

# LAPORAN AKHIR TAHUN

## HIBAH PENELITIAN TERAPAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI TAHUN ANGGARAN 2017



### JUDUL PENELITIAN:

## PENGEMBANGAN MODEL DAN OPTIMALISASI PENGELOLAAN SENTRA UMKM PADA KAWASAN WISATA RELIGI DI JAWA TIMUR

Tahun ke satu dari rencana tiga tahun

### Tim Peneliti:

Ketua Tim Peneliti : Wahyudiono (0718126002)  
Anggota-1 : JFX. Susanto Soekiman (0724075501)  
Anggota-2 : Veronika Nugraheni Sri L (0725107101)

Dibiayai oleh:  
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat  
Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan  
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi  
Sesuai dengan Kontrak Penelitian Nomor: 008/SP2H/K7/KM/2017

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS NARETAMA SURABAYA  
OKTOBER 2017



UNIVERSITAS

*Narotama*

Badan Hukum Penyelenggara : **YAYASAN PAWIYATAN GITA PATRIA**  
Jl. Arief Rachman Hakim No. 51 Surabaya - 60117  
Telp. : 031 - 5946404, 5995578 Fax. : 031 - 5931213  
Website : www.narotama.ac.id Email : rektor@narotama.ac.id



Registration Number : 36Q14129

**AKREDITASI INSTITUSI B**

**KONTRAK PENELITIAN  
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI  
Tahun Anggaran 2017  
Nomor : 22/NR-LPPM/03/V/2017**

Pada hari ini Kamis tanggal 04 bulan Mei tahun Dua Ribu Tujuh Belas, kami yang bertandatangan dibawah ini :

- 1. Dr. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST.,M.T** : Kepala LPPM, Universitas Narotama Surabaya, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Universitas Narotama Surabaya yang berkedudukan di Jl. Arief Rachman Hakim No.51 Surabaya, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.
- 2. Dr. Wahyudiono, SE., MM** : Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya, dalam hal ini bertindak sebagai pengusul dan Ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2017 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

**PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Kontrak Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2017 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

**Pasal 1  
Ruang Lingkup Kontrak**

**PIHAK PERTAMA** memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2017 dengan judul "**Pengembangan Model dan Optimalisasi Pengelolaan Sentra UMKM Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**".

**Pasal 2  
Dana Penelitian**

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan penelitian dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 adalah sebesar **Rp 162.500;00 (Seratus Enam Puluh Dua Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)** sudah termasuk pajak.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor SP DIPA-042.06.1.401516/2017, tanggal 07 Desember 2016.



### Pasal 3

#### Tata Cara Pembayaran Dana Penelitian

- (1) **PIHAK PERTAMA** akan membayarkan Dana Penelitian kepada **PIHAK KEDUA** secara bertahap dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pembayaran Tahap Pertama sebesar 70% dari total dana penelitian yaitu 70% x Rp 162.500.000 = **Rp 113.750.000 (Seratus Tiga Belas Juta Tujuh Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)**, yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah **PARA PIHAK** membuat dan melengkapi rancangan pelaksanaan penelitian yang memuat judul penelitian, pendekatan dan metode penelitian yang digunakan, data yang akan diperoleh, anggaran yang akan digunakan, dan tujuan penelitian berupa luaran yang akan dicapai.
  - b. Pembayaran Tahap Kedua sebesar 30% dari total dana penelitian yaitu 30% x Rp 162.500.000 = Rp 48.750.000 (Empat Puluh Delapan Juta Tujuh Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah), dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah **PIHAK KEDUA** mengunggah ke SIMLITABMAS yaitu Laporan Kemajuan Pelaksanaan Penelitian dan Catatan Harian.
  - c. Biaya tambahan dibayarkan kepada **PIHAK KEDUA** bersamaan dengan pembayaran Tahap Kedua dengan melampirkan Daftar luaran penelitian yang sudah di validasi oleh **PIHAK PERTAMA**
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** ke rekening sebagai berikut:

Nama : Dr. Wahyudiono, SE., MM  
Nomor Rekening : 0161593176  
Nama Bank : BNI Taplus, Kantor Cab. Tanjung Perak - Surabaya

- (3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data peneliti, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

### Pasal 4

#### Jangka Waktu

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak **Tangga 04 Mei 2017** dan berakhir pada **Tanggal 31 Oktober 2017**

### Pasal 5

#### Target Luaran

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib penelitian berupa **(Model Pengelolaan Sentra UMKM dan Paten Sederhana)**.
- (2) **PIHAK KEDUA** diharapkan dapat mencapai target luaran tambahan penelitian berupa **(Jurnal internasional, proseding nasional dan Buku Ajar)**.
- (3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.

### Pasal 6



UNIVERSITAS

*Nardama*

Badan Hukum Penyelenggara : **YAYASAN PAWIYATAN GITA PATRIA**  
Jl. Arief Rachman Hakim No. 51 Surabaya - 60117  
Telp. : 031 - 5946404, 5995578 Fax. : 031 - 5931213  
Website : www.nardama.ac.id Email : rektor@nardama.ac.id



Registration Number : 36Q14129

**AKREDITASI INSTITUSI B**

### Hak dan Kewajiban Para Pihak

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:
  - a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** luaran penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7;
  - b. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
  - a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitian dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1);
  - b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK KEDUA** luaran Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi dengan judul "**Pengembangan Model dan Optimalisasi Pengelolaan Sentra UMKM Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**" dan catatan harian pelaksanaan penelitian;
  - c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui;
  - d. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan dana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7.

