

Dr. Wati Nurhadi, M.Si, M.Pd, Ph.D., dosen dan peneliti di Jurusan Bahasa dan Sastra, Fakultas Sastra, Universitas Sebelas Maret, dan telah bekerja sebagai Peneliti di Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Sebelas Maret sejak tahun 2012. Ia telah menerbitkan beberapa buku dan artikel ilmiah, serta telah mengikuti berbagai pelatihan dan seminar internasional, nasional, dan regional. Saat ini, ia sedang melakukan penelitian tentang pengembangan UMKM, khususnya di bidang kuliner, sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ia juga pernah melakukan penelitian tentang peran perempuan sebagai pemimpin di bidang pariwisata.



Winda Kusumaditya, dosen di jurusan Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Gunung Djati Bandung, memiliki pengalaman sebagai dosen di Universitas Mitra Widyadarmas, Universitas Mitra Widyadarmas, dan Universitas Mitra Widyadarmas sejak tahun 2012. Ia telah menerbitkan beberapa artikel ilmiah dan buku. Saat ini, ia sedang melakukan penelitian tentang pengembangan UMKM, khususnya di bidang kuliner, sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dr. Sri Hartono Widiyaningtyas, dosen Pengajaran dan Pembelajaran Bahasa Indonesia di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, memiliki pengalaman sebagai dosen di Universitas Mitra Widyadarmas, Universitas Mitra Widyadarmas, dan Universitas Mitra Widyadarmas sejak tahun 2012. Ia telah menerbitkan beberapa artikel ilmiah dan buku. Saat ini, ia sedang melakukan penelitian tentang pengembangan UMKM, khususnya di bidang kuliner, sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.



RAJAR KERTASUNAN SURABAYA PENERBITAN

KAWASAN
DAN UMKM PENDUKUNG

PARWISATA
KABALONG

KABUPATEN PEKALONGAN

MG. Westri Kencana Susilowati, SE, ME
Dr. Retno Yustini Wahyuningsih, M.Si.
Dr. Widuri Kurniasari, M.Si.



© 2023 RAJAR KERTASUNAN SURABAYA PENERBITAN. ISBN 978-602-714918-4



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:



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.



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

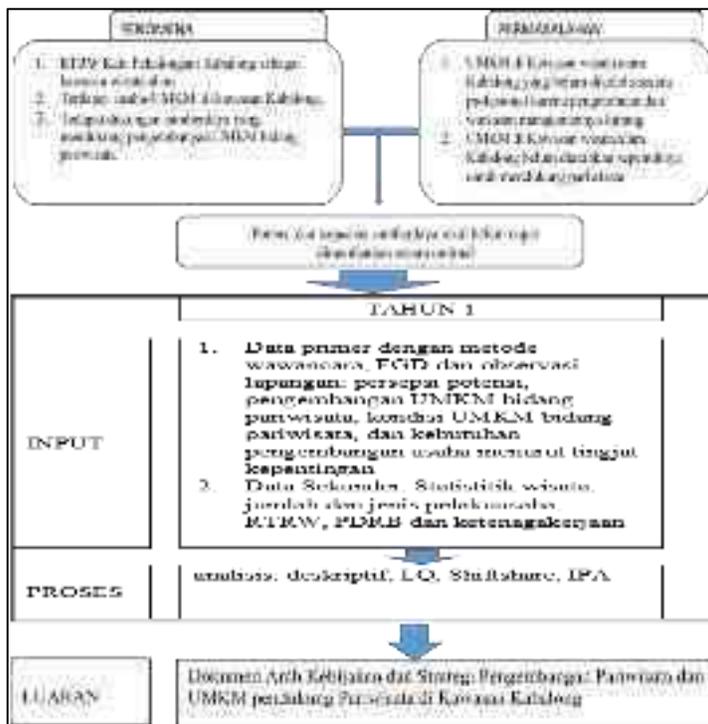
2.1. Obyek dan Lokasi

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. Penggalan 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:

