



PROTEKSI ISI LAPORAN KEMAJUAN PENELITIAN

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi laporan ini dalam bentuk apapun kecuali oleh peneliti dan pengelola administrasi penelitian

LAPORAN KEMAJUAN PENELITIAN MULTI TAHUN

ID Proposal: 09b1c6bf-860c-45cb-8e5b-45751711deab
Laporan Kemajuan Penelitian: tahun ke-1 dari 2 tahun

1. IDENTITAS PENELITIAN

A. JUDUL PENELITIAN

Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan

B. BIDANG, TEMA, TOPIK, DAN RUMPUN BIDANG ILMU

Bidang Fokus RIRN / Bidang Unggulan Perguruan Tinggi	Tema	Topik (jika ada)	Rumpun Bidang Ilmu
Pengembangan Industri Kreatif dan UMKM	-	Pengembangan Potensi Sumber Daya Lokal Berbasis Industri Kreatif	Ekonomi Pembangunan

C. KATEGORI, SKEMA, SBK, TARGET TKT DAN LAMA PENELITIAN

Kategori (Kompetitif Nasional/ Desentralisasi/ Penugasan)	Skema Penelitian	Strata (Dasar/ Terapan/ Pengembangan)	SBK (Dasar, Terapan, Pengembangan)	Target Akhir TKT	Lama Penelitian (Tahun)
Penelitian Desentralisasi	Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi	SBK Riset Terapan	SBK Riset Terapan	6	2

2. IDENTITAS PENGUSUL

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index
MARIA G WESTRI K SUSILOWATI Ketua Pengusul	Universitas Katolik Soegijapranata	Manajemen		6010407	0
Dra RETNO YUSTINI WAHYUNINGDYAH Anggota Pengusul 1	Universitas Katolik Soegijapranata	Manajemen		6016661	0
WIDURI KURNIASARI S.E.,	Universitas Katolik	Manajemen		6009856	0

M.Si, Doktor	Soegijapranata				
Anggota Pengusul 2					

3. MITRA KERJASAMA PENELITIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan penelitian dapat melibatkan mitra kerjasama, yaitu mitra kerjasama dalam melaksanakan penelitian, mitra sebagai calon pengguna hasil penelitian, atau mitra investor

Mitra	Nama Mitra
Mitra Calon Pengguna	Ir. Muh Bambang Irianto, MSi

4. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran Wajib

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (<i>accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya</i>)	Keterangan (<i>url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya</i>)
1	Kebijakan	produk	blueprint

Luaran Tambahan

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (<i>accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya</i>)	Keterangan (<i>url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya</i>)
1	Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional	submitted	Socio –Economics Planning Sciences, ISSN: 00380121, Publisher: Elsevier, Ltd
1	Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional	sudah terbit/sudah dilaksanakan	International conference

5. ANGGARAN

Rencana anggaran biaya penelitian mengacu pada PMK yang berlaku dengan besaran minimum dan maksimum sebagaimana diatur pada buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi 12.

Total RAB 2 Tahun Rp. 418,223,000

Tahun 1 Total Rp. 204,403,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Analisis Data	HR Pengolah Data	P (penelitian)	3	1,540,000	4,620,000
Analisis Data	Biaya analisis sampel	Unit	4	12,500,000	50,000,000
Analisis Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	6	300,000	1,800,000
Analisis Data	Honorarium narasumber	OJ	12	900,000	10,800,000
Analisis Data	Uang Harian	OH	12	370,000	4,440,000
Analisis Data	Penginapan	OH	12	500,000	6,000,000
Analisis Data	Biaya konsumsi rapat	OH	15	50,000	750,000
Analisis Data	Transport Lokal	OK (kali)	30	150,000	4,500,000
Bahan	ATK	Paket	1	2,683,000	2,683,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	Unit	60	95,000	5,700,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Publikasi artikel di Jurnal Internasional	Paket	1	7,500,000	7,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar internasional	Paket	3	17,500,000	52,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	9	300,000	2,700,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang harian rapat di dalam kantor	OH	15	150,000	2,250,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang harian rapat di luar kantor	OH	15	370,000	5,550,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya konsumsi rapat	OH	15	50,000	750,000
Pengumpulan Data	FGD persiapan penelitian	Paket	3	350,000	1,050,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti	OJ	8	300,000	2,400,000
Pengumpulan Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	8	300,000	2,400,000
Pengumpulan Data	Penginapan	OH	8	500,000	4,000,000
Pengumpulan Data	Uang Harian	OH	15	370,000	5,550,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Lapangan	OH	15	80,000	1,200,000
Pengumpulan Data	Transport	OK (kali)	16	80,000	1,280,000
Pengumpulan Data	Uang harian rapat di luar kantor	OH	20	100,000	2,000,000
Pengumpulan Data	Uang harian rapat di dalam kantor	OH	40	150,000	6,000,000
Pengumpulan Data	HR Petugas Survei	OH/OR	60	8,000	480,000
Pengumpulan Data	Biaya konsumsi	OH	70	50,000	3,500,000
Sewa Peralatan	Ruang penunjang penelitian	Unit	6	500,000	3,000,000
Sewa Peralatan	Transport penelitian	OK (kali)	12	750,000	9,000,000

Tahun 2 Total Rp. 213,820,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Analisis Data	Biaya analisis sampel	Unit	2	12,500,000	25,000,000
Analisis Data	HR Pengolah Data	P (penelitian)	3	1,540,000	4,620,000
Analisis Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	8	300,000	2,400,000
Analisis Data	Penginapan	OH	9	500,000	4,500,000
Analisis Data	Honorarium narasumber	OJ	12	900,000	10,800,000
Analisis Data	Uang Harian	OH	15	370,000	5,550,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Analisis Data	Biaya konsumsi rapat	OH	15	50,000	750,000
Analisis Data	Transport Lokal	OK (kali)	18	150,000	2,700,000
Bahan	ATK	Paket	1	2,290,000	2,290,000
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	Unit	80	116,250	9,300,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Publikasi artikel di Jurnal Internasional	Paket	1	7,500,000	7,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Luaran KI (paten, hak cipta dll)	Paket	1	1,000,000	1,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya pembuatan dokumen uji produk	Paket	1	2,000,000	2,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya penyusunan buku termasuk book chapter	Paket	1	5,000,000	5,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar internasional	Paket	3	17,500,000	52,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	8	300,000	2,400,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang harian rapat di dalam kantor	OH	15	150,000	2,250,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang harian rapat di luar kantor	OH	15	370,000	5,550,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya konsumsi rapat	OH	18	50,000	900,000
Pengumpulan Data	FGD persiapan penelitian	Paket	3	350,000	1,050,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti	OJ	8	300,000	2,400,000
Pengumpulan Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	8	300,000	2,400,000
Pengumpulan Data	HR Petugas Survei	OH/OR	10	250,000	2,500,000
Pengumpulan Data	Penginapan	OH	10	500,000	5,000,000
Pengumpulan Data	Uang harian rapat di luar kantor	OH	10	100,000	1,000,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Lapangan	OH	12	80,000	960,000
Pengumpulan Data	Transport	OK (kali)	15	80,000	1,200,000
Pengumpulan Data	Uang Harian	OH	15	370,000	5,550,000
Pengumpulan Data	Uang harian rapat di dalam kantor	OH	180	150,000	27,000,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Pengumpulan Data	Biaya konsumsi	OH	180	50,000	9,000,000
Sewa Peralatan	Ruang penunjang penelitian	Unit	2	1,000,000	2,000,000
Sewa Peralatan	Transport penelitian	OK (kali)	9	750,000	6,750,000

6. KEMAJUAN PENELITIAN

A. RINGKASAN: Tuliskan secara ringkas latar belakang penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, luaran yang ditargetkan, serta uraian TKT penelitian.

Tumbuhnya sektor pariwisata memicu tumbuhnya berbagai UMKM bidang pariwisata bagi masyarakat sekitar kawasan yang berdampak positif terhadap pendapatan, penyerapan tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan potensi wisata sangat besar, sektor kepariwisataan Indonesia berpeluang menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Kawasan wisata Kabalong memiliki berbagai macam potensi wisata, yaitu wisata alam, kuliner, sejarah maupun budaya. Festival durian dan jembatan Lengkung di desa Lolong telah menjadi ikon kawasan wisata ini. Pada kawasan tersebut telah berbagai UMKM bidang pariwisata namun belum dikelola secara profesional dan terintegrasi serta mengabaikan kelestarian lingkungan hidup sehingga belum memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan merumuskan strategi memajukan UMKM Bidang pariwisata yang berbasis pada masyarakat dan potensi wilayah Kawasan Kabalong. Metode pendekatan yang digunakan terutama adalah statistik deskriptif kewilayahan LQ, shiftshare, Importance-Performance Analysis dan SOAR.

Dalam laporan kemajuan ini telah diperoleh beberapa capaian, yakni data-data telah terkumpul dan sebagian besar telah dianalisis. Kesimpulan sementara adalah, secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha, analisis SOAR dan IPA dapat dikatakan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan. UMKM-UMKM sekitar kawasan akan berkembang seiring dengan perkembangan pariwisata. Maka, strategi utama untuk memajukan UMKM adalah mendorong perkembangan pariwisata. Namun, sebagai supporting system dalam upaya mendorong perkembangan pariwisata, UMKM-UMKM yang ada di sekitar kawasan seharusnya memiliki kinerja yang baik sehingga memberikan dampak positif terhadap pariwisata yang dikembangkan. Dengan mempertimbangkan kondisi karakter pelaku maupun kondisi usaha, hasil analisis IPA pada bauran pemasaran maupun analisis SOAR, maka dapat diusulkan arah kebijakan umum untuk memajukan UMKM pariwisata di sekitar wilayah Kabalong adalah, "Pengembangan Pariwisata dan UMKM Pariwisata Tangguh Bersinergi berdasarkan potensi lokal, ilmu pengetahuan, dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial", Luaran Wajib Penelitian ini adalah Produk, telah tercapai. Luaran Tambahan: (1) Prosiding Seminar Internasional: telah tercapai, dalam seminar internasional (ICOI) di Korea Selatan. (2) Publikasikan jurnal Internasional: Submitted, pada Quality-Access to Success (is indexed in international data bases Web of Science™ Core Collection - Emerging Sources Citation Index (ESCI), SCOPUS, EBSCO, PROQUEST and listed in CABELL'S Whitelist) dengan judul: IMPROVING THE QUALITY OF TOURISM MANAGEMENT AND ITS SUPPORTING MSMEs BASED ON AN IPA AND SOAR ANALYSIS: A STUDY IN PEKALONGAN REGENCY, INDONESIA

B. KATA KUNCI: Tuliskan maksimal 5 kata kunci.

UMKM; Pariwisata; Kesejahteraan; Strategi; Potensi

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/modifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

...Latar Belakang:

Secara makro sektor pariwisata menunjukkan pertumbuhan dan kontribusi yang semakin signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, menghasilkan devisa sebesar US\$ 11,9 milyar, dan menyerap tenaga kerja pariwisata sebanyak 12,16 juta orang (LAKIP Kemenpar 2016). Dengan potensi wisata sangat banyak dan beragam, sektor kepariwisataan Indonesia berpeluang menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia sebagaimana ditetapkan sebagai program prioritas pembangunan Kabinet Kerja 2015-2019 dalam “Nawa Cita” Presiden. Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu daerah memiliki kawasan wisata yang beragam. Salah satu kawasan pengembangan wisata yang disebutkan dalam RTRW Kabupaten Pekalongan tahun 2011-2031 adalah kawasan wisata Kabalong (Karanggondang, Limbangan, Lolong) di Kecamatan Karanganyar.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi memajukan UMKM di bidang pariwisata yang berbasis pada masyarakat dan potensi wilayah. Sesuai dengan tujuan penelitian, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk memetakan potensi wilayah Kawasan wisata Kabalong, menyusun profil pengelolaan UMKM bidang pariwisata di kawasan wisata alam Kabalong, menyusun kisi-kisi strategi memajukan UMKM bidang pariwisata, menyusun blueprint strategi memajukan UMKM di bidang pariwisata serta mengembangkan alternatif strategi memajukan UMKM bidang pariwisata yang sesuai dengan sumberdaya wilayah yang terdokumentasi.

Hasil dan Pembahasan:

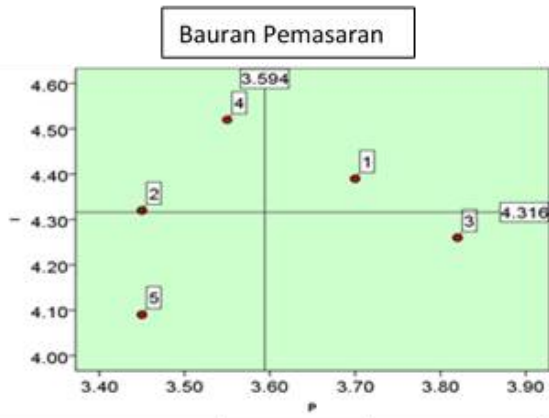
Profil UMKM dan Potensi Wilayah.

Wilayah Kabalong memiliki potensi alam dalam bentuk terutama dalam bentuk wisata alam, hutan durian, sungai Sekarang yang cocok untuk kegiatan rafting, sungai Wisnu yang dapat dikembangkan untuk tubing, pemandangan yang indah serta udara sejuk dan daratan pinggiran sungai yang landai untuk perkemahan maupun kegiatan outbond. Mengenai profil usaha yang ada di wilayah tersebut, dilihat dari skala usahanya semua termasuk dalam kategori UMKM yang sebagian besar berupa warung (perdagangan). Hanya sedikit UMKM produsen. Pelaku UMKM memiliki tingkat pendidikan sampai dengan SMP dan berumur antara 20-40 tahun. UMKM tersebut sebagian besar hanya memiliki omset dibawah Rp5 juta per minggu. Meskipun secara keseluruhan masih terdapat kelemahan pada SDM pelaku UMKM, namun dalam observasi ditemukan adanya beberapa orang yang dapat dijadikan sebagai motor penggerak karena kreatifitas dan motivasinya untuk maju. Secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha dapat dikatakan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan

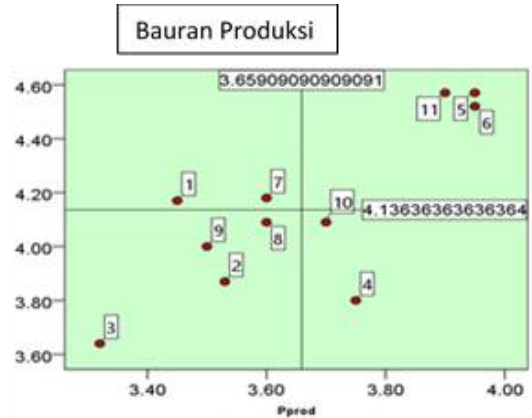
IMPORTANCE AND PERFORMANCE ANALYSIS.

Hasil analisis dengan diagram Cartesius menunjukkan bahwa:

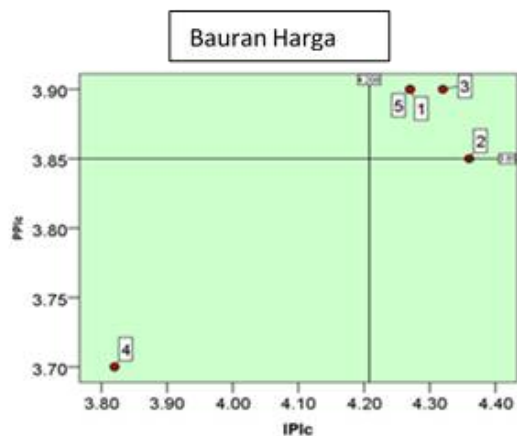
1. Promosi dan price berada dalam kuadran I (tingkat kepentingan tinggi, kinerja rendah). Pada bauran promosi, hal yang perlu diprioritaskan adalah papan penunjuk arah. Sementara itu pada bauran price, prioritas perbaikan sebaiknya pada kesesuaian harga dengan kualitas produk dan pelayanan yang berada pada kuadran I)
2. Product berada pada kuadran III (tingkat kepentingan tinggi, kinerja tinggi), Prioritas pengembangan pada bauran pengemasan dan variasi produk). Unsur produk yang berada pada kuadran 2 adalah variasi produk (1) dan packaging (7). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kabalong perlu meningkatkan keragaman produk yang ditawarkan. Produk pariwisata utama yang diunggulkan di Kawasan Kabalong saat ini adalah buah Durian dan kegiatan Rafting, namun variasi keragaman produknya masih sangat terbatas
3. Place berada pada kuadran IV (tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi). Berdasarkan posisi bauran pada diagram Cartesius, strategic location perlu diprioritaskan (kecuali untuk usaha rafting, kebanyakan UMKM berada dalam kampung).
4. Fasilitas pendukung pada kuadran I ((tingkat kepentingan rendah, kinerja rendah). Prioritas perbaikan berdasar posisi bauran pada diagram Cartesius adalah pada bauran pengembangan parkir dan kelancaran komunikasi.



- (i)
1. Product
 2. Price
 3. Place
 4. Promotion
 5. Facilities

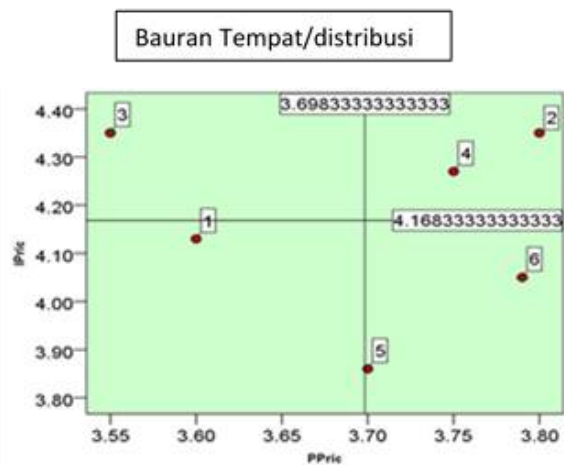


- (ii)
1. Product Variation
 2. Brand
 3. Feature
 4. Size (Boat for Rafting)
 5. Guarantee
 6. quality
 7. Packaging
 8. Price
 9. Product Completeness
 10. Design
 11. Service



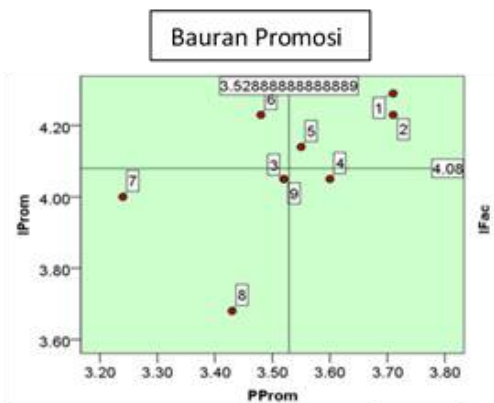
(ii)

1. An affordable price
2. Price Compliance with Quality
3. Price Compliance with Services
4. Price Competitiveness
5. Discount
6. Payment Period



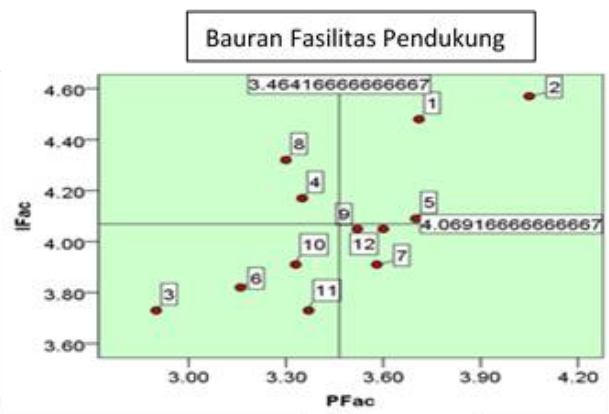
(i)

1. Easy to Reach
2. Infrastructure
3. Strategic location
4. Distribution Channels
5. Transportation



(i)

1. Publication
2. Sales Promotion
3. Advertisement
4. Web Design
5. Utilization of SocMed
6. Directions Board
7. Billboard
8. Personal Sales
9. Direct Marketing



(ii)

1. Toilet
2. Mosque
3. ATM/Fintech
4. Communication
5. Guide
6. Souvenir
7. Product Information
8. Parking
9. Culinary
10. Restaurant
11. Café
12. Grocery Store

SOAR ANALYSIS:

Berbeda dengan analisis SWOT, analisis SOAR menggunakan pendekatan appreciative inquiry (AI). Tujuannya adalah, dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan perusahaan lebih fokus pada hal-hal positif yang dapat dikembangkan dibandingkan memikirkan kelemahan internal atau ancaman yang dirasakan yang mungkin tidak terjadi. Dengan demikian perusahaan adakan dapat memanfaatkan secara optimal potensi-potensi yang

dimilikinya. Pada faktor internal yang berfokus pada kekuatan dan faktor eksternal berfokus pada peluang bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dalam pendekatan analisis SOAR dirancang serangkaian tindakan yang menggunakan kekuatan dan peluang, menggali aspirasi cara mencapai sasaran perusahaan dengan potensi yang ada (memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia) serta mendeskripsikan hasil yang mungkin dicapai secara terukur.

STRENGTH (KEKUATAN). Kekuatan merupakan sisi positif dari faktor internal UMKM yang meliputi kondisi aspek manajerial UMKM, seperti produksi; sumber daya manusia; keuangan dan pemasaran. Aspek produksi meliputi kapasitas produksi, kualitas, dan ketersediaan bahan baku, kualitas produksi, dan penggunaan teknologi. UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong memiliki kekuatan pada aspek produksi dan SDM. Kondisi dari aspek produksi yang mendukung atau merupakan kekuatan dari UMKM bidang pariwisata di kawasan Kabalong yaitu barang yang diproduksi oleh UMKM yang cenderung didasarkan pada potensi lokal atau daerah setempat sehingga mudah untuk mendapatkan bahan baku. Buah durian yang merupakan produk utama UMKM sektor pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak. Seperti yang sudah diketahui, Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian. Pengembangan pangan berbasis durian didukung oleh kegiatan festival durian setiap tahun pada masa panen raya. Namun, mengenai aspek produksi, hasil diskusi kelompok juga mengidentifikasi keberadaan berbagai produk di sekitar kawasan wisata Kabalong, seperti kopi, gula aren, rambutan, pisang dan wedang juruh (minuman khas Jawa Tengah dengan santan dan kelapa/gula aren). Dalam aspek sumber daya manusia, UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong masih memiliki beberapa kelemahan. Namun demikian, pada dasarnya UMKM di sekitar kawasan wisata Kabalong memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha dan memiliki dasar-dasar pengetahuan manajemen bisnis yang baik karena mereka telah menerima beberapa pelatihan yang diadakan oleh Koperasi Kabupaten Pekalongan dan lembaga UMKM. Motivasi yang kuat dan pengetahuan dasar manajemen inilah kekuatan UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong

OPPORTUNITIES (PELUANG). Berdasarkan pada hasil diskusi kelompok (FGD) yang terdiri dari UMKM, pemerintah, manajer regional dan tokoh masyarakat setempat, kondisi pasar pariwisata saat ini adalah peluang pengembangan atau peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Mereka menganggap bahwa pasar semakin terbuka dan memberikan peluang bagi UMKM untuk tumbuh. Secara khusus, ada hal-hal yang dianggap sebagai peluang pasar bagi UMKM di sekitar Kabalong untuk tumbuh, yaitu: Peluang (Opportunities) meliputi (1) pengembangan Kabalong sebagai kawasan ekowisata sesuai dengan perencanaan tata ruang dan wilayah Kabupaten Pekalongan, (2) kondisi alam dengan dingin suasana, (3) pemandangan indah, (4) mudah diakses, (5) ada banyak spot foto indah / instagramable, (6) pergeseran gaya hidup masyarakat dalam memilih tujuan rekreasi (cenderung wisata alam), (7) jumlah kesenian tradisional / budaya lokal di sekitar daerah tersebut, (8) peningkatan daya beli / pendapatan masyarakat, dan (9) terdapat sekolah menengah kejuruan yang telah mengembangkan produk dengan bahan utama kulit durian (produk unggulan daerah). Peluang bagi perkembangan UMKM bersifat tidak langsung, tetapi merupakan peluang turunan dari berkembangnya kegiatan pariwisata. Artinya, perkembangan pariwisata yang membuka peluang bagi UMKM serta munculnya aktivitas ekonomi baru.

ASPIRATIONS (ASPIRASI). Dalam tahap ini peserta diskusi diajak untuk berkhayal/membayangkan gambaran ideal tentang kondisi UMKM serta merancang masa depan yang diharapkan tersebut dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang. Bertitik tolak dari "impiannya" tentang UMKM yang ideal serta mempertimbangkan kekuatan dan peluang pengembangan UMKM peserta diskusi menyusun alternatif dan rekomendasi strategis. Hasil dari tahap aspirasi ini adalah terkumpulnya aspirasi-sapirasi langkah atau tindakan-tindakan strategis untuk mencapai UMKM ideal. Terdapat beberapa strategi alternatif untuk meningkatkan UMKM dalam pariwisata yang mencul pada tahap ini, antara lain: (1) membentuk kelompok, (2) membentuk koperasi yang memayungi UMKM, (3) memberikan bantuan intensif setelah pelatihan, (4) membentuk kelompok usaha bersama, (5) merancang 'sesuatu' yang menjadi identitas, yang membedakan Kabalong dengan daerah wisata serupa lainnya, (6) merancang paket wisata yang melibatkan semua desa (Karanggondang, Limbangan dan Lolong), (7) memberdayakan sekelompok bisnis untuk meningkatkan pendapatan keluarga (UP2K), (8) merancang kawasan Kabalong sebagai kawasan terpadu seperti Technopark untuk pariwisata, (9) mengoptimalkan pengelolaan kawasan pariwisata oleh BUMDES (perusahaan milik desa), dan (10) mengembangkan e-commerce dan banyak lainnya. Namun, hal utama adalah "meningkatkan kapasitas dan kemampuan kewirausahaan" dari para pelaku UMKM itu sendiri.

RESULTS (HASIL). Hasilnya adalah hasil nyata dan terukur sehingga mencerminkan tingkat pencapaian tujuan dan aspirasi. Ada beberapa hasil yang diharapkan oleh peserta diskusi, yaitu (1) memiliki ikon sehingga lebih mudah untuk mengenali Kabalong, (2) ada spesialisasi produk UMKM yang terlibat dalam pengembangan pariwisata, (3) peningkatan jumlah wisatawan sehingga keuntungan UMKM juga meningkat, (4) peningkatan jumlah tenaga kerja terserap, (5) Kabalong menjadi daerah wisata yang berbeda dari yang lain atau unik, dan (6) peningkatan aset UMKM

Tabel 1 MATRIKS SOAR

Strengths	Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi didasarkan pada potensi lokal (bahan baku mudah didapat), 2. Durian sebagai produk utama UMKM pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak 3. Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian 4. Ada berbagai produk di sekitar Kabalong, 5. Memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha 6. Memiliki dasar-dasar pengetahuan manajemen bisnis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Kabalong sebagai kawasan ekowisata sesuai dengan perencanaan tata ruang dan wilayah Kabupaten Pekalongan, 2. Kondisi alam dengan suasana sejuk, 3. Pemandangan indah, 4. Mudah diakses, 5. Banyak tempat foto yang indah/instagramable, 6. Pergeseran preferensi orang dalam memilih tujuan rekreasi 7. Jumlah budaya lokal di sekitar daerah tersebut, 8. Meningkatnya daya beli / pendapatan per kapita 9. Ada sekolah menengah kejuruan yang telah mengembangkan produk dengan bahan kulit durian (produk unggulan daerah)
Aspiration	Results
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan cluster, 2. Mengembangkan koperasi yang menangani MSEM, 3. Memberikan bantuan intensif setelah pelatihan, 4. Membentuk kelompok bisnis bersama 5. Merancang sesuatu "yang menjadi identitas, 6. Merancang paket wisata 7. Memberdayakan sekelompok bisnis untuk meningkatkan pendapatan keluarga (UP2K) 8. Merancang Kabalong sebagai area terpadu seperti Technopark untuk pariwisata, 9. Mengoptimalkan pengelolaan area pariwisata oleh BUMDES (perusahaan milik desa), mengembangkan e-commerce 10. Meningkatkan sinergi antar desa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki ikon sehingga lebih mudah untuk mengenali Kabalong, 2. Ada spesialisasi produk 3. Peningkatan jumlah wisatawan sehingga keuntungan UMKM juga meningkat, 4. Peningkatan jumlah tenaga kerja yang diserap, 5. Kabalong menjadi kawasan wisata yang unik, 6. Peningkatan aset UMKM.

Sesuai dengan arahan kebijakan jangka panjang yang diusulkan, maka dapat diturunkan beberapa strategi sebagai berikut:

1. **Dimensi sumber daya manusia:** Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM dan pekerja seni di daerah tersebut. Kualitas sumber daya manusia dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif serta membentuk forum komunikasi reguler di antara UMKM untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengembangan bisnis. Bantuan perlu dilakukan untuk waktu yang lama, tidak ditinggalkan setelah program pelatihan berakhir (menyelenggarakan lokakarya berkelanjutan).
2. **Dimensi Produksi:** Memetakan berbagai jenis produk yang diproduksi oleh UMKM agar dapat diklasifikasikan sesuai dengan kesamaan karakter untuk tujuan spesialisasi. Menentukan produk unggulan yang didasarkan pada kriteria keunikan, keterlibatan sosial (termasuk jumlah pengusaha dan pekerjaan), bahan baku (termasuk ketersediaan, asal, dan akses ke bahan baku), posisi daya saing (mencakup kapasitas produksi, harga relatif, pasar potensial, dan keberlanjutan)
3. **Dimensi Pemasaran:** Meningkatkan spesifikasi teknis, kualitas dan kemasan serta promosi, dan mengembangkan kelompok diskusi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.
4. **Dimensi kelembagaan:** Memperkuat kapasitas dan kemampuan lembaga-lembaga UMKM yang mendukung pengembangan pariwisata di wilayah Kabalong.
5. **Lainnya:** Meningkatkan koordinasi antara Organisasi Perangkat Daerah terkait, baik provinsi dan kabupaten, meningkatkan program pengembangan UMKM dan / atau lembaga / koperasi yang menangani UMKM dan memfasilitasi inovasi dan proses pemasaran.

Penelitian ini juga mencatat bahwa **hal terpenting** dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan UMKM adalah perubahan pola pikir terkait pengembangan UMKM. Pola pikir untuk meningkatkan UMKM harus menempatkan UMKM sebagai subjek pengembangan daripada sebagai objek. Pengembangan UMKM dapat dimulai dari apa yang dimiliki UMKM, bukan sesuatu yang tidak mereka miliki atau keterbatasannya

STUDI BANDING

Pengalaman studi banding dengan menggunakan paket Dokar Village Tour menunjukkan bahwa pelayanan wisata telah terstandarisasi dengan sangat baik dan profesional. Pada saat wisatawan datang di kantor Koperasi sebagai kantor pusat pelayanan, para wisatawan langsung disambut dengan ramah oleh Pemandu yang telah ditetapkan. Dokar sudah siap untuk mengantarkan wisatawan berkeliling desa. Setiap dokar diisi wisatawan maksimal tiga orang. Para wisatawan berkeliling desa melihat suasana pedesaan. Beberapa konsep penting yang disarikan dari studi banding ini antara lain: (1) Pengelolaan melalui satu pintu yaitu koperasi. Bisnis apapun harus melalui koperasi. (2) Mencari pemimpin yang mampu menjaga visi dan misi koperasi, sehingga keberlangsungannya terjamin, (3) Jumlah pengurus koperasi harus ganjil. Semua ketentuan yang berkaitan dengan manajemen koperasi sudah diatur dalam AD/ART Koperasi. (4) Saling percaya diantara seluruh komponen desa, sinergitas, dan political will dari kepala desa dan perangkatnya menjadi kunci keberhasilan desa wisata Candirejo

DISKUSI

Analisis Importance-Performance dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja pihak lain. Penelitian ini menggunakan Importance-Performance Analysis (IPA) karena merupakan teknik yang mudah digunakan dan berbiaya murah (Martilla and James, 1977). Kepuasan terjadi jika ada kesesuaian antara kinerja yang diterima dengan tingkat kepentingan masing-masing item komponen produk berdasar pandangan konsumen. Teridentifikasinya komponen-komponen bauran pemasaran yang tidak memuaskan dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran yang tepat.

Meningkatnya persaingan antar kawasan wisata nasional dewasa ini, menuntut kemampuan untuk menyediakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan. Semenjak pariwisata dipandang sebagai penggerak perekonomian daerah, ketersediaan metode manajemen untuk membantu pengambil kebijakan dan para praktisi untuk meningkatkan pemahaman persepsi wisatawan tentang kekuatan dan kelemahan destinasi wisata merupakan masukan mendasar bagi proses manajemen destinasi wisata. Studi ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM pariwisata harus dilakukan melalui peningkatan komponen bauran pemasaran secara menyeluruh dan terintegrasi, khususnya untuk unsur promotion dan price. Peningkatan papan petunjuk dan iklan harus menjadi prioritas. Kondisi ini mencerminkan kurangnya papan petunjuk jalan lokasi wisata. Masalah lain yang perlu mendapat perhatian adalah terbatasnya iklan, yang mengakibatkan tidak terinformasikannya secara luas kawasan wisata Kabalong. Diagram Kartesius menunjukkan bahwa UMKM harus memiliki pengetahuan dan keahlian tentang kebijakan penetapan harga. Harga harus ditetapkan sesuai dengan target pasar. Hasil studi mengindikasikan bahwa variasi produk dan packaging merupakan komponen paling penting dari unsur bauran produk. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM pariwisata harus membuat keragaman produk dan jasa wisata yang lebih banyak dan dengan packaging yang lebih menarik. Area parkir merupakan komponen penting dari unsur fasilitas. Untuk memecahkan masalah ini, dibutuhkan kerjasama dan koordinasi yang baik antar stakeholders' pengembangan kawasan pariwisata yang meliputi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Hasil IPA dapat digunakan sebagai alat benchmarking dalam rangka mendukung pengembangan daya saing lebih lanjut. pada sisi yang lain, kerangka yang diajukan dapat diadopsi oleh destinasi wisata yang lain untuk mengevaluasi kualitas pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung, serta untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki disbanding dengan destinasi yang potensial sebagai pesaingnya. Dengan pemikiran yang sama, analisis yang diajukan kemungkinan bermanfaat sebagai alat strategi pemasaran yang mampu menunjukkan komponen-komponen yang akan membedakan tawaran pengalaman wisata dengan yang ditawarkan pihak lain. Studi ini mengindikasikan bahwa kepuasan wisatawan dapat diwujudkan melalui integrasi sejumlah besar komponen secara menyeluruh, mencakup pelayanan, komponen fisik, serta pelayanan yang berkualitas.