### Pasal 7

#### Laporan Pelaksanaan Penelitian

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** berupa laporan kemajuan dan laporan akhir mengenai luaran penelitian dan rekapitulasi penggunaan anggaran sesuai dengan jumlah dana yang diberikan oleh **PIHAK PERTAMA** yang tersusun secara sistematis sesuai pedoman yang ditentukan oleh **PIHAK PERTAMA**.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Laporan Kemajuan dan Catatan harian penelitian yang telah dilaksanakan ke SIMLITABMAS paling lambat **30 Agustus 2017**.
- (3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan *Hardcopy* Laporan Kemajuan dan Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 70% kepada **PIHAK PERTAMA**, paling lambat **8 September 2017**.
- (4) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Laporan Akhir, capaian hasil, Poster, artikel ilmiah dan profil pada SIMLITABMAS paling lambat **31 Oktober 2017** (bagi penelitian tahun terakhir).
- (5) Laporan hasil Penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (4) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. Bentuk/ukuran kertas A4;
  - b. Di bawah bagian cover ditulis:

Dibiayai oleh:

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat  
Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan  
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi  
Sesuai dengan Kontrak Penelitian  
Nomor: 008/SP2H/K7/KM/2017



UNIVERSITAS

*Narotama*

Badan Hukum Penyelenggara : **YAYASAN PAWIYATAN GITA PATRIA**  
Jl. Arief Rachman Hakim No. 51 Surabaya - 60117  
Telp. : 031 - 5946404, 5995578 Fax. : 031 - 5931213  
Website : www.narotama.ac.id Email : rektor@narotama.ac.id



Registration Number : 36Q14129

**AKREDITASI INSTITUSI B**

### **Pasal 8** **Monitoring dan Evaluasi**

**PIHAK PERTAMA** dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2017 ini sebelum pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi eksternal oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

### **Pasal 9** **Penilaian Luaran**

1. Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Kemite Penilai/*Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima oleh peneliti harus disetorkan kembali ke kas negara.

### **Pasal 10** **Perubahan Susunan Tim Pelaksana dan Substansi Pelaksanaan**

Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan Penelitian ini dapat dibenarkan apa bila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

### **Pasal 11** **Penggantian Ketua Pelaksana**

- (1) Apabila **PIHAK KEDUA** selaku ketua pelaksana tidak dapat melaksanakan Penelitian ini, maka **PIHAK KEDUA** wajib mengusulkan pengganti ketua pelaksana yang merupakan salah satu anggota tim kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat melaksanakan tugas dan tidak ada pengganti ketua sebagaimana dimaksud pada ayat(1), maka **PIHAK KEDUA** harus mengembalikan dana penelitian kepada **PIHAK PERTAMA** yang selanjutnya disetor ke Kas Negara.
- (3) Bukti setor sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disimpan oleh **PIHAK PERTAMA**.

### **Pasal 12** **Sanksi**

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan Penelitian ini telah berakhir, namun **PIHAK KEDUA** belum menyelesaikan tugasnya, terlambat mengirim laporan Kemajuan, dan/atau terlambat mengirim laporan akhir, maka **PIHAK KEDUA** dikenakan sanksi administratif berupa penghentian pembayaran



dan tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.

- (2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat mencapai target luaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5, maka kekurangan capaian target luaran tersebut akan dicatat sebagai hutang **PIHAK KEDUA** kepada **PIHAK PERTAMA** yang apabila tidak dapat dilunasi oleh **PIHAK KEDUA**, akan berdampak pada kesempatan **PIHAK KEDUA** untuk mendapatkan pendanaan penelitian atau hibah lainnya yang dikelola oleh **PIHAK PERTAMA**.

#### **Pasal 13 Pembatalan Perjanjian**

- (1) Apabila dikemudian hari terhadap judul Penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 ditemukan adanya duplikasi dengan Penelitian lain dan/atau ditemukan adanya ketidakjujuran, itikad tidak baik, dan/atau perbuatan yang tidak sesuai dengan kaidah ilmiah dari atau dilakukan oleh **PIHAK KEDUA**, maka perjanjian Penelitian ini dinyatakan batal dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana penelitian yang telah diterima kepada **PIHAK PERTAMA** yang selanjutnya akan disetor ke Kas Negara.
- (2) Bukti setor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disimpan oleh **PIHAK PERTAMA**.

#### **Pasal 14 Pajak-Pajak**

Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggungjawab **PIHAK KEDUA** dan harus dibayarkan oleh **PIHAK KEDUA** ke kantor pelayanan pajak setempat sesuai ketentuan yang berlaku.

#### **Pasal 15 Peralatan dan/alat Hasil Penelitian**

Hasil Pelaksanaan Penelitian ini yang berupa peralatandan/atau alat yang dibeli dari pelaksanaan Penelitian ini adalah milik Negara yang dapat dihibahkan kepada UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### **Pasal 16 Penyelesaian Sengketa**

Apabila terjadi perselisihan antara **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum.

#### **Pasal 17 Lain-lain**

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang



diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.

- (2) Segala sesuatu yang belum cukup diatur dalam Perjanjian ini dan dipandang perlu diatur lebih lanjut dan dilakukan perubahan oleh **PARA PIHAK**, maka perubahan-perubahannya akan diatur dalam perjanjian tambahan atau perubahan yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 2 (dua) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA



*[Signature]*  
**Dr. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST.MT**  
NIDN: 0724066602

PIHAK KEDUA



*[Signature]*  
**Dr. Wahyudiono, SE., MM**  
NIDN: 0718126002

Mengetahui,  
DEKAN



*[Signature]*  
**Prof. Dr. Soebandi, S.E., Ak., CPA**  
NIDN: 0722066601



UNIVERSITAS

*Narotama*

Badan Hukum Penyelenggara : **YAYASAN PAWIYATAN GITA PATRIA**  
Jl. Arief Rachman Hakim No. 51 Surabaya - 60117  
Telp. : 031 - 5946404, 5995578 Fax. : 031 - 5931213  
Website : www.narotama.ac.id Email : rektor@narotama.ac.id



Registration Number : 36Q14129

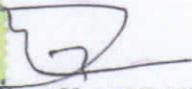
**AKREDITASI INSTITUSI B**

diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.