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

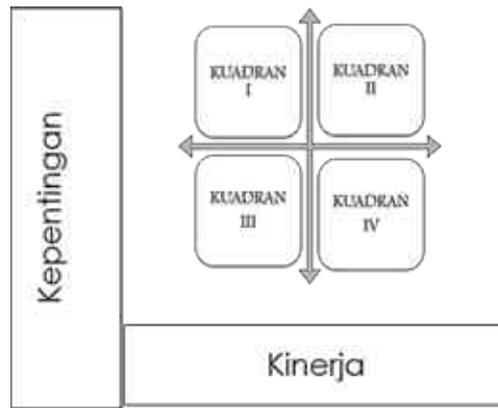
$$IndustrialMix (IM)_{ikt} = Y_{ikt-1} * \left[\frac{Y_{ijTt}}{Y_{ijTt-1}} - \frac{Y_{jTt}}{Y_{jTt-1}} \right]$$

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

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 kontinu 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 *networking* 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 ekonomik 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 ekonomik dan non ekonomik 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.

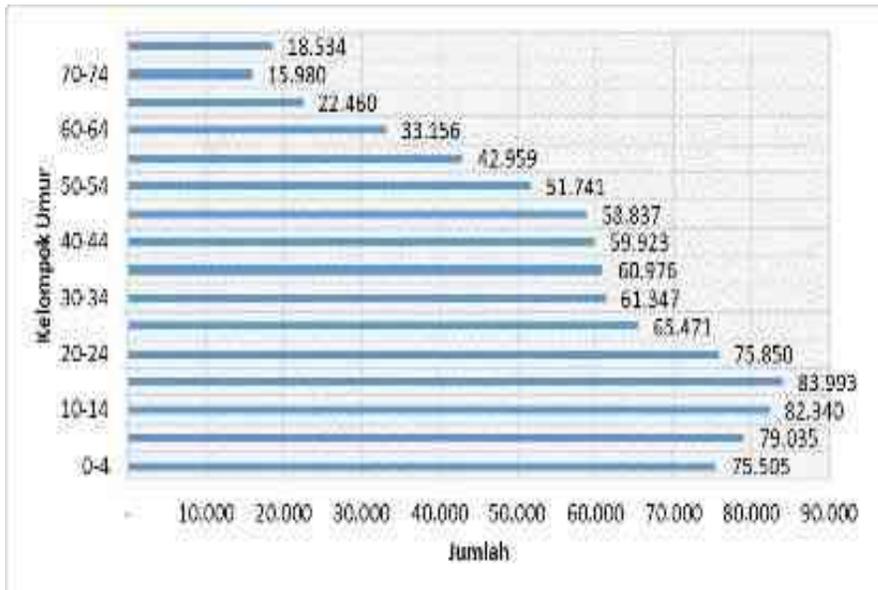
Penduduk Kabupaten Pekalongan tersebar di 19 Kecamatan dengan kondisi persebaran yang kurang merata. Terdapat beberapa kecamatan dengan kepadatan penduduk per kilo meter persegi mencapai lebih dari 4.000 orang, namun terdapat pula kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk kurang dari 200 orang.

