

## **POTENSI UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DAN PARIWISATA SEBAGAI SEKTOR UNGGULAN DAERAH**

**Hari Susanta Nugraha, Rabith Jihan Amaruli, dan Darwanto**  
*Universitas Diponegoro*

### **Abstract**

Unit Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) is a business unit that provides a positive impact on the economy and the artery of the regional and national economy. MSMEs products was considered to serve as a flagship product in international trade. However, there are still some MSMEs's products such as products of creative MSME and tourism that needs to be given special attention related to product development of MSME. The purpose of this study was to analyze the potential uniqueness, local knowledge and institutions in the development of MSME products based creative economy and tourism. The analytical method used is a qualitative descriptive analysis method using Strength, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis based on data derived from the results of in-depth interview with key person who manage the tourism destination. The results show that the identification of strengths, weakness, opportunities and threats MSME products based creative economy and tourism so that it can be used as a reference in formulating strategies and models of strengthening the MSMEs products that require an active role of government and local communities to participate in the development of MSMEs based creative economy and tourism and the role of institutions is one of the most important things in the development of MSMEs based creative economy and tourism.

**Keywords :** *MSME, Creatives Economy, Tourism, Institutions*

### **Pendahuluan**

Unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang menjadi urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Produk-produk UMKM dapat dijadikan sebagai produk andalan untuk diperjualbelikan pada perdagangan internasional seperti produk hasil pertanian, produk tekstil, produk kerajinan, serta produk lain yang berasal dari potensi lokal. Produk UMKM adalah produk yang berpotensi untuk dikembangkan secara kreatif dan inovatif sehingga kualitas produk UMKM dapat meningkat dan bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional. Selain adanya produk-produk UMKM hasil olahan potensi lokal, terdapat pula potensi alam lokal yang memiliki keanekaragaman kesenian dan budaya dengan ciri khas tertentu seperti adanya peninggalan

keperbakaan fisik. Potensi alam lokal tersebut dapat dipamerkan dan dijadikan sebagai suatu destinasi wisata yang menarik.

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan sementara dari satu tempat menuju tempat lain dengan tujuan untuk mengistirahatkan fisik maupun mental setelah melakukan pekerjaan dan kegiatan untuk menghabiskan waktu dengan keluarga (Spillane,1993). Wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata akan menimbulkan adanya interaksi dengan masyarakat lokal sehingga secara langsung ataupun tidak langsung akan ada proses pengenalan kebudayaan lokal(Spillane , 1994). Kebudayaan tersebut membentuk suatu kearifan lokal. Karakteristik kearifan lokal menurut Kongprasertamorn (2007) meliputi : 1) adanya ajaran tentang nilai moral dan budaya, 2) adanya ajaran tentang kecintaan terhadap alam, dan 3) adanya pengaruh leluhur/tetua dari suatu kelompok masyarakat.

ASEAN telah menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal pada tahun 2015. Hal tersebut berdampak pada adanya arus bebas barang, jasa dan modal, investasi, serta bebasnya sumber daya manusia yang terampil diantara Negara ASEAN. Hal tersebut akan berdampak positif bagi Indonesia yaitu terbukanya peluang untuk meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Ketahanan dan daya saing UMKM di Indonesia menjadi hal penting yang harus diutamakan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN ( *ASEAN Economic Community*, MEA/AEC) karena UMKM selama ini telah berupaya dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan domestik negara dan mampu mengurangi kemiskinan UMKM dan pariwisata sebagai sektor industri yang diharapkan untuk mampu mempertahankan nilai-nilai positif yang telah ada dan kualitas dalam unit usaha (Indarti dan Anton, 2014).

## **Tinjauan Pustaka**

### **Industri Kreatif**

Menurut Departemen Perdagangan RI , Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu/kelompok untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penciptaan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memperdayakan kreasi dan daya cipta individu/kelompok tersebut. Ruang lingkup ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. Departemen Perdagangan juga mengidentifikasi sektor-sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu: 1) Periklanan; 2) Arsitektur; 3) Pasar Barang Seni; 4) Kerajinan (handicraft); 5) Desain; 6) Fashion; 7) Film, video, dan fotografi; 8) Permainan interaktif; 9) Musik; 10) Seni pertunjukan; 11) Penerbitan dan percetakan; 12) Layanan komputer dan piranti lunak; 13) Radio dan Televisi; dan 14)

Riset dan Pengembangan. Ekonomi kreatif cenderung bertumpu pada kualitas sumber daya manusia sedangkan industri manufaktur cenderung terhadap memiliki orientasi pada kuantitas produk sehingga ekonomi kreatif lebih banyak muncul di kelompok industri kecil menengah (Departemen Perdagangan, 2007)