- (2) Segala sesuatu yang belum cukup diatur dalam Perjanjian ini dan dipandang perlu diatur lebih lanjut dan dilakukan perubahan oleh **PARA PIHAK**, maka perubahan-perubahannya akan diatur dalam perjanjian tambahan atau perubahan yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

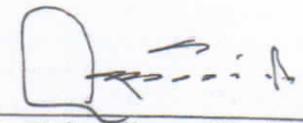
Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 2 (dua) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA



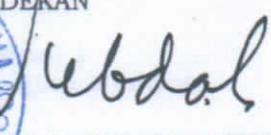
**Dr. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST.MT**  
NIDN: 0724066602

PIHAK KEDUA



**Dr. Wahyudiono, SE., MM**  
NIDN: 0718126002

Mengetahui,  
DEKAN



**Prof. Dr. Soebandi, S.E., Ak., CPA**  
NIDN: 0722066601

## RINGKASAN

### PENGEMBANGAN MODEL DAN OPTIMALISASI PENGELOLAAN SENTRA UMKM PADA KAWASAN WISATA RELIGI DI JAWA TIMUR

Sentra UMKM kawasan wisata religi merupakan komunitas masyarakat disekitar makam wali di Jawa Timur yang disebut “WALI LIMA” yang terdiri dari makam Sunan Bonang, Sunan Drajad, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri dan Sunan Ampel. Seiring dengan perkembangan pengetahuan masyarakat tentang sejarah Wali Songo dan kebutuhan spiritual melalui wisata religi, maka kunjungan ziarah ke makam Wali Lima di Jawa Timur mencapai angka 6.222.613 orang (2013), 7.736.954 orang (2014) dan 6.995.764 (2015) jika dirata rata pengunjung yang ziarah makam mencapai angka 6.998.588 orang/tahun. Jumlah pengunjung inilah yang menginspirasi warga setempat untuk membuka usaha disekitar kawasan wisata, karena jumlahnya terus bertambah maka terbentuklah sentra UMKM kawasan wisata religi. Sentra UMKM yang semakin besar jumlah anggotanya, namun tidak diimbangi dengan pengelolaan sentra UMKM yang layak sehingga kontribusinya terhadap perekonomian masyarakat kurang optimal, oleh karena itu diperlukan suatu model pengelolaan sentra UMKM yang efektif, efisien dan mandiri, sehingga dapat mendorong pertumbuhan UMKM yang semakin membaik serta memberi dampak positif bagi kesejahteraan warga setempat.

Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif harus dirumuskan melalui tahapan yang sistematis dan terstruktur sebagai berikut: a) identifikasi pengelolaan sentra UMKM, b) memetakan model pengelolaan sentra UMKM c) merumuskan model yang efektif, d) menguji efektivitas model, e) evaluasi efektivitas model serta f) perbaikan model pengelolaan sentra UMKM. Tahapan ini merupakan proses perekayasa sosial dalam rangka merekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM yaitu pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik dengan orientasi pada redesain fasilitas kawasan wisata religi, monitoring dan pengembangan, sedangkan pengelolaan sentra UMKM yang bersifat non fisik dengan orientasi pada program pelatihan, pendampingan serta pengembangan. Melalui perekayasa sosial ini, diharapkan pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi akan menjadi lebih efektif dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

Perekayasa sosial model memerlukan sinergi sumberdaya *stakeholder* yang terdiri dari empat pilar utama yaitu: a) akademisi, b) pelaku bisnis, c) pemerintah dan d) masyarakat. Optimalisasi peran kalangan akademisi, pelaku bisnis serta pemerintah diharapkan mampu mendukung pengelolaan sentra UMKM menjadi lebih memadai, demikian pula pemberdayaan masyarakat melalui sumberdaya nilai kearifan lokal dan bakat keterampilan akan turut mempercepat proses transformasi sumberdaya ekonomi menjadi nilai ekonomi, oleh karena itu perekayasa sosial berupa model pengelolaan sentra UMKM diharapkan dapat menjadi alternatif model dalam meningkatkan nilai tambah keekonomian usaha sentra UMKM sebagai mesin penggerak perekonomian di kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga terciptalah *multiplier effect* positif bagi perekonomian suatu bangsa.

**Kata Kunci:** Optimalisasi *triple helix* ABG, pemberdayaan masyarakat, pelatihan, pendampingan dan pengembangan model.

## PRAKATA

Puji syukur atas segala rahmat dan nikmat yang telah ALLAH limpahkan, khususnya nikmat iman dan Islam, atas ijin dan ridhoNYA kami tim peneliti hibah Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) Universitas Narotama Surabaya telah menyelesaikan tahapan penelitian sesuai dengan rencana. Penelitian menghasilkan luaran wajib berupa perekayasaan sosial: “Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur dan paten sederhana” dan paten sederhana berupa hak cipta, sedangkan luaran tambahan yang ditargetkan berupa publikasi karya ilmiah, proseding dan buku ajar. Luaran ini disusun seiring dengan tahapan proses penelitian, sehingga tim peneliti dapat menyelesaikan luaran wajib yang telah dijanjikan sesuai dengan kontrak Penelitian No. 008/SP2H/K7/KM/2017 pada tanggal, 4 Mei 2017.

Perekayasaan Sosial berupa “Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur” akan didaftarkan HAKInya melalui paten sederhana agar memberi legalitas bagi pemanfaatan model ini khususnya bagi pelaku UMKM dalam pengembangan usahanya. Perekayasaan sosial ini telah merekonstruksi satu model pengelolaan sentra UMKM yang terdiri dua bagian yaitu pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik dengan orientasi pada redesain fasilitas kawasan wisata religi, monitoring dan pengembangan, sedangkan bagian lain berupa pengelolaan sentra UMKM yang bersifat Non fisik dengan orientasi pada program pelatihan, pendampingan dan pengembangan. Melalui perekayasaan sosial ini, diharapkan pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi akan menjadi lebih efektif, sehingga dapat memberi kontribusi riil bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat dan perekonomian domestik.