Tabel 4.2. Komposisi Penduduk Menurut Umur Kabupaten Pekalongan 2017

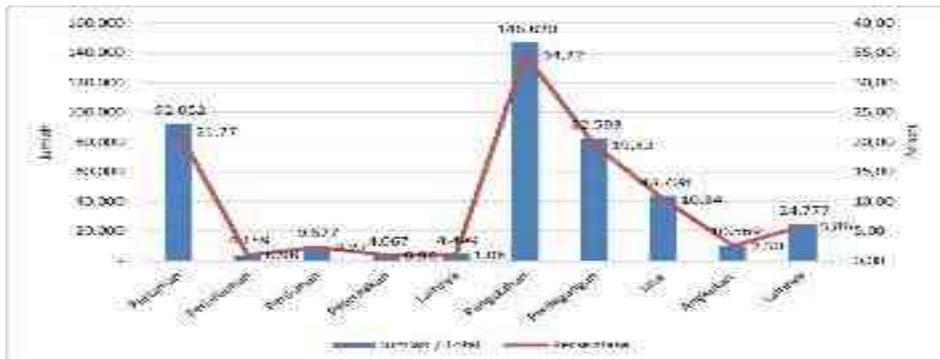
Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0 - 4	38,733	36,772	75,505
5 - 9	40,628	38,407	79,035
10 - 14	41,979	40,361	82,340
15 - 19	41,704	40,289	81,993
20 - 24	38,547	37,303	75,850
25 - 29	32,657	32,814	65,471
30 - 34	29,926	31,511	61,437
35 - 39	29,819	31,157	60,976
40 - 44	29,729	30,194	59,923
45 - 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	5,149	11,980
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. Manufaktur	4.581.248	4.581.248	4.581.248	4.581.248	4.581.288
2. Tekstil	1.656.115.864	1.727.567.883	1.727.567.883	1.633.538.300	1.626.914.000
3. Kimia	2.437.300	2.437.300	2.437.300	2.437.300	2.437.300
4. Pengolahan Lainnya	1.694.715.117	1.906.167.736	1.949.767.806	1.986.934.241	1.986.934.239
Jumlah	3.357.849.528	3.640.754.367	3.682.150.457	3.627.401.089	3.520.867.527

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 $6^{\circ}57'8,34''\text{LS}$ – $7^{\circ}2'12,66''\text{LS}$ dan $109^{\circ}34'3''\text{BT}$ – $109^{\circ}36'34,56''\text{BT}$. 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

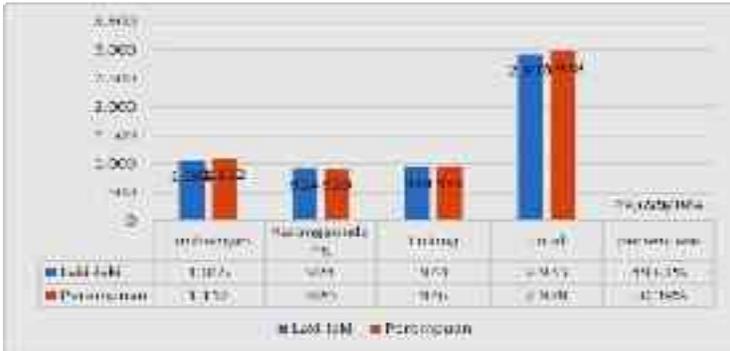
b. Kependudukan dan Ketenagakerjaan

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

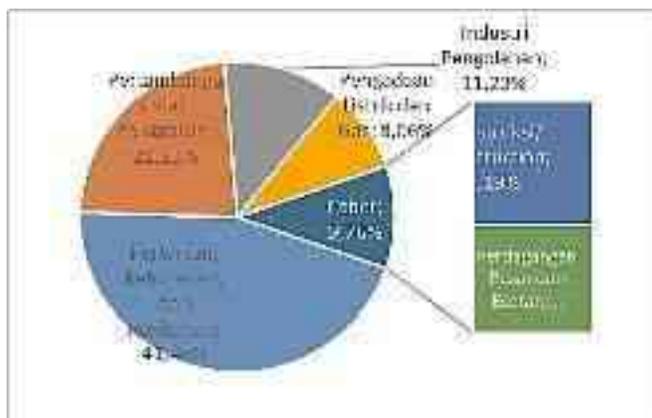
Jenis pekerjaan di Kabalong dibagi ke dalam 13 kriteria mulai dari pertanian sampai dengan jasa lainnya. Berdasarkan tabel 4.4. diketahui bahwa mayoritas penduduk di Kabalong memiliki mata pencaharian sebagai petani (33,32%).

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.