### **Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata**

Spillane (1993) menyatakan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan perorangan maupun kelompok ke suatu tempat dengan sementara untuk mencari keserasian atau keseimbangan serta kebahagiaan dalam dimensi sosial, budaya, alam, serta ilmu. Spillane mengelompokkan tujuan individu/kelompok berwisata antara lain yaitu menikmati perjalanan, menghabiskan waktu bersama keluarga, urusan usaha dagang, dan lainnya. Pengembangan pariwisata adalah segala bentuk kegiatan yang terkoordinasi dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan serta meningkatkan layanan sarana dan pra-sarana, berupa barang atau jasa serta fasilitas. Hal tersebut dikategorikan sebagai kegiatan kompleks karena kegiatan tersebut mengkoordinasikan antara kegiatan, sarana dan pra-sarana, objek dan daya tarik, fasilitas penunjang, sarana lingkungan dan sebagainya dengan wisatawan (Soemarwoto, 1993).

### **Unsur Budaya, Sejarah, dan Kearifan Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata**

Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu pilihan strategi budaya untuk mengurangi dampak adanya globalisasi dan mampu menjadi *counter culture* dominasi budaya negara-negara maju yang berdampak besar terhadap pola pikir dan “budaya” masyarakat negara-negara berkembang. Kebudayaan merupakan kompleks yang mencakupi kepercayaan, moral, hukum, adat istiadat, pengetahuan, kesenian, dan kemampuan dan kebiasaan yang telah diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat di suatu wilayah. Kearifan lokal adalah suatu bentuk pengetahuan yang diwariskan dari generasi sebelumnya ataupun pengalaman yang terkait dengan masyarakat serta lingkungan suatu komunitas pada suatu tempat dengan tujuan untuk menyelesaikan persoalan atau kesulitan yang dihadapi oleh suatu komunitas.

Kearifan lokal diartikan pula sebagai suatu tindakan positif saat berinteraksi dengan alam dan kondisi lingkungan sekitar dimana terbentuk dari suatu nilai adat dan agama, serta pengaruh leluhur atau budaya lokal yang membangun suatu komunitas yang mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar (Vitasurya, 2016). Budaya lokal memiliki peran dan potensi sebagai *counter culture* yang berbeda dari dominasi budaya global yang telah ada (Fakih, 2003). Hidayat dalam Kencana (2010) menyatakan bahwa sejarah adalah representasi dari peradaban bangsa. Pengembangan wisata sejarah dengan memberdayakan

elemen dan lanskap sejarah sebagai objek wisata merupakan salah satu cara atau bentuk pelestarian elemen dan lanskap sejarah itu sendiri. Selain itu, keberhasilan pengembangan wisata juga perlu ditunjang faktor-faktor seperti atraksi/objek wisata, transportasi, wisatawan, fasilitas pelayanan, informasi dan promosi, serta kebijakan dan program pemerintah.

### **Kelembagaan**

Kelembagaan dijelaskan Yeager dalam Yustika (2006) sebagai suatu aturan main mencakup regulasi yang menjadikan masyarakat saling berinteraksi. Kelembagaan berdasarkan bentuknya oleh North dalam Syarif (2013) dibagi menjadi dua yaitu informal dan formal. Kelembagaan informal merupakan kelembagaan yang berada di kalangan masyarakat umum dan tidak tertulis seperti adat istiadat, tradisi dan kesepakatan. Sedangkan kelembagaan yang ditunjukkan oleh peraturan tertulis seperti perundang-undangan, kesepakatan (*aggrements*) tertulis, perjanjian kontrak dan peraturan tertulis yang berlaku pada tingkat lokal, regional, nasional hingga internasional disebut sebagai kelembagaan formal.

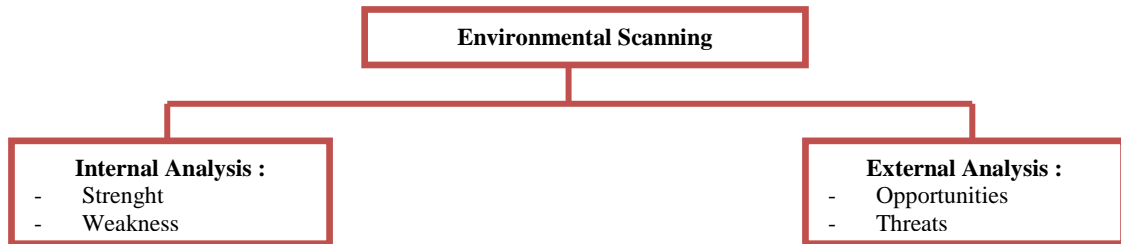
### **Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats* (SWOT) dengan pendekatan deskriptif kualitatif berdasarkan data primer yang dikumpulkan dengan cara observasi secara langsung dan hasil *indepth interview*. Metode analisis SWOT merupakan metode yang dipergunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada suatu unit usaha dengan melihat kondisi unit usaha sebelum terjadi permasalahan dan membantu merumuskan solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan yang ada (Ommani, 2011). Kerangka dan matriks analisis SWOT ditunjukkan pada Gambar 1.