Pada kesempatan ini tim peneliti hibah PTUPT ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Pemerintah Republik Indonesia cq. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi melalui DIPA Nomor: 042.06.1 .401516 /2017 pada tanggal 07 Desember 2016 telah berkenan mengalokasikan dana penelitian, sehingga luaran penelitian berupa perekayasaan sosial ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga model pengelolaan sentra UMKM ini dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan tinggi dan masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM dan pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Surabaya, Oktober 2017  
Tim Peneliti PTUPT,  
Universita Narotama Surabaya

---

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL.....   | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                    | ii      |
| RINGKASAN.....   | iii     |
| PRAKATA.....   | iv      |
| DAFTAR ISI.....  | v       |
| DAFTAR TABEL.....  | viii    |
| DAFTAR GAMBAR.....   | ix      |
| <br>   |         |
| BAB 1. PENDAHULUAN.....                                    | 1       |
| 1.1 Latar Belakang.....                                    | 11      |
| 1.2 Perumusan Masalah.....                                 | 11      |
| 1.3 Urgensi Penelitian.....                                | 11      |
| 1.4 Luaran.....  | 12      |
| 1.5 Capaian Luaran.....                                    | 12      |
| <br>   |         |
| BAB 2. TUNJAUAN PUSTAKA.....                               | 14      |
| 2.1 Manajemen.....   | 14      |
| 2.2 Kesejahteraan Masyarakat.....                          | 16      |
| 2.3 Usaha Mikro Kecil Menengah.....                        | 17      |
| 2.4 Sentra UMKM.....                                       | 17      |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                              | 18      |
| 2.6 Roadmap Penelitian Tahun 2012-2017.....                | 21      |
| 2.6.1 Roadmap Penelitian Perguruan Tinggi.....             | 21      |
| 2.6.2 Road Penelitian Institusi dan Unggulan Fakultas..... | 21      |
| <br>   |         |
| BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....                  | 24      |
| 3.1 Tujuan Khusus.....                                     | 24      |
| 3.2 Manfaat Penelitian.....                                | 25      |
| <br>   |         |
| BAB 4. METODE PENELITIAN.....                              | 27      |
| 4.1 Jenis Penelitian.....                                  | 27      |
| 4.2 Obyek dan Nara Sumber.....                             | 27      |
| 4.3 Instrumen Penelitian.....                              | 28      |
| 4.4 Sampel Sumber Data.....                                | 28      |
| 4.5 Teknik Pengumpulan Data.....                           | 29      |
| 4.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....                   | 29      |
| 4.7 Satuan Kajian (fokus amatan).....                      | 32      |
| 4.7.1 Aspek Lokasi Usaha.....                              | 32      |
| 4.7.2 Aspek Tempat Usaha.....                              | 32      |
| 4.7.3 Aspek Insfrastruktur.....                            | 33      |
| 4.7.4 Aspek Nilai Kearifan Lokal.....                      | 33      |
| 4.7.5 Aspek Legalitas.....                                 | 34      |
| 4.7.6 Aspek Manajemen.....                                 | 34      |

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 4.8                                       | Teknik Analisa Data.....                               | 35  |
| 4.8.1                                     | Rancangan dan Metode Penelitian.....                   | 36  |
| 4.8.2                                     | Langkah Langkah Perumusan Model.....                   | 37  |
| BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI..... |  | 39  |
| 5.1                                       | Gambaran Umum Obyek.....                               | 39  |
| 5.2                                       | Karakteristik Sentra UMKM.....                         | 41  |
| 5.2.1                                     | Pelaku UMKM.....                                       | 41  |
| 5.2.2                                     | Lokasi Sentra UMKM.....                                | 42  |
| 5.2.3                                     | Komoditi Barang Dagangan.....                          | 45  |
| 5.2.4                                     | Siklus Kunjungan Wisatawan.....                        | 45  |
| 5.2.5                                     | Infrastruktur Kawasan Wisata.....                      | 47  |
| 5.3                                       | Perumusan Model Pengelolaan Sentra UMKM.....           | 48  |
| 5.3.1                                     | Identifikasi Praktek Pengelolaan Sentra UMKM.....      | 48  |
| 5.3.1.1                                   | Lokasi Usaha.....                                      | 50  |
| 5.3.1.2                                   | Tempat Usaha.....                                      | 51  |
| 5.3.1.3                                   | Infrastruktur.....                                     | 52  |
| 5.3.1.4                                   | Nilai Kearifan Lokal.....                              | 54  |
| 5.3.1.5                                   | Legalitas Usaha.....                                   | 55  |
| 5.3.1.6                                   | Manajemen.....   | 56  |
| 5.3.2                                     | Mapping Praktek Pengelolaan Sentra UMKM.....           | 58  |
| 5.3.2.1                                   | Lokasi Usaha.....                                      | 58  |
| 5.3.2.2                                   | Tempat Usaha.....                                      | 60  |
| 5.3.2.3                                   | Infrastruktur.....                                     | 61  |
| 5.3.2.4                                   | Nilai Kearifan Lokal.....                              | 63  |
| 5.3.2.5                                   | Legalitas.....   | 64  |
| 5.3.2.6                                   | Manajemen.....   | 65  |
| 5.3.3                                     | Merumuskan Model Pengelolaan Sentra UMKM.....          | 67  |
| 5.3.3.1                                   | Penentuan Titik Krusial.....                           | 68  |
| 5.3.3.2                                   | Rumusan Model.....                                     | 70  |
| 5.3.4                                     | Pengujian Efektivitas Model.....                       | 72  |
| 5.3.5                                     | Mengevaluasi Efektivitas Rumusan Model.....            | 75  |
| 5.4                                       | Pembahasan Model Pengelolaan Sentra UMKM.....          | 77  |
| 5.4.1                                     | Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Pisik.....      | 77  |
| 5.4.1.1                                   | Tahap Redesai.....                                     | 80  |
| 5.4.1.2                                   | Tahap Monitoring.....                                  | 84  |
| 5.4.1.3                                   | Tahap Pengembangan.....                                | 87  |
| 5.4.2                                     | Model Pengelolaan Sentra UMKM Non Pisik.....           | 89  |
| 5.4.2.1                                   | Tahap Pelatihan.....                                   | 91  |
| 5.4.2.2                                   | Tahap Pendampingan.....                                | 95  |
| 5.4.2.3                                   | Tahap Pengembangan.....                                | 98  |
| 5.4.3                                     | Kebutuhan Pengembangan Model dan Peran Stakeholder.... | 99  |
| 5.4.3.1                                   | Optimalisasi Triple Helix.....                         | 101 |
| 5.4.3.2                                   | Pemberdayaan Masyarakat.....                           | 106 |
| 5.4.3.3                                   | Komunitas UMKM yang <i>Ter-integrated</i> .....        | 108 |
| 5.5                                       | Luaran yang Dicapai.....                               | 112 |
| 5.5.1                                     | Laporan Penelitian.....                                | 113 |
| 5.5.2                                     | Perekayasa Sosial.....                                 | 114 |