Sementara itu, dari identifikasi SOAR pada UMKM diketahui bahwa UMKM pendukung pariwisata di kawasan Kabalong memiliki kekuatan pada aspek produksi, yang terutama disebabkan karena barang yang diproduksi oleh UMKM cenderung berbasis pada potensi lokal sehingga bahan baku mudah diperoleh. Buah durian yang merupakan produk utama UMKM sektor pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak. Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian. Pengembangan pangan berbasis durian didukung oleh kegiatan festival durian setiap tahunnya. Dalam hal ini, maka dapat dikatakan bahwa kawasan Kabalong memiliki goodwill. Selain itu, diskusi kelompok juga mengidentifikasi adanya berbagai produk di sekitar kawasan wisata Kabalong, seperti kopi, gula aren, rambutan, pisang dan wedang juruh (minuman khas Jawa Tengah dengan santan dan kelapa/gula aren). Pengembangan makanan olahan yang memberikan dapat menjadi langkah yang memanfaatkan kekuatan aspek produksi ini. Dalam aspek sumber daya manusia, meskipun masih memiliki beberapa kelemahan namun terdapat beberapa orang yang tergabung dalam pokdarwis dengan motivasi kuat yang dapat menjadi motor penggerak dan mereka telah menerima beberapa pelatihan yang diadakan oleh Koperasi Kabupaten Pekalongan dan lembaga UMKM. Motivasi yang kuat dan pengetahuan dasar manajemen inilah kekuatan UMKM pendukung pariwisata di Kawasan Kabalong (Pradono Tri P, 2015; Radhi & Hariningsih, 2014; Susilowati, Rahutami, & Winarno, 2014). Semangat ini dapat menjadi modal dasar untuk mewujudkan mimpi-mimpi yang terumuskan dalam aspirasi-aspirasi untuk mencapai hasil utama (ultimate target) yang diinginkan tentu saja UMKM yang maju dan berkembang karena hal

tersebut berarti juga peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tujuan tersebut akan tercapai jika pariwisata berkembang. Pariwisata yang berkembang dan berdampak positif terhadap UMKM (Khavarian-Garmsir, Stavros, & Saraei, 2017)

KESIMPULAN:

Bertitik tolak dari berbagaimacam data yang telah diolah dan dianalisis, dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha, analisis SOAR dan IPA dapat dikatakan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan. UMKM-UMKM sekitar kawasan akan berkembang seiring dengan perkembangan pariwisata.
2. Analisis IPA pada bauran pemasaran menunjukkan bahwa:
 - a. Secara keseluruhan UMKM di kawasan Kabalong memiliki kinerja bauran yang baik dan penting. Namun, promosi dan harga berada pada kuadran I diagram Cartesius, yang berarti dianggap penting namun memiliki kinerja yang relatif rendah.
 - b. Bauran pemasaran produk berada pada kuadran II yang berarti tingkat kepentingan tinggi dan kinerja tinggi. Pada bauran produk, variasi dan pengemasan berada pada kuadran I
 - c. Unsur bauran harga menunjukkan bahwa harga sesuai dengan kualitas, kesesuaian harga dengan pelayanan yang diterima, keterjangkauan harga, dan potongan harga.
 - d. IPA pada bauran pemasaran tempat/saluran distribusi menunjukkan bahwa lokasi kawasan wisata Kabalong memiliki kinerja sesuai dengan yang diharapkan.
 - e. Secara keseluruhan, bauran promosi berada pada kuadran I, yang berarti penting namun kinerja rendah. Secara detail, unsur bauran promosi yang dianggap kurang adalah penunjuk arah.
3. Hasil analisis SOAR menunjukkan bahwa:
 - a. Kawasan wisata Kabalong memiliki kekuatan pada produk yang berbasis pada potensi lokal serta SDM yang dari sisi kualitas rendah namun memiliki motivasi yang tinggi untuk berwirausaha.
 - b. Peluang pengembangan wisata Kabalong disebabkan karena pasar terbuka sebagai akibat dari perubahan preferensi destinasi wisata, potensi alam, kemudahan dijangkau, peningkatan daya beli masyarakat serta dukungan kebijakan pemerintah daerah.
 - c. Terdapat berbagai macam aspirasi terkait dengan upaya menghembangkan UMKM serta pariwisata Kabalong yang pada intinya adalah meningkatkan sinergitas serta kerjasama semua pihak yang terkait (pemerintah, masyarakat, pelaku UMKM) dan pemanfaatan perkembangan teknologi informasi sebagai media promosi
 - d. Hasil yang diharapkan dari implementasi aspirasi adalah perkembangan UMKM dan Pariwisata di kawasan Kabalong yang diukur dari adanya peningkatan aset pelaku UMKM, memiliki ikon, ada penyerapan tenaga kerja dan jumlah kunjungan meningkat

SARAN:

1. Usulan arah kebijakan umum untuk memajukan UMKM pariwisata di sekitar wilayah Kabalong adalah, "Pengembangan Pariwisata dan UMKM Pariwisata Tangguh Bersinergi Berdasarkan Potensi Lokal, Ilmu Pengetahuan, dan Teknologi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Sosial".
2. Perlu diupayakan peningkatan kapasitas UMKM serta pengelolaan pariwisata sebagai berikut:
 - a. Dimensi sumber daya manusia: memberikan pelatihan dan pendampingan yang intensif serta membentuk forum komunikasi reguler di antara UMKM untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengembangan bisnis.
 - b. Dimensi Produksi: Memetakan berbagai jenis produk yang diproduksi oleh UMKM agar dapat diklasifikasikan sesuai dengan kesamaan karakter untuk tujuan spesialisasi.
 - c. Dimensi Pemasaran: Meningkatkan spesifikasi teknis, kualitas dan kemasan terutama promosi, serta mengembangkan kelompok diskusi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.
 - d. Dimensi kelembagaan: Memperkuat kapasitas dan kemampuan lembaga-lembaga UMKM yang mendukung pengembangan pariwisata di wilayah Kabalong.
 - e. Lainnya: meningkatkan koordinasi antara Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait

LUARAN

1. Luaran wajib : Produk Kebijakan
2. Luaran Tambahan : (1) Prosiding dalam pertemuan Ilmiah Internasional,
(2) Publikasi Jurnal Ilmiah Internasional...

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas.

Capaian Luaran Tahun 1

NO	Jenis Luaran		Wajib	Tambahan	TS
	Kategori	Sub Kategori			
1	Artikel Ilmiah Dimuat Dijurnal	Internasional Bereputasi		√	submitted
		Nasional Terakreditasi			
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding	Internasional Terindeks		√	dilaksanakan
		Nasional			Tidak ada
3	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional			Tidak ada
		Nasional			Tidak ada
4	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional			Tidak ada
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten			Tidak ada
		Paten Sederhana			Tidak ada
		Hak Cipta			Tidak ada
		Merek Dagang			Tidak ada
		Rahasia Dagang			Tidak ada
		Desain Produk Industri			Tidak ada
		Indikasi Geografis			Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman			Tidak ada
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu			Tidak ada
6	Teknologi Tepat Guna				
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/ Rekayasa Sosial		√		Produk/tersedia
8	Buku Ajar (ISBN)				
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)				4

... **LUARAN WAJIB: Produk/Dokumen Kebijakan; Tercapai/Tersedia.** Luaran wajib dalam penelitian ini adalah produk. Sebagaimana dalam proposal, produk dari penelitian ini berupa dokumen kebijakan (dalam bentuk *blueprint*). Dalam penelitian ini telah dihasilkan produk kebijakan final dengan judul: **Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pnendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan**

Telah mendapatkan no ISBN: 978-623-714018-4; Hak Cipta: LPPM Universitas Katolik Soegijapranata.

LUARAN TAMBAHAN:

Prosiding dalam pertemuan Ilmiah Internasional. TERCAPAI.

Seminar Internasional telah terlaksana pada tanggal 20-22 Juli 2019, di Ulsan University, Korea Selatan. PROCEEDINGS OF 2019 ICOI THE INTERNATIONAL CONFERENCE OF ORGANIZATIONAL INNOVATION, July, 20 – 22, 2019,

HOSTED & ORGANIZED:

Institute of Sponsor:

- International Association of Organizational Innovation
- University of Ulsan, South Korea
- FMI Forum Manajemen Indonesia
- Airlangga University, Surabaya, Indonesia
- Shanghai University of medicine& health Science, China

Institute of Co-sponsor:

- La Trobe Business School. La Trobe University, Australia
- Fukuoka University, Japan
- Guangxi University for Nationalities, Guangxi China
- Huaqiao University, Fujian China
- Universitas Tanjungpura Indonesia
- Guilin University of Technology, Guilin China
- Universitas Sumatera Utara Indonesia

...

E. **PERAN MITRA:** Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUP). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas.

...Pelaksanaan Penelitian ini didukung/bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Pekalongan dengan PIC utama dari Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata (DINPORAPAR)/KaSubid Pariwisata Kabupaten Pekalongan serta Bappeda Kabupaten Pekalongan.

Kontribusi In-kind:

1. Ruang/venue di Ruang rapat Bappeda Kabupaten Pekalongan
2. Sound system
3. Akomodasi/penginapan di Rumah dinas Wakil Bupati Pekalongan
4. Berbagai alat pendukung lainnya untuk penyelenggaraan FGD.

Pemerintah Kabupaten Pekalongan melalui Bappeda dan Dinporapar juga **memfasilitasi observasi lapangan** (menghubungkan peneliti dengan aparat pemerintah setempat, pengelola dan tokoh pokdarwis Kabalong) serta menjadi menjadi narasumber. Kepala Bappeda (Bp. Bambang Irianto merupakan penanggung Jawab terselenggaranya FGB dan beberapa staf merupakan panitia. Selain itu, beberapa OPD terkait dengan pengembangan pariwisata dan UMKM merupakan narasumber dalam penelitian ini yang dikoordinasikan oleh Bappeda Kabupaten Pekalongan





PEMERINTAH KABUPATEN PEKALONGAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
DAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jl. Krakatau No.9 Telp. (0285) 381456, 381789 Fax. (0285) 381789
e-mail : bappedalitbang@pekalongankab.go.id

KAJEN 51161

Nomor : 005/ 101
Lampiran :
Perihal : Undangan

Kajen, 23 April 2019

Kepada Yth

.....
.....
di

Dalam rangka pelaksanaan Pengembangan Wisata Kawasan Kabalong (Karanganyar, Limbangan dan Lolong), mengharap dengan hormat kesediaan Saudara untuk hadir besok pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 25 April 2019
Waktu : Pukul 09.00 WIB
Tempat : Ruang Rapat II lantai 2 Bappeda Litbang Kab. Pekalongan
Jl Krakatau No. 9 Kajen
Acara : *Focus Group Discussion* (FGD) Pengembangan Strategi Memajukan UMKM bidang Pariwisata Kawasan Kabalong (Karanganyar, Limbangan dan Lolong) melalui Program Hibah Kementerian Ristek Dikti Skem PTUPT
Pemateri : 1. Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si.
2. MG Westri Kekalih S., SE., ME.
3. Dr. Widuri Kurniasari, M.Si.
Unika Soegijapranata Semarang

Demikian atas perhatian dan kehadirannya kami ucapkan terima kasih.

KEPALA BAPPEDA LITBANG
KABUPATEN PEKALONGAN



Ir. BAMBANG IRIANTO, M.Si.
Pejabat Utama Muda
06202271983031007

Tembusan, disampaikan kepada Yth:

1. Bupati Pekalongan;
2. Sekretaris Daerah Kabupaten Pekalongan;

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

...Secara keseluruhan, pelaksanaan penelitian ini sampai dengan capaian luaran sebagaimana dijanjikan dalam proposal berjalan lancar, tidak menemui hambatan. Mitra baik pemerintah daerah maupun mitra kawasan setempat sangat kooperatif dan membantu...

G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA: Tuliskan dan uraikan rencana penelitian di tahun berikutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

... Capaian luaran Tahap 1.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi memajukan UMKM pendukung pariwisata. Sampai dengan tahap ini, diketahui bahwa sebagian besar UMKM pendukung pariwisata di kawasan Kabalong adalah usaha perdagangan. Salah satu UMKM yang sangat potensial dan telah cukup profesional pengelolaannya adalah usaha rafting yang memanfaatkan sungai Sengkarang. Produk pertanian yang sangat mendukung pengembangan pariwisata adalah durian yang sudah terkenal.

a. Laporan Komprehensif: tersedia.

Asesmen secara khusus pada UMKM-UMKM yang berada dalam kawasan Kabalong menunjukkan bahwa sebagian besar bergerak dalam bidang perdagangan, warung makan dan toko kelontong. Lokasi usaha cenderung menyatu dengan rumah tinggal, sehingga lebih banyak yang berada di dalam kampung. UMKM yang secara khusus terkait dengan kegiatan pariwisata relatif sedikit dan hal tersebut terjadi secara kebetulan memiliki lokasi yang sangat dekat dengan lokasi wisata (sekitar sungai Sengkarang, perkemahan/outbond, dan jembatan lengkung). Artinya, **belum terbenti sinergi yang kuat**, antara pengembangan pariwisata dengan UMKM-UMKM yang berada di sekitar kawasan.

Dari analisis IPA bauran pemasaran pada UMKM-UMKM di kawasan Kabalong menunjukkan bahwa bauran promosi dan harga berada pada kuadran I, dinilai sangat penting, namun memiliki kinerja yang relatif rendah. Hal ini dapat dilakitkan dengan profil UMKM yang memang belum secara khusus diikatkan pada pengembangan pariwisata. Pada bauran promosi, ketersediaan *sign board* (papan penunjuk arah) dinilai memiliki kepentingan yang tinggi namun memiliki kinerja relatif rendah. Sementara itu, unsur yang dinilai memiliki kepentingan yang tinggi namun memiliki kinerja relatif rendah pada bauran pemasaran harga, kesesuaian harga dengan kualitas layanan.

Dari identifikasi SOAR pada UMKM di kawasan Kabalong diketahui bahwa UMKM pendukung pariwisata memiliki kekuatan pada produk yang cenderung menggunakan bahan baku lokal serta SDM yang memiliki motivasi dan pernah mendapatkan pelatihan serta telah ada pokdarwis. Peluang pengembangan pariwisata dan UMKM cukup besar karena perubahan perilaku wisata, peningkatan daya beli masyarakat dan dukungan kebijakan pemerintah. Pada dimensi aspirasi, cukup banyak aspirasi yang muncul terkait upaya memajukan UMKM di kawasan Kabalong, namun jika dikristalisasi intinya adalah penguatan kelembagaan, dan hasil yang ingin dicapai adalah UMKM yang maju dan berkembang karena hal tersebut berarti juga peningkatan kesejahteraan masyarakat.

b. Luaran wajib: Produk (Kebijakan), tersedia, terlampir dalam lampiran laporan ini.

Dari penelitian tahap 1 tersebut, penelitian ini telah menghasilkan produk berupa dokumen strategi pengembangan pariwisata dan UMKM pendukungnya. Dokumen tersebut telah ber ISBN. Catatan paling penting dalam penelitian ini adalah upaya memajukan UMKM bidang/pendukung pariwisata adalah satu kesatuan dengan pengembangan pariwisata, sebab keduanya memiliki hubungan kausalitas yang positif.

c. Luaran Tambahan:

1. Prosiding Seminar Internasional: Tersedia, terlampir dalam lampiran laporan ini.
2. Publikasi Jurnal Internasional: Submitted, terlampir dalam lampiran laporan ini

Rencana penelitian tahap 2.

Penelitian tahun 1 telah dihasilkan produk kebijakan. Pada tahun penelitian tahun 2 masih dimungkinkan adanya pengayaan pada dokumen tersebut, namun penelitian pada tahun kedua lebih menekankan pada pengembangan instrumen strategi pengembangan pariwisata dan UMKM pendukungnya sesuai situasi dan kondisi sebagaimana telah diperoleh gambarannya pada penelitian tahap 1. Sesuai dengan fokus tersebut, maka beberapa hal yang akan digali untuk dianalisis secara lebih mendalam antara lain kondisi unsur-unsur pariwisata di Kawasan Kabalong yang mengacu pada 4 (empat) aspek A pariwisata yakni *Attraction, Accesability, Amenities dan Ancillary* yang dipadukan dengan pendekatan unsur pariwisata yang lain seperti *hospitality* dan infrastruktur. **Target luaran** pada tahun kedua, sebagai **luaran wajib** adalah berupa studi kelayakan dalam bentuk design pengembangan pariwisata Kabalong. **Luaran Tambahan** yang ditargetkan adalah **artikel ilmiah dimuat diprosiding** seminar internasional terindeks dan **artikel ilmiah dimuat di jurnal internasional bereputasi**. Rencana jurnal yang dituju adalah

Obyek dan Lokasi Penelitian tahap 2.

Penelitian akan dilakukan di lokasi yang sama dengan lokasi penelitian tahap 1, yakni di kawasan wisata alam Kabalong (karanggondang, Limbangan, dan Lolong) di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan. Kawasan Kabalong merupakan kawasan peruntukan wisata alam Kabupaten Pekalongan sebagaimana yang tertuang dalam Peraturan daerah Kabupaten Pekalongan nomor 2 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pekalongan tahun 2011 – 2031. Obyek utama SOAR (merupakan pendalaman dari penelitian tahap 1) dan mengidentifikasi kemungkinan bentuk pengembangannya dengan merancang konektivitas antara kegiatan, pelaku dan jenis potensi yang ada, mencakup sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia pelaku UMKM khususnya pariwisata. Pola pengembangan pariwisata dan UMKM di sekitar kawasan akan mengacu pada hasil studi banding yang telah dilakukan pada tahun 1 dengan memodifikasi sesuai dengan situasi dan kondisi setempat, yang terutama melakukan penguiatan kelembagaan yang akan menjadi embrio pengembangan pariwisata dan UMKM pendukung.

Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian tahap 2.

Untuk mencapai tujuan penelitian tahun 2, penelitian ini menggunakan data primer sebagai input utama. Untuk memperoleh data primer dilakukan eksplorasi lapangan pada kawasan wisata Kabalong melalui koordinasi dengan dinas Pariwisata/OPD terkait, wawancara mendalam dan diskusi kelompok. Penggalan data melalui observasi lapangan, diskusi kelompok (FGD) dengan pendekatan *metaplan* kepada narasumber yang dianggap kompeten dan mengenal dengan baik potensi wilayah kajian (SKPD terkait, Camat, Lurah, kelompok pelaku UMKM, karang taruna dan tokoh masyarakat) bertujuan mendeskripsikan secara detail UMKM dan pelaku yang akan dijadikan embrio pengembangan pariwisata dan UMKM pendukungnya.

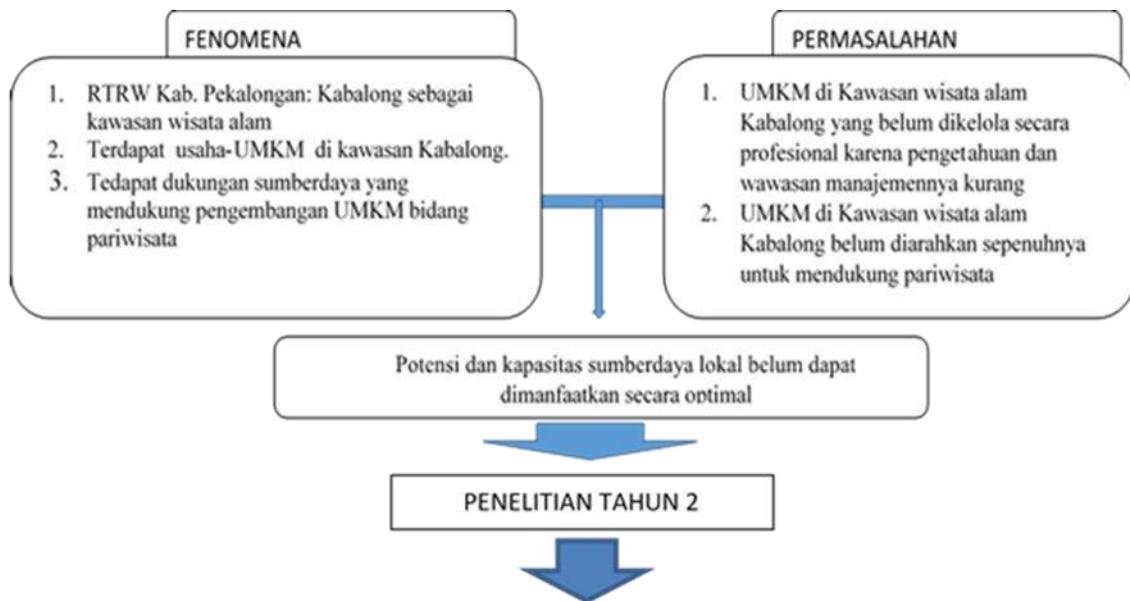
Teknik Analisis Penelitian tahap 2.

Pendekatan analisis pada tahun kedua bersifat kualitatif dengan input utama data primer yang diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dan FGD (*metaplan*). Beberapa kali FGD (*metaplan*) untuk penyamaan persepsi operasional strategi yang telah disusun pada tahun 1 dan menggali kondisi 4A pariwisata, hospitality dan infrastruktur, baik yang telah ada maupun yang akan dibangun oleh pemerintah Kabupaten. Pendekatan analisis yang digunakan adalah deskriptif yang meliputi antara lain:

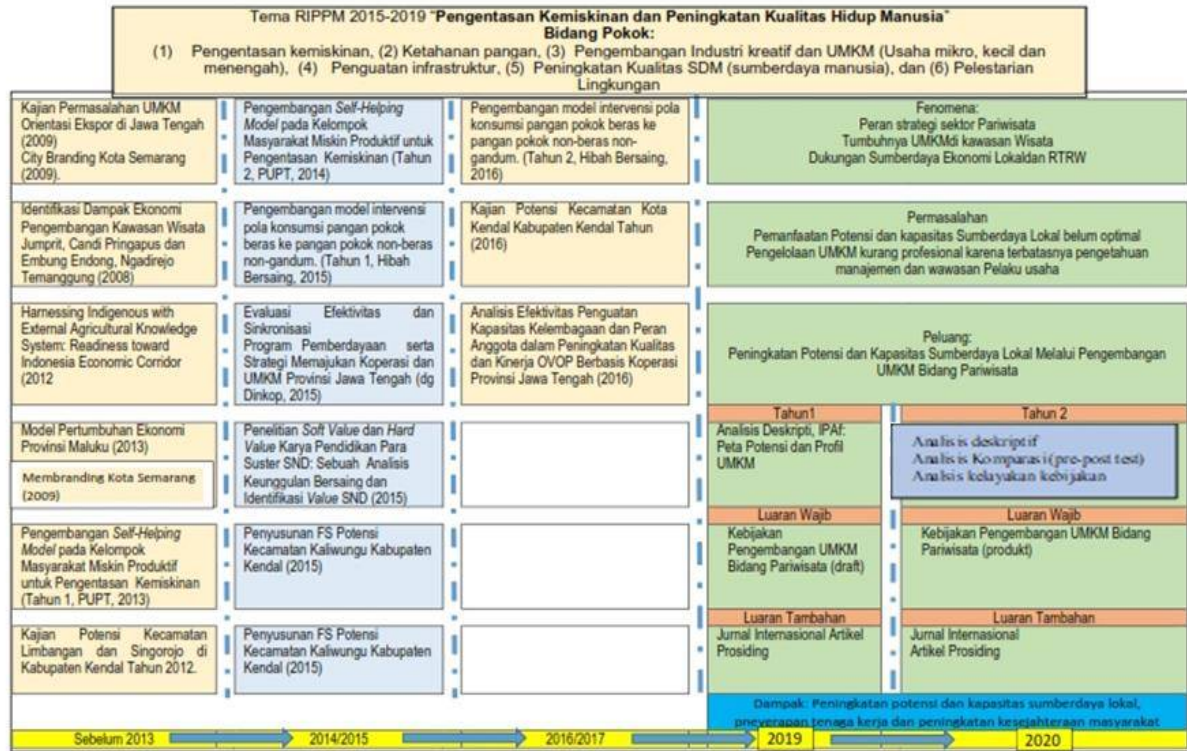
1. Analisis sinergitas kebijakan dimaksudkan untuk melihat kesesuaian antara kebijakan yang satu dengan yang lainnya. Hal ini penting agar program yang satu dengan yang lainnya tidak tumpang tindih yang justru dapat menyebabkan adanya konflik
2. Analisis homogenitas aktivitas, untuk mendeskripsikan indikator yang sering digunakan dalam pengembangan wilayah antara lain indikator analisis fisik, topografi, sosio historis dan kesamaan etnis (adat istiadat dan sosial budaya)
3. Analisis kesesuaian lahan. Analisis kesesuaian lahan bersifat deskriptif yang memberikan gambaran kesesuaian antara kondisi fisik lahan serta lingkungannya terhadap pemanfaatan lahan untuk berbagai aktivitas
4. Analisis daya dukung lingkungan dan risiko yang dimaksudkan untuk memperoleh gambaran mengenai daya dukung lingkungan terhadap pengembangan pariwisata kawasan dan pengelolaan risiko sebagai akibat dari pengembangan kawasan.
5. Analisis 4A pariwisata, infrastruktur dan hospitality.
6. Analisis Kelayakan Pengembangan

Dalam penelitian tahap 2 juga akan melibatkan konsultan teknis untuk merancang *site-plan* konektivitas fisik kawasan pariwisata, konsultan IT dan digital Marketing.

1.1. Alur Penelitian



ROADMAP



No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan	v											
2	Rekrutmen asisten peneliti (pengumuman s/d seleksi)		v										
3	Penyusunan Instrumen (panduan FGD dan wawancara)		v										
4	Penyusunan instrument piloting/treatment		v										
5	Pre test		v										
6	Treatment-pelatihan-pilotting			v	v								
7	Postest				v								
8	Analisis Data tahap 1				v	v							
9	Penyusunan Materi Promosi-digitalisasi					v							
10	Penyusunan publikasi						v						
11	Rancangan konektivitas						v	v	v				
12	Perkiraan Pelaksanaan Seminar									v			
13	Penyusunan Laporan Akhir									v	v		
14	Finalisasi												v

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- Adiningsih, Sri, Et Al., (2008), *Dampak Penetrasi Produk Cina Pada Umkm Di Surakarta Jawa Tengah*, Center For Asia Pacific Studies, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan
- Badan Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi BPPT (2015), *Klaster Industri Techno Park Pangan*

Kabupaten Grobogan, Laporan Akhir Penelitian BPPT

3. Bambang Subiyanto (2015), Peran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), Seminar Nasional MAPEKI 2015, 5 November 2015
4. Budi Hermana (2015), Mendorong Daya Saing Di Era Informasi Dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi Sebagai Basis Inovasi di Perusahaan, [Http://Bhermana.Staff.Gunadarma.Ac.Id](http://Bhermana.Staff.Gunadarma.Ac.Id) (Retrieve 23 April 2019)
5. Kekalih, MG.Westri, Ika Rahutami, Rachmad Djati W, 2013-2014. Pengembangan Self-Helping Model pada Kelompok Masyarakat Miskin Produktif untuk Pengentasan Kemiskinan, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan
6. OECD (2006). The Knowledge Based-Economy
7. Radhi Fahmy. 2010. Pengembangan Appropriate Technology sebagai Upaya Membangun Perekonomian Indonesia Secara Mandiri. *Jurnal Ekonomi Bisnis* No. 1, Volume 15, April 2010
8. Rahutami dan MG Wesri Kekalih S (2011), Strengthening the Domestic Market or Searching Market Opportunities: A Dillema Resulted FromThe Impact of ACFTA on Small and Medium Enterprises, *Chinese Business Review*
9. United Kingdom Department of Trade and Industry (1998), *Our Competitive Future: Building the knowledge Driven Economy*, London, UK DTI
10. Vinsensius Widdy Tri Prasetyo, L. Anang Setiyo Waloyo (2014), Pengaruh Akses Sumberdaya Produktif, Iklim Usaha, dan Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Terhadap Produktivitas Usaha Kecil dan Menengah di Madiun, Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi Xx Program Studi Mmt-ITS, Surabaya 1 Februari 2014 (Retrieve 23 April 2019)
11. Worldbank (1996). World Development Report
12. Worldbank (2006), Measuring Knowledge in the World's Economics: Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index, Knowledge for Development Program. K4D .

Dokumen pendukung luaran Wajib #1

Luaran dijanjikan: Kebijakan

Target: produk

Dicapai: Produk

Dokumen wajib diunggah:

1. Hasil uji coba pakar/publik terakhir
2. Dokumentasi naskah kebijakan
3. Bukti serah terima produk naskah kebijakan

Dokumen sudah diunggah:

1. Dokumentasi naskah kebijakan
2. Bukti serah terima produk naskah kebijakan
3. Bukti serah terima produk naskah kebijakan

Dokumen belum diunggah:

-

MG. Westri Kekalih Susilowati, SE, ME
 Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Soegijapranata Catholic University. Menyelesaikan S1 Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 1992 dan Magister Ilmu Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Jakarta tahun 2000. Memiliki minat riset pada bidang Ekonomi Regional dan kebijakan-kebijakan ekonomi. Beberapa topik riset yang telah dilakukan antara lain pengembangan UMKM, peningkatan kesejahteraan, keadilan pangan dan kebijakan-ekonomi makro. Pernah terlibat dalam perencanaan kebijakan Ekonomi dan di Pro-hasi Jawa Tengah-Indonesia.

Widuri Kurniasari, dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Menyelesaikan S1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Almuqoyyah Yogyakarta tahun 1999, Magister Sains di Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta 2005, dan menyelesaikan program Doktor di Universitas Diponegoro Semarang th 2013. Memiliki minat riset di bidang manajemen keuangan dan pengembangan UMKM

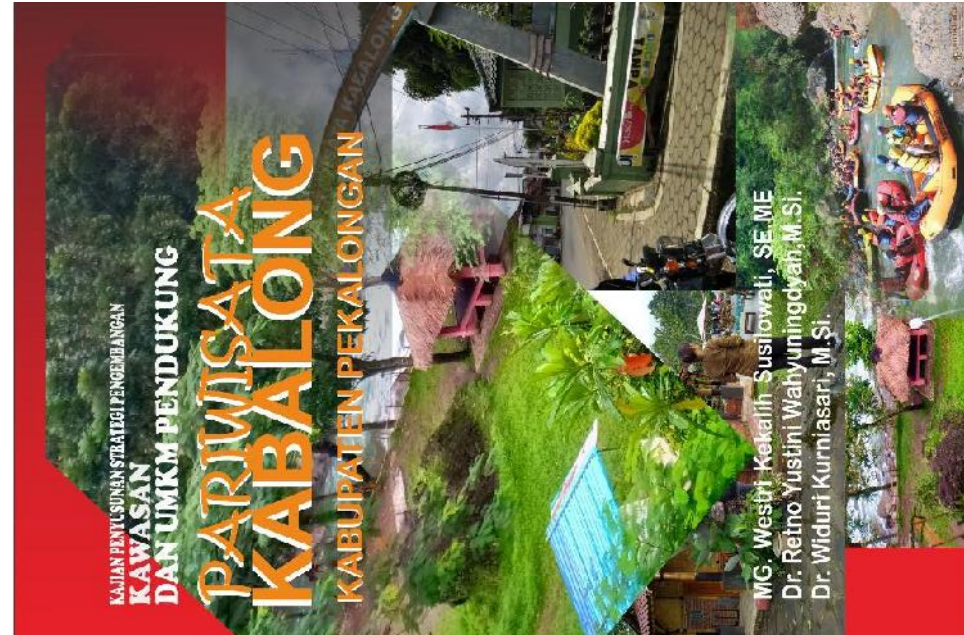
Retno Yustini Wahyuningdyah, dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Menyelesaikan studi S1 Jurusan Ekonomi Pembangunan tahun 1983 di Universitas Diponegoro, Magister Sains Program Studi Manajemen tahun 1996 di Universitas Gadjahmada dan Program Doktor tahun 2016 di Universitas Gadjah Mada. Memiliki minat riset dalam bidang Manajemen Pemasaran, Bisnis Jasa, pelayanan publik, Kesehatan Pangan dan UMKM.

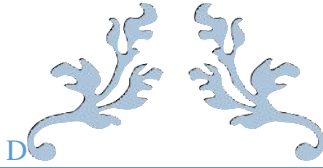


KAJIAN PENYUSUNAN STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN DAN UMKM PENDUKUNG PARIWISATA KABALONG KABUPATEN PEKALONGAN - wresti dkk

KAJIAN PENYUSUNAN STRATEGI PENGEMBANGAN
KAWASAN DAN UMKM PENDUKUNG
PARIWISATA KABALONG
KABUPATEN PEKALONGAN

MG. Westri Kekalih Susilowati, SE, ME
Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si.
Dr. Widuri Kurniasari, M.Si.





KAJIAN PENYUSUNAN STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN DAN UMKM PENDUKUNG PARIWISATA KABALONG KABUPATEN PEKALONGAN



Dokumen Ini Merupakan Output Riset Dengan Judul: PENGEMBANGAN STRATEGI MEMAJUKAN UMKM BIDANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI WILAYAH KAWASAN WISATA KABALONG PEKALONGAN, didanai oleh DIREKTORAT RISET DAN PENGABDIAN MASYARAKAT DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI dengan kontrak penelitian tahun anggaran 2019
Nomor: 010 / L6 / AK / SP2H.1 / RESEARCH / 2019

Unika Soegijapranata Semarang



Pemerintah Kabupaten Pekalongan



Semarang 2019

Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan

Penyusun:

MG. Westri Kekalih Susilowati, SE. ME

Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah

Dr. Widuri Kurniasari

ISBN:

ISBN 978-623-7140-18-4



Hak Cipta ©LPPM universitas Katolik Soegijapranata

Cetakan Pertama, 2019

Diterbitkan pertama kali oleh

Penerbit Pustaka Magister

Jalan Pucangsari timur IV/19 Pucanggading

Demak, Jawa Tengah

elangtuo@yahoo.com

085781054890

KATA PENGANTAR BAPPEDA

Peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan berbagai upaya untuk mewujudkannya menjadi perhatian banyak pihak. Hal demikian mencerminkan adanya kesadaran bahwa kesejahteraan masyarakat bukan hanya menjadi tanggungjawab pemerintah saja, namun banyak elemen dalam masyarakat yang harus terlibat. Buku Publikasi “Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan” merupakan bagian dari hasil riset yang dilakukan oleh dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata dengan judul “PENGEMBANGAN STRATEGI MEMAJUKAN UMKM BIDANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI WILAYAH KAWASAN WISATA KABALONG PEKALONGAN” yang dibiayai oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2019 Nomor: 010/L6/AK/SP2H.1/RESEARCH/2019. Kami, Pemerintah Kabupaten Pekalongan menyambut dan menerima baik kajian penyusunan strategi Pengembangan Pariwisata dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan sebagai wujud sumbangsih pemikiran akademisi fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijaprana untuk kemajuan Kabupaten Pekalongan

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Kemenritekdikti yang mendanai kegiatan ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada pengelola kawasan dan aparat pemerintah setempat serta berbagai pihak yang terlibat dalam rangka penyusunan dan penyajian buku ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga dokumen ini memberikan bermanfaat dan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Akhirnya kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat kami hargai terutama dari pengguna dokumen untuk penyempurnaan pada waktu-waktu yang akan datang.

Pekalongan, 24 Oktober 2019

Kepala Dinas Kepemudaan dan Olahraga
dan Pariwisata
Kabupaten Pekalongan



Ir. M Bambang Trianto, M.Si
NIP: 19630925 1989031005

KATA PENGANTAR PENYUSUN

Tumbuhnya sektor pariwisata dan UMKM berkaitan erat, saling memberikan dampak positif. Oleh karenanya, perkembangan pada keduanya dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan, penyerapan tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung di masyarakat sekitar kawasan. Adanya paradigma pengembangan sektor dan atau UMKM yang selalu bertitiktolak pada kelemahan dan atau ancaman, kajian penyusunan strategi ini bertitik tolak pada hal-hal positif atau potensi yang dapat dikembangkan tanpa menutup kenyataan bahwa UMKM kurang memiliki daya saing karena berbagai keterbatasan.