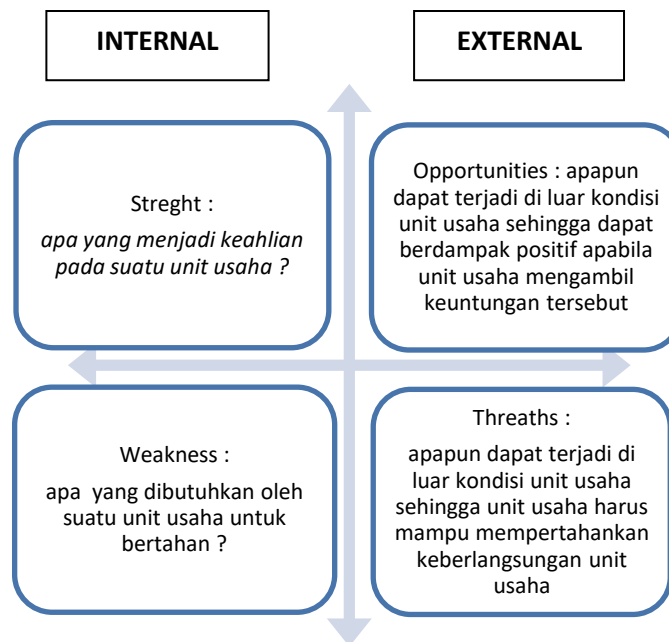
**Gambar 1.**

**SWOT Analysis Framework and SWOT Analysis Matrix**

a) *SWOT Analysis Framework*



b) *SWOT Analysis Matrix*



Sumber : Osita, dkk (2014).

**Hasil Dan Pembahasan**

**Analisis SWOT UMKM Kreatif dan Wisata Berbasis Kearifan Lokal.**

Secara umum UMKM kreatif dan wisata mengandalkan potensi keunikan dan kearifan lokal untuk upaya pengembangan dan pembangunan perekonomian wilayah setempat. Potensi keunikan dan kearifan lokal tersebut dapat meliputi :1) alam (pantai, gunung, goa, sungai, danau); 2) bangunan, benda, dan lokasi bersejarah (monumen, gedung, tempat ibadah, candi, peralatan perang, prasasti, patung, fosil, artefak, kota dan desa

bersejarah); 3) kuliner (makanan dan minuman tradisional); 4) budaya lokal (ritual adat, upacara adat, permainan tradisional); 5) busana lokal (pakaian adat dan motif kain); 6) seni pertunjukan (tarian, sastra, film, cerita rakyat, dan pewayangan); dan 7) seni visual (lukisan, ornamen, dan relief).

Pengembangan UMKM Kreatif dan wisata masih terdapat permasalahan. Permasalahan-permasalahan ditinjau dari aspek industri, teknologi, sumber daya, institusi, dan keuangan/permodalan secara umum meliputi kurangnya promosi umkm kreatif dan wisata lokal, kurangnya sumber daya manusia untuk mengelola umkm kreatif maupun wisata lokal, rendahnya permodalan dan adanya permasalahan keuangan dalam umkm kreatif dan wisata lokal, kurangnya dukungan pemerintah setempat untuk pengembangan umkm kreatif dan wisata lokal, masih belum dipergunakannya peralatan teknologi yang dapat membantu menunjang proses produksi dalam UMKM kreatif. Permasalahan-permasalahan yang terdapat pada UMKM kreatif dan wisata berbasis kearifan lokal tersebut dapat dikurangi dengan adanya dukungan pemerintah setempat dalam upaya pengembangan dan pembangunan UMKM kreatif dan wisata lokal berupa bantuan dana dari pemerintah untuk pembiayaan operasional kegiatan kebudayaan, pemberian stimulan kepada komunitas pegiat seni dan budaya, pengadaan diskusi bersama antara pemerintah dengan pelaku UMKM kreatif dan wisata dan kemudahan dalam perijinan. Selain itu pula adanya partisipasi masyarakat lokal dapat membantu keberlangsungan UMKM kreatif dan wisata lokal.

