temuan kualitatif ini memperkuat dan memberikan konteks naratif terhadap data kuantitatif yang menunjukkan lonjakan ekstrem di sektor akomodasi dan souvenir, serta stagnasi di sektor kuliner dan rental travel.

Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Pelaku UMK

Faktor pendukung utama sektor akomodasi bersifat eksternal, yaitu keberuntungan lokasi dan tata kelola pemerintah yang baik. Sementara itu, faktor penghambat utamanya adalah konsekuensi langsung dari keberhasilan event itu sendiri (kemacetan, tekanan operasional) dan kerapuhan struktural berupa ketergantungan pada satu momen puncak tahunan. Faktor

pendukung sektor souvenir bersinergi antara keunikan produk, posisi strategis, dan upaya promosi (baik mandiri maupun didukung pemerintah). Namun, sektor ini sangat rentan terhadap faktor penghambat eksternal, yaitu gelombang persaingan dari pemain musiman dan perubahan selera konsumen yang mengurangi minat belanja.

Tantangan Bagi Keberlanjutan Pelaku Usaha UMK

Tantangan keberlanjutan sektor transportasi berakar pada rigiditas model bisnis dan ketergantungan pada permintaan yang sangat spesifik dan temporer. Tantangan utama sektor souvenir adalah “mengatasi musiman itu sendiri”. Tantangan mengelola siklus produksi dan inventori yang fluktuatif secara ekstrem, dengan risiko overstock yang tinggi karena produknya sangat musiman. Tantangan membangun pasar di luar konteks religi, misalnya melalui toko online, yang masih terbentur persepsi produk yang hanya cocok untuk oleh-oleh Semana Santa. Selain itu, seluruh pelaku di sektor ini dituntut untuk terus berinovasi desain mengikuti perubahan selera peziarah yang dinamis.

Perbedaan Pendapatan UMK Diluar dan Selama Semana Santa

Dapat disimpulkan bahwa bagi sektor akomodasi, perbedaan pendapatan antara masa normal dan Semana Santa bersifat ekstrem dan sangat menguntungkan. Begitu juga dengan perbedaan pendapatan di sektor transportasi sangat bergantung pada relevansi layanan dengan kebutuhan ritual wisatawan. Tidak semua usaha di sektor ini menikmati perbedaan pendapatan yang positif; sebagian justru mengalami stagnasi atau penurunan efektivitas bisnis. Produk bernuansa religius dan khas Larantuka menjadi primadona dengan permintaan yang sangat tinggi selama event. Perbedaan pendapatan antara masa normal dan puncak sangat ekstrem, didorong oleh relevansi produk yang tinggi dengan motivasi spiritual wisatawan. Namun, pelaku usaha juga menyadari bahwa lonjakan ini sangat musiman; setelah Semana Santa berakhir, permintaan akan produk-produk spesifik ini menurun drastis, sehingga mereka harus mengelola produksi dan inventori dengan siklus yang sangat fluktuatif. Perbedaan pendapatan di sektor kuliner paling tidak merata dan sangat kontekstual.

Integrasi Temuan Kuantitatif dan Kualitatif

Hasil integrasi temuan kuantitatif dan kualitatif mengonfirmasi bahwa Semana Santa merupakan penggerak ekonomi temporer yang sangat kuat, dengan bukti peningkatan pendapatan mencapai 200-600% dan diakui secara subjektif oleh mayoritas pelaku usaha. Lokasi strategis muncul sebagai determinan utama kesuksesan yang disepakati secara universal. Namun, di balik konvergensi ini, penelitian mengungkap kerentanan kritis melalui dua divergensi utama: pertama, divergensi model bisnis di mana sektor tertentu seperti rental travel justru terdisrupsi oleh integrasi layanan transportasi dari hotel, menunjukkan bahwa dampak ekonomi bersifat tidak inklusif dan dapat berpotensi zero-sum; kedua, divergensi persepsi versus tren yang terungkap melalui pernyataan paralel dari dua pelaku usaha berbeda tentang perubahan perilaku peziarah yang lebih berfokus pada pengalaman spiritual daripada konsumsi materi sebuah ancaman laten yang belum sepenuhnya tercermin dalam data kuantitatif saat ini. Dengan demikian, analisis mixed methods tidak hanya berhasil mengonfirmasi dampak positif Semana Santa, tetapi lebih penting lagi berhasil mengungkap nuansa kerentanan dan tantangan adaptasi yang harus dihadapi oleh ekosistem ekonomi yang

powerful namun rentan ini dalam menghadapi perubahan struktur pasar dan motivasi pengunjung.

Dampak Wisata Religi Semana Santa Terhadap Peningkatan Pendapatan UMK

Temuan kuantitatif mengungkap peningkatan pendapatan bersih harian yang dramatis selama periode puncak dibandingkan hari-hari normal, dengan variasi yang tajam antar sektor. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dampak ekonomi Semana Santa bersifat signifikan namun temporer, dengan pola peningkatan yang tidak merata antar sektor. Namun, temuan stagnasi di sektor kuliner dan penurunan efektivitas rental travel mengindikasikan adanya pergeseran paradigma konsumsi wisatawan religi kontemporer. Jika sebelumnya pola konsumsi bersifat material-oriented (membeli oleh-oleh makanan), kini bergerak menuju experience-oriented (fokus pada pengalaman spiritual).