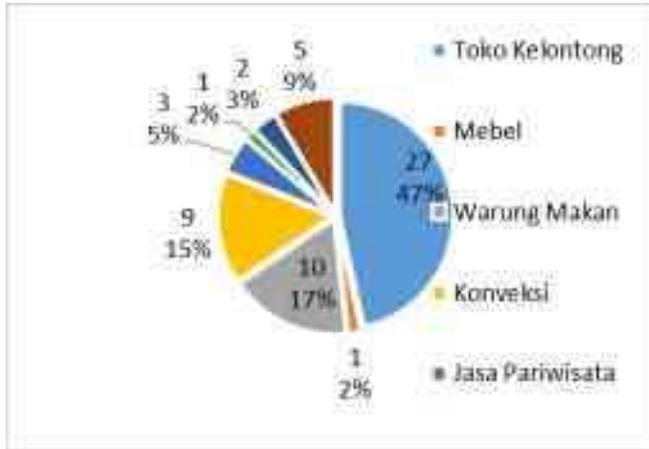
Tabel 6.4. Jenis Usaha

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

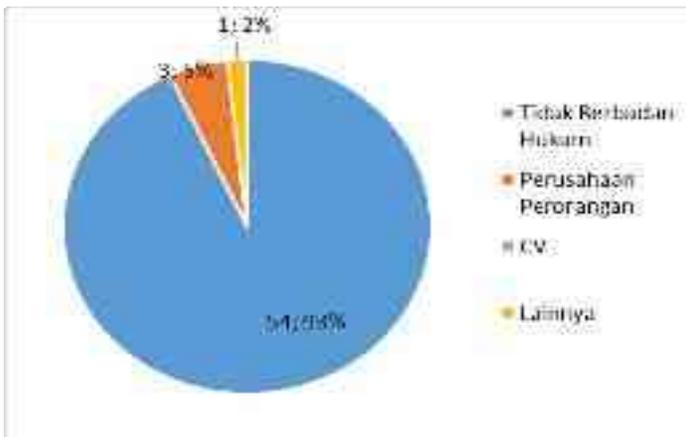
Sumber: Data diolah, 2019

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

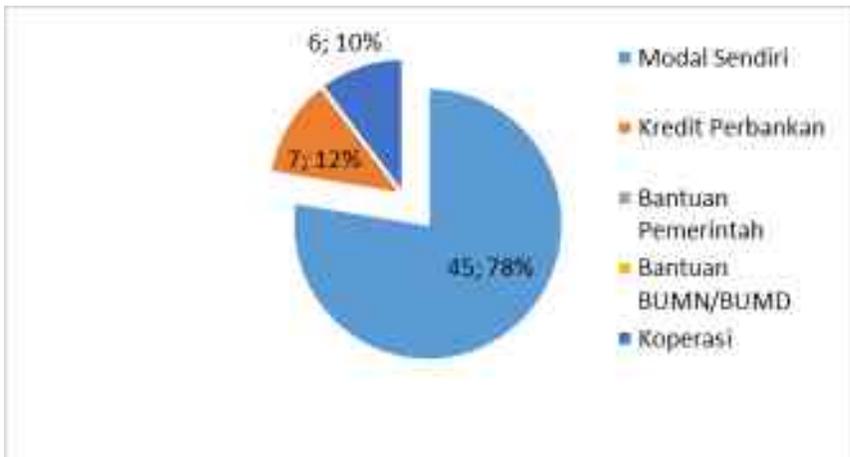
Faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan dalam usaha adalah faktor lokasi. Dari segi lokasi, tidak hanya posisi strategis secara pemasaran yang menjadi pertimbangan tapi banyak juga yang posisi/letak tempat dan lain-lain. Pemilihan lokasi sangat tergantung pada jenis usaha. Lokasi pada Kabolong tidak 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.