Permasalahan UMKM kreatif dan wisata lokal apabila tidak mendapat perhatian maka akan menjadi kelemahan pada UMKM kreatif dan wisata lokal sehingga pengembangan UMKM kreatif dan wisata lokal dikhawatirkan dapat terhambat oleh pesaing. Selain itu ancaman/hambatan lain yang tidak dapat diprediksi khususnya pada destinasi wisata berbasis potensi alam adalah adanya bencana alam dan siklus musim yang mengalami perubahan.

Potensi dan kelemahan merupakan faktor internal yang dijadikan acuan dalam analisis faktor strategi internal sedangkan peluang dan ancaman adalah faktor eksternal yang dijadikan acuan pada analisis faktor strategi eksternal. Faktor internal merupakan faktor-faktor yang bersangkutan dengan kondisi yang terjadi di dalam UMKM kreatif dan wisata yang berupa keuangan, operasional, sumber daya manusia (SDM), penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, budaya serta pemasaran dalam unit usaha sedangkan faktor eksternal merupakan faktor-faktor di luar UMKM kreatif dan wisata yang berupa ekonomi, lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, politik, hukum, teknologi,

kependudukan, dan sosial budaya. Kedua faktor tersebut mempengaruhi UMKM kreatif dan wisata dalam pengambilan keputusan (Zohratun, 2013). Potensi, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM kreatif dan wisata yang telah dipaparkan tersebut diringkas dalam bentuk Matriks SWOT yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam strategi pengembangan dan pembangunan UMKM kreatif dan wisata lokal dalam jangka panjang.

**Gambar 1. MatriksSWOT UMKM Kreatif dan Wisata Berbasis Kearifan Lokal.**



Sumber : data diolah, 2016.

SWOT UMKM kreatif dan wisata berbasis kearifan lokal tersebut apabila dijabarkan berdasarkan beberapa UMKM kreatif dan wisata di Provinsi Jawa Tengah khususnya di Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Pati dan Kota Solo dijelaskan sebagai berikut :

1. Kawasan Objek Wisata Colo, Kabupaten Kudus.

Analisis SWOT kawasan objek wisata Colodi Kabupaten Kudus dijelaskan sebagai berikut : 1) *Strength* meliputi adanya potensi objek wisata religi dan wisata alam yang menunjukkan kearifan lokal masyarakat Kabupaten Kudus khususnya Desa Colo; 2) *Weakness* meliputi kurangnya interaksi antara *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata serta kualitas SDM yang masih dinilai rendah; 3) *Opportunity* meliputi adanya dukungan masyarakat dengan upaya pembentukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang membawahi beberapa kelompok masyarakat seperti kelompok ojek, kelompok

pedagang, karang taruna dan PMPH (Paguyuban Masyarakat Pelindung Hutan); dan 4) *Threats* meliputi kondisi alam tepatnya pada jalanan menuju tempat wisata alam yang terjal dan turunan curam.

2. UMKM Kain Tenun Troso, Pantai Bandengan, Wisata Banteng Portugis dan Pulau Panjang, Kabupaten Jepara.

Analisis SWOT Kain Tenun Troso di Kabupaten Jepara dijelaskan sebagai berikut : 1) *Strength* meliputi proses pembuatan kain tenun secara tradisional menggunakan alat tenun bukan mesin (ATBM); 2) *Opportunity* meliputi adanya dukungan dari Pemerintah Kabupaten Jepara dalam pengembangan kain tenun Troso; 3) *Weakness* meliputi keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja terampil dan tenaga kerja lokal, sistem manajemen UMKM yang masih sederhana serta tujuan pemasaran kain tenun Troso yang masih terbatas; dan 4) *Threats* meliputi pesaing pengrajin kain tenun dari daerah lainnya yang lebih variatif.

Analisis SWOT Pantai Bandengan, Wisata Banteng Portugis, dan Pulau Panjang yang merupakan destinasi wisata di Kabupaten Jepara dijelaskan sebagai berikut : 1) *Strength* meliputi adanya potensi wisata alam yang menyediakan berbagai fasilitas permainan air seperti *jetski*, *banana boat* dan lainnya serta potensi wisata bangunan bersejarah yang menyajikan keindahan bangunan bersejarah peninggalan Portugis; 2) *Opportunity* meliputi dukungan Pemerintah Kabupaten Jepara melalui pembangunan dan pengembangan fasilitas destinasi wisata; 3) *Weakness* meliputi fasilitas MCK yang perlu ditingkatkan pelayanan dan kebersihannya; dan 4) *Threats* meliputi kondisi alam yang bersifat musiman.