|   |            |
|---|------------|
| 5.5.3 Paten Sederhana.....                            | 114        |
| 5.5.4 Pemakalah Seminar Nasional.....                 | 114        |
| 5.5.5 Publikasi Karya Ilmiah.....                     | 115        |
| 5.5.6 Buku Ajar.....                                  | 115        |
| <b>BAB 6. RENCANA TAHUN BERIKUT.....</b>              | <b>117</b> |
| 6.1 Aspek Penelitian Tahun Berikut.....               | 118        |
| 6.2 Rancangan dan Metode Penelitian Tahun Kedua.....  | 118        |
| 6.3 Rancangan dan Metode Penelitian Tahun Ketiga..... | 119        |
| 6.4 Detail Kegiatan Penelitian Tahun Kedua.....       | 119        |
| 6.5 Detail Kegiatan Penelitian Tahun Ketiga.....      | 120        |
| <b>BAB 7. PENUTUP.....</b>                            | <b>122</b> |
| 7.1 Kesimpulan.....                                   | 122        |
| 7.2 Rekomendasi.....                                  | 124        |
| <b>DAFTAR REFERENSI.....</b>                          | <b>125</b> |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 : Wisatawan Nusantara Pengunjung Wisata Religi.....      | 4       |
| Tabel 1.2 : Wisatawan Nusantara Pengunjung DTW.....                | 6       |
| Tabel 1.3 : Wisatawan Mancanegara Pengunjung DTW.....              | 7       |
| Tabel 1.4 : Jumlah UMKM Menurut Sektor dan Kota.....               | 7       |
| Tabel 1.5 : Penyerapan Tenaga Kerja Per Sektor.....                | 8       |
| Tabel 1.6 : Rencana Target Capaian.....                            | 12      |
| Tabel 2.1 : Roadmap Penelitian (tahun 2010-2020).....              | 22      |
| Tabel 4.1 : Rancangan dan Metode Penelitian.....                   | 36      |
| Tabel 5.1 : Pengunjung Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur.....    | 39      |
| Tabel 5.2 : Tamu Nusantara yang Menginap di Kota DTW.....          | 40      |
| Tabel 5.3 : Aspek Lokasi Usaha.....                                | 50      |
| Tabel 5.4 : Aspek Tempat Usaha.....                                | 51      |
| Tabel 5.5 : Aspek Infrastruktur.....                               | 53      |
| Tabel 5.6 : Aspek Nilai Kearifan Lokal.....                        | 54      |
| Tabel 5.7 : Aspek Legalitas.....                                   | 55      |
| Tabel 5.8 : Aspek Manajemen.....                                   | 56      |
| Tabel 5.9 : Mapping Kondisi Riil Aspek Lokasi Usaha.....           | 59      |
| Tabel 5.10 : Mapping Kondisi Riil Aspek Tempat Usaha.....          | 60      |
| Tabel 5.11 : Mapping Kondisi Riil Aspek Infrastruktur.....         | 62      |
| Tabel 5.12 : Mapping Kondisi Riil Aspek Nilai Kearifan Lokal.....  | 63      |
| Tabel 5.13 : Mapping Kondisi Riil Aspek Legalitas.....             | 64      |
| Tabel 5.14 : Mapping Kondisi Riil Aspek Manajemen.....             | 66      |
| Tabel 5.15 : Persepsi Model Pengelolaan Sentra UMKM Pisik.....     | 74      |
| Tabel 5.16 : Persepsi Model Pengelolaan Sentra UMKM Non Pisik..... | 75      |
| Tabel 5.17 : Luaran Penelitian tahun Pertama.....                  | 113     |
| Tabel 6.1 : Rincian Metode Penelitian Tahun Kedua.....             | 118     |
| Tabel 6.2 : Rincian Metode Penelitian Tahun Ketiga.....            | 119     |

## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 5.1 : Kondisi Riil Aspek Lokasi Usaha.....                      | 59      |
| Gambar 5.2 : Kondisi Riil Aspek Tempat Usaha.....                      | 61      |
| Gambar 5.3 : Kondisi Riil Aspek Infrastruktur.....                     | 62      |
| Gambar 5.4 : Kondisi Riil Aspek Nilai Kearifan Lokal.....              | 64      |
| Gambar 5.5 : Kondisi Riil Aspek Legalitas.....                         | 65      |
| Gambar 5.6 : Kondisi Riil Aspek Manajemen.....                         | 67      |
| Gambar 5.7 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Pisik.....         | 71      |
| Gambar 5.8 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Pisik.....     | 72      |
| Gambar 5.9 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Pisik yang Efektif.....     | 79      |
| Gambar 5.10 : Program Monitoring Pasca Redesain Pengelolaan Fasilitas. | 85      |
| Gambar 5.11 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Non Pisik yang Efektif.    | 91      |
| Gambar 5.12 : Program Pendampingan Pasca Pelatihan.....                | 96      |
| Gambar 5.13 : Pengembangan Model dan Peran <i>Stakeholder</i> .....    | 100     |
| Gambar 6.1 : Diagram Sistematika Penelitian dalam Kurun dua tahun..... | 117     |

## **BAB.1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Jawa Timur memiliki banyak petilasan yang erat kaitannya dengan sejarah perkembangan dan penyebaran agama Islam masuk di tanah Jawa yang dibawah oleh para perantauan dari India, Gujarat, timur tengah. Beliau datang ke tanah Jawa untuk berdagang sekaligus berdawah agama Islam, namun ada juga yang datang secara khusus untuk syiar agama Islam yang selanjutnya dikenal dengan sebutan Wali Songo (sembilan ulama penyebar ajaran Islam di Jawa), sebenarnya masih banyak ulama ulama besar yang menyebarkan ajaran Islam di nusantara ini baik di pulau Sumatra, Kalimantan, Sulawesi dan kota lainnya, namun nama beliau tidak sepopuler para ulama ulama yang menyebarkan dakwah di tanah Jawa.