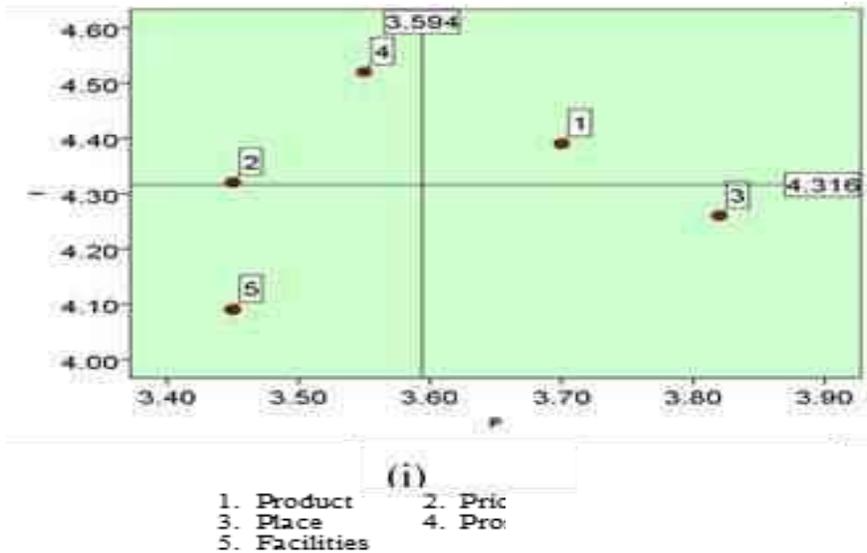
6.2. *Importance-Performance Analysis (IPA)* Bauran Pemasaran UMKM Bidang Pariwisata Kabalong

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.

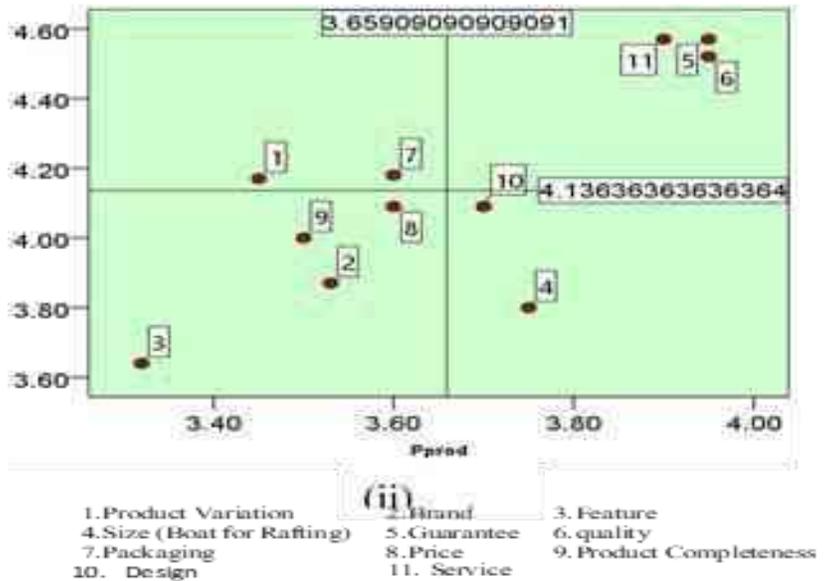
Unsur fasilitas berada pada kuadran III, yang menunjukkan bahwa unsur fasilitas dipandang relatif tidak penting dan kinerjanya yang relatif rendah. Kuadran III menjadi pedoman bahwa unsur yang berada pada kuadran ini bukan merupakan unsur prioritas. Hal ini menyiratkan bahwa fasilitas sudah tersedia 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.