3. UMKM Batik Bakaran, Kabupaten Pati.

Analisis SWOT UMKM Batik Bakaran di Kabupaten Jepara dijelaskan sebagai berikut : 1) *Strength* meliputi ciri khas motif batik bakaran yang memiliki motif yang berbeda dengan motif batik lainnya, batik bakaran merupakan produk *handmade* masyarakat lokal Desa Juwana, Kabupaten Pati, dan para pekerja berasal dari masyarakat lokal Desa Juwana; 2) *Weakness* meliputi produk batik bakaran masih belum dikenal oleh masyarakat luas, biaya kegiatan usaha batik bakaran umumnya berasal dari biaya pribadi pemilik usaha, masih banyaknya penggunaan bahan baku import, lembaga keuangan masih belum banyak menyalurkan dana bantuan, dan teknologi masih belum mendukung proses pembuatan batik; 3) *Opportunity* meliputi keaktifan UMKM Batik Bakaran untuk mengikuti pameran-pameran UMKM yang diselenggarakan Pemerintah maupun pihak



swasta; dan 4) *Threats* meliputi pesaing produk batik dari daerah lainnya seperti Batik Solo, Batik Pekalongan dan Batik Yogyakarta dan perubahan harga bahan baku yang berasal dari luar negeri.

#### 4. Wisata Budaya, Kota Solo.

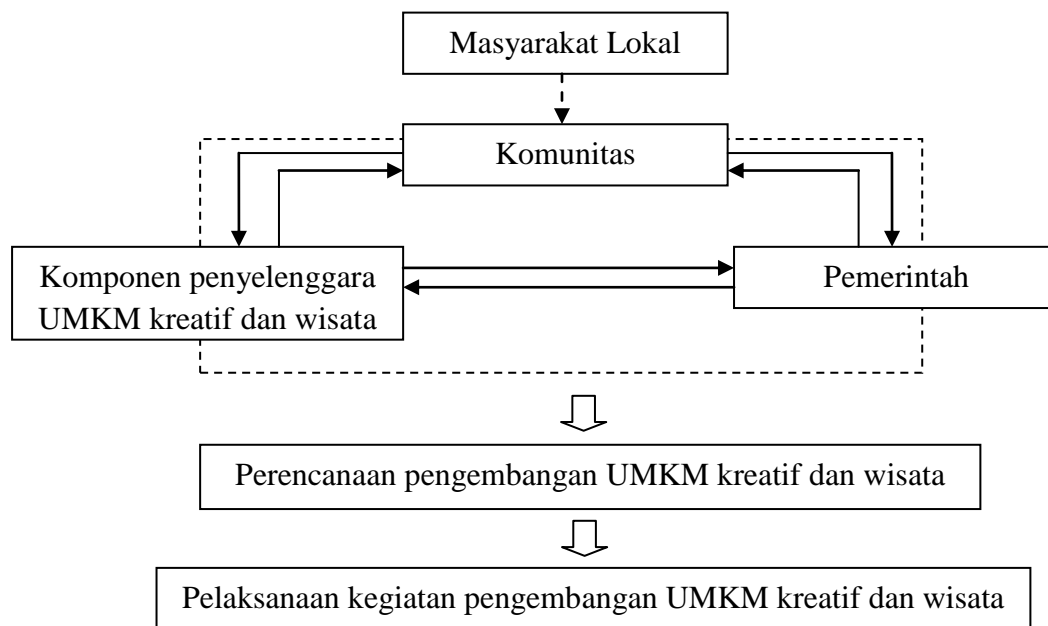
Analisis SWOT Wisata Budaya, Kota Solo dijelaskan sebagai berikut : 1) *Strength* meliputi potensi budaya lokal berupa bangunan bersejarah seperti Keraton Surakarta, Kerato Mangkunegaraan, Museum Danar Hadi dan Museum Radya Pustaka; 2) *Weakness* meliputi promosi wisata budaya Kota Solo yang masih perlu ditingkatkan; 3) *Opportunity* meliputi adanya kepedulian dan dukungan Pemerintah Kota Solo melalui bantuan dana untuk pengembangan wisata dan kebudayaan dan adanya partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan budaya dan wisata lokal; 4) *Threats* meliputi wisawatan yang cenderung menjadikan Kota Solo sebagai tempat persinggahan.