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang maha Esa karena atas berkat dan karunianya, telah diperoleh beberapa capaian dalam kegiatan penelitian dengan judul “Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Kawasan Kabalong Pekalongan ini”. Salah satu capaian yang dihasilkan dalam riset ini adalah dihasilkannya dokumen “Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan” Besar harapan kami dokumen ini dapat menjadi acuan atau dalam mengembangkan kawasan dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan penelitian ini, DRPM Kemenristendikti, Pemerintah Kabupaten Pekalongan, LPPM Unika Soegijapranata, Aparatur Desa Karanggondang, Limbangan dan Lolong, para pelaku UMKM, Pokdarwis dan semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

SEMARANG, OKTOBER 2019
Ketua Peneliti

MG. Westri Kekalih Susilowati
NPP/NIDN 058.1.1993.141/0624046901

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR BAPPEDA.....	iii
KATA PENGANTAR PENYUSUN.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Dasar Hukum Pelaksanaan.....	3
1.2.1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1950 tentang Pembentukan Provinsi Jawa Tengah;.....	3
1.2.2. Maksud dan Tujuan	4
1.2.3. Nama Kegiatan dan Ruang Lingkup	5
BAB II.....	7
METODE PENDEKATAN.....	7
2.1. Obyek dan Lokasi	7
2.2. Kerangka Pikir	7
2.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.	8
2.4. Teknik Analisis.	10
BAB III	16
KAJIAN LITERATUR.....	16
3.1. UMKM dan Peran UMKM.....	16
3.2. Konsep-konsep Pemberdayaan UMKM	17
3.3. Pariwisata, Eko-wisata, dan Pariwisata Berkelanjutan	30
3.4. Perkembangan Sektor Pariwisata.....	35
	vii

BAB IV	36
GAMBARAN UMUM POTENSI EKONOMI WILAYAH	36
4.1. Kondisi Umum Kabupaten Pekalongan	36
4.1.1. Kondisi Geografis.....	36
4.1.2. Kependudukan dan Ketenagakerjaan.	38
4.1.3. Perekonomian Kabupaten Pekalongan.	41
4.1.4. Analisis Sektor Basis kabupaten Pekalongan	44
4.2. Kondisi Umum Kawasan Kabalong.....	50
BAB V	58
POTENSI DAN PERMASALAHAN	
PARIWISATA KABALONG	58
BAB VI.....	61
ASSESMEN UMKM PENDUKUNG PARIWISATA KAWASAN	
KABALONG.....	61
6.1. Profil Pelaku dan Kondisi Usaha UMKM pendukung	
Pariwisata Kabalong.....	61
6.2. Analisis Importance-Performance (IPA) Bauran Pemasaran	
UMKM Bidang Pariwisata Kabalong	71
6.2.1. Analisis Importance-Performance (IPA) Bauran	
Pemasaran UMKM Bidang Pariwisata Kabalong Secara	
Keseluruhan	71
6.2.2. Analisis IPA Unsur Produksi.....	73
6.2.3. Analisis IPA Unsur Harga	75
6.2.4. Analisis IPA Unsur Distribusi (<i>Place</i>)	76
6.2.5. Analisis IPA Unsur Promosi.....	77
6.2.6. Analisis IPA Unsur Fasilitas Pendukung.....	79
6.3. Analisis SOAR UMKM Bidang Pariwisata Kabalong	81
6.4. Hasil Studi Banding Pengelolaan Wisata candirejo.....	89

BAB VII.....	99
ARAH PEMBANGUNAN PARIWISATA KABUPATEN PEKALONGAN	99
7.1. Visi Misi dan Arah Pembangunan Kabupaten Pekalongan 2005-2025	99
7.2. RIP Pariwisata Kabupaten Pekalongan.....	105
BAB VIII	106
STRATEGI MEMAJUKAN UMKM PENDUKUNG PARIWISATA KABALONG.....	106
8.1. Arah Umum Pengembangan Pariwisata Kabalong	106
8.2. Strategi Pengembangan Pariwisata Kabalong.....	110
BAB IX	113
PENUTUP	113
9.1. Kesimpulan	113
9.2. Rekomendasi Kebijakan	114
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Proyeksi Penduduk Kabupaten Pekalongan.....	38
Tabel 4.2. Komposisi Penduduk Menurut Umur Kabupaten Pekalongan 2017	39
Tabel 4.3. PDRB Kabupaten Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (Milyar Rp), 2014 - 2018.....	42
Tabel 4.4. Distribusi PDRB Kabupaten Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (%), 2014 - 2018.....	43
Tabel 4.5. Pertumbuhan PDRB Kabupaten Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (%), 2014 - 2018.....	43
Tabel 4.6. Perhitungan LQ Kabupaten Pekalongan Menurut Lapangan Usaha, 2014 - 2018.....	45
Tabel 4.7. Perhitungan <i>Shift Share</i> Kabupaten Pekalongan Menurut Lapangan Usaha, 2014 - 2018.....	49
Tabel 4.8. Nilai Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Harga Berlaku	49
Tabel 4.9. Nilai Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Harga Berlaku	50
Tabel 4.10. Batasan Wilayah Desa Lolong.....	53
Tabel 4.11. Luas Tanah dan Penggunaan Tanah	53
Tabel 4.12. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 4.13. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan	55
Tabel 4.14. Bidang perekonomian, khususnya ditinjau dari skala usaha.....	57
Tabel 6.1. Jenis Kelamin.....	61
Tabel 6.2. Umur Responden	62

Tabel 6.3. Latar Belakang Pendidikan.....	62
Tabel 6.4. Jenis Usaha	63
Tabel 6.5. Asal Bahan Baku	65
Tabel 6.6. Jumlah Tenaga kerja.....	66
Tabel 6.7. Cara Pengupahan Tenaga kerja	66
Tabel 6.8. Pengupahan Tenaga kerja.....	67
Tabel 6.9. Kepemilikan Tempat Usaha	68
Tabel 6.10. Nilai Penjualan Per Minggu.....	69
Tabel 6.11. Sumber Permodalan.....	70
Table 6.12. Matriks SOAR UMKM Pariwisata di Kabalong, Kabupaten Pekalongan.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Eksisting Wisata Kabalong	2
Gambar 2.2. Diagram Cartesius.....	13
Gambar 2.3 Error! Bookmark not defined.	
SOAR Framework (www.soar-strategy.com).....	15
Gambar 4.1. Peta Kabupaten Pekalongan	37
Gambar 4.2. Komposisi Penduduk Menurut Umur Kabupaten Pekalongan tahun 2017.....	40
Gambar 4.3. Struktur Ketenagakerjaan Kabupaten Pekalongan tahun 2017	40
Grafik 4.4. Proporsi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kawasan Kabalong	55
Gambar 4.5. Persentase Penduduk menurut Jenis Pekerjaan di Kawasan Kabalong	56
Grafik 6.1. Jenis Usaha	64
Grafik 6.2. Badan Usaha.....	64
Gambar 6.3. Sumber Pendanaan Usaha	69
Gambar 6.4. Diagram Kartesius Bauran Pemasaran.....	72
Gambar 6.7 Diagram Kartesius Unsur Place	77
Gambar 6.8. Diagram Kartesius Unsur Promosi	78
Gambar 6.10 Konsep Dasar Pengembangan Desa Wisata Candirejo	90
Gambar 6.11 Promosi dan Kemitraan Desa Wisata Candirejo.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan sektor strategis karena kemampuan menghidupkan aktivitas ekonomi masyarakat, diantaranya adalah tumbuhnya UMKM bidang pariwisata di sekitar kawasan. Selain memberikan pendapatan bagi pelaku UMKM, UMKM-UMKM bidang pariwisata meningkatkan penyerapan tenaga kerja baik secara langsung maupun efek penggandaannya pada industri makanan, akomodasi dan perhotelan, maupun perdagangan. Secara makro sektor pariwisata menunjukkan pertumbuhan dan kontribusi yang semakin signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, menghasilkan devisa sebesar US\$ 11,9 milyar, dan menyerap tenaga kerja pariwisata sebanyak 12,16 juta orang (LAKIP Kemenpar 2016). Dengan potensi wisata sangat banyak dan beragam, sektor kepariwisataan Indonesia berpeluang menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia sebagaimana ditetapkan sebagai program prioritas pembangunan Kabinet Kerja 2015-2019 dalam “Nawa Cita” Presiden.

Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu daerah memiliki kawasan wisata yang beragam. Salah satu kawasan pengembangan wisata yang disebutkan dalam RTRW Kabupaten Pekalongan tahun 2011-2031 adalah kawasan wisata Kabalong

(Karanggondang, Limbangan, Lolong) di Kecamatan Karanganyar. Kawasan yang diarahkan sebagai kawasan wisata alam ini memiliki berbagai macam potensi wisata, yaitu wisata alam, kuliner, sejarah maupun budaya. Festival durian dan jembatan Lengkung di desa Lolong telah menjadi ikon kawasan wisata ini. Karena potensi tersebut, maka berbagai UMKM bidang pariwisata telah tumbuh dalam kawasan wisata Kabalong.

Kemiskinan dan pengangguran masih merupakan masalah yang cukup mendasar dalam perekonomian. Pengembangan ekonomi berbasis masyarakat dan potensi wilayah dapat menjadi pilihan strategis untuk menekan kemiskinan serta pengangguran. Dalam kawasan wisata Kabalong telah berkembang berbagai macam UMKM bidang pariwisata, Permasalahannya adalah, masih banyak UMKM yang belum dikelola secara profesional dan masih mengabaikan kelestarian lingkungan hidup.



Gambar 1.1 Kondisi Eksisting Wisata Kabalong

Selain pengelolaannya yang cenderung belum profesional, konektivitas kegiatan kepariwisataan juga belum dikembangkan, padahal antara desa yang satu dengan desa yang lain dapat saling mendukung dan bersinergi sehingga terdapat hubungan yang saling menguntungkan. Desa Lolong yang sudah cukup berkembang dengan pariwisata *rafting*, festival durian yang diselenggarakan setiap tahun. Desa ini juga potensial untuk dikembangkan jenis wisata lain sehingga dapat menjadi titik ungkit pengembangan pariwisata alam bagi desa-desa disekitarnya dengan penyediaan berbagai macam fasilitas pendukung serta akomodasi. Oleh karena itu dibutuhkan arahan rumusan yang jelas dan komprehensif terkait dengan arah pengembangan pariwisata setempat yang sesuai dengan arah pengembangan pariwisata Kabupaten Pekalongan. Penyusunan dokumen diharapkan memberikan kontribusi dalam bentuk metode/kebijakan pengembangan UMKM bidang pariwisata yang tidak hanya dapat diterapkan di Kawasan Kabalong saja namun dapat diterapkan didaerah lain.

1.2.Dasar Hukum Pelaksanaan

1.2.1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1950 tentang Pembentukan Provinsi Jawa Tengah;

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional;

2. Peraturan Daerah Kabupaten Pekalongan Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Pekalongan tahun 2005-2025.
3. Peraturan Daerah Kabupaten Pekalongan Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang dan Wilayah Kabupaten Pekalongan tahun 2011-2031
4. Peraturan Daerah Kabupaten Pekalongan Nomor 8 Tahun 2017 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Pekalongan tahun 2016-2021.
5. Peraturan Daerah Kabupaten Pekalongan Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Pekalongan tahun 2018-2025.

1.2.2. Maksud dan Tujuan

Maksud penyusunan Dokumen Strategi Memejukan UMKM adalah merumuskan langkah operasional pengembangan pariwisata kawasan Kabalaong sebagaimana dituangkan dalam RTRW Kabupaten Pekalongan, khususnya dikaitkan dengan pemberdayaan UMKM pendukung pariwisata di seputar kawasan. Dokumen yang dihasilkan merupakan perencanaan strategis sebagai pedoman pelaksanaan dan program Pengembangan Pariwisata di Kawasan Kabalong yang dikoordinasikan oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata (DINPORAPAR) Kabupaten Pekalongan. Dengan tersusunnya dokumen Strategi Memajukan

UMKM Bidang Pariwisata ini diharapkan pelaksanaan dan program pengembangan pariwisata dan pemberdayaan UMKM pendukungnya dapat terarah, terpadu, dan berkesinambungan.

Sesuai dengan tujuan penyusunan dokumen, secara khusus kajian ini menghasilkan:

1. Peta potensi wilayah Kawasan wisata Kabalong,
2. Profil pengelolaan UMKM bidang pariwisata di kawasan wisata alam Kabalong,
3. Alternatif strategi memajukan UMKM bidang pariwisata yang sesuai dengan sumberdaya wilayah, dan
4. Dokumen rumusan strategi memajukan UMKM bidang pariwisata.

1.2.3. Nama Kegiatan dan Ruang Lingkup

Kegiatan ini dilaksanakan di lingkup Kabupaten Pekalongan. Ruang lingkup pekerjaan penyusunan Dokumen Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan potensi Wilayah Kawasan Kabalong Pekalongan ini meliputi tahap persiapan sampai dengan disusunnya Dokumen Strategi dimaksud sebagaimana dijabarkan pada maksud dan tujuan yang meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Persiapan: Identifikasi kebutuhan data
- 2) Penentuan Pendekatan Analisis Data
- 3) Pengorganisasian yang mencakup persiapan administrasi,

pesonalia dan peralatan yang dibutuhkan dalam pengumpulan data terkait penyusunan Dokumen Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan potensi Wilayah Kawasan Kabalong Pekalongan. Sementara itu, urusan administrasi antara lain mencakup dokumen persiapan instrumen (Panduan FGD, kuesioner/*interview guide*), dokumen-dokumen penugasan dan lain-lain.

4) Tahap Penyelesaian:

- i. Pengumpulan data: Observasi lapangan, kuesioner, FGD dan wawancara mendalam.
- ii. Analisis data: Analisis data merupakan proses pengorganisasian, mengolah serta menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.
- iii. Penyusunan rekomendasi yang meliputi arah kebijakan umum, sasaran, strategi, program dan kegiatan.

BAB II

METODE PENDEKATAN

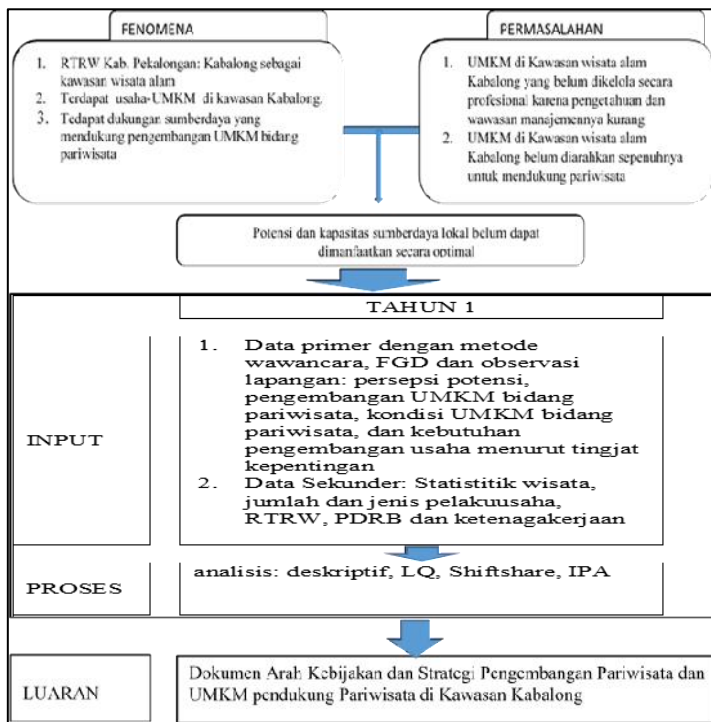
2.1. Obyek dan Lokasi

Kajian penyusunan dokumen strategi pengembangan wisata alam ini dilakukan di Kabalong (Karanggondang, Limbangan, Lolong) di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan. Kawasan Kabalong merupakan kawasan peruntukan wisata alam kabupaten pekalongan sebagaimana yang tertuang dalam peraturan daerah Kabupaten Pekalongan nomor 2 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pekalongan tahun 2011 – 2031. Obyek utama yang akan dikaji adalah sumberdaya ekonomi, baik sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia pelaku UMKM serta berbagai jenis UMKM yang ada di Kawasan Kabalong. Berbagai UMKM yang ada di kawasan wisata Kabalong sangat potensial untuk dikembangkan karena dukungan sumberdaya lokal. Namun, saat ini masih dalam kondisi pengelolaan yang kurang profesional sehingga belum memberikan manfaat optimal bagi pelaku usaha dan masyarakat pada umumnya. Minimnya pengetahuan serta kemampuan manajemen pelaku usaha produktif merupakan dua penyebab utama rendahnya pemanfaatan potensi dan kapasitas sumberdaya lokal yang ada.

2.2. Kerangka Pikir

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk

mendapatkan gambaran tentang UMKM bidang pariwisata, berbagai potensi kewilayahan, dan keterbatasan-keterbatasan, serta harapan dan kebutuhan pengembangan yang diinginkan oleh *stakeholder* dalam rangka pengembangan potensi sumberdaya wilayah. Sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan data tentang profil wilayah, mencakup potensi sumberdaya wilayah dalam angka, jenis dan kapasitas UMKM masyarakat, dan potensi dan kapabilitas sumberdaya manusia.



2.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.

Untuk mencapai tujuan tersebut, kajian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer peroleh melalui

eksplorasi lapangan pada kawasan wisata Kabalong yang dikoordinasikan dengan dinas Pariwisata/OPD terkait, kuesioner, wawancara dan diskusi kelompok. Kuesioner disebarakan pada 20 UMKM perdesa. Sementara itu, wawancara mendalam ditujukan kepada Dinas Pariwisata kabupaten Pekalongan tentang arah pengembangan kawasan wisata Kabalong, sasaran utama, serta upaya yang telah dilakukan. Kepala Dinas Pariwisata dipilih sebagai informan karena dipandang memiliki informasi yang mencukupi tentang kepariwisataan di wilayah Kabalong. Penggalian data melalui diskusi kelompok (FGD) dengan pendekatan *metaplan* kepada narasumber yang dianggap kompeten dan mengenal dengan baik potensi wilayah kajian (SKPD terkait, Camat, Lurah, kelompok pelaku UMKM, karang taruna dan tokoh masyarakat). Data primer berupa profil UMKM, tanggapan narasumber mengenai potensi dan kapasitas sumberdaya, upaya-upaya dan intervensi yang telah dilakukan oleh pemerintah, harapan-harapan serta gagasan-gagasan pengembangan UMKM bidang pariwisata. Sementara itu, data sekunder yang digunakan meliputi data-data potensi yang dipublikasikan secara resmi oleh pemerintah antara lain Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), monografi kecamatan, RTRW, RPJPD, data kepariwisataan dan beberapa data pendukung lainnya.

2.4. Teknik Analisis.

Analisis data dilakukan menggunakan teknis analisis deskriptif (kuantitatif dan kualitatif) dengan penyajian dalam bentuk tabel, grafik dan bagan. Potensi sumberdaya lokal wilayah Kabalong akan dideskripsikan berdasar data sekunder dari OPD terkait, dilengkapi dengan hasil pengamatan lapangan dan wawancara dengan *stakeholders*. Instrumen analisis yang digunakan antara lain

1. Analisis Perencanaan wilayah *Location Quotient* (LQ)

Analisis LQ digunakan untuk mengidentifikasi sektor-sektor/subsektor/komoditas yang memiliki keunggulan komparatif. Dalam hal ini, hasil perhitungan LQ dapat digunakan untuk menentukan sektor potensial sebagai acuan pengembangan pariwisata dan pemberdayaan UMKM bidang pariwisata di Kabalong. Dalam rumusan matematis, untuk mendapatkan angka LQ digunakan rumus sebagai berikut:

$$LQ = \frac{vi / vt}{Vi / Vt}$$

Dimana,

LQ = *Location Quotient*

vi = Nilai tambah sektor i Wilayah yang bersangkutan

vt = Nilai tambah total di Wilayah yang bersangkutan

Vi = Nilai tambah sektor i Wilayah setingkat di atasnya

Vt = Nilai tambah total Wilayah setingkat di atasnya

Kriterianya adalah :

- 1) Jika $LQ > 1$ menunjukkan sektor ke-i di wilayah tersebut tergolong sektor basis, atau sumber pertumbuhan.

- 2) Jika $LQ < 1$ menunjukkan sektor ke-i di wilayah tersebut tergolong sektor non basis.
- 3) Jika $LQ = 1$ menunjukkan keswasembadaan (*self-sufficiency*) sektor i di wilayah tersebut.

2. Analisis Perencanaan wilayah *shiftshare*

Analisis *shift-share* merupakan suatu alat analisis perencanaan wilayah yang membandingkan perbedaan laju pertumbuhan berbagai sektor suatu wilayah dengan pertumbuhan sektor wilayah setingkat di atasnya. Analisis *shift share* dapat dilakukan terhadap output maupun kesempatan kerja. Analisis ini mencakup tiga komponen, yakni:

- (1) pertumbuhan nasional (*national growth component*),
- (2) pertumbuhan sektoral (*industrial mix component*),
- (3) pertumbuhan daya saing wilayah (*differential shift component/competitive effect component*).

Rumusan matematis untuk masing-masing komponen adalah sebagai berikut:

$$ProvinsialShare (PS)_{ikt} = Y_{ikt-1} * \left[\frac{Y_{jTt}}{Y_{jTt-1}} - 1 \right]$$

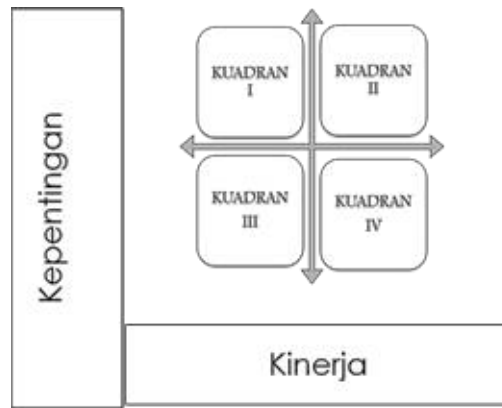
$$IndustrialMix (IM)_{ikt} = Y_{ikt-1} * \left[\frac{Y_{ijTt}}{Y_{ijTt-1}} - \frac{Y_{jTt}}{Y_{jTt-1}} \right]$$

$$DifferentialShift (DF)_{iKt} = Y_{iKt-1} * \left[\frac{Y_{iKt}}{Y_{iKt-1}} - \frac{Y_{JTt}}{Y_{JTt-1}} \right]$$

National/provincial share/national/provincial growth component mencerminkan besarnya nilai output atau kesempatan kerja wilayah terhadap wilayah setingkat di atasnya. *Industrial mix component* mengukur *shift regional netto* yang diakibatkan oleh komposisi sektor-sektor industri di daerah yang bersangkutan. *Industrial mix component* positif berarti secara nasional/regional tumbuh cepat, sedangkan negatif secara nasional/regional tumbuh lebih lambat. *Differential shift component/competitive effect component* mencerminkan daya saing wilayah secara relatif terhadap daerah lain.

3. *Importance-Performance Analysis* bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan alat analisa yang penting dalam pengambilan keputusan karena analisa ini menggambarkan tingkat kepentingan sebuah atribut produk atau jasa yang dibandingkan dengan kinerja atribut tersebut yang dirasakan oleh konsumen.



Gambar 2.2. Diagram Cartesius

Perbandingan relatif penilaian atas kepentingan dengan kinerja atribut tersebut dipetakan dalam suatu diagram, yakni diagram Cartesius. *IPA* pada mulanya dikemukakan oleh John A. Martilla dan Jhon C. James tahun 1977 (*Journal of Marketing*, 1977 hal 77-79). Pendekatan ini penting berguna untuk menganalisis kepentingan (*importance*) suatu atribut produk atau jasa dimata konsumen dengan kinerja (*performance*) atau kenyataan yang dirasakan oleh konsumen sebagai dasar penentuan prioritas tindakan.

Kuadran I

Kinerja suatu atribut/varibael cenderung rendah namun dinilai memiliki tingkat kepentingan tinggi. Jika suatu atribut/variabel berada dalam kuadran ini, maka suatu atribut/variabel perlu mendapat prioritas untuk ditingkatkan kinerjanya agar optimal

Kuadran II

Jika suatu atribut/variabel berada pada kuadran ini berarti, tingkat kepentingan maupun kinerjanya dianggap tinggi. Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu variabel berada pada tingkat tinggi dan sesuai, organisasi cukup mempertahankan kinerja variabel tersebut.

Kuadran III

Kinerja dan tingkat kepentingan konsumen pada suatu variabel berada pada tingkat rendah sehingga organisasi pendidikan perlu melakukan perbaikan.

Kuadran IV

Kinerja atribut/variabel dinilai tinggi/baik namun atribut/variabel tersebut secara relatif dinilai kurang penting. Organisasi dapat mengalihkan sumberdaya untuk meningkatkan kinerja atribut/variabel lain yang dinilai lebih penting dan perlu mendapatkan prioritas

4. Analisis *Strength, Opportunity, Aspiration and Result (SOAR)*. SOAR merupakan salah satu alternatif dalam proses perencanaan strategis. Pendekatan SOAR (*Strengths, opportunities, aspirations, results*) merupakan pendekatan *Appreciative Inquiry (AI)* yang lebih menitikberatkan pada pengidentifikasian dan pembangunan kekuatan dan peluang. SOAR dianggap memiliki kelebihan dibandingkan dengan SWOT sebab dalam SWOT organisasi harus memikirkan hal-hal positif

(*strengths, opportunities*) dan negatif (*weaknesses, threats*). Namun, biasanya manusia cenderung lebih suka menonjolkan hal-hal negatif/kekurangan (*weaknesses, threats*) dibanding kelebihan atau kekuatan yang ada untuk memajukan organisasi. Analisis SOAR memberi kesempatan pada pemangku kepentingan untuk merancang masa depan yang diinginkan. Secara internal, SOAR fokus pada kekuatan organisasi, dan secara eksternal fokus pada peluang.



Gambar 2.3 SOAR Framework (www.soar-strategy.com)

BAB III

KAJIAN LITERATUR

3.1. UMKM dan Peran UMKM

UMKM merupakan kelompok usaha dengan kriteria tertentu seperti omset, aset serta jumlah tenaga kerja. UMKM sejak lama dikena sebagai usaha yang mampu bertahan dalam situasi krisis, penyerap tenaga kerja terbesar, dan memberikan kontribusi output terbesar dalam perekonomian nasional. UMKM dikelompokkan menjadi empat, (1) *livelihood activities* atau pedagang kaki lima, (2) *Micro Enterprise* yaitu pengrajin yang belum memiliki sifat kewirausahaan, (3) *small dynamic enterprise*, yaitu UMKM yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan eskpor), dan *fast moving enterprise*, yakni UMKM yang melakukan transformasi menjadi usaha besar (UU No. 20 Tahun 2008). UMKM pariwisata adalah kelompok saha masyarakat yang yang memenuhi kriteria sebagai UMKM yang mendukung pengembangan pariwisata. Karena sifat UMKM yang tahan terhdap gejolak ekonomi, serta adanya potensi wisata yang besar di Indonesia, maka UMKM pariwisata dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan global sekaligus menekan angka kemiskinan dan pengangguran. Oleh karena itu, pembenahan, penguatan, peningkatan kapasitas dan inovasi (*innovation and change*), UMKM pariwisata perlu dilakukan. Kesadaran akan posisi strategis UMKM pada umum

nya, salah satu misi pembangunan. Kabupaten Pekalongan adalah “memberdayakan masyarakat dan seluruh kekuatan ekonomi daerah, terutama pengusaha kecil, menengah, dan koperasi, dengan mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan berbasis pada sumber daya alam dan sumber daya manusia yang produktif, mandiri, maju, berdaya saing, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan” (Perda Kabupaten Pekalongan no 9 tahun 2010, Perda Kabupaten Pekalongan no 2 tahun 2011). Untuk memberdayakan masyarakat dan menggerakkan ekonomi, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah menggerakkan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai pendukung pariwisata (Novitasari, 2017; Dias, 2009, Hijriati, Emma dan Rinna M, 2014, Merynda 2015, Nasir, Hijrah, 2017).

3.2. Konsep-konsep Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan ekonomi bertujuan untuk pemberdayaan usaha kecil yaitu untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan mereka agar mandiri serta berkembang menjadi usaha menengah. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah pasal 1 ayat 8 menyatakan pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat dalam bentuk penumbuhan iklim usaha, pembinaan, dan pengembangan sehingga usaha kecil mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Selain itu, usaha

pemberdayaan juga bisa diartikan sebagai upaya peningkatan profesionalisme dan kinerja pelaku pembangunan di daerah, termasuk aparatur, organisasi sosial kemasyarakatan, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dunia usaha, dan anggota masyarakat untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi serta merealisasikan aspirasi dan harapan masyarakat untuk mewujudkan peningkatan kualitas hidup kesejahteraan masyarakat.

Langkah-langkah strategis yang harus dipertimbangkan dalam pemberdayaan ekonomi diantaranya pertama, melakukan identifikasi terhadap pelaku ekonomi, seperti koperasi dan usaha kecil mengenai potensi dan pengembangan usahanya. Kedua, melakukan program pembinaan yang kontinyu terhadap pelaku-pelaku tersebut melalui program pendampingan. Ketiga, melaksanakan program pendidikan dan pelatihan sesuai kebutuhan mereka pada saat pengembangan usaha. Keempat, melakukan koordinasi dan evaluasi secara priodik antar instansi yang terlibat dalam proses pembinaan, baik pembinaan terhadap permodalan, SDM, pasar, informasi pasar, maupun penerapan teknologi. Keberhasilan dalam mengembangkan ekonomi kerakyatan bukan hanya tanggung jawab pemerintah melainkan juga instansi lainnya, baik dalam bentuk pembiayaan maupun pengembangan pola kemitraan yang sesuai dengan kondisi suatu daerah. Oleh karena itu, peran perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, perusahaan besar swasta, dan pemerintah akan semakin berarti bila keterikatan tersebut dapat diciptakan dengan baik.

Pengembangan UMKM menjadi sangat relevan di Indonesia karena bisa dilihat dari beberapa pertimbangan berikut:

- a. Struktur usaha di Indonesia selama ini bertumpu kepada keberadaan UMKM, tetapi dengan kondisi yang memprihatinkan baik dari segi nilai tambah maupun keuntungan yang bisa diraih. Dengan memajukan kelas usaha tersebut, secara otomatis berarti membangun kesejahteraan sebagian besar masyarakat.
- b. Banyak UMKM yang selama ini berorientasi ekspor sehingga sangat membantu pemerintah dalam mendapatkan devisa.
- c. Sektor UMKM telah terbukti lebih fleksibel dalam berbagai kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan, seperti yang saat ini dialami oleh Indonesia. Pada saat industri besar telah gulung tikar, sebagian industri kecil masih bertahan bahkan memperoleh keuntungan berlipat bagi yang berorientasi ekspor.
- d. Sektor UMKM lebih banyak memakai bahan baku atau bahan antara (*intermediate goods*) dari dalam negeri sehingga tidak membebani nilai impor seperti yang selama ini dipraktikkan oleh usaha besar/industri besar.

Bentuk Pemberdayaan UMKM

- a. Program Kemitraan

Pengertian kemitraan menurut undang-undang nomor 9 tahun 1995 dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan

pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan, ini merupakan suatu landasan pengembangan usaha. Kemitraan juga bisa didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kemitraan yang hakiki yakni kemitraan yang mengandung prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Ketiga prinsip ini disebut dengan Trilogi Kemitraan. Bila unsur-unsur Trilogi Kemitraan tidak terpenuhi, maka yang terjadi adalah kerjasama operasional (KSO), yaitu secara operasional boleh saja hanya menguntungkan satu pihak. Di dalam kemitraan harus terdapat saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Aspek ini terkadang dilupakan, padahal untuk menciptakan UMKM yang tangguh dan mandiri diperlukan kerja sama yang baik antar Usaha Kecil Menengah (UKM) dan usaha skala besar dalam bentuk kemitraan. Sayangnya, kemitraan yang dilakukan selalu melanggar prinsip-prinsip kemitraan baku. Karena telah banyak membantu modal, lalu dikatakan bermitra. Padahal kemitraan yang hakiki harus memiliki atau mengandung Trilogi Kemitraan.

Maksud penyelenggaraan dari program kemitraan sendiri adalah dalam rangka mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi sehingga terciptanya pemerataan pembangunan melalui

perluasan lapangan kerja dan kesempatan kerja. Kerjasama ini tidak dapat terwujud dengan sendirinya, akan tetapi harus dibangun dengan sadar dan terencana, baik ditingkat nasional, maupun ditingkat lokal yang lebih rendah. Gerakan Kemitraan Usaha Nasional adalah wahana utama untuk meningkatkan kemampuan wirausaha nasional, karena ujung tombak dalam menghadapi era ekonomi terbuka dan perdagangan bebas adalah wirausaha nasional.

Oleh karena itu, keberhasilan sebuah kemitraan sangat tergantung kepada dukungan semua pihak, baik pihak pemerintah maupun perusahaan swasta. Bila pihak pemerintah dapat melakukan advokasi melalui berbagai kebijakan dan peraturan, sedangkan pihak perusahaan BUMN atau BUMS harus menyadari arti pentingnya menumbuhkan usaha kecil dan koperasi sebagai pelaku ekonomi. Selama ini pelaksanaan kemitraan lebih banyak didorong oleh pemerintah semata, sementara perusahaan swasta tidak memiliki “niat luhur” untuk membantu dan mengembangkan usaha kecil dan koperasi. Hal inilah penyebab kenapa tidak pernah terjadi sinergi bisnis sebagai mana yang diterapkan oleh negara-negara maju.

b. Program Pembinaan

Pembinaan adalah suatu usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana, teratur dan terarah, untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan subjek didik dengan tindakan-tindakan dan pengarahan, bimbingan, pengembangan,

stimulasi dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara operasional, pola pembinaan yang dilakukan terhadap UMKM meliputi beberapa aspek, yakni aspek SDM, permodalan, teknologi, serta pasar dan informasi pasar. Oleh karena itu, unsur pembinaan merupakan kata kunci untuk menentukan maju mundurnya program pengembangan ekonomi kerakyatan. Program pembinaan dapat dilaksanakan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan, sosialisasi tentang perangkat hukum dan peraturan, pendampingan dan bimbingan usaha, termasuk memberikan berbagai pengetahuan melalui praktik lapangan dan *in house training*. Kalau hal ini dapat dilaksanakan dengan baik maka upaya pengembangan UMKM akan dapat terealisasi dengan baik.

Adapun program pembinaan dapat dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan, antara lain:

- 1) Pelatihan usaha Melalui pelatihan ini, setiap pelaku UMKM diberikan pemahaman terhadap konsep-konsep kewirausahaan, dengan berbagai macam seluk beluk permasalahan yang ada didalamnya. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih menyeluruh dan aktual, sehingga dapat menumbuhkan motivasi terhadap pelaku UMKM disamping diharapkan para pelaku UMKM memiliki pengetahuan teoritis tentang penguasaan teknik kewirausahaan dalam berbagai aspeknya.
- 2) Pendampingan Pada tahap ini, yaitu ketika usaha dijalankan, maka pelaku UMKM akan didampingi oleh tenaga

pendamping yang sudah professional, yang berfungsi sebagai pengarah maupun pembimbing, sehingga usaha yang dijalankan mampu digelutinya, dan benar-benar mampu berhasil dikuasainya, memungkinkan diadakannya usaha-usaha pengembangan.

- 3) Jaringan Bisnis Dengan melalui berbagai tahapan pembinaan yang konsisten, sistematis dan berkelanjutan, rasanya untuk melahirkan wirausaha yang sejati, permasalahan hanya soal waktu saja. Semua orang pada dasarnya dapat menjadi wirausaha, dan semakin banyak warga yang menjadi wirausaha, maka ketahanan suatu bangsa akan memperoleh dasar pijakan yang kokoh. Proses selanjutnya perlu dibentuk suatu kantong-kantong jamaah ekonomi, sesuai dengan potensi geografis, serta potensi industrial yang antara satu daerah dengan daerah yang lain semakin berbeda. Melalui kantong-kantong jamaah ekonomi diharapkan lahir *net-working* bisnis yang saling melengkapi, memperkuat dan memperluas pasar. Melalui berbagai departemen seperti Departemen Tenaga Kerja, Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, Departemen Perindustrian maupun Departemen Perdagangan, pemerintah juga melancarkan program-program pembinaan yang terpadu bagi pengembangan Usaha Kecil.

Pemerintah tetap konsisten dengan rencana dan program kerjanya dalam Pengembangan Perusahaan Kecil, hal tersebut

dibuktikan melalui Pola Kebijaksanaan dan Pengebangan Industri/Usaha Kecil sebagai berikut:

- 1) Sistem keterkaitan Bapak Angkat-Mitra Usaha.
- 2) Penjualan saham perusahaan besar yang sehat kepada koperasi.
- 3) Mewajibkan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyisihkan dana pembinaan sebesar 1%-5% dari keuntungan bersih.
- 4) Menugaskan lembaga perbankan mengalokasikan dana kredit untuk usaha kecil dan koperasi sebanyak 20% dari portofolio kredit yang disalurkan (KUK).
- 5) Persediaan Kredit Likuiditas dari Bank Indonesia ke bank-bank untuk membiayai sebagian besar dari kebutuhan dana kredit untuk anggota Koperasi Primer.

Selain beberapa hal tersebut, pemerintah telah memberikan bantuan dalam aspek fisik yang lebih rill di antaranya:

- 1) Program Peningkatan Kemampuan Usaha.
 - 2) Program Pengembangan Industri Kecil untuk Menunjang Ekspor.
 - 3) Program Pengembangan Keterkaitan Sistem Bapak Angkat dengan Mitra Usahanya Bagi BUMN dan Departemen.
 - 4) Program Pengembangan Wiraswasta dan Tenaga Profesi.
 - 5) Program Penelitian dan Pengembangan Industri Kecil.
- c) Program Pembiayaan Pembiayaan

Sebagaimana dimuat dalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, pasal 1 ayat (6) menyebutkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui lembaga keuangan bank, lembaga keuangan bukan bank, atau lembaga lain dalam memperkuat permodalan Usaha Kecil. Berbeda dengan bank maupun lembaga keuangan bukan bank, lembaga pembiayaan tidak diperbolehkan untuk menghimpun dana secara langsung dari masyarakat. Ketentuan tentang lembaga ini di atur dalam keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 1998.

d) Klaster UMKM

Ciri utama klaster menurut Schmitz and Nadvi dalam Hartarto (2004) adalah *sectoral and spatial concentration of firms*, atau konsentrasi usaha sejenis pada lokasi tertentu. Pentingnya klaster bagi perkembangan dan pertumbuhan industri kecil mulai menjadi topik diskusi ilmiah setelah munculnya tesis *Flexible Specialization* (Piore dan Sabel, 1984) yang didasari oleh pengalaman sukses industri kecil dan menengah di Italia Utara (*Third Italy*) dan jatuhnya sistem produksi massal di Amerika pada tahun 1970-an dan 1980-an. Italia Utara dan Tengah mempunyai beberapa industri, antara lain sepatu, pertenunan, mebel, keramik, alat-alat musik, dan pengolahan makanan. Porter (1990) dalam bukunya *The Competitive Advantages of Nations* kemudian memperkenalkan

istilah klaster untuk pengelompokkan industri sejenis tersebut. Klaster didefinisikan sebagai pemusatan industri sejenis dalam wilayah geografis yang dilengkapi dengan industri inti dan institusi pendukung. Klaster-klaster tersebut dapat tumbuh cepat dan berkembang serta melayani pasar ekspor dan membuka kesempatan kerja baru. (Humphrey & Schmitz, 1995). Sementara pada saat itu usaha besar di Jerman dan Inggris sedang mengalami penurunan (Rabellotti, 1995). Fenomena klaster juga terdapat di negara-negara berkembang (Nadvi dan Schmitz, 1994).

Definisi klaster berkembang dari definisi yang sempit (sederhana) sampai dengan definisi luas dan kompleks. Definisi ini berkembang seiring perkembangan penelitian tentang klaster dan perkembangan kehidupan klaster itu sendiri. Definisi klaster secara sederhana adalah kumpulan perusahaan-perusahaan secara sektoral dan spasial yang didominasi oleh satu sektor. Definisi ini banyak digunakan oleh peneliti-peneliti klaster yang melakukan penelitian di negara berkembang (Schmitz dan Nadvi, 1999).

Perkembangan definisi klaster diawali dari penelitian terhadap kisah sukses Italia Utara pada tahun 1980-an mendorong digunakannya terminologi *industrial district* yang disampaikan oleh Marshall (1920). Berdasarkan fenomena keberhasilan sukses Italia Utara tersebut dirumuskan karakteristik kunci klaster atau *industrial districts* (Schmitz dan Musyck, 1993) sebagai berikut: (1) Didominasi oleh usaha kecil yang beraktivitas pada sektor yang sama (spesialisasi pada sektor) atau sektor yang berhubungan; (2) Kolaborasi antar usaha yang berdekatan dengan

berbagi peralatan, informasi, tenaga kerja terampil, dan lain sebagainya; (3) Perusahaan-perusahaan tersebut saling bersaing dengan lebih berdasarkan pada kualitas produk daripada menurunkan ongkos produksi termasuk upah; (4) Pengusaha dan pekerja memiliki sejarah panjang pada lokasi tersebut. Hal ini memudahkan saling percaya dalam berhubungan baik antara usaha kecil, antara pekerja, dan tenaga kerja terampil; (5) Pengusaha diorganisir dengan baik dan berpartisipasi aktif dalam organisasi mandiri; (6) Ada pemerintahan lokal dan regional yang aktif mendukung pengembangan klaster industri lokal atau daerah.