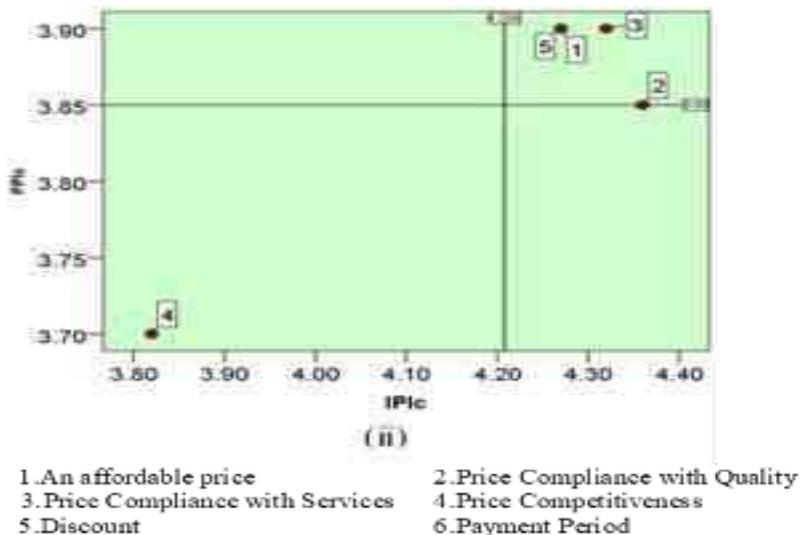
Gambar 6.5. Diagram Kartesius Unsur Produksi

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

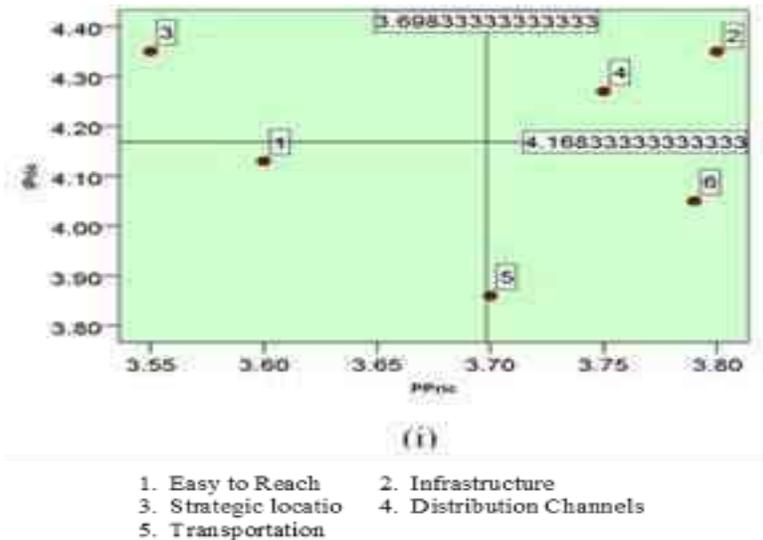
Sumber: Data primer, diolah 2019.

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*)

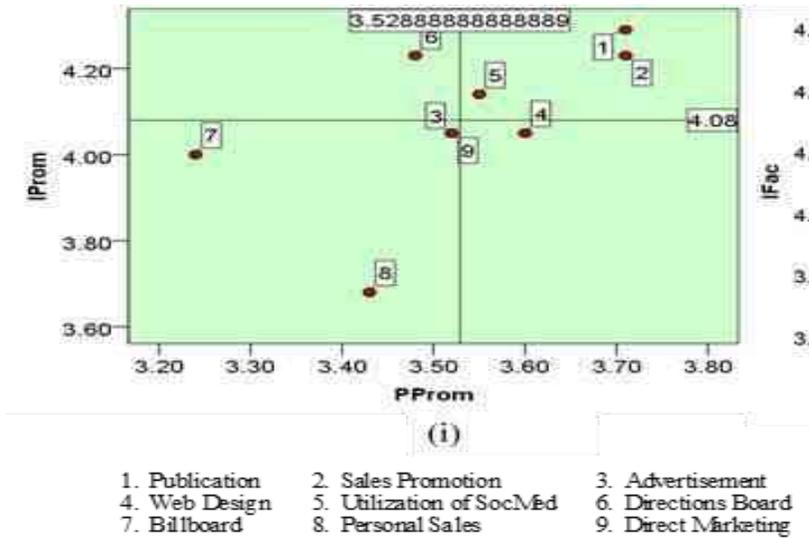
Aksesibilitas menjadi karakteristik penting bagi destinasi pariwisata. Unsur bauran pemasaran *place* (tempat) ini dicerminkan oleh kemudahan bagi pengunjung/ wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata, baik karena sarana prasarana transportasi yang sudah bagus maupun didukung dengan lokasi yang relatif 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.