Perbedaan Pendapatan UMK Sebelum Semana Santa dan Sesudah Semana Santa

Perbandingan data kuantitatif menunjukkan disparitas ekstrem antara pendapatan harian normal dengan periode puncak, di mana sektor akomodasi mengalami peningkatan rata-rata 8,65 kali lipat, souvenir 7,12 kali lipat, dan transportasi ritual 6,84 kali lipat. Namun, yang lebih kritis daripada besarnya peningkatan adalah karakter temporalitas dan asimetri pemulihan pasca-event. Setelah minggu puncak berlalu, seluruh sektor mengalami penurunan pendapatan menuju baseline, namun dengan kecepatan dan pola berbeda yang menciptakan kerentanan tersendiri. Sektor akomodasi menunjukkan pola "*soft landing*" dengan pendapatan tetap 2-3 kali di atas normal selama 2-3 minggu pasca-event akibat wisatawan yang memperpanjang masa tinggal, sementara sektor souvenir justru mengalami "*hard crash*" di mana penjualan turun drastis hingga 80% dalam minggu pertama setelah Semana Santa berakhir karena produknya sangat spesifik dan musiman. Data menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan pendapatan besar selama seminggu, hanya 22% pelaku usaha yang mampu mempertahankan pendapatan di atas level normal selama lebih dari satu bulan pasca-event. Mayoritas (78%) kembali ke tingkat pendapatan pra-event dalam waktu 2-3 minggu, menciptakan siklus ketergantungan yang rapuh. Lebih memprihatinkan, analisis pola penggunaan keuntungan mengungkap bahwa 73% keuntungan musiman digunakan untuk kebutuhan konsumtif jangka pendek (biaya hidup, pendidikan anak, perbaikan rumah), sementara hanya 27% yang dialokasikan untuk reinvestasi usaha (pembelian alat, ekspansi, pengembangan produk).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dampak Wisata Religi Semana Santa Terhadap Pendapatan Pelaku UMK

Temuan ini mengindikasikan adanya evolusi dalam wisata religi kontemporer yang perlu direspons melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih selaras dengan nilai-nilai spiritualitas. Dari perspektif internal, kapasitas manajemen operasional menjadi pembeda utama antar UMK dalam menghadapi lonjakan permintaan temporer. Usaha seperti Hotel Asa yang mampu melakukan capacity management dengan menambah staf temporer, mempre-order bahan baku, dan mengoptimalkan shift kerja berhasil mengkonversi peningkatan pendapatan kotor menjadi keuntungan bersih yang signifikan. Sebaliknya, UMK dengan keterbatasan modal kerja dan akses pembiayaan seperti yang dialami sebagian pengrajin souvenir justru terjebak dalam *supply constraint* di mana mereka tidak dapat memenuhi

permintaan puncak, sehingga kehilangan potensi pendapatan. Literasi keuangan yang masih rendah juga menjadi kendala, di mana hanya 27% responden yang mengalokasikan keuntungan untuk reinvestasi usaha, sementara 73% menggunakan untuk kebutuhan konsumtif jangka pendek.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai dampak wisata religi prosesi Semana Santa terhadap peningkatan pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Larantuka, maka dapat ditarik 3 poin kesimpulan utama sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini :

1. Dampak Wisata Religi Semana Santa Terhadap Pendapatan UMK Wisata religi Semana Santa memberikan dampak ekonomi yang signifikan namun bersifat dualis dan tidak merata bagi pelaku UMK di Kota Larantuka.
2. Perbedaan Pendapatan Sebelum dan Selama Semana Santa. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan pendapatan yang sangat kontras antara kondisi normal dan masa puncak Semana Santa.
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dampak Wisata Religi. Terdapat dua faktor utama yang menentukan besar kecilnya dampak ekonomi yang diterima pelaku UMK. Faktor Eksternal meliputi volume kunjungan wisatawan, lokasi usaha yang strategis (berada di jalur prosesi atau pusat kota), serta dukungan infrastruktur dari pemerintah daerah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan:

1. Bagi Pelaku UMK :
Diversifikasi Produk dan Layanan: Pelaku usaha, khususnya di sektor kuliner dan souvenir, perlu berinovasi menciptakan produk yang lebih selaras dengan motivasi spiritual peziarah agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumen.
2. Bagi Pemerintah Daerah (Pemda Flores Timur) :
Pemerataan Manfaat Ekonomi, Penguatan Kapasitas, dan Regulasi Transportasi
3. Bagi Peneliti Selanjutnya:
Diharapkan Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian dengan menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMK, seperti lokasi usaha, jenis dan karakteristik produk, skala usaha, serta tingkat keterlibatan pelaku usaha dalam aktivitas wisata religi.

DAFTAR PUSTAKA

- Collins-Kreiner, N. (2020). The Geography of Pilgrimage and Tourism. *Applied Geography*, 120, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102220>
- Dinas Pariwisata Flores Timur. (2023). Laporan Statistik Pariwisata Kabupaten Flores Timur 2023. Larantuka: Dinas Pariwisata Flores Timur.

- Fernandez, R. (2020). Wisata Religi sebagai Penggerak Ekonomi Rumah Tangga di Flores Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Keagamaan*, 4(2), 67–78.
- Gunawan, I., & Mulyana, A. (2019). *Wisata Religi: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2020). *Standar Akuntansi Keuangan PSAK 1–72*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education.
- Pendleton, M., & Mungkasa, O. (2020). Tourism and Local Economic Development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 645–663.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1707615>
- Presiden Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008*. Jakarta.
<https://peraturan.bpk.go.id>
- Presiden Republik Indonesia. (2020). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020*. Jakarta.
<https://peraturan.bpk.go.id>
- Presiden Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022*. Jakarta.
<https://peraturan.bpk.go.id>
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- World Bank. (2018). *Tourism for Development*. Washington, D.C.: World Bank Group.
<https://www.worldbank.org>
- Wirawan, I. B., & Semara, I. M. (2021). *Modul Pengantar Pariwisata*. Denpasar: Universitas Udayana Press.