Tahun 1995 definisi klaster mulai dibedakan dari *industrial district*, hal ini terlihat pada saat Humphrey & Schmitz (1995) melakukan klarifikasi terhadap konsep *collective efficiency*. Mereka membedakan klaster dengan *industrial district*. Klaster didefinisikan sebagai berkumpulnya perusahaan secara geografis maupun sektoral. Dengan berkumpul, klaster akan mendapatkan manfaat dari *external economies*, yaitu munculnya *supplier* yang menyediakan bahan baku dan komponen, mesin-mesin baru atau bekas dengan suku cadangnya; tersedianya tenaga kerja terampil. Klaster juga akan menarik agen yang akan menjual hasil produksi klaster ke pasar yang jauh (bukan pasar lokal), dan munculnya berbagai penyedia jasa teknik, keuangan dan akunting. Sedangkan *industrial district* (terminologi yang digunakan di Italia), akan muncul jika klaster berkembang lebih dari sekedar adanya spesialisasi dan pembagian kerja antar perusahaan dengan munculnya kolaborasi antara agen ekonomi lokal di dalam suatu

wilayah, dan meningkatnya kapasitas produksi lokal dan kadang-kadang kapasitas inovasi juga meningkat (Rabellotti,1995), serta munculnya asosiasi sektoral yang kuat.

Selanjutnya definisi klaster berkembang, Porter (1998) menyatakan bahwa suatu kelompok perusahaan dalam klaster akan terhubung karena kebersamaan dan saling melengkapi. Kedekatan produk dari perusahaan-perusahaan dalam klaster ini pada awalnya akan memacu kompetisi, tetapi selanjutnya akan mendorong terjadinya spesialisasi dan peningkatan kualitas serta mendorong inovasi untuk memenuhi diferensiasi pasar (Sukuromoto dan Hartarto, 2004).

Dengan definisi tersebut, suatu klaster industri dapat termasuk pemasok bahan baku dan input yang spesifik, sampai ke hilir (pasar atau para eksportir), termasuk juga lembaga pemerintah, asosiasi bisnis, penyedia jasa, dan lembaga lain (universitas, *think thank*, *training provider*, *standards-setting agencies*, *trade association*) yang mendukung perusahaan-perusahaan dalam klaster.

Sebenarnya tidak ada batasan yang pasti mengenai kedekatan geografis antara unit-unit usaha yang ada dalam suatu klaster. Klaster dapat berupa sebuah kawasan tertentu, sebuah kota sampai wilayah yang lebih luas. Suatu klaster juga dapat berupa sebuah wilayah lintas negara, seperti *Southern Germany* dengan wilayah Swiss. Kriteria geografis yang dimaksud sebenarnya lebih terletak pada apakah efisiensi ekonomis atas

jarak fisik yang ada dan mewujud dalam berbagai aktivitas bisnis yang menguntungkan atau tidak. (Porter, 2000).

Ciri lain dari suatu klaster adalah dalam proses pengorganisasiannya (atau proses klastering). Sebagai sebuah strategi industrialisasi maka proses klastering lebih merujuk pada apakah prosesnya dibentuk secara sadar dan terorganisir atau terbentuk dengan sendirinya. Proses klastering dengan demikian lebih menunjuk pada fenomena bahwa keping-keping unit usaha yang ada tersebut, dari segi lokasi, sebenarnya tidak tersebar secara random/acak begitu saja tetapi memang secara sengaja diorganisir dalam sebuah wilayah tertentu. Meskipun demikian tidak tertutup kemungkinan juga bahwa, tetap saja ada kemungkinan bahwa tumbuhnya pengelompokan sektoral industri menjadi klaster tersebut terjadi secara alami (tidak dibentuk).

Klaster mengarahkan jalinan kerjasama industri dengan institusi yang lain yang bermanfaat dalam kompetisi, antara lain penyedia bahan baku seperti komponen, mesin, jasa dan penyedia spesialis infrastruktur. Klaster juga menghubungkan pembeli, perusahaan komplemen dan perusahaan dalam industri melalui ketrampilan, teknologi dan bahan baku. Pada akhirnya anggota klaster termasuk pemerintah dan institusi yang lain, seperti perguruan tinggi, agensi, pemikir (*think thank*), pendidikan kejuruan, asosiasi yang menyediakan pelatihan khusus, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknik (Porter, 1998).

Salah satu upaya untuk mengembangkan dan memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah dengan pendekatan sistem Klaster (*cluster*). Klaster merupakan suatu pengembangan dalam sistem manajemen, dimana dari usaha usaha perseorangan yang memiliki usaha sejenis dalam satu kawasan dibentuk suatu kelompok atau yang lebih populer dinamakan klaster, sehingga tercipta kolaborasi, sinergitas, persatuan yang akan menjadi kekuatan.

Klaster adalah kelompok usaha industri yang saling terkait dan klaster mempunyai dua elemen kunci yaitu: (1) perusahaan dalam klaster harus saling berhubungan dan (2) berlokasi disuatu tempat yang saling berdekatan yang mudah dikenali sebagai suatu kawasan industri (Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, Bappenas). Klaster (*cluster*) mempunyai pengertian harfiah sebagai kumpulan, kelompok, himpunan, atau gabungan obyek tertentu yang memiliki keserupaan atau atas dasar karakteristik tertentu. Dalam konteks ekonomi/bisnis, “klaster industri” (*industrial cluster*). Pengetian klaster menurut beberapa pendapat, antara lain: yang saling berhubungan secara intensif dan membentuk *partnership*, baik dengan *supporting industry* maupun *related industry* (Deperindag, 2000).

3.3. Pariwisata, Eko-wisata, dan Pariwisata Berkelanjutan

Industri pariwisata merupakan industri yang berbeda dengan industri lain. Industri ini memiliki kombinasi dari bisnis dan organisasi yang berbeda dan melibatkan masyarakat serta

lingkungan untuk menyediakan jasa bagi para wisatawan (Holden, 2000). Artinya, pariwisata melibatkan elemen yang kompleks dan unik, sehingga bisa dipahami sebagai sebuah sistem karena satu elemen dalam pariwisata berkaitan dengan elemen lain. Industri pariwisata merupakan industri yang memiliki perkembangan pesat.

Sustainability development dapat dijelaskan melalui 3 aspek, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Secara ekonomi, *sustainability development* memiliki kemampuan untuk menjamin produksi barang atau jasa untuk menjaga keberlangsungan ekonomi dari sebuah usaha. Lingkungan merupakan sumber daya yang harus dijaga keberlangsungannya. Aktivitas-aktivitas mengurangi penggunaan sumber yang tidak dapat diperbarui, menjaga ekosistem lingkungan merupakan cara menjaga keberlangsungan *supply* sumber daya untuk menghasilkan produk dan jasa yang berguna bagi manusia. Aspek sosial menjelaskan bahwa *sustainability development* mengupayakan adanya fairness terhadap penggunaan sumber daya yang ada, jaminan sosial seperti kesehatan, pendidikan, adanya akuntabilitas dan partisipasi yang menunjang kesejahteraan masyarakat. Penjelasan di atas mendeskripsikan bahwa *sustainability development* menjadi konsep yang mendorong terjadinya aktivitas yang menjaga keberlangsungan sumber daya yang dibutuhkan oleh generasi masa datang.

Terdapat empat prinsip *sustainability development* untuk menjelaskan keterkaitannya dengan pariwisata. (1) Keberlangsungan ekologi sangat dibutuhkan untuk

meminimumkan dampak aktivitas wisata terhadap lingkungan. (2) Keberlangsungan sosial berkaitan dengan kemampuan masyarakat untuk menyerap input tanpa menimbulkan ketidakharmonisan sosial dalam masyarakat. Selain memiliki efek positif, pariwisata juga mempunyai efek negatif yang akan mempengaruhi perubahan sosial yang rentan untuk terhadap munculnya ketidakharmonisan. (3) Kelangsungan budaya merupakan hal yang sensitif terhadap perubahan sosial. Oleh karena itu kemampuan masyarakat untuk bertahan atau beradaptasi dengan adanya perubahan dari elemen-elemen budaya menjadi hal penting untuk menjaga keberlangsungan budaya lokal. (4) Keberlangsungan ekonomi menjelaskan perspektif *sustainability development* dengan seberapa besar tingkat keuntungan mampu menutup biaya dengan adanya pariwisata.

Ekopariwisata memiliki peran untuk melakukan pengendalian terhadap potensi wisata yang menjadi sumber daya dan daya tarik lokal. Ekopariwisata memiliki lima prinsip yang dapat digunakan untuk menjelaskan peran pentingnya dalam industri pariwisata. *Natural based* merupakan kealamian sebuah lingkungan yang menjadi penciri lingkungan tersebut. Penciri ini dapat dilihat baik dari perspektif biologis, fisik maupun budayanya. *Ecologically sustainable*, ekopariwisata memperhatikan ekologi dengan cara memperhatikan pengelolaan lingkungan yang baik, sehingga keberlangsungan ekologi dapat terwujud. *Environmentally and Culturally Educative*, ekopariwisata harus mampu untuk memberikan informasi

mengenai menariknya lingkungan dan budaya yang dimiliki tanpa menyerap efek negatif, sebaliknya ekopariwisata harus memberikan kontribusi bagi perkembangan lingkungan dan budaya yang lebih baik. *Locally beneficial*, pariwisata membuka adanya peluang dan keterlibatan masyarakat (*local community*) untuk memperoleh keuntungan ekonomi dengan tetap memperhatikan pengelolaan sumber daya yang baik. *Tourist satisfaction*, ekopariwisata harus mampu memberikan pengalaman yang baik dan memuaskan bagi para wisatawan untuk kelangsungan hidup industri ekopariwisata. Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ekopariwisata merupakan bentuk pariwisata yang mengeksplorasi sumber daya lokal dan memberikan benefit bagi masyarakat secara ekonomi dan non ekonomi tanpa meninggalkan upaya menghidupi keberlangsungan dan pengelolaan sumber daya baik lingkungan, budaya dan masyarakatnya.

Wisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) merupakan salah satu cara untuk mengelola sumberdaya wisata agar memiliki manfaat bagi pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat dengan tetap memelihara budaya, nilai sosial, ekologi dan unsur unik yang dimiliki oleh masyarakat. Beberapa riset memberikan temuan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh daerah ekowisata adalah isu konservasi lingkungan dan pemberdayaan sumber daya lokal (Satria, 2009; . Haryanto, 2014, Lalayan, 2014). Partisipasi masyarakat dan pemerintah memiliki peran yang besar dalam *pengelolaan* ekowisata yang berkelanjutan, dimana keberadaan

obyek wisata menjadi sumber daya alam yang mendorong tumbuhnya sumber daya lokal lain di sisi sosial, ekonomi dan tetap memiliki integritas terhadap terus hidupnya budaya, nilai dan keutuhan lingkungan hidup yang dimiliki masyarakat.

Community based tourism dapat menjadi kerangka pengembangan sumber daya lokal yang saling mendukung dan berkelanjutan di berbagai aspek kehidupan. Masyarakat setempat memiliki kontrol dan keterlibatan penuh dalam pengelolaan ekowisata yang dapat memberikan benefit bagi peningkatan perekonomian (Hausler dan Strasdas dalam Lalay, 2014). Riset Hirjati dan Rina (2014) menemukan bahwa terdapat perubahan positif masyarakat yang dapat dilihat dari aspek lingkungan, sosiologi dan ekonomi.

Keberadaan ekowisata mendorong keterlibatan masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan berdampak pada terpeliharanya sanitasi dan kebutuhan air. Kreatifitas masyarakat juga tumbuh melalui pengolahan sampah yang dapat menjadi pupuk yang berguna. Ekowisata menumbuhkan peluang bisnis seperti peningkatan penjualan hasil gula kelapa yang merupakan produk masyarakat setempat, usaha penginapan, makanan, pemandu wisata dan lain sebagainya. Keterlibatan masyarakat ini juga mempengaruhi aspek sosiologi. Ekowisata membuat masyarakat lebih sering berinteraksi dan bekerja sama untuk memelihara keberlanjutan usaha yang memberikan tambahan pendapatan tanpa meninggalkan pemeliharaan terhadap kebutuhan lingkungan. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi,

sosial dan lingkungan menjadi konsekuensi yang perlu diusahakan dan dikelola dengan baik oleh pemerintah dan masyarakat.

3.4. Perkembangan Sektor Pariwisata

Perkembangan pariwisata dapat dilihat sisi permintaan maupun penawaran. Dari sisi permintaan pariwisata terkait dengan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam memperoleh barang dan jasa, sementara itu dari sisi penawaran pariwisata merupakan kegiatan produktif yang melayani kebutuhan para wisatawan. Dalam fenomena ekonomi secara makro, peran sektor pariwisata yang semakin besar tercermin pada enam target utama pembangunan pariwisata Kementerian Pariwisata (Renstra 2015-2019, PP no 50 Tahun 2011), yakni (1) kontribusi pariwisata terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 9 persen pada 2014 menjadi 15 persen pada 2019, (2) devisa meningkat dari Rp 140 triliun pada 2014 menjadi Rp 280 triliun pada 2019, (3) kontribusi terhadap kesempatan kerja meningkat dari 11 juta pada 2014 menjadi 13 juta pada 2019, (4) indeks daya saing pariwisata meningkat dari peringkat 70 pada 2014 menjadi 30 pada 2019, (5) jumlah kedatangan wisatawan mancanegara meningkat dari 9,4 juta pada 2014 menjadi 20 juta pada 2019, dan (6) jumlah perjalanan wisatawan nusantara meningkat dari 250 juta pada 2014 menjadi 275 juta pada 2019.

BAB IV

GAMBARAN UMUM POTENSI EKONOMI WILAYAH

4.1. Kondisi Umum Kabupaten Pekalongan

4.1.1. Kondisi Geografis

Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah dengan luas adalah \pm 836,15 Km. Secara administratif, Kabupaten Pekalongan terdiri atas 19 Kecamatan dan 285 desa/kelurahan, 11 desa diantaranya merupakan desa pantai. Berdasarkan topografinya, sebanyak 66 desa/kelurahan (23,16 persen) berada di dataran tinggi, dan 219 desa/kelurahan (76,84 persen) berada di dataran rendah. Penggunaan lahan atau tanah secara keseluruhan terbagi menjadi 2, yaitu tanah sawah dan tanah bukan sawah. Pada tahun 2017 luas tanah sawah sebesar 23.906,00 ha atau sekitar 28,6 persen. Sementara itu, luas tanah bukan sawah sebesar 59.709,00 ha atau sekitar 71,4 persen. Sebagian besar luas tanah sawah merupakan sawah beririgasi 20.405,00 ha atau 85,35 persen, baik merupakan irigasi teknis, irigasi setengah teknis, irigasi sederhana, maupun irigasi desa/PU. Sisanya, seluas 3.501,00 ha (14,64 persen) berupa sawah tadah hujan.

Terkait dengan kondisi iklim, rata-rata curah hujan di Kabupaten Pekalongan sebanyak 1563mm pada tahun 2017 dengan rata-rata hari hujan 86 hari. Dibandingkan dengan tahun

2016, angka tersebut menurun baik dari curah hujan maupun rata-rata hari hujan. Curah hujan yang tertinggi terjadi di Kecamatan Doro sebesar 3.184 mm, sedangkan rata-rata hari hujan terbanyak terjadi di Kecamatan Lebakbarang yaitu sebesar 184 hari.

- Sebelah Utara : Laut Jawa & Kota Pekalongan
- Sebelah Timur : Kabupaten Batang & Kota Pekalongan
- Sebelah Selatan : Kabupaten Banjarnegara
- Sebelah Barat : Kabupaten Pemasang



Gambar 4.1. Peta Kabupaten Pekalongan
Sumber: Kabupaten Pekalongan Dalam Angka 2018

4.1.2. Kependudukan dan Ketenagakerjaan.

Tabel 4.1 menyajikan proyeksi penduduk Kabupaten Pekalongan tahun 2018-2017. Sampai dengan tahun 2019, jumlah penduduk Kabupaten Pekalongan diperkirakan sebanyak 897.613 jiwa, dan sampai dengan tahun 2027 diperkirakan mencapai 936.514 jiwa. Jumlah penduduk meningkat dengan laju pertumbuhan yang semakin menurun. Proporsi penduduk laki-laki dan perempuan cukup seimbang dengan kecenderungan jumlah penduduk perempuan lebih banyak dengan sex ratio 98,72.

Tabel 4.1. Proyeksi Penduduk Kabupaten Pekalongan

Jenis Kelamin	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
2018	443.001	448.949	891.950
2019	445.760	451.853	897.613
2020	448.434	454.684	903.118
2021	451.020	457.438	908.458
2022	453.511	460.110	913.621
2023	455.910	462.701	918.611
2024	458.215	465.207	923.422
2025	460.425	467.627	928.052
2026	462.508	469.931	932.439
2027	464.432	472.082	936.514

Sumber: BPS Kabupaten Pekalongan.

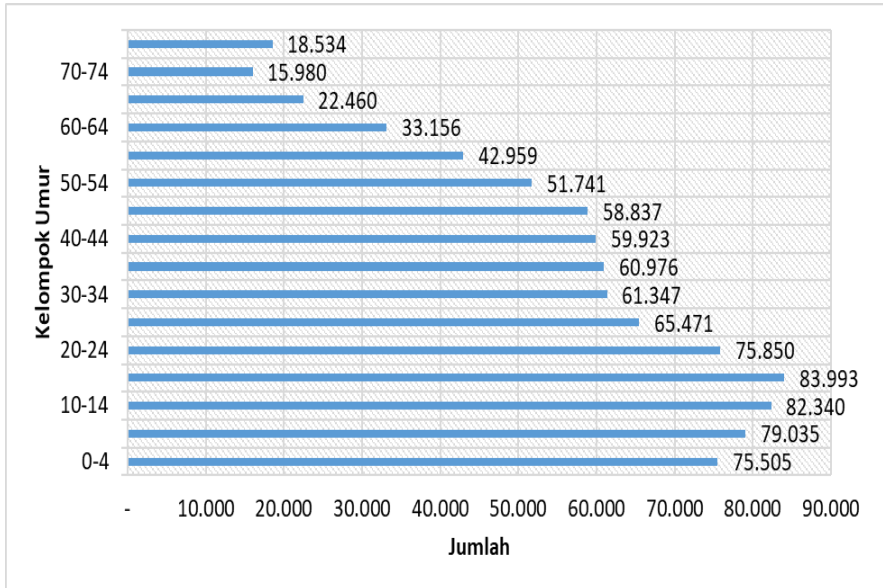
Penduduk Kabupaten Pekalongan tersebar di 19 Kecamatan dengan kondisi persebaran yang kurang merata. Terdapat beberapa kecamatan dengan kepadatan penduduk per kilo meter persegi mencapai lebih dari 4.000 orang, namun terdapat pula kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk kurang dari 200 orang.

Tabel 4.2. Komposisi Penduduk Menurut Umur Kabupaten Pekalongan 2017

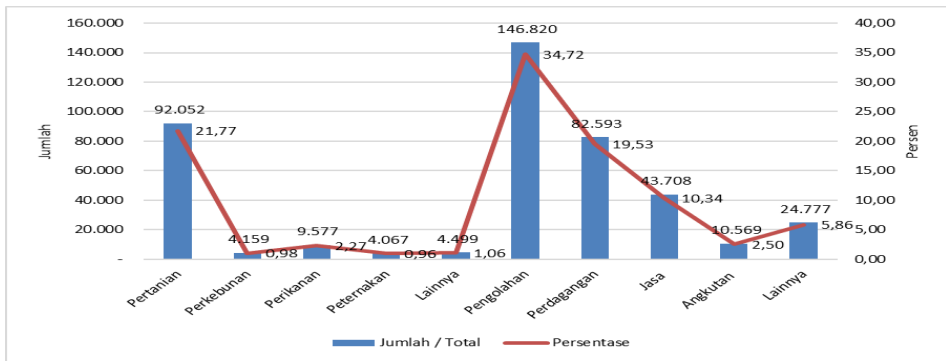
Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0 - 4	38,733	36,772	75,505
5 - 9	40,628	38,407	79,035
10 - 14	41,979	40,361	82,340
15 - 19	41,704	40,289	81,993
20 - 24	38,547	37,303	75,850
25 - 29	32,657	32,814	65,471
30 - 34	29,926	31,511	61,437
35 - 39	29,819	31,157	60,976
40 - 44	29,729	30,194	59,923
45 - 49	29,250	29,587	58,837
50 - 54	25,383	26,358	51,741
55 - 59	21,071	21,888	42,959
60 - 64	16,333	16,823	33,156
65 - 69	10,455	12,005	22,460
70 - 74	6,831	9,149	15,980
70 +	7,162	11,372	18,534
Jumlah/Total 2017	440,207	445,990	886,197
2016	437,203	442,889	880,092
2015	434,177	439,809	873,986

Sumber: BPS

Gambar 4.2. menyajikan komposisi penduduk Kabupaten Pekalongan menurut umur. Secara keseluruhan, proporsi penduduk usia anak-anak (0-14 tahun) sebesar 26,67 persen, usia kerja atau usia produktif (15 – 64 Tahun) sebesar 66,91 persen, dan usia lanjut usia (65 ke atas) sebesar 6,42 persen). Bertitiktolak dari komposisi tersebut, maka tingkat ketergantungan penduduk adalah sekitar 50, artinya 100 orang usia produktif menanggung 50 orang usia anak-anak dan lansia.



Gambar 4.2. Komposisi Penduduk Menurut Umur Kabupaten Pekalongan tahun 2017



Gambar 4.3. Struktur Ketenagakerjaan Kabupaten Pekalongan tahun 2017

Dikaitkan dengan struktur ketenagakerjaan, penduduk dengan umur 10 tahun ke atas kebanyakan bekerja di sektor industri pengolahan, yakni sebesar 34,72 persen. Sementara itu, yang

berkerja di sektor pertanian sebesar 27,05 persen. Mereka yang bekerja disektor pertanian, sebagaian besar (80,50 persen) berkerja disubsektor pertanian tanaman pangan.

4.1.3. Perekonomian Kabupaten Pekalongan.

Seiring dengan pertumbuhan perekonomian Nasional maupun provinsi Jawa Tengah, Perekonomian Kabupaten Pekalongan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Kondisi perekonomian yang semakin membaik tercermin pada perkembangan Produk Domestik regional bruto (PDRB), baik PDRB atas dasar harga berlaku maupun PDRB atas dasar harga konstan. Tabel 4.3 menyajikan perkembangan PDRB atas dasar harga konstan 2010 tahun 2014-2018. Sebagaimana diketahui, PDRB atas dasar harga konstan yang mencerminkan adanya pertumbuhan ekonomi secara riil, dalam arti ada peningkatan output atau jumlah barang dan jasa yang ada dalam perekonomian.

Tiga sektor penyumbang terbesar perekonomian Kabupaten Pekalongan adalah sektor Industri Pengolahan, Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, dan Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor. Sektor industri pengolahan menyumbang sebesar 31,10 persen, sektor pertanian 17,08 persen dan sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor menyumbang sebesar 13,41 persen. Dengan demikian dapat dilihat bahwa tiga sektor terbesar tersebut

telah menyumbang lebih dari 50 persen PDRB Kabupaten Pekalongan.

Tabel 4.3. PDRB Kabupaten Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (Milyar Rp), 2014 - 2018

Uraian	2014	2015	2016	2017*	2018**
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2 196,13	2 262,32	2 307,52	2 308,78	2 356,93
Pertambangan dan Pengalihan	376,42	396,88	424,87	515,23	572,04
Industri Pengolahan	4 051,81	4 264,21	4 448,10	4 651,91	4 922,02
Pengadaan Listrik dan Gas	22,98	23,12	24,53	25,75	27,16
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	6,23	6,39	6,53	6,83	6,93
Konstruksi/ Construction	772,40	802,34	874,50	976,78	1 059,21
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	1 873,66	1 944,85	2 069,47	2 177,77	2 309,67
Transportasi dan Pergudangan	345,84	366,24	388,21	412,99	422,58
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	652,04	687,69	736,71	785,63	846,47
Informasi dan Komunikasi	313,71	350,76	381,95	426,74	464,25
Jasa Keuangan dan Asuransi	297,74	312,64	338,28	357,78	371,95
Real Estate	189,96	202,28	218,21	231,60	240,73
Jasa Perusahaan	34,46	37,23	40,18	43,41	47,74
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	411,74	432,57	453,81	464,97	484,75
Jasa Pendidikan	656,99	697,61	725,69	772,48	830,02
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	159,63	167,87	185,21	199,36	216,29
Jasa lainnya	268,62	279,55	297,86	321,11	346,07
PDRB	12 630,37	13 234,56	13 921,65	14 679,13	15 524,82

Sumber: BPS

Tabel 4.4. Distribusi PDRB Kabupaten Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (%), 2014 - 2018

Uraian	2014	2014	2016	2017	2018
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	19,19	19,45	18,86	17,73	17,08
Pertambangan dan Penggalian	3,11	3,43	3,52	4,05	4,29
Industri Pengolahan	31,25	31,24	31,25	31,01	31,10
Pengadaan Listrik dan Gas	0,14	0,13	0,14	0,15	0,15
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Konstruksi/ Construction	6,17	6,15	6,29	6,68	6,99
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	13,67	13,26	13,38	13,39	13,41
Transportasi dan Pergudangan	2,45	2,46	2,42	2,45	2,35
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	4,98	5,05	5,18	5,18	5,22
Informasi dan Komunikasi	1,88	1,87	1,88	2,07	2,10
Jasa Keuangan dan Asuransi	2,46	2,46	2,52	2,57	2,53
Real Estate	1,34	1,35	1,36	1,37	1,34
Jasa Perusahaan	0,27	0,28	0,29	0,30	0,32
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,40	3,35	3,37	3,31	3,23
Jasa Pendidikan	6,26	6,18	6,12	6,28	6,39
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,32	1,32	1,35	1,37	1,39
Jasa lainnya	2,03	1,97	2,02	2,06	2,07
PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: BPS

Perekonomian Kabupaten Pekalongan secara riil selama tahun 2014-2018 cenderung lebih rendah dibanding pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah, dan bahkan menurun. Kondisi demikian harus menjadi perhatian masyarakat secara keseluruhan khususnya pemerintah sebagai penentu kebijakan. Pertumbuhan PDRB dengan harga konstan mencerminkan adanya peningkatan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian.

Tabel 4.5. Pertumbuhan PDRB Kabupaten Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (%), 2014 - 2018

Uraian	2014	2015	2016	2017	2018
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	8,53	8,30	3,27	1,35	2,08
Pertambangan dan Penggalian	15,55	15,03	4,09	2,30	3,37
Industri Pengolahan	4,97	4,55	4,18	2,34	2,55
Pengadaan Listrik dan Gas	2,43	2,12	6,96	6,43	2,75
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,31	3,86	4,45	1,16	0,42
Konstruksi/ Construction	7,42	5,50	1,98	2,55	4,39
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	2,50	2,88	2,98	2,59	2,17
Transportasi dan Pergudangan	6,68	4,32	0,71	2,46	1,39
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	6,96	5,71	4,14	1,15	1,06
Informasi dan Komunikasi	(4,07)	(2,19)	0,14	6,34	1,15
Jasa Keuangan dan Asuransi	4,79	4,90	2,62	4,11	2,66
Real Estate	4,56	3,53	1,64	2,50	2,11
Jasa Perusahaan	4,13	5,09	4,35	3,59	2,90
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	6,33	3,20	4,35	3,27	1,42
Jasa Pendidikan	6,54	2,20	3,53	3,94	2,47
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	3,86	4,29	0,98	1,54	1,01
Jasa lainnya	6,13	2,46	4,69	1,74	0,89
PDRB	5,75	5,03	3,28	2,30	2,29

Sumber: BPS

4.1.4. Analisis Sektor Basis kabupaten Pekalongan

a. Analisis Location Quotient (LQ)

Dari perhitungan LQ sektoral Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Pekalongan memiliki potensi yang besar untuk tumbuh lebih tinggi. Potensi tersebut tercermin pada banyaknya sektor di Kabupaten Pekalongan merupakan sektor basis dengan nilai LQ lebih besar 1. Terdapat 9 sektor dari 17 sektor yang ada merupakan sektor basis. Sektor basis berarti bahwa output sektor tersebut tidak

hanya mampu melayani kebutuhan wilayah setempat namun juga dapat diekspor (ke luar daerah maupun ke luar negeri. Menurut analisis sektor basis, jika sebuah sektor merupakan sektor basis berarti pertumbuhan pada sektor tersebut memiliki efek akselerasi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut terjadi karena ada aliran uang yang masuk dalam perekonomian daerah. Tiga sektor penyumbang terbesar di Kabupaten Pekalongan, yakni sektor Industri Pengolahan, Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, dan Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor juga merupakan sektor basis.

Tabel 4.6. Perhitungan LQ Kabupaten Pekalongan Menurut Lapangan Usaha, 2014 – 2018

Keterangan	2014	2015	2016	2017	2018
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1,23	1,21	1,21	1,19	1,18
Pertambangan dan Penggalian	1,46	1,49	1,34	1,54	1,66
Industri Pengolahan	0,90	0,91	0,92	0,92	0,93
Pengadaan Listrik dan Gas	1,61	1,59	1,61	1,61	1,60
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,66	0,67	0,67	0,66	0,64
Konstruksi/ Construction	0,61	0,60	0,62	0,64	0,65
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	1,02	1,03	1,03	1,03	1,02
Transportasi dan Pergudangan	0,84	0,83	0,84	0,84	0,80
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,68	1,67	1,69	1,69	1,67
Informasi dan Komunikasi	0,63	0,65	0,65	0,64	0,62
Jasa Keuangan dan Asuransi	0,90	0,88	0,88	0,88	0,88
Real Estate	0,84	0,83	0,84	0,84	0,82
Jasa Perusahaan	0,83	0,83	0,81	0,80	0,80
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1,18	1,19	1,22	1,21	1,21
Jasa Pendidikan	1,46	1,45	1,41	1,40	1,39
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,63	1,62	1,63	1,61	1,60
Jasa lainnya	1,37	1,39	1,36	1,34	1,32
PDRB	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Sumber: BPS, diolah

b. Analisis *shift Share*

Analisis *Shift Share* digunakan untuk mengidentifikasi adanya pergeseran struktur ekonomi sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan arah alokasi sumber daya dalam perencanaan pembangunan wilayah terutama pada masa yang akan datang sehingga sesuai dengan kecenderungan perubahan. Dengan menggunakan analisis *Shift Share* sektor-sektor yang menjadi sumber pertumbuhan ekonomi wilayah dapat diidentifikasi, demikian juga penyebab perubahan struktur perekonomian atau sektor-sektor ekonomi, menentukan besar dan arah perubahan industri regional serta posisi relatif serta perubahan struktur suatu perekonomian lokal dalam hubungannya dengan perekonomian acuan atau lingkup satu tingkat di atasnya. Sebagaimana disampaikan dalam subbab sebelumnya (1.4), analisis *shift share* mencakup tiga elemen yakni: (1) komponen pertumbuhan nasional/regional (*national/regional growth component*), (2) komponen pertumbuhan sektoral/bauran industri (*industrial mix component*), dan (3) komponen pertumbuhan daya saing wilayah (*competitive effect component*). *National Share* (*provincial share* untuk Kabupaten) yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perekonomian suatu wilayah meningkat karena pertumbuhan ekonomi nasional/provinsi selama periode analisis. *Industrial Mix* atau bauran industri digunakan untuk membandingkan laju pertumbuhan suatu sektor dalam suatu wilayah terhadap tingkat pertumbuhan perekonomian acuan. Sementara itu, *Regional Share* yang disebut juga dengan efek kompetitif digunakan untuk mengidentifikasi *leading sector* dan *lagging sector*. Komponen

pertumbuhan daya saing wilayah merupakan komponen yang paling penting karena mencerminkan daya saing sektor tersebut.

Perhitungan *shift-share* Kabupaten Pekalongan menunjukkan bahwa semua pertumbuhan pada semua sektor di Provinsi Jawa tengah menyumbang secara positif pertumbuhan sektor-sektor di Kabupaten Pekalongan. Kondisi tersebut tercermin pada angka *Provincial Share (PS)* yang positif pada semua sektor. Secara terperinci, angka-angka tersebut disajikan pada tabel 4.7 Secara keseluruhan, pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah menyumbang sebesar Rp159.355,53 juta terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pekalongan.

Pada komponen *Industrial Mix (IM)*/bauran Industri) secara sektoral menunjukkan bahwa Sektor Pertanian dan Sektor Industri Pengolahan yang merupakan dua sektor penyumbang terbesar bagi perekonomian Kabupaten Pekalongan justru memiliki angka IM negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara relatif Sektor Pertanian dan Sektor Industri Pengolahan memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih lambat dibanding laju pertumbuhan di tingkat provinsi. Namun demikian, sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebagai penyumbang terbesar ketiga perekonomian Kabupaten Pekalongan memiliki IM positif, berarti memiliki laju pertumbuhan relatif lebih cepat dibandingkan provinsi Jawa Tengah. Jika dilihat secara sektoral, pada dasarnya sebagian besar sektor di Kabupaten Pekalongan memiliki IM positif, hanya terdapat 6 sektor dengan IM negatif, Namun demikian, karena

sektor-sektor dengan IM negatif tersebut adalah sektor-sektor penyumbang terbesar, maka secara keseluruhan IM Kabupaten Pekalongan negatif. Berarti, pertumbuhan perekonomian Kabupaten Pekalongan cenderung lebih lambat dibanding pertumbuhan ekonomi Jawa tengah.

Komponen ketiga pada analisis *Shift Share* adalah komponen *competitive effect* atau *Differential Shift* (DS). DS mencerminkan daya saing relatif masing-masing sektor terhadap sektor yang sama di daerah lain di cakupan wilayah Provinsi Jawa Tengah. Perhitungan *Competitive Effect Component (Differential Shift)* sektoral Kabupaten Pekalongan menunjukkan bahwa pada tahun 2014-2018, daya saing semua sektor di Kabupaten Pekalongan relatif rendah.

Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu Kabupaten yang terkenal dengan produk tekstil, khususnya batik. Terdapat beberapa sentra Batik di Kabupaten Pekalongan, dan bahkan telah didirikan museum batik. Tekstil merupakan penyumbang terbesar nilai produksi industri di Kabupaten Pekalongan. Namun demikian perlu dicermati bahwa tekstil yang merupakan penyumbang terbesar nilai produksi industri di Kabupaten Pekalongan cenderung memiliki tren nilai produksi yang menurun. Demikian juga dengan industri makanan. Penggalan potensi industri lainnya sebagai penyangga perekonomian penting untuk dilakukan. Selain merupakan penyumbang terbesar nilai produksi pada sektor/subsektor industri, industri tekstil juga merupakan sektor/subsektor yang menyerap tenaga kerja terbanyak.

Tabel 4.7. Perhitungan *Shift Share* Kabupaten Pekalongan Menurut Lapangan Usaha, 2014 – 2018

Lapangan Usaha	PS	IM	DS	SS
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	506,21	(229,61)	(115,80)	160,80
Pertambangan dan Penggalian	86,77	41,56	67,29	195,62
Industri Pengolahan	933,95	(177,73)	113,99	870,21
Pengadaan Listrik dan Gas	5,30	(0,99)	(0,13)	4,18
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	1,44	(0,44)	(0,30)	0,70
Konstruksi/ Construction	178,04	40,66	68,11	286,81
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	431,88	3,58	0,55	436,01
Transportasi dan Pergudangan	79,72	21,15	(24,12)	76,74
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	150,30	49,60	(5,46)	194,43
Informasi dan Komunikasi	72,31	87,73	(9,50)	150,54
Jasa Keuangan dan Asuransi	68,63	13,24	(7,66)	74,21
Real Estate	43,79	11,65	(4,67)	50,77
Jasa Perusahaan	7,94	6,82	(1,49)	13,28
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	94,91	(31,18)	9,28	73,01
Jasa Pendidikan	151,44	65,91	(44,31)	173,03
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	36,79	24,48	(4,62)	56,66
Jasa lainnya	61,92	28,68	(13,15)	77,45
PDRB	2.911,32	-	15.524,82	18.436,14

Sumber: BPS, diolah.