Para ulama yang menyebarkan ajaran Islam di Jawa Timur adalah para wali yang dikenal dengan sebutan wali Limo yaitu Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Ampel, Sunan Giri, Sunan Bonang dan Sunan Drajad. Kebetulan lima wali ini memiliki garis keturunan dan kekerabatan yang sangat kental antara yang satu dengan lainnya, namun dakwah beliau tersebar pada wilayah yang berbeda beda, walaupun tetap terkoordinasi dengan garis komando yang jelas yaitu oleh tokoh wali yang dituakan dan sangat dihormati kearifannya yaitu Sunan Ampel. Lima Wali yang menyebarkan ajaran agama Islam di Jawa Timur ini kebetulan terdiri dari ayah, anak dan menantu, tetapi cara dakwahnya memiliki karakteristik yang berbeda beda karena para wali telah memasukkan unsur kearifan lokal yang masih dianut dan hidup ditengah masyarakat, ini yang menjadi kata kunci keberhasilan dakwah para wali di nusantara yaitu menghormati nilai nilai keraifan lokal yang hidup ditengah masyarakat, sehingga pelan tapi pasti ajaran Islam telah melalui satu proses transformasi dengan budaya lokal, penuh toleran dengan budaya yang dianut oleh masyarakat akhirnya agama Islam diterima dengan penuh keyakinan dan bukan pemaksaan.

Lima wali di Jawa Timur meninggalkan situs sejarah sebagai bukti outentik bahwa pada jamannya beliau telah melakukan dakwah ajaran Islam dengan cara yang khas yaitu membangun padepokan atau pesantren yang digunakan oleh para

santri atau pengikutnya untuk belajar dan ingin mendalami ajaran agama Islam secara baik dan benar. Strategi dan metode yang dipergunakan oleh para wali di Jawa Timur rupanya merupakan suatu konsep yang dibakukan oleh para wali yang menyebarkan ajaran agama Islam di nusantara, ini terbukti adanya situs sejarah berupa masjid dan pondok pesantren yang berada di lokasi pusat dakwah para wali, bahkan makam para walipun berada pada tempat yang sama.

Model dakwah yang dilakukan oleh para wali songo telah diadopsi oleh para tokoh agama dan masyarakat di Indonesia untuk meneruskan jejak pengembangan syiar agama Islam yang ditandai dengan munculnya berbagai pondok pesantren yang tersebar luas di berbagai wilayah nusantara. Berbagai situs peninggalan wali limo di Jawa Timur sangat menginspirasi masyarakat untuk meneruskan syiar perjuangan beliau dengan cara mempertahankan pola dakwahnya serta menjaga nilai nilai budaya yang sudah menyatu dengan ajaran agama Islam seperti ziarah wali yang sudah dikemas menjadi wisata religi, maleman terkait dengan sepuluh hari terakhir di bulan ramadhan, tadarus Al Quran, talilan dan lainnya. Upaya ini ternyata mampu mengedukasi masyarakat sekitar kawasan wisata religi untuk turut menjaga kelestarian peninggalannya dengan cara menjaga situs sejarah yang ditinggalkan termasuk budaya dan nilai ajarannya.

Mengacu pada kultur masyarakat Jawa, bahwa para wali dianggap memiliki karisma tersendiri yang disebut karomah (kelebihan batin), sehingga walaupun para wali telah wafat ratusan tahun yang lalu makamnya tetap dikunjungi oleh masyarakat seluruh pelosok nusantara dengan berbagai motif dan tujuan yang berbeda, namun mempunyai satu kesamaan yaitu ziarah makam wali. Berbagai motif kehadiran masyarakat ini telah membuka peluang baru bagi masyarakat di sekitar makam wali limo untuk menyediakan bebabagai keperluan para peziarah dengan cara berjualan, menyediakan fasilitas masyarakat dan keperluan lainnya. Kondisi ini terbentuk tanpa disadari oleh masyarakat sendiri, oleh karena itu telah terjadi transformasi budaya dan bisnis di kalangan masyarakat bahwa wisata religi dan bisnis di sekitar kawasan wisata religi merupakan simbiosis mutualisma yang saling mendukung satu dengan lainnya karena peziarah ditunggu kehadirannya oleh masyarakat sedang peziarah mengharapkan hadirnya layanan dan fasilitas yang memadai dari masyarakat yang tinggal dikawasan wisata religi.

Wali lima merupakan bagian syiar agama Islam yang menempati wilayah di Jawa Timur, secara kebetulan kelimanya masih dalam satu lingkungan keluarga yaitu orang tua, anak dan menantu. Wali lima juga merupakan bagian dari wali songo yang melakukan syiar agama Islam di pulau Jawa, bahkan wali songolah yang mendorong berdirinya kerajaan Islam pertama kali di pulau Jawa, dimana saat itu masih kokoh pengaruh kerajaan Hindu di Mojopahit, namun kerajaan Islam pertama ini mampu berdampingan dengan kerajaan Hindu di Jawa. Wali limo memiliki peninggalan situs di empat kota yaitu Surabaya (makam sunan Ampel), kota Gresik (makam Sunan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri), kota Lamongan (makam Sunan Drajad) dan kota Tuban (makam Sunan Bonang). Makam para wali lima yang berada di empat kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban telah di kunjungi sebanyak 7.640.747 pengunjung/tahun (24,38%) dari rata rata total pengunjung di Jawa Timur sebanyak 31.338.277/tahun sampai pada akhir tahun 2015.