Kelembagaan pada UMKM kreatif dan wisata juga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam upaya pengembangan UMKM kreatif dan wisata. Kusuma (2015) menjelaskan pula bahwa aspek kelembagaan adalah salah satu aspek yang memiliki peranan penting dalam mencapai pembangunan industri pariwisata. Peranan penting adanya kelembagaan pada UMKM kreatif dan wisata ditunjukkan oleh peran aktif masyarakat melalui pembentukan dan keikutsertaan dalam kelompok-kelompok masyarakat (komunitas) yang peduli terhadap UMKM kreatif dan wisata seperti POKDARWIS (Kelompok Sadar Pariwisata) dan beberapa komunitas masyarakat lokal lain. Kelembagaan pada pengembangan UMKM kreatif dan wisata digambarkan pula pada adanya interaksi antara *stakeholder*. Schmeer dalam Danandjojo (2014) menjelaskan *stakeholder* sebagai aktor (perseorangan ataupun kelompok) yang berkepentingan dalam suatu kebijakan atau program yang sedang dijalankan. Sehingga aktor yang terlibat dalam pengembangan UMKM kreatif dan wisata adalah komponen pemerintah, komunitas lokal, dan komponen penyelenggara UMKM kreatif dan wisata.

Interaksi antara Pemerintah, komunitas lokal dan penyelenggara UMKM kreatif dan wisata dalam upaya pengembangan UMKM kreatif dan wisata ditunjukkan pada Gambar 2. Masyarakat lokal berpartisipasi dan membentuk suatu komunitas lokal seperti POKDARWIS, kelompok dagang dan lainnya. Masyarakat lokal berperan dalam mengolah dan menghasilkan produk UMKM kreatif ataupun memelihara kearifan lokal dengan bantuan dari Pemerintah maupun bantuan dari investor. Pemerintah juga berperan sebagai motivator dan pengarah bagi komunitas lokal. Komunitas lokal bersama-sama dengan Pemerintah dan penyelenggara UMKM kreatif dan swasta merencanakan upaya-upaya pengembangan yang sesuai dengan

kondisi UMKM kreatif dan wisata yang kemudian diwujudkan dalam bentuk kegiatan nyata seperti pelaksanaan pameran produk UMKM kreatif ataupun pameran mengenai destinasi wisata lokal yang dapat dikunjungi oleh wisatawan dan pelaksanaan kegiatan pelatihan kepada UMKM kreatif.

**Gambar 2.**  
**Kelembagaan Pengembangan UMKM Kreatif dan Wisata**



Sumber : data diolah, 2016.

**Potensi UMKM Kreatif dan Kearifan Lokal Wisata Berbasis Budaya dan Religi.**

UMKM Kreatif dan kearifan lokal wisata yang diangkat dari budaya dan religi dapat dijadikan sebagai potensi lokal yang dapat dikembangkan sekaligus membantu upaya proteksi terhadap budaya lokal. Thoyibbi (2003) menambahkan bahwa daya tarik unsur budaya dan kearifan lokal apabila dilihat dari adanya kebijakan otonomi daerah maka daerah memiliki kewenangan untuk menggali serta mengembangkan budaya lokal sebagai modal sosial dan budaya pembangunan masyarakat lokal. UMKM kreatif dan wisata berbasis budaya dan religi telah dikembangkan di Provinsi Jawa Tengah. UMKM kreatif dan wisata tersebut meliputi beberapa umkm kreatif dan wisata lokal yang berada di Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Pati dan Kota Solo.

Kawasan Objek Wisata Colo di Kabupaten Kudus merupakan kawasan objek wisata berbasis religi dan objek wisata alam. Objek wisata religi pada kawasan objek wisata Colo meliputi Makam Sunan Muria (Syekh R. Umar Said, salah satu dari Walisanga/Wali Sembilan) dan objek wisata religi Makan Sunan Kudus yang berada di Masjid Menara Kudus. Makam Sunan Muria dan Makam Sunan Kudus yang terdapat di Kabupaten Kudus ini

dijadikan suatu objek wisata dikarenakan adanya kepercayaan wisatawan terhadap adanya roh pendahulunya dan selain itu pula dalam religi terdapat hubungan antara keberagaman tradisi, kemajemukan, dan perbedaan budaya. Masyarakat yang berada di kawasan objek wisata Colo banyak dipengaruhi oleh budaya pesisir dan budaya Islam sehingga objek wisata cenderung berbasis religi. Objek wisata Colo berbasis pula pada potensi alam yang meliputi air terjun Montel dan Wisata Alam Rejanu. Kedua wisata tersebut menunjukkan keindahan alam Gunung Muria. Pemerintah khususnya perangkat desa Colo membentuk paguyuban Pokdarwis, masyarakat yang memiliki usaha kecil menengah (UMKM) membentuk kelompok dagang, dan masyarakat lokal lainnya membentuk beberapa kelompok untuk ikut serta dalam upaya pengembangan dan pemeliharaan kawasan objek wisata Colo. Syahriar (2015) menyebutkan dalam upaya pengembangan wisata diperlukan adanya kolaborasi pengelolaan secara langsung yang dapat berupa paket kegiatan yang terencana dan teragendakan sehingga dalam pengelolaan kegiatan tidak berjalan sendiri-sendiri sesuai dengan kewenangan dari pihak yang terkait.