Tabel 4.8. Nilai Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Harga Berlaku Kabupaten Pekalongan Tahun 2013 - 2017 (Juta Rupiah)

Subsektor	2013	2014	2015	2016	2017
1. Makanan	4.581.248	4.581.248	4.581.248	4.581.248	4.581.268
2. Tekstil	1.656.115.664	1.727.567.883	1.727.567.883	1.633.538.100	1.626.914.000
3. Kimia	2.437.500	2.437.500	2.437.500	2.437.500	2.437.500
4. Pengolahan Lainnya	1.694.715.117	1.906.167.736	1.948.763.826	1.986.934.244	1.986.934.259
Jumlah	3.357.849.529	3.640.754.367	3.683.350.457	3.627.491.092	2.020.867.027

Sumber: BPS

Tabel 4.9. Nilai Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Harga Berlaku di Kabupaten Pekalongan Tahun 2013 - 2017(Juta Rupiah)

Subsektor	2013	2014	2015	2016	2017
1. Makanan	11.425	11.425	11.425	11.425	11.431
2. Tekstil	71.749	75.810	75.810	73.470	73.610
3. Kimia	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469
4. Pengolahan Lainnya	20.589	23.090	23.565	24.012	24.034
Rata-rata	33.558	35.198	35.317	34.844	37.197

Sumber: BPS

4.2. Kondisi Umum Kawasan Kabalong

a. Kondisi Geografis

Salah satu kecamatan yang menjadi arah pengembangan pariwisata alam di Kabupaten Pekalongan adalah Kecamatan Karanganyar. Kecamatan Karanganyar merupakan salah satu wilayah Kecamatan di Kabupaten Pekalongan Propinsi Jawa Tengah. Secara astronomis wilayah Kecamatan Karanganyar terletak antara $6^{\circ}57'8,34''$ LS – $7^{\circ}2'12,66''$ LS dan $109^{\circ}34'3''$ BT – $109^{\circ}36'34,56''$ BT. Wilayah Kecamatan Karanganyar berbatasan dengan :

Sebelah Utara : Kecamatan Wonopringgo

Sebelah Timur : Kecamatan Doro

Sebelah Selatan : Kecamatan Lebakbarang

Sebelah Barat : Kecamatan Kajen

Data curah hujan wilayah Kecamatan Karanganyar yang tercatat di Kantor Pengairan Ranting Kecamatan Karanganyar menunjukkan bahwa rata-rata curah hujan tahunan untuk jangka waktu 1994 - 2005 yaitu sebesar

3153,253 mm, dengan rata-rata hujan bulan basah yaitu pada bulan Februari sebesar 687,2 mm dan rata-rata bulan terkering pada bulan Agustus sebesar 16,83 mm. Rata-rata bulan terkering tiap tahun adalah 1,8 bulan sedangkan rata-rata bulan basah 9,1 bulan. Bulan terkering adalah bulan dimana curah hujan yang jatuh selama satu bulan berjumlah < 60 mm. Bulan basah adalah jumlah curah hujan yang jatuh selama satu bulan > 100 mm.

Penggunaan lahan di Kecamatan Karangnayar dapat diklasifikasikan menurut jenis penggunaannya yang meliputi permukiman/perkampungan, sawah, kebun campuran, perkebunan dan hutan. Penyebaran penggunaan lahan untuk permukiman di bagian selatan agak berkurang, hal ini sebagai akibat kondisi fisik topografi dan kemiringan tanah yang di dominasi oleh kawasan hutan. Penggunaan lahan sawah tersebar di desa Sukosari, Wonosari, Sidomukti, Kayugeritan, Pododadi, Karang Sari, Legokkalong, Banjarejo, Kulu, Limbangan, Karanggondang sebagian desa Pedawang dan Gutomo. Penggunaan lahan untuk perkebunan yang meliputi perkebunan campuran, karet dan cengkeh, tersebar di desa Gutomo, Limbangan, Lolong dan Pedawang. Sedangkan penggunaan lahan untuk hutan tersebar di desa Gutomo, Lolong dan Pedawang. Pola penggunaan lahan di wilayah Kecamatan Karangnayar jika dilihat dari penyebarannya termasuk pola penggunaan lahan yang tersebar, dimana

penyebarannya sesuai dengan kondisi topografi daerah yang bersangkutan. Kajian dalam potensi wisata ini meliputi tiga desa yaitu desa Karanggondang, desa Limbangan, dan desa Lolong (Kabalong).

Desa Karanggondang meliputi wilayah kerja seluas 370.3560 Ha (tiga ratus tujuh puluh koma tiga ribu lima ratus enam puluh hektar) dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Sukoharjo
- b. Sebelah Timur : Desa Sukoharjo.
- c. Sebelah Selatan : Desa Gembong.
- d. Sebelah Barat : Desa Garungwiyoro.

Desa Limbangan, Kecamatan Karanganyar, yang berbatasan langsung dengan Desa Karanggondang dan Desa Lolong, mempunyai luas 405.089 Ha. Kepadatan penduduk 535/km². Desa limbangan berjarak 4 km dari pusat ibukota kecamatan dan 26 km dari pusat kota Pekalongan, dibagi menjadi 5 dusun, 4 RW dan 12 RT. Desa Limbangan mempunyai predikat desa mandiri.

Desa Lolong merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan. Desa Lolong berada di daerah perbukitan, berada di ketinggian 250 mdpl dan luas wilayah 613.616 Ha. Desa Lolong terbagi menjadi lima dusun yaitu dusun Lolong, dusun Sampel, dusun Karangrejo, dusun Sirukun

dan dusun Wonomulyo. Adapun batasan wilayah desa Lolong adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10. Batasan Wilayah Desa Lolong

Batas	Desa/Kelurahan	Kecamatan
Utara	Legokkalong	Karanganyar
Selatan	Mendolo	Lebakbarang
Timur	Pedawang	Karanganyar
Barat	Karanggondang	Karanganyar

Sumber : Profil Desa Lolong 2016

Jarak desa Lolong dengan Kecamatan Karanganyar sekitar 5 Km, sedangkan untuk jarak dengan ibukota Kabupaten Pekalongan sekitar 10 Km. Berdasarkan letak topologinya desa Lolong berada di perbukitan dengan ketinggian 250 meter diatas permukaan laut. Memiliki jumlah bulan hujan sebanyak 9 bulan dengan kelembapan 30% dan memiliki suhu rata-rata harian 30°C. Dengan demikian hawa disekitar desa Lolong sejuk dan asri disebabkan berdekatan dengan hutan lindung.

Luas Tanah dan Penggunaan Tanah di wilayah Kabalong digunakan sebagai area persawahan dan tanah kering dengan perinciaan seperti pada tabel 4.11.

Tabel 4.11. Luas Tanah dan Penggunaan Tanah

Desa	Tanah Sawah	Tanah Kering	Total
Limangan	128.228	276.861	405.089
Karanggondang	91.925	542.601	634.526
Lolong	28.493	585.123	613.616
Jumlah	1.798.565	4.549.580	6.348.145

Sumber: Pekalongan dalam angka

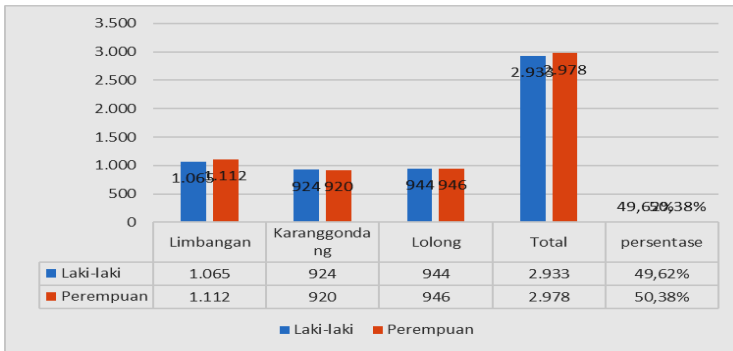
b. Kependudukan dan Ketenagakerjaan

Penyebaran penduduk Kabupaten Pekalongan kurang merata. Kondisi tersebut tercermin pada perbandingan kepadatan penduduk antar kecamatan yang berbeda cukup signifikan. Pada tahun 2016, kepadatan penduduk Kabupaten Pekalongan mencapai 1.053 m² jiwa/km. Penyebaran penduduk di kawasan Kabalong menurut Jenis Kelamin adalah 1.065 laki-laki dan 1.112 perempuan di desa Limbangan, 924 laki-laki dan 920 perempuan di desa Karanggondang, dan 944 laki-laki dan 946 perempuan di desa Lolong. Atau dapat dikatakan di kawasan Kabalong mempunyai komposisi 50,38 persen perempuan dan 49,62 Laki-laki.

Tabel 4.12. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Desa/Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total
Limbangan	1.065	1.112	2.177
Karanggondang	924	920	1.844
Lolong	944	946	1.890
Kecamatan Karanganyar	18.411	19.092	37.503

Sumber: Pekalongan dalam angka, 2018



Grafik 4.4. Proporsi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kawasan Kabalong

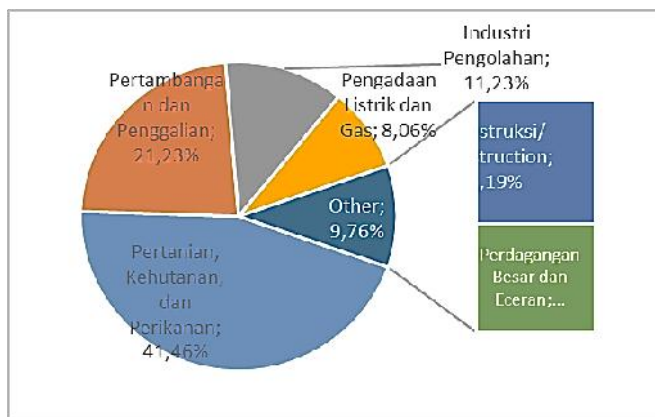
Jenis pekerjaan di Kabalong dibagi ke dalam 13 kriteria mulai dari pertanian sampai dengan jasa lainnya. Berdasarkan tabel 4.4. diketahui bahwa mayoritas penduduk di Kabalong memiliki mata pencaharian sebagai petani (33,32%).

Tabel 4.13. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan

Lapangan Usaha	Limbangan		Karanggondang		Lolong		Karanganyar	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	289	43,46	193	35,41	249	45,52	3.564	33,32
Pertambangan dan Pengalihan	1	0,15	25	4,59	13	2,38	409	3,82
Industri Pengolahan	152	22,86	112	20,55	111	20,29	2.422	22,64
Pengadaan Listrik dan Gas	1	0,15					9	0,08
Konstruksi/ Construction	56	8,42	67	12,29	66	12,07	829	7,75
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	62	9,32	35	6,42	45	8,23	1.428	13,35
Transportasi dan Pergudangan	40	6,02	29	5,32	11	2,01	470	4,39
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	7	1,05	20	3,67	5	0,91	305	2,85
Informasi dan Komunikasi					2	0,37	12	0,11
Jasa Keuangan dan Asuransi			1	0,18	2	0,37	49	0,46
Jasa Pendidikan	8	1,20	18	3,30	13	2,38	296	2,77
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	4	0,60	4	0,73			61	0,57
Jasa lainnya	45	6,77	41	7,52	30	5,48	842	7,87
	665	100,00	545	100,00	547	100,00	10.696	100,00

Sumber: Pekalongan dalam angka

Dengan sebaran terbanyak untuk pertanian, kehutanan, dan perikanan ada di desa Limbangan, diikuti desa Lolong, dan desa Karanggondang. Posisi kedua ditempati sektor industri pengolahan (22,64%), dengan sebaran terbanyak ada di desa Limbangan sebanyak 152 orang. Posisi ketiga ditempati perdagangan besar, eceran, reparasi mobil dan motor (13,35%), dengan jumlah terbanyak ada di desa Limbangan.



Gambar 4.5. Persentase Penduduk menurut Jenis Pekerjaan di Kawasan Kabalong
 Sumber: BPS, diolah.

Gambar 4.5. menunjukkan bahwa mayoritas penduduk (41,46 persen) mempunyai profesi di bidang pertanian, kehutanan, dan perikanan, disusul sektor pertambangan dan penggalian 21,23 persen, dan sektor industri pengolahan 11,23 persen.

c. Perekonomian

Kawasan Kabalong mempunyai potensi pengembangan ekonomi yang menarik. Berdasarkan data statistik yang ada

skala usaha kecil di kawasan Kabalong mencapai 17,95 persen dari total usaha kecil di kecamatan Karanganyar. Sedangkan industri berskala rumah tangga mencapai 121 unit usaha atau 16,20 persen dari total insdustri skala rumah tangga di kecamatan Karanganyar.

Tabel 4.14. Bidang perekonomian, khususnya ditinjau dari skala usaha

Skala Usaha		Limbangan	Karanggondang	Lolong	Karanganyar
Kecil	Unit Usaha	6	3	5	78
	Naker	50	19	43	593
Rumah Tangga	Unit Usaha	34	35	52	747
	Naker	98	101	157	2,027

Sumber: BPS

Dari jumlah tersebut serapan jumlah tenaga kerja mencapai 18,89 persen di skala usaha kecil dan 17,59 persen di skala rumah tangga. Jumlah serapan tenaga kerja ini dikatakan cukup tinggi sehingga dapat mengurangi jumlah tenaga kerja yang tidak dapat diserap oleh pasar.

BAB V

POTENSI DAN PERMASALAHAN PARIWISATA KABALONG

Sumberdaya manusia secara umum meliputi para pelaku bisnis wisata, sikap keterbukaan masyarakat terhadap wisatawan, dan SDM pendukung lainnya. Sementara itu, sumberdaya alam dapat berupa faktor anugerah seperti keindahan alam, kesejukan udara, vegetasi, keragaman flora dan fauna dan lain sebagainya. Sumberdaya budaya meliputi berbagai macam kesenian, peninggalan bersejarah, adat istiadat, kuliner, pertunjukan seni dan lain sebagainya. Sumberdaya modal dalam hal ini dapat dikaitkan dengan dukungan finansial untuk mengembangkan dan mengemas obyek wisata tertentu. Sementara itu, pengelolaan wisata terkait dengan kondisi dimensi pariwisata (misalnya *attraction*, *accessibility*, *Amenity* dan *ancillary services*).

Kawasan Kabalong (Desa Karanggondang, Limbangan dan Lolong) Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu daerah memiliki kawasan wisata yang potensial untuk dikembangkan. Oleh karenanya, kawasan Kabalong dijadikan kawasan pengembangan wisata dalam RTRW Kabupaten Pekalongan tahun 2011-2031. Kawasan ini memiliki berbagai macam potensi wisata, yaitu wisata alam, kuliner, sejarah maupun budaya. Festival durian dan jembatan Lengkung di desa Lolong telah menjadi ikon kawasan wisata ini. Karena potensi tersebut, maka berbagai UMKM bidang pariwisata telah tumbuh dalam kawasan wisata Kabalong.

Bukan hanya sumberdaya alam yang dapat dikembangkan dikawasan Kabalong. Pada kawasan ini juga terdapat sumberdaya budaya dan produk kerajinan serta kuliner. Berbagai macam kesenian ada antara lain kesenian tradisional jaran keping dan kesenian Rebana (terdapat dua grup). Sayangnya, kedua kesenian tradisional ini masih relatif jarang dipertunjukkan dan belum dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata budaya. Produk kerajinan yang dihasilkan di kawasan Kabalong adalah layah (cobek) batu dan keranjang bambu. Dalam hal kuliner, Kawasan Kabalong memiliki kekhasan pada makanan olahan yang berbahan dasar pongge (biji durian), keripik durian yang tidak diproduksi di daerah lain, serta keripik pisang. Sementara itu, di Desa Limbangan, saat ini telah dirintis wisata pacuan kuda, dan di desa Karanggondang terdapat wisata air Ciblon yang sudah mulai beroperasi.

Dukungan pemerintah Kabupaten Pekalongan juga merupakan modal yang besar, sebab pengembangan wisata kawasan Kabalong sejalan dengan Fokus Kabupaten, yakni pengembangan usaha mikro. Namun disadari bahwa pengelolaannya saat ini belum optimal. Di Kawasan Kabalong tidak terdapat satu koperasipun sebagai sarana penguatan kelembagaan usaha mikro yang ada. Sementara itu, pada tingkat Kabupaten hanya terdapat 50,80 persen koperasi yang aktif, dan 69,80 persen diantaranya termasuk dalam kategori tidak sehat.



Tempat Outbond dan Perkemahan



Gazebo-gazebo

BAB VI

ASESMEN UMKM PENDUKUNG PARIWISATA KAWASAN KABALONG

6.1. Profil Pelaku dan Kondisi Usaha UMKM pendukung Pariwisata Kabalong.

Asesmen profil dan kondisi usaha UMKM pendukung Pariwisata Kabalong digunakan untuk mengetahui keragaman UMKM berdasarkan jenis kelamin, usia, omset, serta kondisi manajemen fungsional UMKM. Penyajian profil pelaku serta kondisi usaha UMKM disajikan secara numerik dalam bentuk tabel dan grafik. Berdasarkan data yang terkumpul, profil pelaku dan kondisi usaha UMKM diketahui sebagai berikut:

Tabel 6.1. Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	24	41
2	Perempuan	34	59

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan jenis kelamin, tabel 6.1 menunjukkan bahwa pelaku UMKM cukup seimbang antara pelaku UMKM laki-laki dan perempuan, masing-masing sebesar 41% dan 59%. Sementara itu, berdasarkan usia, sebagian besar pelaku UMKM berada pada usia produktif antara 20 – 50 tahun (tabel 6.2)

Tabel 6.2. Umur Responden

No	Kriteria Umur	Jumlah	Persentase
1	20 tahun - 30 tahun	18	31
2	31 tahun - 40 tahun	11	19
3	41 tahun - 50 tahun	13	22
4	> 50 tahun	16	28

Sumber: Data diolah, 2019

Menurut tingkat pendidikannya, tabel 6.3 menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang sekaligus merupakan pemilik usaha berpendidikan sampai dengan SD (55%).

Tabel 6.3. Latar Belakang Pendidikan

No	Latar Belakang Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Sarjana	0	0
2	SMU dan sederajat	9	16
3	SMP	17	29
4	SD	29	50
5	Tidak Sekolah	3	5

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan hasil survei, maka bidang usaha di Limbangan, Lolong dan Karanggondang dapat dibagi menjadi 8 jenis usaha yaitu toko kelontong, mebel, warung makan, konveksi, jasa pariwisata, sound system, makanan olahan, dan hasil perkebunan. Hasil survei dapat dilihat pada tabel 6.4.

Mayoritas responden bergerak dalam jenis usaha toko kelontong/sembako sebanyak 27 responden atau 47%. Sedangkan untuk warung makan/warung kopi ada sebanyak 10 responden atau

17%. Usaha konveksi/penjahit sebanyak 9 responden dan penjualan durian sebanyak 5 responden atau 9%. Untuk bidang jasa pariwisata ada 3 responden yaitu berada di Lolong yaitu Lolong Adventure, Outbond, dan Bumi Lolong Adventure.

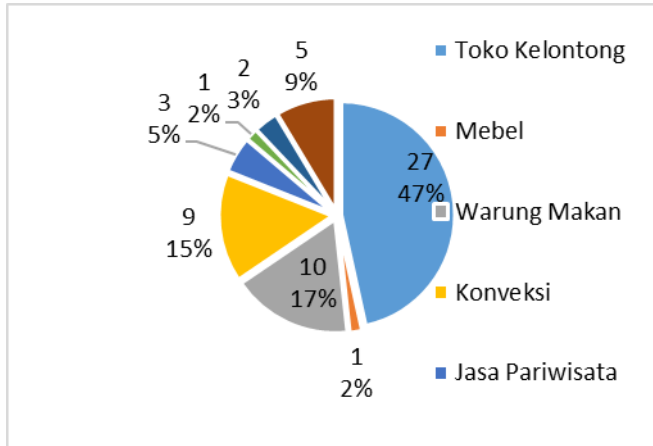
Tabel 6.4. Jenis Usaha

N o	Bidang Usaha UMKM	Jumla h	Persentas e
1	Toko Kelontong	27	47
2	Mebel	1	2
3	Warung Makan	10	17
4	Konveksi	9	16
5	Jasa Pariwisata	3	5
6	Sound System	1	2
7	Makanan Olahan	2	3
8	Hasil Perkebunan	5	9

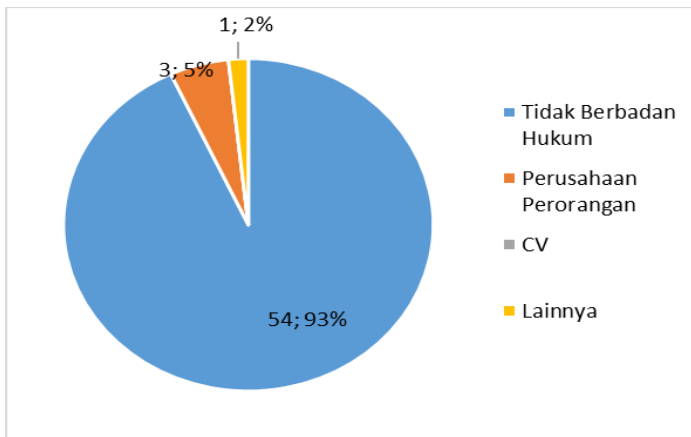
Sumber: Data diolah, 2019

Dari hasil survei, mayoritas pelaku usaha bergerak di bidang perdagangan yaitu toko kelontong dan sembako. Banyak pelaku usaha yang baru mulai untuk menjalankan usaha, memilih untuk menjalankan bisnis ini, selain rangkaian aktivitas bisnis perdagangan yang ringkas yaitu dari pembelian, penyimpanan dan langsung ke penjualan, bisnis ini juga merupakan salah satu sektor yang kuat pengaruhnya dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Namun, margin usaha langsung diperoleh pelaku usaha relatif tipis. Oleh karena itu banyak strategi dari pelaku usaha untuk menambah volume usaha agar margin usaha bertambah. Namun demikian, untuk memulai usaha ini, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain: pemilihan lokasi

yang strategis, kemudahan akses oleh pembeli, dan pengadaan barang dagangan.



Grafik 6.1. Jenis Usaha
 Sumber: Data Primer, diolah.



Grafik 6.2. Badan Usaha
 Sumber: Data Primer, diolah.

Dari 58 usaha yang terdapat di Lolong, Limbangan, dan Karanggondang, mayoritas tidak berbadan hukum. Hanya 1 usaha

yang Badan Hukum yaitu Bumi Lolong Adventure, bentuk badan usahanya adalah BUMD.

Ditinjau dari aspek produksi meliputi bahan baku, tenaga kerja langsung, dan proses produksi. untuk usaha di Kabalong, jenis bahan baku yang dibutuhkan diantaranya adalah sembako, kain, dan kayu. Pemenuhan kebutuhan pengadaan bahan baku itu antara lain melalui pengadaan sendiri, membeli dari pihak eksternal/pasar, distributor, dan lain sebagainya. Khusus untuk wilayah Kabalong, pemenuhan kebutuhan bahan baku bersumber dari pembelian pada pihak lain sebesar 76% dan pengadaan sendiri hanya 10%. Hasil lengkapnya dapat disarikan pada tabel 6.5

Tabel 6.5. Asal Bahan Baku

No	Asal Bahan Baku	Jumlah	Persentase
1	Mengadakan Sendiri	6	10
2	Membeli dari pihak lain	44	76
3	Disetor	7	12
4	Lainnya	1	2

Sumber: Data diolah, 2019

Pasar tenaga kerja di Indonesia dapat dibedakan atas sektor informal dan formal. Sektor formal atau sektor modern mencakup perusahaan-perusahaan yang mempunyai status hukum, pengakuan dan izin resmi serta umumnya berskala besar. Sebaliknya, sektor informal merupakan sektor yang memiliki karakteristik sebagai berikut kegiatan usaha umumnya sederhana, skala usaha relatif kecil. Usaha sektor informal umumnya tidak memiliki izin usaha. Kondisi usaha di Kabalong dilihat dari sisi

tenaga kerja, mayoritas masih dikerjakan sendiri (43%) dan mempunyai karyawan 2-5 orang.

Tabel 6.6. Jumlah Tenaga kerja

No	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
1	Dikerjakan Sendiri	25	43
2	2 - 5 orang	25	43
3	6 - 10 orang	6	10
4	11 - 20 orang	0	0
5	> 20 orang	2	3

Sumber: Data diolah, 2019

Sistem pengupahan pada usaha kecil di Kabalong meliputi upah harian, mingguan, dan bulanan. Mayoritas pelaku usaha memilih untuk melakukan pengupahan mingguan (71%), pengupahan harian sebanyak 22%, dan sisanya dibayarkan secara harian.

Tabel 6.7. Cara Pengupahan Tenaga kerja

No	Cara Pengupahan	Jumlah	Persentase
1	Harian	13	22
2	Mingguan	41	71
3	Bulanan	4	7

Sumber: Data diolah, 2019

UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki kontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara. UMKM adalah bentuk usaha yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. UMKM juga terbukti berperan mengurangi tingkat pengangguran yang ada di

Indonesia. Dalam UU UMKM, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Besaran pengupahan sendiri untuk wilayah Kabalong, mayoritas diatas UMR atau sekitar 52%, sama dengan UMR sebanyak 26%, dan sisanya dibawah UMR. Dilihat dari kondisi ini, maka dari sisi ketenagakerjaan wilayah Kabalong relatif menjanjikan.

Tabel 6.8. Pengupahan Tenaga kerja

No	Pengupahan	Jumlah	Persentase
1	Lebih rendah dari UMR	13	22
2	Sama dengan UMR	15	26
3	Lebih tinggi dari UMR	30	52

Sumber: Data diolah, 2019

Masih adanya pengupahan di bawah UMR dikarenakan keahlian yang kurang, serta pemilik masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya. Selain ketenaga kerjaan, faktor penting lainnya dalam menjalankan usaha adalah ketersediaan tempat untuk menjalankan usaha. Di Kabalong mayoritas pelaku usaha, tidak memisahkan antara hunian dan tempat usaha. Dari hasil survei ditemukan 78% responden atau 45 pelaku usaha masih

memiliki tempat usaha yang menyatu dengan tempat tinggal. Hanya 13 responden atau 22% yang sudah mempunyai bangunan sendiri. Hal ini menjadi catatan penting, karena sebenarnya tempat usaha menjadi salah satu kunci keberhasilan dan keberlanjutan bisnis usaha yang dijalankannya.

Tabel 6.9. Kepemilikan Tempat Usaha

No	Tempat Usaha	Jumlah	Persentase
1	Menyatu dengan tempat tinggal	45	78%
2	Bangunan Sendiri	13	22%
3	Pinjaman dari Pemerintah	0	0%
4	Milik BUMN/BUMD	0	0%
5	Lainnya	0	0%

Sumber: Data diolah, 2019

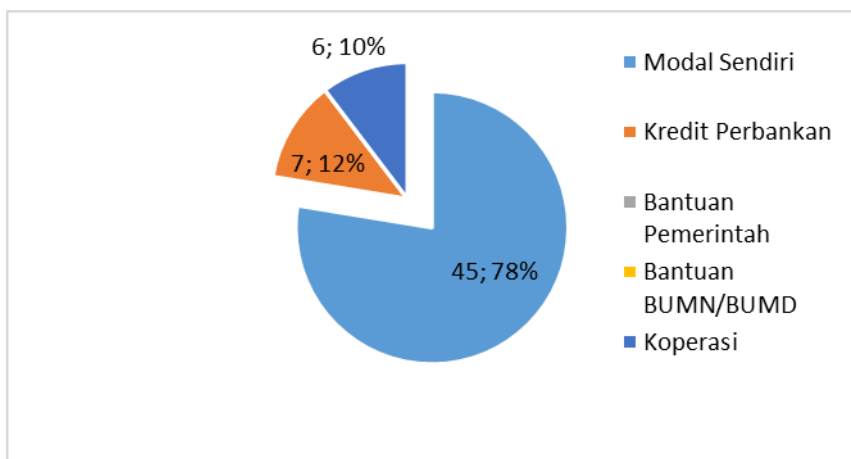
Faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan dalam usaha adalah faktor lokasi. Dari segi lokasi, tidak hanya posisi strategis secara pemasaran yang menjadi pertimbangan tapi banyak juga yang posisi/letak tempat dan lain-lain. Pemilihan lokasi sangat tergantung pada jenis usaha. Lokasi pada Kabolong tidak begitu memperhatikan aspek ini, hal ini terlihat dari mayoritas tempat usaha masih menyatu dengan tempat tinggal. Salah satu hal yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah kriteria karakter kegiatan usaha, yakni apakah produk atau jasa yang akan dipasarkan memerlukan lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen, jumlah populasi yang cukup untuk menjamin tingkat penjualan yang tinggi, serta daya beli rata-rata konsumen di lokasi tersebut.

Tabel 6.10. Nilai Penjualan Per Minggu

No	Pemasaran	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari Rp 5 juta	48	83%
2	Rp 5 juta - Rp 10 juta	8	14%
3	Rp 10 juta - Rp 50 juta	1	2%
4	Lebih dari Rp 50 juta	1	2%

Sumber: Data diolah, 2019

Lokasi usaha menjadi salah satu faktor penting dalam usaha, karena lokasi bisa menentukan apakah sebuah usaha akan berkembang atau tidak. Ditinjau dari tempat usaha yang mayoritas menyatu dengan tempat tinggal, maka bisa dipastikan bahwa dalam memulai usaha tidak memperhatikan faktor lokasi. Hal ini juga terlihat dari nilai penjualan yang relatif kecil yaitu kurang dari Rp 5.000.000 per minggu, yang diakui oleh 48 responden atau 83% responden. Dan sampai saat ini tidak ada bantuan yang membantu pelaku usaha untuk melakukan pemasaran.



Gambar 6.3. Sumber Pendanaan Usaha

Sumber: Data primer, diolah.

Selain pemasaran, kelemahan dan kendala terbesar untuk pengembangan usaha terutama yang berskala mikro adalah permodalan. Di wilayah Kabalong hampir semua pelaku usaha menggunakan modal sendiri yaitu 45 responden dan sisanya didanai dengan menggunakan koperasi dan perbankan. Ketidakmudahan mendapat akses atau pembiayaan perbankan, menjadi salah satu penyebab pengembangan usaha. Belum banyak perbankan mampu menjangkau daerah pelosok dan terpencil. Selain itu terdapat kendala administratif, manajemen bisnis masih dikelola secara manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan. Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

Tabel 6.11. Sumber Permodalan

No	Permodalan	Jumlah	Persentase
1	Modal Sendiri	45	78%
2	Kredit Perbankan	7	12%
3	Bantuan Pemerintah	0	0%
4	Bantuan BUMN/BUMD	0	0%
5	Koperasi	6	10%

Sumber: Data diolah, 2019

Dari hasil wawancara, ditemukan beberapa kendala yang muncul diantaranya adalah masalah permodalan, pemasaran, harga bahan baku yang tidak stabil, ketersediaan bahan baku terutama untuk usaha dari hasil perkebunan, pengelolaan keuangan usaha, dan kontinuitas produksi.

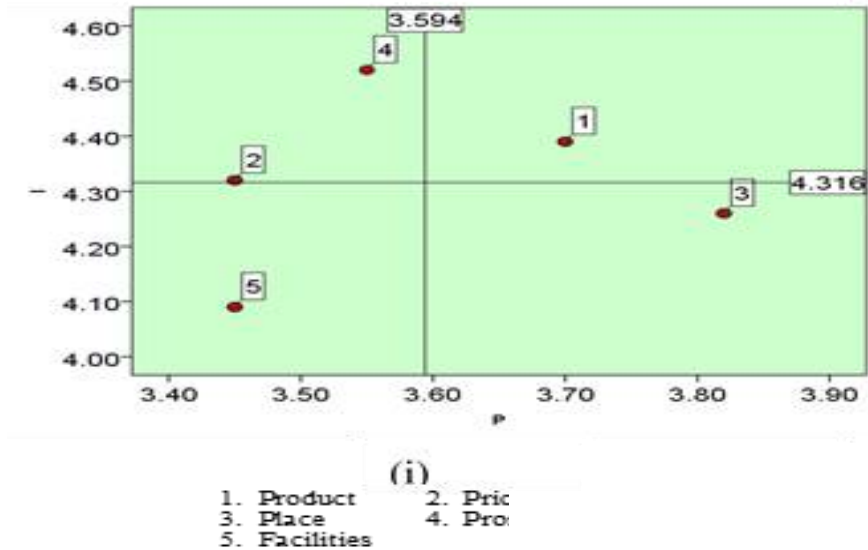
6.2. *Importance-Performance Analysis (IPA)* Bauran Pemasaran UMKM Bidang Pariwisata Kabalong

6.2.1. *Importance-Performance Analysis (IPA)* Bauran Pemasaran UMKM Bidang Pariwisata Kabalong Secara Keseluruhan

Pada bagian ini, analisis I-P dilakukan untuk mengidentifikasi unsur bauran pemasaran dan fasilitas UMKM pariwisata yang menjadi prioritas untuk dikembangkan. Hasil analisis dengan diagram Cartesius menunjukkan bahwa pada dasarnya semua unsur bauran pemasaran dan fasilitas dinilai penting oleh responden. Hal ini ditunjukkan oleh posisi tingkat kepentingan masing-masing unsur bauran pemasaran dan fasilitas yang berada di atas skor 4 dari rentang skor maksimal 5 namun demikian kinerja masing-masing elemen tidak semuanya dinilai tinggi.

Pada diagram Cartesius terlihat bahwa unsur promosi dan harga berada pada kuadran II. Promosi dinilai merupakan unsur yang sangat penting, namun kinerjanya dinilai relatif rendah. Demikian juga dengan unsur harga; meskipun dipandang tidak sepenting unsur promosi, namun unsur harga juga dipandang penting dan dengan kinerja yang relatif lebih rendah dibanding unsur promosi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kedua unsur bauran pemasaran yaitu promosi dan harga merupakan unsur prioritas untuk ditingkatkan kinerjanya dalam rangka

mengembangkan kinerja pemasaran UMKM pariwisata di Kabalong.



Gambar 6.4. Diagram Kartesius Bauran Pemasaran

Sumber: Data primer, diolah 2019.

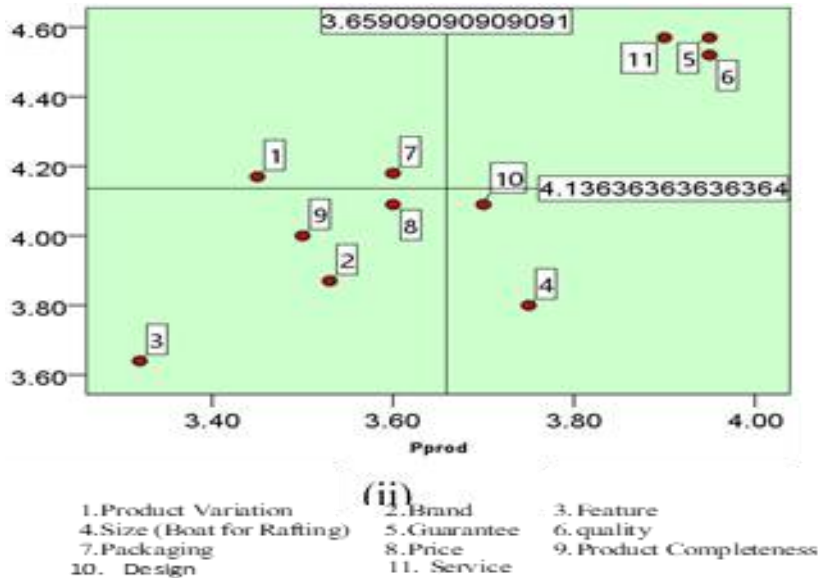
Unsur fasilitas berada pada kuadran III, yang menunjukkan bahwa unsur fasilitas dipandang relatif tidak penting dan kinerjanya yang relatif rendah. Kuadran III menjadi pedoman bahwa unsur yang berada pada kuadran ini bukan merupakan unsur prioritas. Hal ini menyiratkan bahwa fasilitas sudah tersedia dengan relatif baik, yang didukung pengadaannya baik oleh pemerintah maupun dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari Perusahaan Listrik Negara (PLN). Meskipun demikian, penilaian responden terhadap kinerja fasilitas berada pada kisaran skor 3,4-3,5 yang berarti belum maksimal.

Kuadran IV ditempati oleh unsur tempat (*place*) yang menggambarkan bahwa aksesibilitas destinasi pariwisata memiliki kinerja tertinggi dibanding unsur bauran pemasaran yang lain, namun dipandang tidak lebih penting dibanding unsur yang lain. Unsur bauran pemasaran tempat dipandang memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah, karena lokasi dari UMKM pariwisata Kabalong relatif mudah dijangkau sehingga kinerja kemudahan untuk dijangkau dinilai tinggi.

Unsur bauran pemasaran produk berada pada kuadran I, yang mengindikasikan bahwa unsur produk dinilai penting dan kinerjanya tinggi. Namun demikian unsur produk terlihat berada pada di tengah-tengah garis kontinum kinerja. Hal ini mengindikasikan bahwa unsur produk dari bauran pemasaran masih perlu untuk dioptimalkan.

6.2.2. Analisis IPA Unsur Produksi

Pada diagram Cartesius terlihat bahwa komponen unsur produk yang berada pada kuadran 2 adalah variasi produk (1) dan *packaging* (7). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kabalong perlu meningkatkan keragaman produk yang ditawarkan. Produk pariwisata utama yang diunggulkan di Kawasan Kabalong saat ini adalah buah durian dan kegiatan Rafting. Namun, variasi keragaman produknya masih sangat terbatas. Inovasi terhadap pasca panen buah durian belum banyak dilakukan sehingga olahan produk durian belum bisa didapatkan dengan mudah.

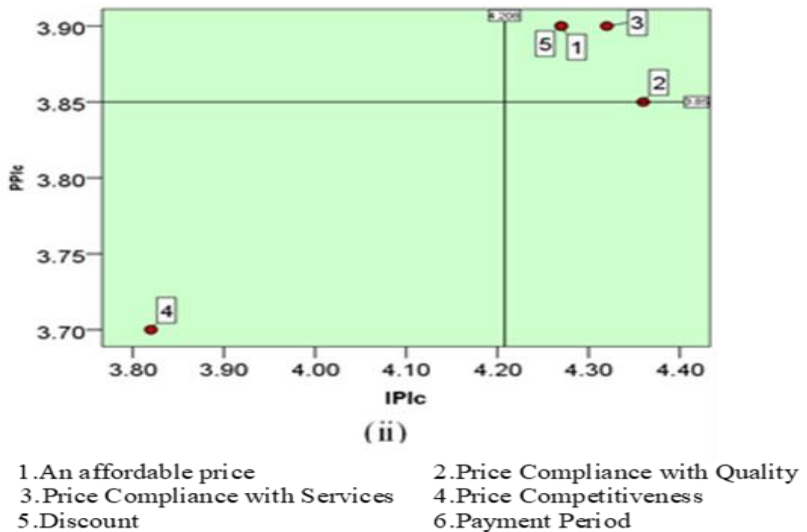


Gambar 6.5. Diagram Kartesius Unsur Produksi
 Sumber: Data primer, diolah 2019.