Secara kebetulan makam para wali lima memiliki satu korelasi yang positif dengan kunjungan wisatawan di kota tersebut, hal ini menunjukkan bahwa ziarah kemakam wali lima memberi dukungan kepada wisatawan untuk mengarahkan kunjungannya ke daya tarik wisata lain yang ada di kota tersebut, sebaliknya daya tarik wisata yang ada di kota tersebut juga mendorong wisatawan untuk melanjutkan berkunjung dan berziarah ke makam wali lima yang ada di kota tersebut (lihat tabel 1.1). Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa kota Surabaya terdapat satu makam wali lima yaitu Sunan Ampel pada tahun 2013 telah dikunjungi peziarah sebanyak 1.768.661 pengunjung (32,7% dari total pengunjung di kota surabaya), sedangkan pada tahun 2014 telah dikunjungi sebanyak 1.950.539 orang (35,3%) dan tahun 2015 telah dikunjungi sebanyak 2.040.365 (29,2%), jumlah kunjungan peziarah ke makam Sunan Ampel mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015). Kunjungan ziarah ke makam Sunan Ampel secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju ke arah daya tarik wisata lain yang berada di kota Surabaya. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Surabaya juga dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 3.648.108 orang (67,3%), tahun 2014 sebanyak 3.580.155 orang (64,7%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 4.944.896 orang (70,8%).

**Tabel 1.1:** Wisatawan Nusantara Pengunjung DTW Tahun 2013-2015

| No                           | Lokasi DTW                  | 2013              |          | 2014              |          | 2015              |          |
|------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------|-------------------|----------|
|                              |                             | Pengunjung        | %        | Pengunjung        | %        | Pengunjung        | %        |
| 1                            | <b>Surabaya:</b>            |                   |          |                   |          |                   |          |
|                              | Pengunjung DTW Religi       | 1.768.661         | 32,7     | 1.950.539         | 35,3     | 2.040.365         | 29,2     |
|                              | Pengunjung DTW lainnya      | 3.648.108         | 67,3     | 3.580.155         | 64,7     | 4.944.896         | 70,8     |
|                              | <b>Total Pengunjung DTW</b> | <b>5.416.769</b>  | <b>-</b> | <b>5.530.694</b>  | <b>-</b> | <b>6.985.261</b>  | <b>-</b> |
| 2                            | <b>Gresik:</b>              |                   |          |                   |          |                   |          |
|                              | Pengunjung DTW Religi       | 2.458.979         | 92,4     | 3.526.999         | 85,5     | 2.436.494         | 77,7     |
|                              | Pengunjung DTW lainnya      | 201.786           | 7,6      | 599.428           | 14,5     | 700.928           | 22,3     |
|                              | <b>Total Pengunjung DTW</b> | <b>2.660.765</b>  | <b>-</b> | <b>4.126.427</b>  | <b>-</b> | <b>3.137.422</b>  | <b>-</b> |
| 3                            | <b>Lamongan:</b>            |                   |          |                   |          |                   |          |
|                              | Pengunjung DTW Religi       | 465.267           | 25,3     | 477.080           | 20,2     | 480.885           | 20,4     |
|                              | Pengunjung DTW lainnya      | 1.374.635         | 74,7     | 1.881.000         | 79,8     | 1.879.857         | 79,6     |
|                              | <b>Total Pengunjung DTW</b> | <b>1.839.902</b>  | <b>-</b> | <b>2.358.080</b>  | <b>-</b> | <b>2.360.742</b>  | <b>-</b> |
| 4                            | <b>Tuban:</b>               |                   |          |                   |          |                   |          |
|                              | Pengunjung DTW Religi       | 1.529.706         | 40,2     | 1.781.536         | 42,4     | 2.078.453         | 43,6     |
|                              | Pengunjung DTW lainnya      | 2.277.137         | 59,8     | 2.418.804         | 57,6     | 2.693.803         | 56,4     |
|                              | <b>Total Pengunjung DTW</b> | <b>3.806.843</b>  | <b>-</b> | <b>4.200.340</b>  | <b>-</b> | <b>4.772.256</b>  | <b>-</b> |
| <b>Jumlah Pengunjung DTW</b> |                             | <b>13.724.279</b> |          | <b>16.215.541</b> |          | <b>17.255.681</b> |          |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur (2015: 51-54)

Pada Tabel 1.1 juga menunjukkan bahwa kota Gresik terdapat dua makam wali lima yaitu Sunan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri, dimana pada tahun 2013 dikunjungi peziarah sebanyak 2.458.979 orang (92,4% dari total pengunjung di kota Gresik), sedangkan pada tahun 2014 telah dikunjungi sebanyak 3.526.999 orang (85,5%) dan tahun 2015 dikunjungi sebanyak 2.436.494 (77,7%). Jumlah kunjungan wisata religi di kota Gresik mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015), namun kunjungan ziarah ke makam wali di kota Gresik memiliki dampak yang tidak besar terhadap wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju ke arah daya tarik wisata lain, hal ini memang berbeda dengan kota Surabaya yang memiliki daya tarik wisata lebih bervariasi dan banyak pilihannya. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Gresik hanya dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 201.786 orang (7,6%), tahun 2014 sebanyak 599.428 orang (14,5%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 700.928 orang (22,3%).

Kota Lamongan terdapat satu makam wali lima yaitu makam Sunan Drajad, dimana pada tahun 2013 makam Sunan Drajad telah diziarahi sebanyak 465.267 orang (25,3% dari total wisatawan di kota Lamongan), sedangkan pada tahun 2014 dikunjungi sebanyak 477.080 orang (20,2%) dan tahun 2015 dikunjungi

sebanyak 480.885 (20,4%). Jumlah kunjungan wisata religi di kota Lamongan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015). Kunjungan ziarah makam wali di kota Lamongan memiliki dampak yang besar terhadap wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju daya tarik wisata lainnya, hal ini memang didukung oleh kota Lamongan yang memiliki daya tarik wisata lebih bervariasi dan banyak pilihannya khususnya wisata alam seperti wisata bahari, wisata goa yang jumlahnya memadai dan sangat mempesona. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Lamongan dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 1.374.635 orang (74,7%), tahun 2014 sebanyak 1.881.000 orang (79,8%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 1.879.857 orang (79,6%). Kunjungan terhadap daya tarik wisata lain di kota Lamongan memang tidak mengalami kenaikan signifikan dalam persentasenya namun secara kuantitas mengalami kenaikan cukup baik, hal ini menunjukkan juga pada kunjungan wisata religi tetap mengalami kenaikan dalam jumlah kunjungan wisatawan.