UMKM Kain Tenun Troso merupakan UMKM kreatif di Kabupaten Jepara yang berbasis budaya. UMKM Kain tenun ikat Troso ini masih menggunakan peralatan tradisional dan alat tenun bukan mesin (ATBM). Proses produksi dari awal hingga akhir masih mengandalkan pada keterampilan para pengrajin sehingga kuantitas kain tenun produksi Troso dinilai masih belum stabil sehingga masih belum mampu memenuhi permintaan pasar. Hal tersebut berdampak pada pemasaran produk kain tenun Troso yang masih terbatas pada wilayah Bali dan Lombok terutama pada destinasi wisata. Motif kain tenun Troso juga tidak memiliki kekhasan dan motif cenderung mengikuti perkembangan jama. Selain adanya UMKM kreatif terdapat pula destinasi wisata di Kabupaten Jepara yaitu wisata Benteng Portugis dan wisata pantai Bandengan dan Pulau Panjang. Wisata Benteng Portugis merupakan destinasi wisata berbasis kearifan lokal khususnya pada bangunan-bangunan bersejarah sedangkan destinasi wisata pantai Bandengan dan Pulau Panjang merupakan destinasi wisata yang berbasis pada potensi alam.

UMKM Batik Bakaran yang berada di Kabupaten Pati merupakan salah satu UMKM kreatif yang berbasis budaya. Batik Bakaran ini dinilai masih belum mengalami perkembangan yang pesat seperti produk lokal dari Kota Solo dan Pekalongan padahal batik bakaran ini memiliki ciri khas tersendiri pada motif batiknya. Hal tersebut diharapkan menjadi perhatian khusus bagi Pemerintah maupun masyarakat lokal sehingga produk batik bakaran dapat dikembangkan dan dapat memberikan sumbangan langsung terhadap ciri khas

Kabupaten Pati. Ciri khas motif batik Bakaran merupakan hasil perpaduan kebudayaan pedalaman dan pesisir masyarakat di Kabupaten Pati. Warna-warna pada batik bakaran khas Kabupaten Pati didominasi oleh warna hitam, putih dan coklat yang membentuk suatu corak dengan teknik memecah dalam membatik (*remekan*).

Wisata Budaya yang meliputi bangunan peninggalan bersejarah yakni Keraton Surakarta, Keraton Mangkunegaran, Museum Damar Hadi, Museum Radya Pustaka merupakan destinasi wisata yang berbasis budaya di Kota Solo. Wisata budaya yang berkembang pesat di Kota Solo merupakan hasil dari dukungan dan kepedulian Pemerintah Kota Solo beserta masyarakat lokal dalam pengelolaan kebudayaan lokal dan bangunan-bangunan bersejarah di Kota Solo. Dukungan dan kepedulian Pemerintah ditunjukkan melalui pemberian wadah untuk membentuk komunitas yang mendukung perkembangan pariwisata, pemberian bantuan dana kepada komunitas budaya melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Selain adanya dukungan dari Pemerintah setempat terdapat pula partisipasi masyarakat lokal. Partisipasi tersebut tidak hanya berlandas pada keinginan untuk memperbaiki kualitas hidup namun terdapat pula keinginan masyarakat lokal untuk mempertahankan seni dan warisan budaya Jawa. Kusuma (2015) menjelaskan pula bahwa masyarakat Kota Solo menilai wisata budaya Kota Solo sebagai suatu aspek penting bagi kehidupan masyarakat lokal dan adanya pengembangan wisata budaya dianggap mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kota Solo.