Demikian juga dengan paket rafting yang ditawarkan, keragaman dan kelengkapannya masih sangat terbatas. Sejalan dengan hal tersebut, *packaging* dari produk-produk yang ditawarkan dipandang rendah kinerjanya sehingga perlu upaya untuk merancang paket-paket wisata yang menarik, disertai produk-produk pendukung pariwisata yang kreatif sesuai segmen pasar (makanan, minuman, souvenir, dan lain-lain). Komponen produk lain yang dipandang penting adalah pelayanan (11), garansi (5), dan kualitas (6). Tingkat kinerja ketiga komponen tersebut dinilai tinggi (kuadran I) sehingga menjadi kekuatan bagi Kawasan pariwisata Kabalong.

6.2.3. Analisis IPA Unsur Harga

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sangat penting, karena merupakan unsur sumber keuangan bagi organisasi. Namun bagi konsumen, harga dipandang sebagai biaya, sehingga secara rasional konsumen menginginkan tingkat harga yang serendah-rendahnya. Oleh karena itu harus diupayakan penetapan harga yang saling menguntungkan baik bagi pemasar maupun bagi konsumen. Analisis I-P menunjukkan bahwa dari lima komponen unsur harga sebagian besar dinilai positif karena berada pada kuadran I.



Gambar 6.6. Diagram Kartesius Unsur Harga

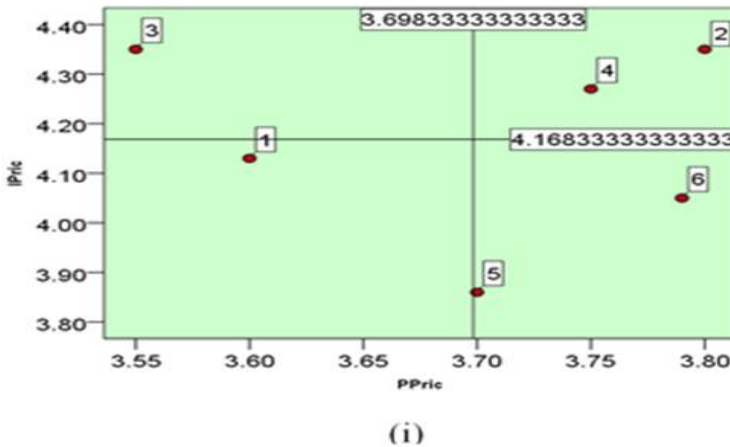
Sumber: Data primer, diolah 2019.

Terdapat empat unsur harga yang berada pada kuadran I yaitu harga sesuai dengan kualitas, kesesuaian harga dengan

pelayanan yang diterima, keterjangkauan harga, dan potongan harga. Sedangkan komponen daya saing harga belum dipandang penting (kuadran III) yang kemungkinan disebabkan karena pandangan belum adanya pesaing bagi kawasan wisata Kabalong. Hal ini dapat dipahami karena setiap kawasan wisata pada umumnya memiliki kekhasan yang berbeda dengan kawasan lainnya.

6.2.4. Analisis IPA Unsur Distribusi (*Place*)

Aksesibilitas menjadi karakteristik penting bagi destinasi pariwisata. Unsur bauran pemasaran *place* (tempat) ini dicerminkan oleh kemudahan bagi pengunjung/ wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata, baik karena sarana prasarana transportasi yang sudah bagus maupun didukung dengan lokasi yang relatif dekat dengan pusat kota. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kawasan pariwisata Kabalong dinilai mudah untuk dijangkau, lokasinya strategis, dan sarana transportasinya bagus (gambar 3). Komponen saluran distribusi berada di kuadran 3 pada gambar 3 menunjukkan bahwa komponen ini dipandang tidak penting.

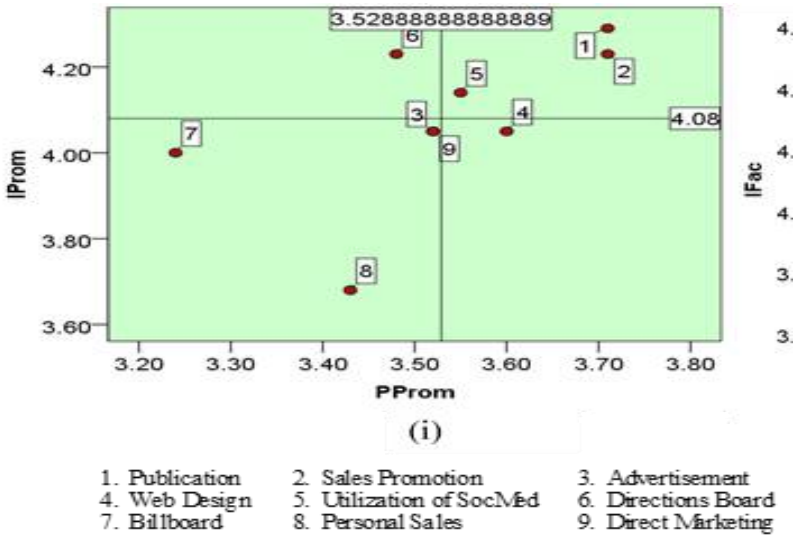


- | | |
|----------------------|--------------------------|
| 1. Easy to Reach | 2. Infrastructure |
| 3. Strategic locatio | 4. Distribution Channels |
| 5. Transportation | |

Gambar 6.7 Diagram Kartesius Unsur Place
 Sumber: Data primer, diolah 2019.

6.2.5. Analisis IPA Unsur Promosi

Unsur bauran pemasaran yang dipandang paling penting oleh *stakeholders'* kawasan pariwisata Kabalong salah satunya adalah promosi (gambar 6.8). Komunikasi pemasaran merupakan kunci utama untuk menyebarkan informasi tentang kawasan Kabalong dan untuk mempengaruhi serta mendorong masyarakat untuk berkunjung ke kawasan tersebut. Bauran promosi merupakan semua keputusan yang berkaitan dengan cara mempromosikan/ mengkomunikasikan barang dan jasa. Keputusan penting yang harus dilakukan meliputi menentukan tujuan komunikasi, jenis komunikasi pemasaran yang akan digunakan, menentukan anggaran, memilih media komunikasi, dan mengukur keberhasilannya.



Gambar 6.8. Diagram Kartesius Unsur Promosi

Sumber: Data primer, diolah 2019

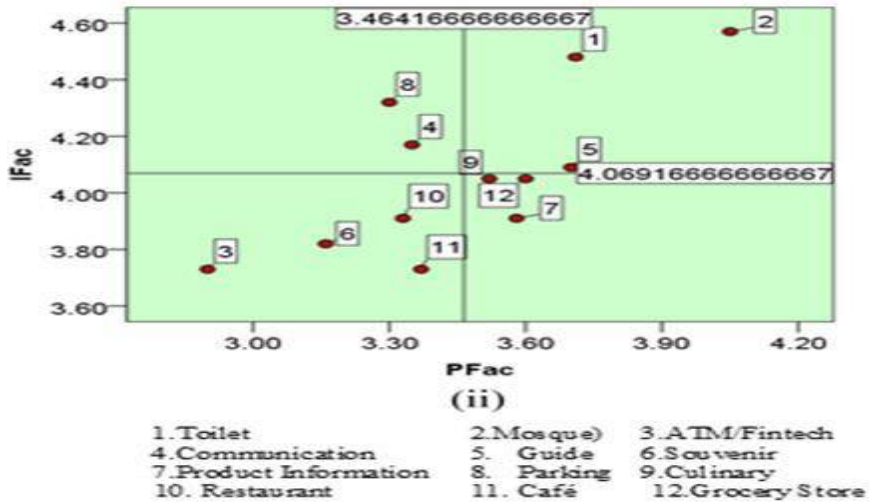
Hasil studi menunjukkan bahwa publikasi, pemanfaatan sosial media, serta pameran-pameran dan pertunjukkan berada pada kuadran I, mengindikasikan bahwa ketiga jenis komunikasi pemasaran tersebut selain penting juga dinilai memiliki kinerja yang bagus. Dengan demikian perlu terus dipertahankan disertai inovasi-inovasi yang lebih menarik. Sedangkan untuk *billboard*, penjualan personal, iklan, dan pemasaran langsung dinilai kinerjanya kurang namun juga dipandang ketiganya tidak terlalu penting. Setiap UMKM membutuhkan strategi pemasaran yang kuat. Perkembangan internet telah merubah perilaku masyarakat dalam berinteraksi dengan pihak lain, baik dalam mencari informasi maupun dalam mengambil keputusan beli. Oleh karena itu desain web menjadi sangat penting karena 40 persen konsumen

menggunakan mesin pencari untuk mendapatkan berbagai informasi tentang sesuatu yang dibutuhkan dan dalam mengambil keputusan pembelian.

6.2.6. Analisis IPA Unsur Fasilitas Pendukung

Fasilitas merupakan pendukung yang sangat penting bagi kawasan wisata. Wisatawan melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kenyamanan. Oleh karena itu fasilitas pendukung menjadi salah satu penentu kepuasannya. Obyek wisata yang sangat unik jika tidak disertai dengan fasilitas pendukung yang tepat menjadi kurang menarik untuk dikunjungi. Hasil analisis I-P unsur fasilitas menunjukkan bahwa kuadran prioritas peningkatan kinerja berisi komponen area parkir dan komponen komunikasi (petunjuk jalan, peta lokasi, dan lain lain). Hal ini mengindikasikan kemungkinan kurangnya area parkir, pengaturan perparkiran yang kurang baik, dan kurangnya petunjuk jalan. Meskipun ada dua komponen fasilitas yang dinilai belum memuaskan, namun ada beberapa komponen yang dinilai berkinerja bagus. Ada tiga komponen yang berada pada kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga komponen memiliki kinerja yang baik, yang meliputi komponen toilet, masjid, dan gaid (*guide*). Ketiga komponen ini bisa menjadi keunggulan bagi kawasan wisata Kabalong. Ada beberapa komponen yang berada pada kuadran III, yaitu pembayaran non tunai, souvenir, kafe, dan restoran. Keempat komponen ini selain dinilai tidak penting, juga

dipandang kinerjanya kurang bagus. Kondisi ini menyiratkan bahwa meskipun keempat komponen tersebut belum tersedia dengan baik di kawasan Kabalong, namun dipandang tidak penting oleh responden.



Gambar 6.9. Diagram Kartesius Unsur Fasilitas Pendukung
Sumber: Data primer, diolah 2019



6.3. Analisis SOAR UMKM Bidang Pariwisata Kabalong

Seperti halnya aktivitas bisnis pada umumnya, aktivitas bisnis UMKM juga dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor tersebut biasanya dikelompokkan menurut klasifikasi tertentu, diantaranya faktor internal dan faktor eksternal, serta faktor yang pendukung dan faktor penghambat. Faktor internal adalah faktor yang berasal atau berada dalam sistem organisasi sehingga dapat dikendalikan atau dikondisikan oleh organisasi, antara lain aspek-aspek manajemen dan budaya organisasi. Sementara ini faktor eksternal adalah segala sesuatu yang berpengaruh pada pencapaian tujuan yang berasal dari luar organisasi. Faktor eksternal bersifat *given* sehingga organisasi hanya bisa menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada. Faktor-faktor yang mendukung kegiatan bisnis dikelompokkan sebagai faktor pendukung, sedangkan faktor yang memiliki sifat menghambat dikelompokkan sebagai faktor penghambat. Faktor internal yang bersifat mendukung sering disebut sebagai kekuatan, dan yang menghambat sebagai kelemahan. Sementara ini, faktor eksternal yang bersifat mendukung disebut sebagai peluang, dan yang menghambat disebut ancaman. Analisis SWOT umumnya digunakan untuk menganalisis berbagai faktor pendukung dan penghambat tersebut.

Berbeda dengan analisis SWOT, analisis SOAR menggunakan pendekatan *apreciative inquiry* (AI). Tujuannya adalah, dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan perusahaan lebih fokus pada hal-hal positif yang dapat dikembangkan dibandingkan memikirkan kelemahan internal atau ancaman yang

dirasakan yang mungkin tidak terjadi. Dengan demikian perusahaan akan dapat memanfaatkan secara optimal potensi-potensi yang dimilikinya.

Pada faktor internal yang berfokus pada kekuatan dan faktor eksternal berfokus pada peluang bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dalam pendekatan analisis SOAR dirancang serangkaian tindakan yang menggunakan kekuatan dan peluang, menggali aspirasi cara mencapai sasaran perusahaan dengan potensi-yang ada (memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia) serta mendeskripsikan hasil yang mungkin dicapai secara terukur.

Kekuatan. Kekuatan merupakan sisi positif dari faktor internal UMKM yang meliputi kondisi aspek manajerial UMKM, seperti produksi; sumber daya manusia; keuangan dan pemasaran. Aspek produksi meliputi kapasitas produksi, kualitas, dan ketersediaan bahan baku, kualitas produksi, dan penggunaan teknologi. UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong memiliki kekuatan pada aspek produksi dan SDM. Kondisi dari aspek produksi yang mendukung atau merupakan kekuatan dari UMKM bidang pariwisata di kawasan Kabalong yaitu barang yang diproduksi oleh UMKM yang cenderung didasarkan pada potensi lokal atau daerah setempat sehingga mudah untuk mendapatkan bahan baku. Buah durian yang merupakan produk utama UMKM sektor pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak. Seperti yang sudah diketahui, Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian.

Pengembangan pangan berbasis durian terdukung oleh kegiatan festival durian setiap tahun pada masa panen raya. Namun, mengenai aspek produksi, hasil diskusi kelompok juga mengidentifikasi keberadaan berbagai produk di sekitar kawasan wisata Kabalong, seperti kopi, gula aren, rambutan, pisang dan wedang juruh (minuman khas Jawa Tengah dengan santan dan kelapa/gula aren). Dalam aspek sumber daya manusia, UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong masih memiliki beberapa kelemahan. Namun demikian, pada dasarnya UMKM di sekitar kawasan wisata Kabalong memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha dan memiliki dasar-dasar pengetahuan manajemen bisnis yang baik karena mereka telah menerima beberapa pelatihan yang diadakan oleh Koperasi Kabupaten Pekalongan dan lembaga UMKM. Motivasi yang kuat dan pengetahuan dasar manajemen inilah kekuatan UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong

Kesempatan. Seperti halnya pada analisis SWOT, pengertian peluang mengacu pada faktor-faktor eksternal yang bersifat mendukung oleh UMKM untuk mencapai tujuan, seperti meningkatkan laba, pergantian, dan aset. Berdasarkan pada hasil diskusi kelompok (FGD) yang terdiri dari UMKM, pemerintah, manajer regional dan tokoh masyarakat setempat, kondisi pasar pariwisata saat ini adalah peluang pengembangan atau peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Mereka menganggap bahwa pasar semakin terbuka dan memberikan peluang bagi UMKM untuk tumbuh. Secara khusus, ada hal-hal yang dianggap

sebagai peluang pasar bagi UMKM di sekitar Kabalong untuk tumbuh, yaitu

- (1) pengembangan Kabalong sebagai kawasan ekowisata sesuai dengan perencanaan tata ruang dan wilayah Kabupaten Pekalongan,
- (2) kondisi alam dengan suasana dingin,
- (3) pemandangan indah,
- (4) mudah diakses,
- (5) ada banyak *spot* foto indah /*instagramable*,
- (6) pergeseran gaya hidup masyarakat dalam memilih tujuan rekreasi (cenderung wisata alam),
- (7) jumlah kesenian tradisional/budaya lokal di sekitar daerah tersebut,
- (8) peningkatan daya beli/pendapatan masyarakat,
- (9) terdapat sekolah menengah kejuruan yang telah mengembangkan produk dengan bahan utama kulit durian (produk unggulan daerah)

Peluang bagi perkembangan UMKM bersifat tidak langsung, tetapi merupakan peluang turunan dari berkembangnya kegiatan pariwisata. Artinya, perkembangan pariwisata adalah yang membuka peluang bagi UMKM serta munculnya aktivitas ekonomi baru.



Aspirasi. Aspirasi merupakan tahapan awal inovasi. Dalam hal ini, peserta diskusi diajak untuk merancang tujuan terkait dengan pengembangan UMKM bidang pariwisata kawasan Kabalong yang meliputi tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, mengembangkan rencana fungsional, dan program untuk mencapai tujuan yang diharapkan dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang telah teridentifikasi. Dalam tahap ini peserta

diskusi diajak untuk berkhayal/membayangkan gambaran ideal tentang kondisi UMKM serta merancang masa depan yang diharapkan tersebut dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang. Bertitiktolak dari “impiannya” tentang UMKM yang ideal serta mempertimbangkan kekuatan dan peluang pengembangan UMKM peserta diskusi menyusun alternatif dan rekomendasi strategis. Hasil dari tahap aspirasi ini adalah terkumpulnya aspirasi-sapirasi langkah atau tindakan-tindakan strategis untuk mencapai UMKM ideal. Terdapat beberapa strategi alternatif untuk meningkatkan UMKM dalam pariwisata yang mencul pada tahap ini, antara lain:

- (1) membentuk kelompok,
- (2) membentuk koperasi yang memayungi UMKM,
- (3) memberikan bantuan intensif setelah pelatihan,
- (4) membentuk kelompok usaha bersama,
- (5) merancang 'sesuatu' yang menjadi identitas, yang membedakan Kabalong dengan daerah wisata serupa lainnya,
- (6) merancang paket wisata yang melibatkan semua desa (Karanggondang, Limbangan dan Lolong), memberdayakan sekelompok bisnis untuk meningkatkan pendapatan keluarga (UP2K),
- (7) merancang kawasan Kabalong sebagai kawasan terpadu seperti *Technopark* untuk pariwisata,
- (8) mengoptimalkan pengelolaan kawasan pariwisata oleh BUMDES (perusahaan milik desa),

- (9) mengembangkan *e-commerce* dan lainnya. Namun, hal utama adalah "meningkatkan kapasitas dan kemampuan kewirausahaan" dari para pelaku UMKM itu sendiri.

Hasil. Hasilnya adalah hasil nyata dan terukur sehingga mencerminkan tingkat pencapaian tujuan dan aspirasi. Ada beberapa hasil yang diharapkan oleh peserta diskusi, yaitu:

- (1) memiliki ikon sehingga lebih mudah untuk mengenali Kabalong,
- (2) ada spesialisasi produk UMKM yang terlibat dalam pengembangan pariwisata,
- (3) peningkatan jumlah wisatawan sehingga keuntungan UMKM juga meningkat,
- (4) peningkatan jumlah tenaga kerja terserap,
- (5) Kabalong menjadi daerah wisata yang berbeda dari yang lain atau unik, dan
- (6) Peningkatan aset UMKM.

SOAR dari UMKM pariwisata yang disajikan pada tabel 6.12 menunjukkan bahwa mereka berpotensi dikembangkan. Secara internal, UMKM memiliki kekuatan dalam produk dan sumber daya manusia dan secara eksternal didukung oleh dukungan pemerintah, sumber daya alam, dan preferensi wisata mengenai tujuan wisata.

Table 6.12. Matriks SOAR UMKM Pariwisata di Kabalong, Kabupaten Pekalongan

Strengths	Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi didasarkan pada potensi lokal (bahan baku mudah didapat), 2. Durian sebagai produk utama UMKM pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak 3. Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian 4. Ada berbagai produk di sekitar Kabalong, 5. Memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha 6. Memiliki dasar-dasar pengetahuan manajemen bisnis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Kabalong sebagai kawasan ekowisata sesuai dengan perencanaan tata ruang dan wilayah Kabupaten Pekalongan, 2. Kondisi alam dengan suasana sejuk, 3. Pemandangan indah, 4. Mudah diakses, 5. Banyak tempat foto yang indah/instagramable, 6. Pergeseran preferensi orang dalam memilih tujuan rekreasi 7. Jumlah budaya lokal di sekitar daerah tersebut, 8. Meningkatnya daya beli / pendapatan per kapita 9. Ada sekolah menengah kejuruan yang telah mengembangkan produk dengan bahan kulit durian (produk unggulan daerah)
Aspiration	Results
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan cluster, 2. Mengembangkan koperasi yang menangani MSEM, 3. Memberikan bantuan intensif setelah pelatihan, 4. Membentuk kelompok bisnis bersama, 5. Merancang sesuatu "yang menjadi identitas, 6. Merancang paket wisata 7. Memberdayakan sekelompok bisnis untuk meningkatkan pendapatan keluarga (UP2K), 8. Merancang Kabalong sebagai area terpadu seperti Technopark untuk pariwisata, 9. Mengoptimalkan pengelolaan area pariwisata oleh BUMDES (perusahaan milik desa), mengembangkan e-commerce 10. Meningkatkan sinergi antar desa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki ikon sehingga lebih mudah untuk mengenali Kabalong, 2. Ada spesialisasi produk 3. Peningkatan jumlah wisatawan sehingga keuntungan UMKM juga meningkat, 4. Peningkatan jumlah tenaga kerja yang diserap, 5. Kabalong menjadi kawasan wisata yang unik, 6. Peningkatan aset UMKM.

Sumber: Data primer, diolah 2019

6.4. Hasil Studi Banding Pengelolaan Wisata candirejo

Studi banding dimaksudkan untuk mendapatkan wawasan praktek pengelolaan dan pengembangan desa wisata secara terpadu dengan berbasis potensi lokal. Ada enam potensi lokal desa Candirejo yang menjadi input pengembangan wisata, yakni kedekatan lokasi desa dengan candi Borobudur, tokoh masyarakat, potensi wilayah/desa, karakter masyarakat, kebijakan/program pemerintah, dan jalur transportasi alternatif ke Yogyakarta lewat selatan. Untuk menjadikan desa Wisata, enam potensi tersebut diproses dengan delapan langkah tindakan meliputi 1) pembentukan pokja desa, 2) pembentukan pokja dusun, 3) perencanaan dan sosialisasi, 4) penataan lingkungan, 5) penggalian potensi, 6) gelar potensi/ sapan/ tradisi, 7) peresmian, dan 8) pembentukan pengelola. Dari identifikasi yang dilakukan, ada tiga kategori potensi di desa wisata Candirejo yaitu potensi alam, potensi agro, dan potensi seni dan budaya. Potensi alam yang dimiliki antara lain Watu kendil, Tempuran, Banyuasin, Watu Tambak, Sungai Progo & Sileng, dan Ladon. Adapun potensi agro meliputi pertanian tumpangsari, kebun salak, kebun rambutan, kebun pepaya, kebun jeruk, dll. Ada beberapa kesenian tradisional yang menjadi unggulan dari desa wisata ini yaitu Jathilan, Gatholoco, Wulangsunu, Kobrosiwo, Kerawitan, Kethoprak, Wayang kulit, Laras pitutur, dan Sholawat Jawa. Beberapa budaya (adat/ tradisi) dan kearifan lokal yang menjadi daya tarik desa ini antara lain sambatan, setral, tethek, macam-macam slametan

(Sapar: pertidesa dan wayang kulit, Ruwah: Nyadran), dan Ilag-ilag.

Konsep utama yang digunakan dalam mengembangkan dan mengelola desa wisata Candirejo adalah kepercayaan, sinergitas, dan *political will* dari pimpinan dan *opinion leader* wilayah, sebagaimana tergambar dalam skema berikut. Pada tahun 1999, pimpinan dan masyarakat desa bersepakat menetapkan semboyan dan visi desa “Candirejo Bersatu”. Pada tahun 2000, semboyan dan Visi ini ditindak-lanjuti dengan menetapkan Program Catur Daya, yang meliputi 1) Daya tumbuh, 2) Daya Tarik, 3) Daya tahan, dan 4) Daya manfaat. Empat program inilah yang menjadi pedoman bagi masyarakat dalam mengembangkan usahanya.



Gambar 6.10 Konsep Dasar Pengembangan Desa Wisata Candirejo

Dalam menyajikan paket wisata kepada para wisatawan, desa wisata Candirejo telah memiliki *blue-print* tahapan wisata. Ada 9 Sembilan tahapan kegiatan dalam menyajikan potensi wisata desa yaitu 1) *local guide*, 2) Dokar, 3) *Home stay*, 4) Pertanian, 5) *Catering*, 6) *Home industry*, 7) Sepeda Onthel, 8) Kesenian, 9) Rafting & Bambu Rafting. Sembilan tahapan tersebut merupakan pedoman bagi setiap pelaksanaan pelayanan wisata sehingga dapat disajikan pelayanan wisata yang terstandarisasi dengan baik.

Pengelolaan wisata desa Candirejo dilaksanakan oleh Koperasi, yang dibentuk pada tahun 2003. Koperasi merupakan mitra bagi Pemerintah desa Candirejo. Koperasi terdiri dari tiga unsur yaitu Lembaga-lembaga desa, unit usaha kelompok/perorangan, dan tokoh masyarakat. Pengelolaan desa wisata Candirejo ini memiliki landasan hukum yang kuat, yang menjadi dasar pengelolaan desa wisata yaitu 1) Keputusan Desa No. 03 Tahun 2003 tentang Pengelola Desa Wisata Candirejo berbentuk koperasi dan Bernama Koperasi Desa Wisata Candirejo (lepas dari struktur pemerintahan), 2) Koperasi Desa Wisata Candirejo berdiri Tanggal 3 Mei 2003 dengan Badan Hukum No.220/BH/III/2004 Tanggal 11 Maret 2004, dan 3) PERBUB No.6 Tahun 2008 Tentang Desa Candirejo Kec. Borobudur Kab. Magelang Sebagai “Desa Wisata”. Dengan dimilikinya landasan hukum yang jelas maka masyarakat merasa aman dan ada kepastian hukum yang melindungi kegiatan pengembangan wisata desa tersebut.

Koperasi desa wisata Candirejo memiliki 11 kelompok/unit usaha. Unit-unit usaha tersebut meliputi Dokar, Simpan pinjam, *local guide*, Pertanian, sepeda onthel, Batik, *Home stay*, *Catering*, *home industry*, Kesenian, dan Rafting dan Bambu rafting.

Paket Wisata yang ditawarkan.

1. Wisata yang ditawarkan oleh desa candirejo berupa paket-paket wisata. Paket pertama diberi nama “Dokar Village Tour/ Cycling Village Tour”. Harga per paket netto adalah Rp. 200.000/pax dan minimal pemesanan 2 pax. Harga tersebut untuk durasi waktu sekitar 2 (dua) jam. Fasilitas yang didapatkan untuk paket tersebut adalah dokar, pemandu wisata lokal, kunjungan ke industri rumah tangga, agro pertanian, main gamelan, teh gula jawa, jajanan pasar, donasi. Dalam paket ditambahkan catatan bahwa validitas tahun sampai dengan 2019 + Makan harga paket Rp.250 ribu/pax.
2. Paket ke dua adalah “Walking Around Village + Refreshment”. Harga paket ini adalah Rp. 150.000/pax. Durasi waktu kurang lebih 1 jam. Minimal paket adalah 2 pax. Fasilitas untuk paket ini mencakup pemandu lokal, agro pertanian, main gamelan, teh gula jawa, jajanan pasar, donasi. Catatan bahwa validitas tahun sampai dengan 2019 + Makan harga Rp. 200.000/ pax.
3. Paket jenis ke tiga diberi nama “Serenade at the Foot of Menoreh Hill. Harga paket ini sebesar Rp 1.075.000/pax. Durasi waktu satu hari satu malam. Minimal pemesanan 2 pax.

Fasilitas untuk paket ini adalah pemandu lokal, *homestay*, *sunrise* di pegunungan Menorang menggunakan Jeep, Dokar/*Cycling Tour*, *Full board*, *Refreshment*, Donasi. Harga tersebut berlaku valid sampai dengan tahun 2019.

4. Paket ke empat adalah paket “Pentas Seni”. Harga per paket Rp. 3000.000/ kesenian. Durasi dua jam. Fasilitas yang diberikan pemandu lokal, teh gula jawa, jajanan pasar, Donasi. Informasi berlaku sampai dengan tahun 2019.

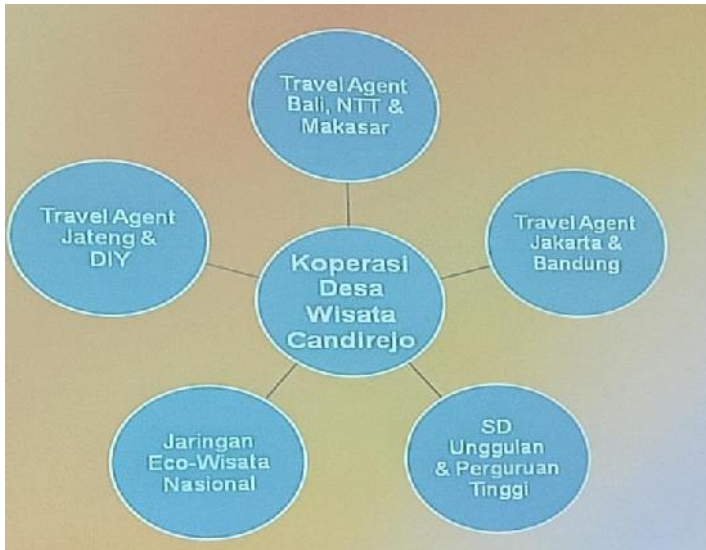
Home industry merupakan salah satu potensi wisata desa yang disajikan. Industri kecil rumahan ini antara lain adalah industri tempe kedelai, industri krupuk selondok, dan lain-lain. Sambil menikmati udara desa yang segar, wisatawan dilewatkan di kebun pepaya dan jeruk. Wisatawan dapat memetik buah-buahan yang diinginkan, dan *tour leader* akan mencatat dan melaporkannya kepada pemilik-pemilikinya. Wisatawan membayar buah yang dipetik tersebut sesampai di kantor koperasi. Selain wisata agro dan kunjungan ke industri rumah tangga, wisatawan juga diberi kesempatan bermain gamelan di salah satu rumah penduduk, dengan dipandu oleh *tour guide* dalam suasana yang penuh kegembiraan.

Donasi adalah merupakan bagian penghasilan yang diberikan oleh koperasi kepada semua unsur destinasi wisata yang terlibat dalam pelayanan wisata ini. Donasi tersebut diberikan kepada setiap desa/wilayah yang dilalui oleh dokar wisata (Rp500/wisatawan), industri rumah tangga (Rp1000/ wisatawan), main gamelan (Rp1000/ wisatawan).

Promosi dan Kemintraan

Promosi merupakan aspek yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis pariwisata. Dalam rangka memperkenalkan desa wisata Candirejo, pengelola mengundang berbagai agen wisata di Jawa Tengah dan Indonesia secara luas. Agen wisata difasilitasi untuk mengenal dan merasakan tawaran wisata desa Candirejo secara keseluruhan dan diminta untuk memberikan masukan-masukan untuk menjadikan desa wisata Candirejo menjadi lebih baik dan menarik. Koperasi desa wisata Candirejo saat ini telah memiliki sejumlah mitra dalam mengembangkan potensi pasar. Saat ini desa wisata Candirejo telah memiliki lima mitra dalam jejaringnya yaitu Travel Agent Bali, NTT & Makasar, Travel Agent Jateng & DIY, Jaringan Eco-Wisata Nasional, SD Unggulan & Perguruan Tinggi, dan Travel Agent Jakarta & Bandung.

Saat ini promosi dilakukan melalui website. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan untuk menarik wisatawan dari Eropa. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi: 1) melakukan gelar potensi dengan mengundang biro-biro perjalanan secara gratis, 2) melakukan kerja sama dengan himpunan pariwisata Indonesia, 3) membangun sikap ramah masyarakat dan sikap sadar wisata, 4) pelayanan yang bagus dan berkesan sehingga akan muncul WOM yang positif.



Gambar 6.11 Promosi dan Kemitraan Desa Wisata Candirejo

Pengalaman studi banding dengan menggunakan paket Dokar Village Tour menunjukkan bahwa pelayanan wisata telah terstandarisasi dengan sangat baik dan profesional. Pada saat wisatawan datang di kantor Koperasi sebagai kantor pusat pelayanan, para wisatawan langsung disambut dengan ramah oleh Pemandu yang telah ditetapkan. Dokar sudah siap untuk mengantarkan wisatawan berkeliling desa. Setiap dokar diisi wisatawan maksimal tiga orang. Para wisatawan berkeliling desa melihat suasana pedesaan.

Beberapa konsep penting yang disarikan dari studi banding ini antara lain:

- 1) Pengelolaan melalui satu pintu yaitu koperasi. Bisnis apapun harus melalui koperasi.
- 2) Mencari pemimpin yang mampu menjaga visi dan misi koperasi, sehingga keberlangsungannya terjamin
- 3) Jumlah pengurus koperasi harus ganjil. Semua ketentuan yang berkaitan dengan manajemen koperasi sudah diatur dalam AD/ART Koperasi.
- 4) Saling percaya diantara seluruh komponen desa, sinergitas, dan *political will* dari kepala desa dan perangkatnya menjadi kunci keberhasilan desa wisata Candirejo.





Home Stay yang artistik di Karanggondang





Usaha Mikro: Camilan
"Pothill"



Village Tour dengan Andong



Usaha Mikro: Tempe



Jajanan Pasar
Tradisional

BAB VII

ARAH PEMBANGUNAN PARIWISATA KABUPATEN PEKALONGAN

7.1. Visi Misi dan Arah Pembangunan Kabupaten Pekalongan 2005-2025

Sesuai dengan situasi dan kondisi maupun berbagai potensi yang dimiliki, serta tantangan yang dihadapi dalam 20 tahun mendatang dengan memperhitungkan modal dasar dan dengan memperhatikan visi Pembangunan nasional tahun 2005-2025 dan visi pembangunan daerah Provinsi Jawa Tengah tahun 2005-2025, maka Visi Pembangunan Daerah Kabupaten Pekalongan Tahun 2005-2025 adalah:

**KABUPATEN PEKALONGAN YANG MAJU, ADIL DAN
SEJAHTERA**

Bertitiktolak dari Visi tersebut, Kabupaten Pekalongan merumuskan arah pembangunan dalam jangka panjang sebagai berikut:

1. Mewujudkan daya saing daerah
2. Mewujudkan kehidupan ekonomi masyarakat yang berkualitas
3. Mewujudkan penyelenggaraan tata pemerintahan yang baik dan demokratis
4. Mewujudkan pemerataan pembangunan yang berkeadilan

5. Mewujudkan pemberdayaan masyarakat
6. Mewujudkan pengelolaan sumber daya alam yang berkesinambungan untuk kesejahteraan masyarakat
7. Mewujudkan masyarakat yang berakhlak mulia, bermoral, beretika, berbudaya dan beradab serta beriman dan bertaqwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa

Rencana pembangunan tersebut terbagi dalam tahapan-tahapan

1. 2005-2010
2. 2010-2015
3. 2015-2019
4. 2020-2025

Dengan demikian, saat ini akan masuk dalam tahap ke empat RPJP, yakni 2020-2025. Berlandaskan pelaksanaan, pencapaian, dan sebagai keberlanjutan Kurun waktu lima tahun ketiga, kurun waktu lima tahun keempat ditujukan Untuk:

1. Meningkatkan kemandirian daerah baik dalam pemenuhan kebutuhan Masyarakat maupun finansial. Ketergantungan ekonomi baik terhadap Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi maupun daerah lain dapat Semakin dikurangi. Upaya ini perlu didukung oleh kualitas SDM yang semakin meningkat, baik dalam bentuk peningkatan tingkat pendidikan, Tingkat ketrampilan, keahlian, kultur dan perilaku, maupun pengetahuan.
2. Pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup, pengendalian Pencemaran dan kerusakan lingkungan

melalui peningkatan kesadaran Masyarakat terhadap lingkungan dan penegakan hukum lingkungan Tetap relevan untuk dilakukan dalam upaya untuk mewujudkan Pembangunan yang lestari dan berkelanjutan.

3. Pemantapan karakter masyarakat yang mempunyai jati diri yang Tangguh, bermoral dan mampu bersaing dengan tetap berlandaskan Pada nilai-nilai agama dan budaya lokal yang memiliki ketahanan dalam Dinamika pergaulan regional dan internasional.
4. Dalam rangka untuk memantapkan penerapan *e-government* dengan tujuan akhir untuk memberikan pelayanan publik yang prima, maka perlu didukung oleh peningkatan kesadaran masyarakat dan dunia usaha untuk ikut mendukung penyelenggaraan tata pemerintahan yang baik. Segenap komponen masyarakat memiliki kesadaran untuk ikut mewujudkan tata pemerintahan daerah yang bersih, tertib, teratur serta Berdaya saing.
5. Pengembangan ekonomi diarahkan kepada peningkatan ekonomi yang berbasis pada pertumbuhan ekonomi, pemerataan pembangunan dan keadilan sosial.