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

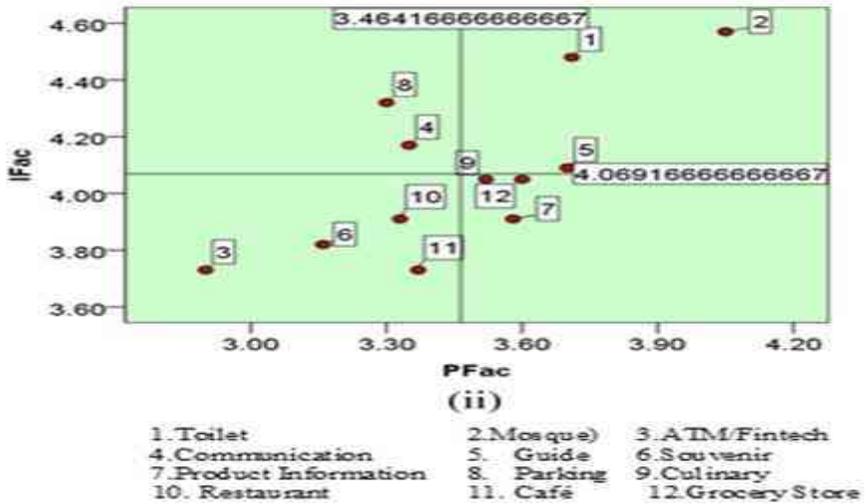
Hasil studi menunjukkan bahwa publikasi, pemanfaatan sosial media, serta pameran-pameran dan pertunjukkan berada pada kuadran I, mengindikasikan bahwa ketiga jenis komunikasi pemasaran tersebut selain penting juga dinilai memiliki kinerja yang bagus. Dengan demikian perlu terus dipertahankan disertai 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/ saparan/ 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 tumpengsari, kebun salak, kebun rambutan, kebun papaya, 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: pertidasa 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.

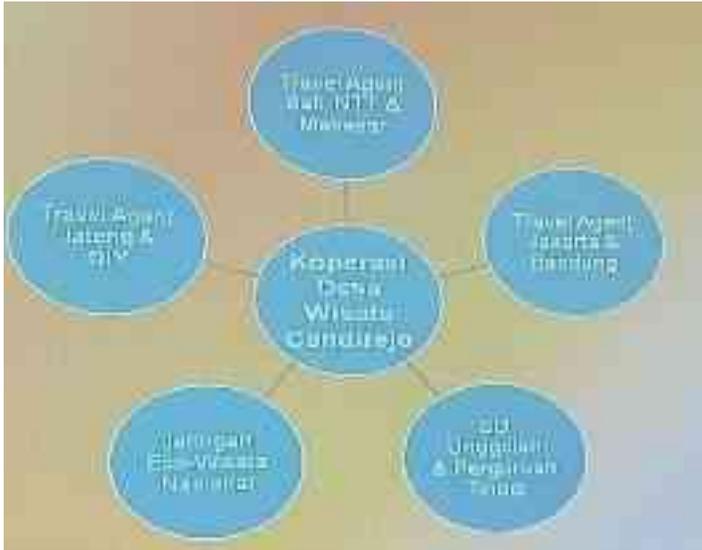
Home industry merupakan salah satu potensi wisata desa yang disajikan. Industri kecil rumahan ini antara lain adalah industri tempe kedelai, industri krupuk selondok, dan lain-lain. Sambil menikmati udara desa yang segar, wisatawan dilewatkan di kebun pepaya dan jeruk. Wisatawan dapat memetik buah-buahan 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 "Pothil"



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 bertakwa 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 Enterprisesm, *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