## **Kesimpulan**

UMKM Kreatif dan wisata yang berbasis kearifan lokal terdapat beberapa potensi, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi berdasarkan kondisi UMKM kreatif dan wisata. Potensi, kelemahan, ancaman yang terdapat pada UMKM kreatif dan wisata dirumuskan dalam bentuk matriks SWOT dapat dijadikan sebagai acuan dalam strategi pengembangan dan pembangunan UMKM kreatif dan wisata lokal dalam jangka panjang. Kelembagaan pada UMKM kreatif dan wisata juga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam upaya pengembangan UMKM kreatif dan wisata

UMKM Kreatif dan wisata yang berbasis budaya maupun religi di Provinsi Jawa Tengah yang telah dikembangkan antara lain adalah 1) Kawasan Objek Wisata Colo, Kabupaten Kudus; 2) UMKM Kain Tenun Troso, Wisata Benteng Portugis serta Wisata Pantai Bandengan dan Pulau Panjang, Kabupaten Jepara; 3) UMKM Batik Bakaran, Kabupaten Pati; dan 4) Wisata Budaya, Kabupaten Solo. UMKM kreatif dan kearifan lokal wisata yang

diangkat dari budaya dan religi dapat dijadikan sebagai potensi lokal yang dapat dikembangkan sekaligus membantu upaya proteksi terhadap budaya lokal. Pengembangan UMKM kreatif dan wisata berbasis budaya dan religi tersebut membutuhkan peran aktif Pemerintah setempat dan masyarakat lokal. Peran aktif Pemerintah dapat berupa pembiayaan operasional kegiatan kebudayaan, pemberian stimulan kepada komunitas pegiat seni dan budaya, pengadaan diskusi bersama antara pemerintah dengan pelaku UMKM kreatif dan wisata dan kemudahan dalam perijinan sedangkan peran aktif masyarakat dapat ditunjukkan melalui kegiatan kepedulian terhadap kebudayaan lokal.

### Daftar Pustaka

- Danandjojo, Y. N. (2014). Analisis Stakeholders dalam Pengembangan Situs Megalit Gunung Padang sebagai Daya Tarik Pariwisata Budaya Berkelanjutan di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota A SAPPK VINI*, 136-145.
- Fakih, M. (2003). *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kencana, I. P., Arifin, & Susilo, N. H. (2010). Studi Potensi Lanskap Sejarah untuk Pengembangan Wisata Sejarah di Kota Bogor. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 7-13.
- Kongprasertamorn, K. (2007). Local Wisdom Environmental Protection and Community Development : The Clam Farmers in Tambin Bangkhunsai Phetchaburi Province, Thailand. *MANUSYA : Journal of Humanities*, 1-10.
- Kusuma, A. F., & Darwanto. (2015). Nilai-Nilai Modal Sosial yang Terkandung dalam Perkembangan Pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*, Vol. 22, No.1, 65-84.
- Ommani, A. R. (2011). Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system business management : Case of wheat farmers of Shardevan District, Shoushtar Township, Iran. *African Journal of Business Managment* , 9449-9454.
- Osita, C. I., R., O. I., & Justina, N. (2014). Organization's stability and productivity : the role of SWOT analysis in acronym for strength, weakness, opportunities and threat. *IJIAR (International Journal Of Innovate and Applied Research)*, 23-32.
- Perdagangan, D. (2007). *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Dipetik September 27, 2016, dari <http://dgi-indonesia.com>
- Soemarwoto, O. (1993). *Pengembangan Pariwisata dan Dampak yang Ditimbulkannya* . Yogyakarta: Andi.
- Spillane , J. J. (1993). *Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius dan Lembaga Studi Realino.

- Spillane , J. J. (1994). *Pariwisata Indonesia : Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius dan Lembaga Studi Realino.
- Syahriar, G. H., & Darwanto. (2015). Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Pariwisata (Kasus Daerah Objek Wisata Colo Kabupaten Kudus). *Jurnal Eko-Regional, Vol. 10, No. 3*, 126-138.
- Syarif, M. (2013). Teori dan Model Pengembangan Pendidikan Tinggi Islam. *Jurnal Media Akademika, Vol. 28, No. 3*, 333-362.
- Thoyibbi, M. (2003). *Sinergi Agama dan Budaya Lokal : Dialektika Muhammadiyah dan Seni Lokal*. Surakarta: MUP-UMS, PSB-PS UMS, Majelis Tarjih dan PPI PP Muhammadiyah.
- Vitasurya, V. R. (2016). Local Wisdom for Sustainable Development of Rural Tourism Case on Kalibiru and Lopati Village, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta. *Procedia-Social and Behavioral Sciences 216*, 97-108.
- Yustika, A. E. (2006). *Ekonomi Kelembagaan, Definisi, Teori dan Strategi* . Malang : Penerbit Bayu Media.
- Zohratun, N. (2013). *Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif* . Dipetik September 29, 2016, dari <http://journal.unisla.ac.id>