7.1. Pengembangan Pariwisata Menurut RPJM 2016-2021

Kawasan Peruntukan Pariwisata adalah kawasan dengan luasan tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Kawasan peruntukan pariwisata di Kabupaten Pekalongan adalah:

5. Wisata alam :
 - a. Pantai Depok terletak di desa Depok, Kecamatan Siwalan
 - b. Daya tarik Wisata Linggoasri terletak di Desa Linggoasri sebelah selatan Kecamatan Kajen.
 - c. Kabalong (Karanggondang, Limbangan, Lolong) terletak di Kecamatan Karanganyar
 - d. Pantai Wonokerto terletak di Kecamatan Wonokerto
 - e. Wisata air Kali Pencongan terletak di Kecamatan Tirto, Wiradesa, Wonokerto (5 km sepanjang Sungai Sengkarang)
6. Wisata buatan/ rekreasi
 - a. Kolam renang Langkap Indah terletak di Kecamatan Kedungwuni
 - b. Kolam Renang Banyu Biru terletak di Kecamatan Wiradesa
 - c. Kolam Renang Kulu Asri terletak di Kecamatan Karanganyar
 - d. Kolam Renang Tirta Alam terletak di Kecamatan Karanganyar
 - e. Kolam renang Prima Graham Wisata terletak di Kecamatan
 - f. Karanganyar
7. Wisata belanja
 - a. Kampung Batik di Desa Kemplong, Desa Kapatihan, Desa
 - b. Gumawang dan Desa Kauman di Kecamatan Wiradesa;
 - c. Pasar Grosir Pantura dan Pasar Grosir Bondansari di Kecamatan Wiradesa;

- d. Sentra alat tenun bukan mesin (ATBM) Pakumbulan di Kecamatan Buaran;
 - e. Sentra kerajinan tempurung kelapa di Kecamatan Wonopringgo;
 - f. Sentra bordir di Kecamatan Kedungwuni.
8. Ekowisata
- Ekowisata Petungkriyono terletak di Kecamatan Petungkriyono tepatnya di lereng Gunung Ragajambangan (900-1600 mdpl)
9. Wisata Budaya
- a. Seni Kuntulan berupa seni shalawatan berlatar belakang agama
 - b. Islam yang terletak di Kecamatan Paninggaran
 - c. Sintren berupa pertunjukan sebagai kelengkapan upacara ritual
 - d. desa
 - e. Seni Rebana terletak di kecamatan Siwalan
 - f. Kuda Kepang terletak di Kecamatan Karanganyar
 - g. Seni ketoprak terletak di Kecamatan Kesesi
10. Wisata Religius
- a. Makam Siti Ambaryah terletak di Desa Bukur, Kecamatan Bojong
 - b. Makam Ki Ageng Rogoselo terletak di Desa Rogoselo, Kecamatan Doro
 - c. Makam Atas Angin terletak di Desa Rogoselo, Kecamatan Doro

- d. Makam Mbah Gendhon terletak di Desa Kauman, Kecamatan Kesesi
 - e. Makam Mbah Faqih terletak di Desa Kauman, Kecamatan Wiradesa
 - f. Makam Syekh Siti Jenar terletak di Desa Lemahabang, Kecamatan Doro
 - g. Makam Habib Abdurrahman terletak di Desa Lolong, Kecamatan Karanganyar
 - h. Makam Syekh Abu Bakar Bin Toha Bin Yahya terletak di Desa Kayugeritan, Kecamatan Karanganyar
 - i. Masjid Wonoyoso terletak di Desa Wonosoyo, Kecamatan Buaran
 - j. Benda Cagar Budaya Lingga Yoni terletak di Desa Tlogopakris Kecamatan, Petungkriyono
 - k. Makam Wali Tanduran terletak di Kecamatan Paninggaran
- Berbagai permasalahan terkait dengan pengelolaan pariwisata antara lain belum maksimalnya daya saing obyek wisata daerah, belum optimalnya pengembangan potensi *event* dan kegiatan wisata berbasis wilayah, kurangnya promosi wisata Kabupaten Pekalongan secara nasional, masih rendahnya kualitas SDM pelaku wisata; infrastruktur dan prasarana sarana yang mendukung aksesibilitas; dan belum optimalnya kerjasama para pemangku kepentingan dalam mengembangkan wisata di Kabupaten Pekalongan. Sub Wilayah Pembangunan (SWP), SWP I dengan pusat Kota Kajen yang meliputi Kecamatan Kajen, Karanganyar, Kesesi, Lebakbarang, Kandangserang dan

Paninggaran. Potensi yang perlu dikembangkan adalah sektor Pembangunan jasa, pertanian, pariwisata dan sosial budaya (pendidikan).

7.2.RIP Pariwisata Kabupaten Pekalongan

Sebagaimana tertuang dalam perda Kabupaten Pekalongan nomor 1 tahun 2018, Pembangunan kepariwisataan Daerah Kabupaten Pekalongan meliputi:

- a. destinasi pariwisata;
- b. pemasaran pariwisata;
- c. industri pariwisata; dan
- d. kelembagaan kepariwisataan.

Pembangunan kepariwisataan daerah tersebut harus mengacu pada visi, misi, tujuan, sasaran, dan arah pembangunan kepariwisataan daerah dalam kurun waktu Tahun 2018-2025. Adapun Visi pembangunan kepariwisataan Kabupaten Pekalongan adalah “Terwujudnya Kabupaten Pekalongan sebagai Destinasi Pariwisata Utama”.

Secara khusus, pembangunan daya tarik meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata hasil buatan manusia berdasarkan prinsip menjunjung tinggi nilai agama dan budaya, serta keseimbangan antara upaya pengembangan manajemen atraksi untuk menciptakan daya tarik wisata yang berkualitas, berdaya saing, serta mengembangkan upaya konservasi untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan sumber dayanya.

BAB VIII

STRATEGI MEMAJUKAN UMKM PENDUKUNG PARIWISATA KABALONG

8.1. Arah Umum Pengembangan Pariwisata Kabalong

Secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha, analisis SOAR dan IPA dapat dikatakan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan

Analisis *Importance-Performance* dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja pihak lain. Penelitian ini menggunakan *Importance-Performance Analysis* (IPA) karena merupakan teknik yang mudah digunakan dan berbiaya murah (Martilla and James, 1977). Kepuasan terjadi jika ada kesesuaian antara kinerja yang diterima dengan tingkat kepentingan masing-masing item komponen produk berdasar pandangan konsumen. Teridentifikasinya komponen-komponen bauran pemasaran yang tidak memuaskan dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran yang tepat.

Meningkatnya persaingan antar kawasan wisata nasional dewasa ini, menuntut kemampuan untuk menyediakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan. Semenjak pariwisata dipandang sebagai penggerak perekonomian daerah, ketersediaan metode manajemen untuk membantu pengambil kebijakan dan para praktisi untuk meningkatkan pemahaman persepsi wisatawan tentang kekuatan dan kelemahan destinasi wisata merupakan

masuk mendasar bagi proses manajemen destinasi wisata. Studi ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM pariwisata harus dilakukan melalui peningkatan komponen bauran pemasaran secara menyeluruh dan terintegrasi, khususnya untuk unsur *promotion* dan *price*. Peningkatan papan petunjuk dan iklan harus menjadi prioritas. Kondisi ini mencerminkan kurangnya papan petunjuk jalan lokasi wisata. Masalah lain yang perlu mendapat perhatian adalah terbatasnya iklan, yang mengakibatkan tidak terinformasikannya secara luas kawasan wisata Kabalong. Diagram Kartesius menunjukkan bahwa UMKM harus memiliki pengetahuan dan keahlian tentang kebijakan penetapan harga. Harga harus ditetapkan sesuai dengan target pasar. Hasil studi mengindikasikan bahwa variasi produk dan packaging merupakan komponen paling penting dari unsur bauran produk. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM pariwisata harus membuat keragaman produk dan jasa wisata yang lebih banyak dan dengan *packaging* yang lebih menarik.

Area parkir merupakan komponen penting dari unsur fasilitas. Untuk memecahkan masalah ini, dibutuhkan kerjasama dan koordinasi yang baik antar *stakeholders* pengembangan kawasan pariwisata yang meliputi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Hasil IPA dapat digunakan sebagai alat *benchmarking* dalam rangka mendukung pengembangan daya saing lebih lanjut. Pada sisi yang lain, rerangka yang diajukan dapat diadopsi oleh destinasi wisata yang lain untuk mengevaluasi kualitas

pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung, serta untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dibanding dengan destinasi yang potensial sebagai pesaingnya. Dengan pemikiran yang sama, analisis yang diajukan kemungkinan bermanfaat sebagai alat strategi pemasaran yang mampu menunjukkan komponen-komponen yang akan membedakan tawaran pengalaman wisata dengan yang ditawarkan pihak lain. Studi ini mengindikasikan bahwa kepuasan wisatawan dapat diwujudkan melalui integrasi sejumlah besar komponen secara menyeluruh, mencakup pelayanan, komponen fisik, serta pelayanan yang berkualitas.

Sementara itu, dari identifikasi SOAR pada UMKM diketahui bahwa UMKM pendukung pariwisata di kawasan Kabalong memiliki kekuatan pada aspek produksi, yang terutama disebabkan karena barang yang diproduksi oleh UMKM cenderung berbasis pada potensi lokal sehingga bahan baku mudah diperoleh. Buah durian yang merupakan produk utama UMKM sektor pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak. Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian. Pengembangan pangan berbasis durian didukung oleh kegiatan festival durian setiap tahunnya. Dalam hal ini, maka dapat dikatakan bahwa kawasan Kabalong memiliki *goodwill*. Selain itu, diskusi kelompok juga mengidentifikasi adanya berbagai produk di sekitar kawasan wisata Kabalong, seperti kopi, gula aren, rambutan, pisang dan wedang juruh (minuman khas Jawa Tengah dengan santan dan

kelapa/gula aren). Pengembangan makanan olahan dapat menjadi langkah yang memanfaatkan kekuatan aspek produksi ini. Dalam aspek sumber daya manusia, meskipun masih memiliki beberapa kelemahan namun terdapat beberapa orang yang tergabung dalam pokdarwis dengan motivasi kuat yang dapat menjadi motor penggerak. Mereka juga telah menerima beberapa pelatihan yang diadakan oleh Koperasi Kabupaten Pekalongan dan lembaga UMKM. Motivasi yang kuat dan pengetahuan dasar manajemen inilah kekuatan UMKM pendukung pariwisata di Kawasan Kabalong (Pradono Tri P, 2015; Radhi & Hariningsih, 2014; Susilowati, Rahutami, & Winarno, 2014). Semangat ini dapat menjadi modal dasar untuk mewujudkan mimpi-mimpi yang terumuskan dalam aspirasi-aspirasi (tabel 5.11 subbab 5.4). Hasil utama (*ultimate target*) yang diinginkan tentu saja UMKM yang maju dan berkembang, karena hal tersebut berarti juga peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tujuan tersebut akan tercapai jika pariwisata berkembang. Pariwisata yang berkembang berdampak positif terhadap UMKM (Khavarian-Garmsir, Stavros, & Saraei, 2017)

Mengacu pada berbagai temuan dalam kajian ini, maka dapat diusulkan arah kebijakan umum untuk memajukan UMKM pariwisata di sekitar wilayah Kabalong adalah, **“Pengembangan Pariwisata dan UMKM Pariwisata Tangguh Bersinergi Berdasarkan Potensi Lokal, Ilmu Pengetahuan, dan Teknologi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Sosial”**

8.2. Strategi Pengembangan Pariwisata Kabalong

Mempertimbangkan dukungan internal dan eksternal serta beberapa aspirasi dan juga hasil yang dapat diukur, dapat diusulkan arah kebijakan jangka panjang untuk meningkatkan UMKM pariwisata di sekitar wilayah Kabalong, 'Pengembangan UMKM Pariwisata Tangguh Bersinergi Berdasarkan Potensi Lokal, Ilmu Pengetahuan, dan Teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial.' Sesuai dengan arahan kebijakan jangka panjang yang diusulkan, maka dapat diturunkan beberapa strategi sebagai berikut:

- a. Dimensi sumber daya manusia: Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM dan pekerja seni di daerah tersebut. Kualitas sumber daya manusia dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif serta membentuk forum komunikasi reguler di antara UMKM untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengembangan bisnis. Bantuan perlu dilakukan untuk waktu yang lama, tidak ditinggalkan setelah program pelatihan berakhir (menyelenggarakan lokakarya berkelanjutan).
- b. Dimensi Produksi: Memetakan berbagai jenis produk yang diproduksi oleh UMKM agar dapat diklasifikasikan sesuai dengan kesamaan karakter untuk tujuan spesialisasi. Menentukan produk unggulan yang didasarkan pada kriteria keunikan, keterlibatan sosial (termasuk jumlah pengusaha dan pekerjaan), bahan baku (termasuk ketersediaan, asal, dan

akses ke bahan baku), posisi daya saing (mencakup kapasitas produksi, harga relatif, pasar potensial, dan keberlanjutan)

- c. Dimensi Pemasaran: Meningkatkan spesifikasi teknis, kualitas dan kemasan serta promosi, dan mengembangkan kelompok diskusi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.
- d. Dimensi kelembagaan: Memperkuat kapasitas dan kemampuan lembaga-lembaga UMKM yang mendukung pengembangan pariwisata di wilayah Kabalong.
- e. Lainnya: Meningkatkan koordinasi antara Organisasi Perangkat Daerah terkait, baik provinsi dan kabupaten, meningkatkan program pengembangan UMKM dan / atau lembaga / koperasi yang menangani UMKM dan memfasilitasi inovasi dan proses pemasaran.

Penyusunan kajian strategis pengembangan UMKM yang mendukung pariwisata Kabalong ini juga mencatat bahwa hal terpenting dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan UMKM adalah perubahan pola pikir terkait pengembangan UMKM. Pola pikir untuk meningkatkan UMKM harus menempatkan UMKM sebagai subyek pengembangan daripada sebagai obyek. Pengembangan UMKM dapat dimulai dari yang dimiliki UMKM, bukan sesuatu yang tidak mereka miliki atau keterbatasannya. Hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah bahwa sesungguhnya terdapat banyak potensi yang dapat dikembangkan. Terlepas dari beberapa permasalahan lain yang menjadi kendala, observasi di lapangan menunjukkan bahwa

pengelolaan potensi-potensi masih bersifat parsial. Pengelolaan secara menyeluruh dengan melihat seluruh potensi yang ada sebagai satu kesatuan yang saling mendukung sangat penting untuk dikembangkan. Untuk dapat mengembangkan pariwisata sekaligus dengan UMKM-UMKM pendukung yang tangguh diperlukan sinergitas yang tinggi, dimana para pelaku sektor pariwisata maupun UMKM-UMKM pendukung, pemerintah serta masyarakat pada umumnya perlu melepaskan ego-sektoral. Dengan bersinergi, secara keseluruhan pengembangan pariwisata dan UMKM-UMKM pendukungnya di kawasan Kabalong diharapkan memberikan manfaat yang optimal bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat.

BAB IX

PENUTUP

9.1. Kesimpulan

Hasil kajian yang mencakup kondisi, potensi serta berbagai elemen yang terkait dengan pengembangan UMKM pendukung pariwisata di kawasan Kabalong menunjukkan bahwa:

1. Pengembangan obyek dan atau destinasi wisata dan UMKM pendukungnya merupakan satu kesatuan yang saling memberikan dampak positif satu sama lain.
2. Secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha, analisis perencanaan regional/pengembangan wilayah, analisis SOAR dan IPA menunjukkan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan.
3. Analisis IPA pada bauran pemasaran menunjukkan bauran promosi dan harga menempati prioritas untuk diperbaiki karena bauran ini dianggap lebih penting dari bauran pemasaran yang lain, namun justru memiliki kinerja yang dinilai relatif rendah. Secara detail, unsur bauran promosi yang dianggap kurang adalah penunjuk arah. Sementara, pada bauran harga yang penting untuk diperhatikan adalah kesesuaian harga dengan kualitas produk maupun layanan.
4. Dari analisis SOAR diketahui bahwa:

- a. Produk yang berbasis pada potensi lokal serta SDM yang memiliki motivasi yang tinggi merupakan kekuatan utama.
- b. Pasar yang semakin terbuka, perubahan preferensi destinasi wisata, potensi alam, kemudahan lokasi untuk dijangkau, peningkatan daya beli masyarakat serta dukungan kebijakan pemerintah daerah adalah kondisi yang membuka peluang pengembangan kawasan wisata Kabalong.
- c. Meningkatkan sinergitas serta kerjasama semua pihak yang terkait (pemerintah, masyarakat, pelaku UMKM) dan pemanfaatan perkembangan teknologi informasi sebagai media promosi merupakan inti dari aspirasi yang mencul untuk mengembangkan kawasan wisata Kabalong.
- d. Implementasi aspirasi diharapkan mampu meningkatkan aset pelaku UMKM, memiliki ikon, ada penyerapan tenaga kerja dan jumlah kunjungan sebagai indikator keberhasilan pengembangan kawasan wisata.

9.2. Rekomendasi Kebijakan

Beberapa hal penting yang dicatat dalam kajian ini adalah adanya potensi kawasan untuk berkembang lebih dari yang sekarang ada dan memberikan manfaat yang lebih optimal pada masyarakat sekitar. Hal terpenting yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan pengembangan adalah merubah pola pikir

pengembangan UMKM. Pola pikir untuk meningkatkan UMKM harus menempatkan UMKM sebagai subyek pengembangan daripada sebagai obyek. Pengembangan UMKM dapat dimulai dari yang dimiliki UMKM, dan wilayah bukan kekurangannya. Hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah bahwa sesungguhnya terdapat banyak potensi yang dapat dikembangkan. Terlepas dari beberapa permasalahan lain yang menjadi kendala, observasi di lapangan menunjukkan bahwa pengelolaan potensi-potensi masih bersifat parsial. Pengelolaan secara menyeluruh dengan melihat seluruh potensi yang ada sebagai satu kesatuan yang saling mendukung sangat penting untuk dikembangkan. Untuk dapat mengembangkan pariwisata sekaligus dengan UMKM-UMKM pendukung yang tangguh diperlukan sinergitas yang tinggi, dimana para pelaku sektor pariwisata maupun UMKM-UMKM pendukung, pemerintah serta masyarakat pada umumnya perlu melepaskan ego-sektoral.

Beberapa konsep penting yang disarikan dari studi banding ini antara lain:

- 1) Pengelolaan melalui satu pintu.
- 2) Pemimpin hendaknya mampu menjaga visi dan misi usaha, sehingga keberlangsungannya terjamin
- 3) Jumlah pengurus harus ganjil, diatur dalam AD/ART.
- 4) Saling percaya diantara seluruh komponen desa, sinergitas, dan *political will* dari kepala desa dan perangkatnya menjadi kunci keberhasilan desa wisata Candirejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri, Et Al., (2008), *Dampak Penetrasi Produk Cina Pada Umkm Di Surakarta Jawa Tengah*, Center For Asia Pacific Studies, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan
- Badan Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi BPPT (2015), *Klaster Industri Techno Park Pangan Kabupaten Grobogan*, Laporan Akhir Penelitian BPPT.
- Bambang Subiyanto (2015), *Peran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*, Seminar Nasional MAPEKI 2015, 5 November 2015.
- Budi Hermana (2015), *Mendorong Daya Saing Di Era Informasi Dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi Sebagai Basis Inovasi di Perusahaan*, [Http://Bhermana.Staff.Gunadarma.Ac.Id](http://Bhermana.Staff.Gunadarma.Ac.Id) (Retrieve 23 April 2016)
- Kekalih, MG.Westri, Ika Rahutami, Rachmad Djati W, 2013-2014. *Pengembangan Self-Helping Model pada Kelompok Masyarakat Miskin Produktif untuk Pengentasan Kemiskinan*, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan.
- OECD (2006). *The Knowledge Based-Economy*
- Radhi Fahmy. 2010. Pengembangan Appropriate Technology sebagai Upaya Membangun Perekonomian Indonesia Secara Mandiri. *Jurnal Ekonomi Bisnis* No. 1, Volume 15, April 2010

Rahutami dan MG Westri Kekalih S (2011), Strengthening the Domestic Market or Searching Market Opportunities: A Dillema Resulted FromThe Impact of ACFTA on Small and Medium Enterprises, *Chinese Business Review*

United Kingdom Department of Trade and Industry (1998), *Our Competitive Future: Building the knowledge Driven Economy*, London, UK DTI.

Vinsensius Widdy Tri Prasetyo, L. Anang Setiyo Waloyo (2014), Pengaruh Akses Sumberdaya Produktif, Iklim Usaha, dan Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Terhadap Produktivitas Usaha Kecil dan Menengah di Madiun, *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XX Program Studi MMT-ITS*, Surabaya 1 Februari 2014 (Retrieve 23 April 2016).

Worldbank (1996). World Development Report.

Worldbank (2006), Measuring Knowledge in the World's Economics: Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index, Knowledge for Development Program. K4D

KEGIATAN PENELITIAN PENGEMBANGAN STRATEGI MEMAJUKAN UMKM BIDANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI WILAYAH KAWASAN WISATA KABALONG PEKALONGAN	<u>BERITA ACARA</u> SERAH TERIMA LUARAN PENELITIAN
--	---

Pada hari ini **Kamis** tanggal **dua puluh satu** bulan **November** tahun **dua ribu sembilan belas**, yang bertanda tangan dibawah ini :

- I. **N a m a** : MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME.
Jabatan : Ketua Peneliti PTUPT dengan Judul Pengembangan StrategiMemajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan, **PIHAK PERTAMA**
- II. **N a m a** : Ikhlas Ananda,S.H., M.Si.
Jabatan : Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Penelitian dan Pengembangan (BAPPEDA LITBANG) Kabupaten Pekalongan, **PIHAK KEDUA**

Mengadakan Serah Terima Dokumen Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan sebagai bagian dari Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) dengan judul Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan yang didanai oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2019 Nomor: 010/L6/AK/SP2H.1/PENELITIAN/2019.

Demikian Berita Acara Serah Terima ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK PERTAMA



MG Westri Kekalih Susilowati,SE.,ME.

Ketua Peneliti PTUPT

NPP/NIDN: 058.1.1993.141

PIHAK KEDUA



Ikhlas Ananda,S.H., M.Si

Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan

Bappeda Litbang Kab. Pekalongan

NIP:196608111993011001

KEGIATAN PENELITIAN PENGEMBANGAN STRATEGI MEMAJUKAN UMKM BIDANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI WILAYAH KAWASAN WISATA KABALONG PEKALONGAN	<u>BERITA ACARA</u> SERAH TERIMA LUARAN PENELITIAN
--	---

Pada hari ini **Kamis** tanggal **dua puluh satu** bulan **November** tahun **dua ribu sembilan belas**, yang bertanda tangan dibawah ini :

- I. **N a m a** : MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME.
Jabatan : Ketua Peneliti PT UPT dengan Judul Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan, **PIHAK PERTAMA**

- II. **N a m a** : Ir. M Bambang Irianto, M.SI
Jabatan : Kepala Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) Kabupaten Pekalongan, **PIHAK KEDUA**

Mengadakan Serah Terima Dokumen Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan sebagai bagian dari Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) dengan judul Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan yang Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2019 Nomor: 010/L6/AK/SP2H.1/PENELITIAN/2019.

Demikian Berita Acara Serah Terima ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK PERTAMA  <u>MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME.</u> Ketua Peneliti PT UPT NPP/NIDN: 058.1.1993.141	PIHAK KEDUA <i>P.</i>  <u>Ir. M. Bambang Irianto, M.SI</u> Kepala Dinporapar Kab. Pekalongan NIP: 19630925 198903 1 005
--	---

KEGIATAN PENELITIAN PENGEMBANGAN STRATEGI MEMAJUKAN UMKM BIDANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI WILAYAH KAWASAN WISATA KABALONG PEKALONGAN	<u>BERITA ACARA</u> SERAH TERIMA LUARAN PENELITIAN
--	---

Pada hari ini **Kamis** tanggal **dua puluh satu** bulan **November** tahun **dua ribu sembilan belas**, yang bertanda tangan dibawah ini :

- I. **N a m a** : MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME.
Jabatan : Ketua Peneliti PTUPT dengan Judul Pengembangan StrategiMemajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan, **PIHAK PERTAMA**
- II. **N a m a** : Ikhlas Ananda,S.H., M.Si.
Jabatan : Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Penelitian dan Pengembangan (BAPPEDA LITBANG) Kabupaten Pekalongan, **PIHAK KEDUA**

Mengadakan Serah Terima Dokumen Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan sebagai bagian dari Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) dengan judul Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan yang didanai oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2019 Nomor: 010/L6/AK/SP2H.1/PENELITIAN/2019.

Demikian Berita Acara Serah Terima ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK PERTAMA



MG Westri Kekalih Susilowati,SE.,ME.

Ketua Peneliti PTUPT

NPP/NIDN: 058.1.1993.141

PIHAK KEDUA



Ikhlas Ananda,S.H., M.Si

Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan

Bappeda Litbang Kab. Pekalongan

NIP:196608111993011001

KEGIATAN PENELITIAN PENGEMBANGAN STRATEGI MEMAJUKAN UMKM BIDANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI WILAYAH KAWASAN WISATA KABALONG PEKALONGAN	<u>BERITA ACARA</u> SERAH TERIMA LUARAN PENELITIAN
--	---

Pada hari ini **Kamis** tanggal **dua puluh satu** bulan **November** tahun **dua ribu sembilan belas**, yang bertanda tangan dibawah ini :

- I. **N a m a** : MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME.
Jabatan : Ketua Peneliti PT UPT dengan Judul Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan, **PIHAK PERTAMA**

- II. **N a m a** : Ir. M Bambang Irianto, M.SI
Jabatan : Kepala Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) Kabupaten Pekalongan, **PIHAK KEDUA**

Mengadakan Serah Terima Dokumen Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan sebagai bagian dari Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) dengan judul Pengembangan Strategi Memajukan UMKM Bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Wisata Kabalong Pekalongan yang Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2019 Nomor: 010/L6/AK/SP2H.1/PENELITIAN/2019.

Demikian Berita Acara Serah Terima ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK PERTAMA  <u>MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME.</u> Ketua Peneliti PT UPT NPP/NIDN: 058.1.1993.141	PIHAK KEDUA <i>P.</i>  <u>Ir. M. Bambang Irianto, M.SI</u> Kepala Dinporapar Kab. Pekalongan NIP: 19630925 198903 1 005
--	---

Dokumen pendukung luaran Tambahan #1

Luaran dijanjikan: Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional

Target: sudah terbit/sudah dilaksanakan

Dicapai: Published

Dokumen wajib diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen sudah diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen belum diunggah:

-

ENHANCING THE TOURISM MSMEs PERFORMANCE BASED ON SOAR ANALYSIS

MG Westri Kekalih Susilowati (Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang Indonesia)

Retno Yustini Wahyuningdyah (Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang Indonesia)

Widuri Kurniasari (Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang Indonesia)

Email: westrie@unika.ac.id

Abstract—Since its ability to survive in any condition of the economy, and employment, MSMEs has become the strategic sector in the economy. Along with the rapid development of the tourism sector, MSMEs have also emerged that support tourism activities, such as culinary, souvenirs, entertainment and guide services. With great tourism potential, Indonesia's tourism sector has the opportunity to become the fastest growing leading sector in the world. Karanggondang, Limbangan and Lolong (KABALONG), three villages that administratively part of the Karanganyar sub-district in Pekalongan Regency are areas that have various kinds of tourism potential, namely natural, culinary, historical and cultural tourism. The durian and 'Lengkung'/(arc/curve) bridge in Lolong have become an icon in this area. There are many and various MSMEs around it. However, they aren't managed professionally and integrated yet. So, they don't provide benefits to the community optimally. Using the appreciate inquiry (AI) that used in SOAR analysis, this research found that tourism MSMEs in Kabalong area potentially developed. Internally, MSMEs have strength products and human resources and externally supported by government support, natural resources and tourist preferences regarding tourist destinations. Considering the internally and externally supports and some of the aspirations and expected results, this research proposes a long-term policy in enhancing the performance of local tourism MSMEs, The Development of tourism MSMEs that based on local potential, science and technology and strong to improve community welfare Considering internally and externally supported and some of the aspirations and also measurable results, it can be proposed a long-term policy direction to enhance the tourism MSMEs around Kabalong area, Development of the Resilient Tourism MSMEs based on local potential, science, and technology to increase Social welfare. This research notes that the most important thing in enhancing MSMEs is to put the MSMEs as a “subject” of development rather than as an “object”. The development of MSMEs

can be started from what MSMEs have, not something they do not have or their limitations

Keywords—MSMEs, Tourism, Poverty, development, welfare.

I. INTRODUCTION

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a significant role in the Indonesian economy, namely the number of business units included in the MSMEs category reaches more than 62 million or 99.9 percent of the total business units; absorb employment of 116,673,416 people or 97.02 percent; the contribution of MSMEs to GDP is Rp. 5,425,414.7 billion or 57.08 percent at constant prices, and Rp. 7,704,635.9 billion or 60 percent at current prices. However, MSMEs tend to have low competitiveness due to their various limitations. Those various limitations tend to become central in formulating strategies to increase MSMEs competitiveness. It means that the formulation of strategies tends to emphasize their weaknesses and threats rather than explore the positive aspects that can be used to create opportunities.

The increasing activities and tourist destinations have led to the emergence of MSMEs around. However, like MSMEs in general, they still face a number of classic problems of MSMEs such as limited capital, low quality and variety of products, low innovation, and difficulties in accessing financing sources. Their business is managed potluck, aren't professionally yet. Therefore, the business has not provided the optimal benefits, both individually and as a whole. As a supporting system for tourist destinations, MSMEs also have a positive impact on the role of the tourism sector in the economy. The tourism ministry data (2016) shows that the tourism sector has increased growth and contribution to the Gross Domestic Product (GDP). It contributes to GDP of 4.23% or Rp. 461.36 trillion, generates a foreign exchange of US \$ 11.9 billion and absorbs employments as much as 12.16 million people. With many and varied potentials of tourism, Indonesia's tourism sector has an opportunity to become the fastest-growing sector in the world as determined as national development priority program 2015-2019 by 'Cabinet Kerja' in the President's 'Nawa Cita'.

Pekalongan Regency is a region in central Java that has varied tourism objects and destinations. Among of them are tourism objects and destination in the area of Karanggondang, Limbangan and Lolong (Kabalong) villages, Karanganyar. Kabalong area that is directed to be a natural tourism area has various tourism potential, namely natural tourism, culinary, historical and cultural. This area has been designated as a tourism development area in the Spatial and Regional Plan of Pekalongan Regency in 2011-2030. Because of the attractiveness and its main strengths are the beauty of the natural landscape and coolness of the atmosphere, the river that deep and heavy enough for rafting, durian forests and other fruits; then the type of tourism that will be developed in this area is ecotourism. The object of tourism that develops is based on natural resources, and utilizing natural potential to increase people's welfare while maintaining the environment. Development of tourism in Kabalong area is also supported by other potential such as culinary tourism, history, and culture. Durian festival event and 'Jembatan Lengkung' (arc/curved bridge), which is a heritage of Dutch history have even become tourism icons in Pekalongan Regency. However, there are still many MSMEs that aren't managed professionally yet and ignoring environmental sustainability. Therefore, there must be strategies to enhance those tourism MSMEs. This research aims to formulate some alternative strategies to promote tourism MSMEs.

II. LITERATURE REVIEW

The Role of MSMEs. MSMEs are business groups with some criterion such as revenue, assets and the number of workers. They have known as businesses that are able to survive in a crisis, absorb a lot of employment, and contribute more than 50% to the national economy (GDP). MSMEs are grouped into four, (1) livelihood activities, (2) Micro Enterprise, namely craftsmen who do not have entrepreneurial properties, (3) small dynamic enterprises, namely MSME that already has entrepreneurial spirit and is able to accept sub-contracts and export jobs), and (4) fast moving enterprise, namely MSMEs that are transforming into large businesses (Law No. 20 of 2008). Meanwhile, what is meant by the tourism MSMEs is groups of MSMEs that support tourism activities and its development. Because of the nature of MSMEs that are resistant to an economic shock, as well as the presence of large potential tourism in Indonesia, then the tourism MSMEs be reliable in facing global competition, reducing poverty and unemployment as well. Recognizing how MSMEs have a strategic role in the economy, one of the development missions of Pekalongan Regency is empowering the community and all of the regional economic forces, especially micro, small, and medium enterprises, by developing a populist economic system that relies on fair market mechanisms and based on productive natural and human resources, be autonomous, competitive,

environmentally sound and sustainable' (Pekalongan Regional Regulation No. 9 of 2010, Pekalongan Regional Regulation No. 2 of 2011). To empower the community and accelerate the growth of the economy, MSMEs can be driven to support the growing tourism sector (Novitasari, 2017; Dias, 2009, Hijriati, Emma and Rinna M, 2014, Merynda 2015, Nasir, Hijrah, 2017).

The Role of Tourism Sector. Tourism is a phenomenon that includes social, cultural and economic aspects which are related to the movement of a person or group of people who are then referred to as tourists. The development of tourism can be seen from the demand and supply side. In terms of demand, tourism is related to the fulfillment of tourist needs in obtaining goods and services. In term of supply, tourism is a productive economic activity that serves the needs of tourists. In macroeconomics, the increasing role of the tourism sector is reflected in the six main targets of the Ministry of Tourism's tourism development (Strategic Plan 2015-2019, Government Regulation number 50, 2011), namely (1) tourism contribution to Gross Domestic Income (GDP) increases from 9 percent in 2014 to 15 percent in 2019, (2) foreign exchange increases from Rp 140 trillion in 2014 to Rp 280 trillion in 2019, (3) the employment increases from 11 million in 2014 to 13 million in 2019, (4) index tourism competitiveness increases from rank of 70 in 2014 to 30 in 2019, (5) the number of foreign tourist arrivals increased from 9.4 million in 2014 to 20 million in 2019, and (6) the number of tourist trips increase from 250 million in 2014 to 275 million in 2019.

Sustainable Tourism. The sustainable tourism emphasizes the implementation of responsible tourism that meets the needs and aspirations of people now, without compromising the fulfillment of human needs and aspirations in the future by applying economically feasible principles, environmentally viable, socially acceptable, and technologically appropriate, (Ismayanti, 2016). These four perspectives can be used to describe eco-tourism. So, it can be stated that eco-tourism is a form of tourism that explores local resources and provides benefits to the community economically and non-economically without abandoning efforts to maintain the sustainability and management of resources both environment, culture, and society. The Development of an integrated tourism sector is so important. Therefore, it is necessary to provide a roadmap on the development of tourism in accordance with the direction of general regional development policies (Joelyartini, Siti Tri, 2016). The need for availability of the roadmap is also because the development of the tourism sector is proven to support regional economic independence (Haryanto, Joko T, 2014, Hapsari, Pradnya Paramita, et al. (2014), Puspitaningrum, Merynda (2015).

III. METHODS

The purpose of this research is to formulate an alternative strategy to promote tourism MSMEs in Kabalong. This research was conducted in the natural tourist area of Kabalong (Karanggondang, Limbangan, Lolong), Karanganyar Regency, Pekalongan Regency. The object of this research includes various factors that influence the business activities of MSMEs, both internal and external factors as well as ideas for developing MSMEs. The internal factors studied emphasize the strength of MSMEs, namely internal factors that support the achievement of MSME goals. Meanwhile, the external factors studied emphasize factors that enabling for MSMEs to develop. This research uses primary data that was obtained by interview and focus group discussions (FGD). Interviews were conducted to the head of the department of tourism, the tourism area managers and representatives of MSMEs. FGD with a meta-plan approach was followed by 32 people representing several elements of stakeholders such as MSMEs, Managers, Government, academicians and local officials.

The data were analyzed using a qualitative approach, Strength, Opportunity, Aspiration, and Result (SOAR). According to Stavros, Cooperrider, and Kelly, the concepts of SOAR is an alternative to SWOT analysis. This approach originates from the Appreciative Inquiry (AI) approach which focuses more on identifying and developing strengths and opportunities rather than on problems, weaknesses, and threats. The SOAR approach has several advantages compared to traditional models. It allows organizational members to create their own future by conducting investigation, imagination, innovation, and inspiration. SOAR's internal focus is the strength of the organization. However, it also uses an external analysis likes analysis of suppliers and customers. Other advantages of SOAR in strategic planning is that many stakeholders are involved, based on the integrity of its members.

IV. RESULTS AND DISCUSSION

A. *The Kabalong at Glance*

Kabalong is an acronym of three villages which are administratively included in the Karanganyar sub-district of Pekalongan Regency, namely Karanggondang, Limbangan, and Lolong. The total area of these three villages is 1653231 Ha. Kabalong is well-known as a tourist area but has not been optimally managed. It offers various types of tourism, especially in the village of Lolong has a lot of tourism potential such as culinary tourism (durian Lolong) which is a tourist icon of Kabalong, historical tourism which is a heritage of Dutch history during the colonial era, water tourism (Sengkarang river) that decorated by the natural beauty around them, namely durian plantations, rice fields, large stones that are quite stunning and suitable for taking pictures, rafting through the river up

to 5 km long. The population of the three villages reached 5,911 people. There are many economic facilities in the form of stalls/kiosks/ shops, 42 units in Karanggondang, 31 in Limbangan and 49 in Lolong.

B. *SOAR analysis of Kabalong's Tourism MSMEs*

Like business activities in general, MSMEs business activities are also influenced by internal and external factors. Both internal and external factors consist of factors that support business activities and inhibit. SWOT analysis is commonly used to analyze various supporting and inhibiting factors. Unlike the SWOT analysis, SOAR analysis uses the appreciative inquiry (AI) approach so that companies focus more on positive things that can be developed rather than internal weaknesses or perceived threats that might not eventuate. On internal factors focused on strength and external factors focused on opportunities for MSMEs to grow and develop. The output of a SOAR analysis is a set of actions that use strengths and opportunities to attempt for shared aspirations with measurable results.

C. *Strength*

Strength is a positive part of the internal factors of MSMEs, whereby MSMEs internal factors include conditions managerial aspects of MSMEs, such as the production; human Resources; finance and marketing. Production aspects include production capacity, quality, and availability of raw materials, quality of production, and use of technology. The conditions of the production aspect that are supportive or constitute the strength of MSMEs include goods produced by MSMEs that tend to be based on the potential of the local area so that it is easy to obtain raw materials. Durian as the main product of agricultural MSMEs has been famous for its delicious taste. As already known, Pekalongan Regency is the only Regency in Central Java that has durian forests. Still, regarding aspects of production, the results of the discussion group focus also identified the presence of various products around the Kabalong tourist area, such as coffee, palm sugar, rambutans, banana and wedang juruh (a unique Central Javanese drink with coconut milk and palm sugar). MSMEs also have strength in aspects of human resources. Although it still has some weaknesses, basically the MSMEs around the Kabalong tourism area have a strong motivation to become entrepreneurs and have the basics knowledge of business management because they have received several pieces of training held by Pekalongan Regency Cooperative and MSMEs agency.

D. *Opportunity*

Opportunity refers to external factors that MSMEs could be used to achieve goals, such as increasing profits, turnover, and assets. Regarding opportunities, FGD participants consisting of MSMEs, government, regional managers and local community leaders remained optimistic about market conditions. They consider that the market is increasingly open and gives opportunities for MSMEs to grow. Specifically, there are things that become opportunities for MSMEs around

the Kabalong to grow, namely (1) the development of the Kabalong as an eco-tourism area in accordance with the spatial and territory planning of Pekalongan Regency, (2) natural condition with cool atmosphere, (3) beautiful landscape, (4) easily accessible, (5) there are many beautiful/ instagramable photo spots, (6) the shifting of people's lifestyles in choosing the destination of recreation (tend to nature tourism), the number of traditional arts / local culture around the area, increased purchasing power / community income and there is vocational high school that has developed a product with the main ingredient durian rind (regional featured products)

E. Aspiration

Aspiration is the phase of innovation. Participants in the discussion are invited to design goals, both short-term and long-term goals, develop functional plans, and programs to achieve the expected goals by using the strengths and opportunities that exist. That is, all participant of discussion are brought into the phase of imagination, using the time to 'dream' and design the expected future by considering the strength and the opportunities. The strategic alternatives and recommendations are developed in this phase. There are several alternative strategies to enhance MSMEs in tourism, among others are (1) forming clusters, (2) forming cooperatives that cope MSMEs, (3) providing intensive assistance after training, (4) forming joint business groups, (5) designing 'something' that becomes identity, which distinguishes Kabalong against other similar tourism areas, (6) designing tour packages involving all villages (Karanggondang, Limbangan and Lolong), empowering a group of business for increasing family income (UP2K), (7) designing the Kabalong area as an integrated area such as Technopark for tourism, (8) optimizing tourism area management by BUMDES (village-owned enterprises), (9) developing e-commerce and many others. However, the main thing is "increasing the capacity and entrepreneurial capability" of MSMEs actors themselves.

F. Result

The results are tangible outcomes and measures that demonstrate the achievement of the goals and aspirations. There are some results expected by participants of discussion, those are (1) having an icon so that it is easier to recognize Kabalong, (2) there are product specialties of MSMEs that involved in tourism development, (3) an increasing the number of tourists so that the profits of MSMEs also increase, (4) an increasing the number of absorbed labor, (5) Kabalong becomes a tourist area that is different from other or unique, and (6) an increasing of MSMEs assets.

TABLE 1. SOAR MATRIX OF TOURISM MSMEs IN KABALONG, PEKALONGAN REGENCY.

Strengths	Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> The Production is based on local potential (easy to obtain raw materials), Durian as the main product of agricultural MSMEs has been famous for its delicious taste Pekalongan Regency is the only Regency in Central Java that has durian forests There are various products around the Kabalong, Having a strong motivation to become entrepreneurs Having the basics knowledge of business management 	<ol style="list-style-type: none"> The development of the Kabalong as an eco-tourism area in accordance with the spatial and territory planning of Pekalongan Regency, The natural condition with a cool atmosphere, Beautiful landscape, Easily accessible, Many beautiful/ instagramable photo spots, The shifting of people's preference in choosing the destination of recreation The number of local culture around the area, The increased purchasing power/income per capita There is a vocational high school that has developed products with durian leather ingredients (regional featured products)
Aspiration	Results
<ol style="list-style-type: none"> Developing clusters, Developing cooperatives that cope MSEM's, Providing intensive assistance after training, Forming joint business groups, Designing something" that becomes an identity, Designing tour packages Empowering a group of business for increasing family income (UP2K), Designing Kabalong as an integrated area such as Technopark for tourism, Optimizing tourism area management by BUMDES (village-owned enterprises), developing e-commerce Increasing synergy among villages 	<ol style="list-style-type: none"> Having an icon so that it is easier to recognize Kabalong, There are product specialties An increasing the number of tourists so that the profits of MSMEs also increase, An increasing the number of absorbed labor, Kabalong becomes a tourist area that unique, An increasing of MSMEs assets.

(Source: Primary data, processed in 2019)

The SOAR of the tourism MSMEs presented in table 1 shows that they are potentially developed. Internally, MSMEs have strength in products and human resources and externally supported by government support, natural resources and tourist preferences regarding tourist destinations. Considering internally and externally supported and some of the aspirations and also measurable results, it can be proposed a long-term policy direction to enhance the tourism MSMEs around Kabalong area, 'Development of the Resilient Tourism MSMEs based on local potential, science, and technology to increase Social welfare' In accordance with long-term policy direction proposed, then can be derived some of the strategies as follows:

1. Human resources Dimensions: Increasing the human resource capacity of MSMEs actors and art workers in the area. The quality of human resources can be improved through intensively training and assisting as well as establishing a regular communication forum among MSMEs to increase knowledge about business development. Assisting needs to be done for a long time, not abandoned after the training program ends (organizing a continuous workshop).
2. Production Dimension: Mapping various types of products produced by MSMEs in order to be classified according to the similarity of character for the purpose of specialization. Determining featured product that based on the criteria of uniqueness, social involvement (including the number of entrepreneurs and employment), raw materials (including availability, origin, and access to raw materials), competitiveness position (covering production capacity, relative prices, potential market, and sustainability)
3. Marketing Dimensions: Improving specifications technical, quality and packaging as well as promotion, and developing the discussion groups concern with the using of information technology for business.
4. Institutional dimension: Strengthening the capacity and capabilities of MSMEs institutions that support tourism development in the Kabalong area.
5. Others: Increasing the coordination among related Regional Apparatus Organizations, both provincial and regencies, improving the development programmes of MSMEs and/or institutions/cooperatives that cope MSMEs and facilitating innovations and marketing processes.

This research also notes that the most important thing in formulating the strategies to enhance MSMEs is the change of the mindset regarding the development of MSMEs. The mindset of enhancing MSMEs must put the MSMEs as the subject of development rather than as an object. The development of MSMEs can be started from what MSMEs have, not something they do not have or their limitations.

V. CONCLUSION

The tourism MSMEs in Kabalong is potentially developed because it has many positive things as capital. The SOAR analysis of the tourism MSMEs in Kabalong shows that internally, they have strength in products and human resources, and externally supported by government support, natural resources and tourist preferences regarding tourist destinations. Considering internally and externally supported and some of the aspirations and also measurable results, it can be proposed a long-term policy direction to enhance the

tourism MSMEs around Kabalong area, "Development of the Resilient Tourism MSMEs based on local potential, science, and technology to increase Social welfare. This research also notes that the most important thing in formulating the strategies to enhance MSMEs is the change of the mindset regarding the development of MSMEs. The mindset of enhancing MSMEs must put the MSMEs as the subject of development rather than as an object. The development of MSMEs can be started from what MSMEs have, not something they do not have or their limitations. In addition, in order to get optimal benefits to the community as a whole, it is necessary to increase synergy among villages.

ACKNOWLEDGMENT

This research is a part of the research entitle 'Pengembangan Strategi Memajukan UMKM bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Kabalong Pekalongan' funded by Directorate of Research and Community Service (DRPM), Directorate General of Research and Development Strengthening, Ministry of Research, Technology and Higher Education In accordance with the Research Contract for Fiscal Year 2019 Number: 010 / L6 / AK / SP2H.1 / RESEARCH / 2019. We would like to express our gratitude to DRPM, ministry of research, technology, and universities of the Republic of Indonesia for the funding. Our gratitude also trow to reviewers, thank you for the enrichment and correction of the proposal. we would also like to extend our thanks to the regent and deputy of Pekalongan Regency, heads of agencies and related staff, sub-district head and heads of Karanggondang, Limbangan and Lolong villages, area managers and MSME actors, and assistants. Finally, we thank all of you who support this project, which can not be mentioned one by one.

REFERENCES

- [1] Dias, Satria, 2009, "Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang," *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol.3, No.1
- [2] Hapsari, Pradnya Paramita, dkk (2014), Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu) *Wacana: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol 17, No 2, UBAYA
- [3] Haryanto, Joko T, 2014, "Model Pengembangan Ekowisata dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi Daerah Studi Kasus Provinsi DIY," *Kawistara*, Vol.4 No. 3
- [4] Hijriati, Emma dan Rinna M, 2014, "Pengaruh Ekowisata Berbasis Masyarakat terhadap Perubahan Kondisi Ekologi, Sosial dan Ekonomi di Kampung Batusuhunan Sukabumu," *Jurnal Sosiologi Pedesan*, Vol.2 No. 3

- [5] Ismayanti, 2016. Pariwisata Berkelanjutan dan Pengembangan Pariwisata Bahari, (www.jejakwiasta.com, retrieve Agustus 2018)
- [6] Joelyartini, Siti Tri, 2016, "Roadmap Sektor Pariwisata dan Relevansinya terhadap Kebijakan Ekonomi Daerah", Paparan dalam Rangka Workshop Pengembangan Jasa Daerah, Kabupaten Belitung Timur 30 Mei 2016.
- [7] Kemenpar, LAKIP 2016.
- [8] Kemenpar, Rencana Strategis Kementerian Pariwisata 2015-2019
- [9] Nasir, Hijrah, 2017. Penguatan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan melalui UMKM dan Koperasi dalam Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus: Petani Madu Hutan di Taman Nasional Ujung Kulon), *Jurnal Sospol*, Vol 3 No 2 (Juli-Desember 2017), Hlm 122-138
- [10] Novitasari, Bella, Bandiyah ,S., Kadek Wiwin Dwi Wismayanti, 2017. Implementasi Kebijakan Pembangunan Pariwisata dalam Peningkatan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Objek Wisata Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi
- [11] PP no 50 Tahun 2011, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025.
- [12] Perda Kabupaten Pekalongan no 9 tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Kabupaten Pekalongan tahun 2005 - 2025
- [13] Perda Kabupaten Pekalongan no 2 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pekalongan 2011-2030
- [14] Puspitaningrum, Merynda (2015), Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata terhadap Kinerja Keuangan Daerah di Provinsi DIY dengan Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Nominal* Volume IV Nomor 2 tahun 2014.
- [15] UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- [16]

Dokumen pendukung luaran Tambahan #2

Luaran dijanjikan: Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional

Target: submitted

Dicapai: Submitted

Dokumen wajib diunggah:

1.

Dokumen sudah diunggah:

1. Naskah artikel

Dokumen belum diunggah:

-

IMPROVING THE QUALITY OF TOURISM MANAGEMENT AND ITS SUPPORTING MSMEs BASED ON AN IPA AND SOAR ANALYSIS: A STUDY IN PEKALONGAN REGENCY, INDONESIA

MG Westri Kekalih Susilowati¹, Retno Yustini Wahyuningdyah^{2*}, Widuri Kurniasari³.

¹ Corresponding author, SE., ME. (Economics), Lecturer, *Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang Indonesia*

E-mail: westrie@unika.ac.id

² *Dr. (Management), Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang Indonesia; e-mail: wahyuningdyah.retno05@gmail.com*

³ *Dr. (Management), Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang Indonesia; E-mail: widurikurniasari@yahoo.com*

ABSTRACT

The growth of MSMEs as an impact of the development of the tourism sector plays an important role in increasing community income, and employment and reducing income inequality. The development of the tourism sector and its supporting MSMEs have a positive impacts on the society. However, various classic MSME problems such as limited capital, access to finance, market information and human resources have caused MSME competitiveness be relatively low and have not been able to provide optimal benefits for the community. Efforts to empower MSMEs and tourism are important to do. Empowerment policy must be comprehensive. Therefore, general policy directions, strategies and priority issues have to be formulated to suit the conditions and needs to achieve the goal. Using an IPA approach combined with a SOAR analysis approach, this study aimed to formulate general policy directions and strategies and to highlight the priority of the issues. The study, conducted in Pekalongan Regency, Indonesia, involved 60, local governments, academics, and community leaders. The results show promotion and price mix are considered relatively important-low performance. Meanwhile, SOAR analysis shows that the endowment factors, the motivation of MSME actors and government policies are their strength. Thus, in the short term, it is necessary to increase price and promotion performances to improve the quality of tourism MSMEs. In the long term, it is necessary to strengthen institutions and improve the quality of human resources.

Keywords: Tourism, MSMEs, Quality, SOAR, IPA, local, potential.

1. Introduction

Along with the development of the tourism sector, MSMEs supporting tourism appear in various forms, including tourist attraction providers, accommodation services, food and beverages, souvenirs and so forth. In macro, the tourism sector has a quite strategic position through its contribution to the Gross Domestic Product (GDP) of 4.23% or IDR 461.36 trillion, generating foreign exchange of US \$11.9 billion, and absorbing a tourism workforce of 12.16 million people

[1]. Thus, the role of MSMEs is important. Although its contribution to GDP by the GDP on a constant price was only around 60 percent, it was able to absorb 97.02 percent of the workforce and 99.9 percent of business units in Indonesia [2]. There is a positive correlation between MSMEs and tourism that can reduce poverty, unemployment and income inequality. The development of MSMEs and the tourism sector support each other. As the tourism sector advances, MSMEs develop. Conversely, when MSMEs supporting tourism does not develop well due to various limitations, the development of the tourism sector does not develop optimally. It means that it does not provide maximum benefits for the community [3], [4]. Then, MSMEs supporting tourism should be encouraged to develop the tourism sector to improve people's welfare.

One of the areas which are potential to be developed is *Kabalong*, an acronym of three village names in Karanganyar Sub-District, Pekalongan Regency called Karanggondang-Limbangan-Lolong which is a tourism development area mentioned in the Regional and Spatial Planning of Pekalongan Regency 2011-2031 [5]. This nature tourism area has a variety of tourism potentials such as natural, culinary, historical and cultural tourism. Moreover, the durian festival and Lengkung Bridge in Lolong village have become an icon of this tourist area. Because of its potential, various MSMEs supporting tourism have grown in Kabalong tourism area. The problem is that there are still many MSMEs that have not been professionally managed. Besides, environmental sustainability is still ignored and there are problems such as capital, competitiveness, and low-quality human resources faced by MSMEs in general. Thus, strategies to promote MSMEs supporting tourism based on the community and area potential are important to be pursued.

2. Brief Literature Review

Tourism is a phenomenon that includes social, cultural and economic aspects related to the movement of a person or group of people who are then referred to as tourists. The development of tourism can be seen from the demand and supply sides. The demand side of tourism is related to meeting the needs of tourists in obtaining goods and services, and the supply side of tourism is a productive activity that serves the needs of tourists. In the macroeconomic phenomenon, the increasingly important role of tourism sector is reflected in the six main tourism development targets of the Ministry of Tourism [6]; [7], i.e. (1) the contribution of tourism to Gross Domestic Product (GDP) increased from 9 percent in 2014 to 15 percent in 2019, (2) foreign exchange increased from IDR 140 trillion in 2014 to IDR 280 trillion in 2019, (3) contributions to employment increased from 11 million in 2014 to 13 million in 2019, (4) tourism competitiveness index increased from 70 in 2014 to 30 in 2019, (5) the number of foreign tourist arrivals increased from 9.4 million in 2014 to 20 million in 2019, and (6) the number of domestic tourist trips increased from 250 million in 2014 to 275 million in 2019.

The tourism industry is an industry that is different from other industries. This industry has a combination of different businesses and organizations and involves the community and the environment to provide services for tourists [8], [9]. Tourism involves a complex and unique element so that it can be understood as a system due to the relationship between one element and other elements. The tourism industry is an industry that has a rapid development. *Sustainability development* can be explained through three aspects: economic, environmental, and social.

Economically, *sustainability development* can guarantee the production of goods or services to maintain the economic sustainability of a business. The environment is the resource that must be sustained, and the social aspect explains that *sustainability development* strives for fairness in the use of available resources, social security such as health, education, accountability, and participation that support community welfare.

There are four principles of *sustainable development* to explain their relationship with tourism. (1) Ecological sustainability is very much needed to minimize the impact of tourism activities on the environment. (2) Social sustainability is related to the ability of the community to absorb input without causing social disharmony in the community. In addition to having a positive effect, tourism also has a negative effect that will affect social change that is vulnerable to the emergence of disharmony. (3) Cultural continuity is sensitive to social change. Therefore, the ability of the community to survive or adapt to changes in cultural elements is important to maintain the sustainability of local culture. (4) Economic sustainability involves the perspective of *sustainability development* by the level of profit that can cover costs in the presence of tourism. Ecotourism plays a role to control the potential of tourism which is a local resource and attraction.

MSMEs are business groups with certain criteria such as turnover, assets and the number of workers. MSMEs have long been known as businesses that can survive in a crisis, absorbing the largest workforce, and contributing the largest output in the national economy. MSMEs are grouped into four, (1) livelihood activities or street vendors, (2) Micro-Enterprise of craftsmen who do not have entrepreneurial characteristics, (3) small dynamic enterprise of MSMEs with entrepreneurial spirit and can accept sub-contract and export work, and fast-moving enterprise of MSMEs transforming into big businesses [10]. Tourism MSMEs are community groups that meet the criteria as the MSMEs that support tourism development. Due to the nature of MSMEs which are resistant to economic turmoil as well as a large tourism potential in Indonesia, tourism MSMEs can be relied on facing global competition while reducing poverty and unemployment. Therefore, improvement, strengthening, capacity building and innovation (innovation and change) of tourism MSMEs need to be done.

Several studies have found that the problems faced by ecotourism areas are the issues of environmental conservation and the empowerment of local resources [11]. *Community-based tourism* can be a framework for developing local resources that are mutually supportive and sustainable in various aspects of life. The local community has full control and involvement in the management of ecotourism which can provide benefits for economic improvement. Pekalongan Regency is empowering the community and all regional economic forces, especially small, medium and cooperative entrepreneurs by developing a populist economic system based on equitable market mechanisms based on natural resources and productive, independent, advanced, empowered, competitive, environmentally friendly and sustainable human resources [3]; [5]. To empower the community and drive the economy, one way that can be taken is to move the micro small and medium business sector (MSME) as a supporter of tourism [12]; [13].

3. The Purpose

This study aims to formulate a strategy to promote tourism and its supporting MSMEs based on community and potential of the region. In accordance with the purpose of research, it is necessary:

- to map of the region's potential Kabalong tourism area
- to assess the management profile of MSME in the tourism sector in the Kabalong natural tourism area

- to develop strategies to promote tourism and its supporting MSMEs

4. Result

To achieve the stated goals, this study used primary data as the main input. The primary data were obtained through field exploration, questionnaires, interviews and group discussions. The questionnaire approach was used to obtain the data related to the profile and interest and the performance of the MSME marketing mix. Overall, the questionnaires were distributed to 60 MSMEs as the respondents. Meanwhile, an in-depth interview with the head of the Tourism Office of Pekalongan Regency was conducted to obtain information on the direction of developing Kabalong tourism area with the development plan of Pekalongan Regency. The data gathered through group discussions (FGD) using the meta plan approach to the resource persons considered to be competent and well acquainted with the potential of the study area (related SKPD, Head of Sub-District, Head of Village, MSME actors, youth groups and community leaders) was used to obtain the potential data including strength, opportunities, aspirations / ideas for the development and expectations of MSME conditions when certain policies are applied. The data analysis was conducted using Importance-Performance Analysis (IPA) and Strength, Opportunity analysis Aspiration and Result (SOAR).

The Important Performance Analysis of the marketing mix was used to determine policy priorities or actions to advance MSMEs. The Cartesian diagram in figure 1 shows that basically all elements of the marketing mix and facilities are considered important. This is shown by the position of all elements in the diagram with a level of importance over 4 of the maximum score of 5. However, the promotional marketing mix is the most important marketing mix element, followed by products, prices, places/distribution, and other supporting facilities relatively. Concerning the performance, all marketing mix is considered to have a good performance, but relatively it can be ranged from the best to the worst: Place, Product, promotion, price and other supporting facilities

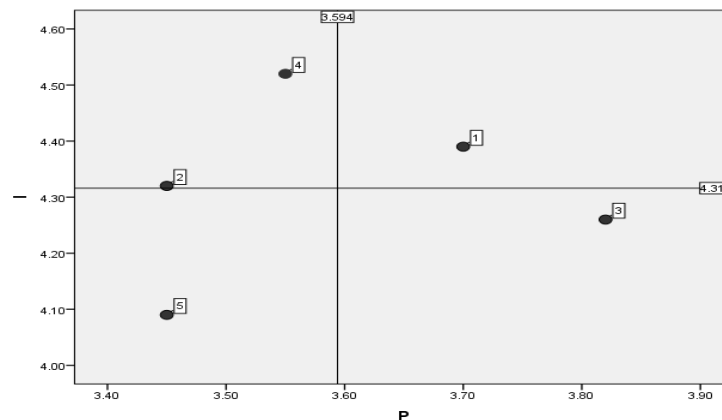


Figure 1 The Cartesian Diagram of Marketing Mix Element
Source: Primary data.

In the Cartesian diagram, the Products with diversity, brand, feature, size, guarantee, quality, packaging, service, and design indicators are in quadrant I (high importance and performance). Marketing mix and price promotion are in quadrant II (high importance and low performance). Price mix including the indicators of price affordability, price compatibility with

quality, price conformity with competitiveness services, discounts and payment methods is in quadrant 2. Promotion mix includes publications, exhibitions, advertisements, Web design, social media networks, signposts, billboards, sales force, and direct marketing. Place mix (accessibility) including the accessibility, infrastructure conditions, and strategic locations, types of distribution and transportation channels is in quadrant IV (low interest and high performance). Tourism supporting facilities such as toilets, prayer rooms, ATMs, communications, guides, souvenirs, parking lots and culinary arteries are in quadrant III (low importance and performance).

Unlike the SWOT analysis, SOAR analysis uses the approach of *appreciative inquiry* (AI) [14]; [15]; [16]. The aim is to achieve the targets set by the company by focusing on positive things that can be developed rather than thinking about internal weaknesses or perceived threats that might not occur. Thus, a company can optimally utilize its potential. Internal factors focus on strengths, and external factors focus on opportunities for MSMEs to grow and develop. In the SOAR analysis approach, a set of actions that use strengths and opportunities is designed, exploring the aspirations of how to achieve the company's goals using existing potential (utilizing the available strengths and opportunities), and describes the results that may be achieved and measured. Table 5 presents SOAR identification of MSMEs supporting tourism in Kabalong area.

Table 1 The Matrix of SOAR of Supporting Tourism MSMEs in Kabalong, Kabupaten Pekalongan

Strengths	Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. Production is based on local potential (raw materials are easily available), 2. Durian as the main product of agricultural MSMEs is well known for its good taste 3. Pekalongan Regency is the only Regency in Central Java that has durian forests 4. a variety of products around Kabalong, 5. Having a strong motivation to become entrepreneurs 6. Having a basic knowledge of business management 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Development of Kabalong as ecotourism is following the regional and spatial planning of Pekalongan Regency, 2. Natural conditions with a cool atmosphere, 3. Beautiful view, 4. Easy access, 5. Many beautiful/ instagramable photo spots, 6. Shifting people's preferences in choosing recreational destinations 7. Number of local cultures around the area, 8. Increased purchasing power/ income per capita 9. vocational high schools with developed products of durian rind (superior products of the region)
Aspiration	Results
<ol style="list-style-type: none"> 1. Developing clusters, 2. Developing cooperatives that handle MSEM, 3. Providing intensive assistance after training, 4. Establishing joint business groups, 5. Designing something "that becomes an identity, 6. Designing tour packages 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Having an icon so that it is easier to recognize Kabalong, 2. having a product specialization 3. Increasing the number of tourists so that MSME profits also increase, 4. Increasing the number of workers absorbed, 5. Making Kabalong a unique tourist area, 6. increasing MSME assets

<ol style="list-style-type: none"> 7. Empowering business groups to increase family income (UP2K), 8. Designing Kabalong as an integrated area such as Technopark for tourism, 9. Optimizing the management of tourism areas by BUMDES (village-owned companies), developing e-commerce 10. Improving synergy between villages 	
--	--

Source: Primary Data

From the description and condition of MSMEs supporting tourism in Kabalong area it can be seen that the MSMEs supporting tourism in Kabalong area have the potential to be developed. From the available types of businesses, most of them are trading and services such as grocery stores, food stalls, rafting, and outbound areas. By Sengkarang River, there is a field that can be used as a campsite and other outdoor activities. Meanwhile, from the demography, the majority of MSMEs are aged less than 40 years old.

From the SOAR identification, it is known that the MSMEs supporting tourism in Kabalong area has the strength in the aspect of production because the goods produced by the MSMEs tend to be based on the local potential. Durian fruit which is the main product of the agricultural MSMEs has been famous for its delicious taste. Pekalongan Regency is the only Regency in Central Java that has a durian forest. Durian-based food development is also supported by annually “Durian festival”. The Focus Group Discussions also identified the presence of various products around the Kabalong such as coffee, palm sugar, rambutan, bananas, and *wedang juruh* (drinks with coconut milk and coconut/palm sugar). The development of processed foods can be a step that utilizes the power of this aspect of production. In addition to the production aspect, MSME supporting tourism in Kabalong also has strength in the human resources aspect. They have a strong motivation to become entrepreneurs and the basis of management knowledge. They have received some training held by the Cooperative and MSMEs institutions of Pekalongan Regency. Some previous researches show that strong motivation and management knowledge have a positive impact to the business success [17]; [18]; [19]; [20].

From the conditions that are considered to open opportunities for the development of MSMEs supporting tourism as presented in table 1, it can be said that the opportunities for MSME development are indirect. It is derived from the opportunity of tourism activities. The development of tourism activities led to the emergence of new economic activities. In other words, MSME will develop along with the development of tourist destinations. However, the existence of MSMEs around the area also has a positive impact on the development of tourist destinations and adds the attraction. There is a positive causal relationship between the development of tourism and MSMEs in the vicinity.

Aspiration is an initial stage of innovation. In exploring aspirations, participants who joined the discussion were invited to imagine an ideal MSMEs and provide ideas to realize that ideal MSMEs by considering their strengths and opportunities. In detail, the results of the identification of aspirations are presented in table 1. Considering the details of these aspirations, there are two important things that can be formulated to advance the MSMEs in Kabalong area, i.e. strengthening MSMEs institution and optimizing the use of local potential.

The results are tangible and measurable ones that reflect the level of achievement of goals and aspirations. The ultimate target desired is progressing and developing MSMEs. These goals will be achieved only if tourism develops. In this study, tourism will develop and have a positive

impact on MSMEs if there is an icon that makes it easy to recognize Kabalong; product specializations and uniqueness. The increasing number of tourists will increase the employment and MSMEs' assets [21].

Furthermore, based on the results of the IPA, the promotion and price mixes must be prioritized to improve. Overall the marketing mix performance of the MSMEs supporting tourism in Kabalong area has had a good performance. However, if it is not accompanied by good promotion, MSMEs will not reach optimal results. The promotional mix which was identified as important but having low performance is a signpost. Field observations show that the signposts for the Kabalong tourism area are very limited, both in terms of number and information destinations. The existence of a signpost is very simple, but it plays a very important role as a part of the promotion mix. Therefore, the addition of signposts with an "eye-catching" design needs to be prioritized. The promotion mix of publications, exhibitions and use of social media networks tends to be perceived as important and has good performance, so the promotion mix is sufficiently maintained and optimizes the utilization of IT [22]; [23].

5. Conclusions

Overall, considering the demographic conditions and business profiles, SOAR analysis and IPA show that the MSMEs supporting tourism in Kabalong are the potential to be developed. The MSMEs will develop along with the development of tourism. Thus, the main strategy for advancing MSMEs is to encourage the development of tourism. However, as a supporting system that encourages the development of tourism, the MSMEs around the area should have a good performance so that it gives a positive impact on the developed tourism. By considering the character of the actors and the business conditions, the results of the IPA on the marketing mix, and the SOAR analysis, it can be proposed to enhance tourism MSMEs around Kabalong area as follows, "The Development of Tourism and Resilient MSMEs supporting Tourism based on local potential, science, and technology to improve social welfare"

To develop tourism and resilient MSMEs supporting tourism, it is necessary to determine short-term and long-term strategies. In the short term, promotion, and price mixes should be put as the priority to have performance improvement. According to the IPA in the promotion mix, signpost with an eye-catching design needs to be added. In the price mixes, price appropriateness and service quality are considered important but with relatively low performance. The actions that can be taken to improve service quality are maintaining price competitiveness. Asking feedback from customers to find out to what extent the service is provided, the strengths, and weaknesses might be useful. On the other hand, the strategies to enhance the MSMEs supporting tourism in Kabalong area are as follows:

- a. Human resource dimension: Increasing the capacity of human resources of MSMEs and art workers in the area. The quality of human resources can be improved through intensive training and assistance as well as forming regular communication forums among MSMEs to increase knowledge about business development. Assistance needs to be done for a long time; follow up after the training program should be done (organizing ongoing workshops).
- b. Production Dimensions: Mapping various types of products produced by MSMEs so that they can be classified based on the similarity of characters for specialization purposes. Determining superior products based on the criteria of uniqueness, social involvement (including the number of employers and jobs), raw materials (including availability, origin, and access to

raw materials), competitiveness position (including production capacity, relative prices, potential markets, and sustainability)

- c. Institutional dimension: Strengthening the capacity and capability of MSME institutions that support tourism development in Kabalong area.
- d. Improving the coordination among relevant Regional Apparatus Organizations, both provincial and district, improving MSME development programs and/ or the institutions/cooperatives that handle MSMEs and facilitate innovation and marketing processes.

Considering that most MSME actors have a relatively low level of education (lower than junior high school), the companions at these MSMEs cannot be carried out incidentally. The assistance should be done in the long term continuously. The study also notes that the most important thing in formulating strategies to improve MSMEs is the change of mindset related to MSME development. The mindset to improve MSMEs must place MSMEs as the subject of development rather than as objects. The development of MSMEs can start from what MSMEs have, not from what they do not have or from their limitations.

6. Acknowledgment

This article is based on the research entitling ‘Pengembangan Strategi Memajukan UMKM bidang Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Wilayah Kawasan Kabalong Pekalongan’ funded by Directorate of Research and Community Service (DRPM), Directorate General of Research and Development Strengthening, Ministry of Research, Technology and Higher Education in accordance with the Research Contract for Fiscal Year 2019 Number: 010 / L6 / AK / SP2H.1 / RESEARCH / 2019. We would like to express our gratitude to DRPM, ministry of research, technology, and *Higher Education* of the Republic of Indonesia, reviewers and the deputy of Pekalongan Regency, agencies and related staff, sub-district head and heads of Karanggondang, Limbangan and Lolong villages, area managers and MSME actors. We thank you for all of the supports.

7. References

- [1] Kemenpar. (2016a).
- [2] *Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia*. (2018).
- [3] Gopalan, R., & Narayan, B. (2010). Improving customer experience in tourism: A framework for stakeholder collaboration. *Socio-Economic Planning Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2009.11.001>
- [3] *Perda Kabupaten Pekalongan no 9 tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Kabupaten Pekalongan tahun 2005 - 2025*. (n.d.).
- [4] Sodhi, M. M. S., & Tang, C. S. (2011). Social enterprises as supply-chain enablers for the poor. *Socio-Economic Planning Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2011.04.001>
- [5] *Perda Kabupaten Pekalongan Nomor 2 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pekalongan Tahun 2011 - 2031*. (2011).
- [6] Kemenpar. (2016b). Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas 2016 - 2019. In *Rapat Koordinasi Nasional Kementerian Pariwisata “Akselerasi Pembangunan Kepariwisataaan Dalam Rangka Pencapaian Target 12 Juta Wisman dan 260 Juta Wisnus 2016.”*
- [7] *PP No. 50 Tahun 2011*. (2011).
- [8] Triarchi, E., & Karamanis, K. (2017). Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. *World Journal of Business and Management*.

- <https://doi.org/10.5296/wjbm.v3i1.11198>
- [9] Remus Ion Hornoiu, Mihaela Padurean, Ana Maria NICA, Gianluca Felicetti (2019), The Young Romanian Tourists' Preferences Analysis regarding the Demand of Tourism Eco-Sustainable Goods and Services in the Retezat National Park, *Quality - Access to Success Journal*, Vol. 20, No. 169 - April 2019
- [10] Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. (2008). Tentang: Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. *Sekretariat Negara. Jakarta.*
- [11] Haryanto, J. T. (2014). Model Pengembangan Ekowisata dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi Daerah Studi Kasus Provinsi Diy. *Jurnal Kawistara*. <https://doi.org/10.22146/kawistara.6383>
- [12] Hijriati, E., & Mardiana, R. (2016). Pengaruh Ekowisata Berbasis Masyarakat Terhadap Perubahan Kondisi Ekologi, Sosial Dan Ekonomi Di Kampung Batusuhunan, Sukabumi. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*. <https://doi.org/10.22500/sodality.v2i3.9422>
- [13] Nasir, H. (2017). Penguatan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan melalui UMKM dan Koperasi dalam Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus: Petani Madu Hutan di Taman Nasional Ujung Kulon). *Jurnal Sosial Politik*. <https://doi.org/10.22219/sospol.v3i2.5060>
- [14] Deveau, B. J. (2015). SWOT: Time to Drop the Negatives and SOAR SWOT: *Masters Thesis*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- [15] Khavarian-Garmsir, A. R., Stavros, J. M., & Saraei, M. H. (2017). Strategic planning for tourism development with a focus on Muharram ceremony using soar framework: A case study of Yazd Province in Iran. *Event Management*. <https://doi.org/10.3727/152599517X14809630271311>
- [16] Zarestky, J., & Cole, C. S. (2017). Strengths, opportunities, aspirations, and results: An emerging approach to organization development. *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*. <https://doi.org/10.1002/nha3.20166>
- [17] Pradono Tri P, M. M. M. A. F. (2015). Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran). *Journal of Management*, Vol. 1. Retrieved from <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/231>
- [18] Susanto, Nuryakin, (2019). How do Service Quality and Satisfaction enhancing Customer Loyalty in Indonesia Hospital?, *Quality - Access to Success Journal*, Vol. 20, No. 172/ October 2019
- [19] Radhi, F., & Hariningsih, E. (2014). Adopsi Teknologi Informasi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*.
- [20] Susilowati, M. W. K., Rahutami, A. I., & Winarno, A. R. D. (2014). The Development of Self- Helping Model for Poverty Alleviation on the Productive Poor Group. *Journal of Economics, Business, and Management*. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.274>
- [21] Khavarian-Garmsir, A. R., & Zare, S. M. (2015). SOAR Framework as a New Model for the Strategic Planning of Sustainable Tourism. *Tourism Planning and Development*. <https://doi.org/10.1080/21568316.2014.960595>
- [22] Budi Hermana. (2016). Mendorong Daya Saing Di Era Informasi Dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi Sebagai Basis Inovasi di Perusahaan. Retrieved from <http://bhermana.staff.gunadarma.ac.id>
- [23] Subiyanto, B. (2015). Peran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Seminar Nasional MAPEKI 2015*.



Westri Kekalih <westrie@unika.ac.id>

article Submit

2 messages

Westri Kekalih <westrie@unika.ac.id>

Mon, Nov 11, 2019 at 7:32 AM


To: tudor.maruntelu@srac.ro

Dear Editors,

We are interested in publishing our article entitled "Improving The Quality of Tourism Management and Its Supporting MSMEs Based on An IPA and SOAR Analysis: A Study in Pekalongan Regency, Indonesia" in the journal "Quality - Access to Success". We hereby submit the intended article. We inform you that this article has not been copyrighted or published elsewhere; is not under consideration for publication elsewhere; has been approved by all co-authors, and if any; after being accepted by Quality-Access to Success journal, it will not be published in another journal.

We hope that our article will be well received. Thank you very much for your kindness

*Warmest regards,**MG. Westri Kekalih S**FEB Soegijapranata Catholic University**Semarang Indonesia*Powered by unika.ac.id mail service

 **IMPROVING THE QUALITY OF TOURISM MANAGEMENT AND ITS SUPPORTING MSMES BASED ON AN IPA AND SOAR ANALYSIS A STUDY IN PEKALONGAN REGENCY, INDONESIA.docx**
57K

Tudor Maruntelu <tudor.maruntelu@srac.ro>

Mon, Nov 11, 2019 at 4:31 PM

Reply-To: tudor.maruntelu@srac.ro

To: Westri Kekalih <westrie@unika.ac.id>

Dear Prof. MG Westri Kekalih Susilowati,

Your paper will be evaluated and, up to 6th of December, you will get the answer.

Sincerely,

Tudor-George Maruntelu