Kota Tuban terdapat satu makam wali lima yaitu makam Sunan Bonang yang kebetulan sebagai putra dari Sunan Ampel sekaligus saudara kandung dari Sunan Drajad, dimana pada tahun 2013 makam Sunan Bonang telah dikunjungi sebanyak 1.529.706 orang (40,2% dari total wisatawan di kota Tuban), sedangkan pada tahun 2014 dikunjungi sebanyak 1.781.536 orang (42,4%) dan tahun 2015 dikunjungi sebanyak 2.078.453 (43,6%). Jumlah kunjungan wisata religi di kota Tuban mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015) baik dalam jumlah pengunjung maupun persentasenya. Kunjungan ziarah makam wali di kota Tuban memiliki dampak yang positif bagi wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju daya tarik wisata lainnya, hal ini memang didukung oleh kota Tuban yang memiliki daya tarik wisata lebih bervariasi dan banyak pilihannya khususnya wisata alam seperti wisata bahari dan pabrik besar yang beroperasi di kota ini yang memadai dan sangat mempesona. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Tuban dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 2.277.137 orang (59,8%), tahun 2014 sebanyak 2.418.804 orang (57,6%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 2.693.803 orang (56,4%). Kunjungan terhadap daya tarik wisata lain di kota Tuban tidak mengalami kenaikan signifikan dalam persentase namun secara kuantitas jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami kenaikan cukup baik.

Empat kota di Jawa Timur yaitu kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban secara geografis merupakan kota yang saling berdekatan serta memiliki sejarah syiar agama Islam yang sama karena para tokohnya wali lima yang ada di Jawa Timur bersumber pada tempat yang sama yaitu Sunan Ampel. Geografis dan karakteristik ekonomi ke empat kota santri tersebut cenderung sama yaitu maritim dan perdagangan. Empat kota yang ditempati makam para wali lima dalam kurun waktu lima tahun terakhir telah dikunjungi wisatawan lokal sebanyak 11.766.159 orang ditahun 2011, secara berturut turut pengunjungnya mengalami kenaikan yaitu 13.312.727 orang (2012), 13.724.285 orang (2013), 16.213.541 orang(2014) dan 17.255.681 orang (2015). Jumlah wisatawan lokal pada empat kota tersebut merupakan 43,12% dari total wisata lokal Di Jawa Timur sebanyak 27.297.828 orang pada tahun 2011, secara berturut turut jumlah wisatawan lokal adalah sebesar 40,07% (2012), 34,59% (2013), 35,52% (2013) dan 33,53% (2015). Jika dilihat angka prosentasenya rata rata hanya berkisar 37,37% dari total wisatawan lokal yang berkunjung pada berbagai daya tarik wisata yang ada di Jawa Timur (lihat tabel 1.2).

**Tabel 1.2:** Wisatawan Nusantara Pengunjung DTW Tahun 2011-2015

| No | Keterangan DTW                       | 2011                   | 2012                   | 2013                   | 2014                   | 2015                   |
|----|--------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1  | Surabaya                             | 5.331.071              | 4.937.194              | 5.416.769              | 5.530.694              | 6.985.261              |
| 2  | Gresik                               | 2.028.620              | 2.578.037              | 2.660.765              | 4.126.427              | 3.137.422              |
| 3  | Lamongan                             | 1.930.991              | 1.980.075              | 1.839.902              | 2.358.080              | 2.360.742              |
| 4  | Tuban                                | 2.475.477              | 3.817.421              | 3.806.849              | 4.200.340              | 4.772.256              |
|    | Jumlah                               | 11.766.159<br>(43,12%) | 13.312.727<br>(40,07%) | 13.724.285<br>(34,59%) | 16.213.541<br>(35,52%) | 17.255.681<br>(33,53%) |
| 5  | Kota/Kabupaten<br>Lain di Jawa Timur | 15.531.669<br>(56,88%) | 19.911.932<br>(59,93%) | 25.958.052<br>(65,41%) | 29.431.148<br>(64,48%) | 34.211.288<br>(66,47%) |
|    | <b>Total Di Jawa Timur</b>           | <b>27.297.828</b>      | <b>33.224.659</b>      | <b>39.682.337</b>      | <b>45.644.689</b>      | <b>51.466.969</b>      |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur (2015: 51-54)

Tabel 1.2 tersebut juga menunjukkan bahwa secara kuantitas wisatawan lokal yang telah berkunjung pada berbagai daya tarik wisata di empat kota wisata religi tersebut cukup besar yaitu rata rata sebanyak 14.454.479 orang/tahun. Jika situasi ini dapat dikelola secara optimal oleh masyarakat tentu akan memberi dampak yang sangat besar terhadap perekonomian di kota tersebut, bahkan bagi perekonomian di Jawa Timur. Namun khusus kunjungan wisata religi di Jawa timur memang masih berkisar pada rata rata 1.759.049/tahun, oleh karena itu wisata religi dan daya tarik wisata lainnya harus diintegrasikan tata kelolanya, agar mampu menciptakan sinergi yang positif. Optimalisasi peran *stakeholder*

memiliki peran yang strategis dalam rangka mendorong pertumbuhan pariwisata dan aktivitas ekonomi masyarakatnya, tentu banyak aspek yang harus mendapat perhatian agar semua potensi yang ada mampu memberi kontribusinya secara memadai. Pada tabel 1.3 pada dasarnya sama bahwa wisatawan asing yang akan memanfaatkan daya tarik wisata di Jawa Timur masih sangat kecil, bahkan pada empat kota yang lokasi geografisnya sangat berdekatan hanya mampu menyedot wisatawan asing rata rata sebanyak 46.625/tahun atau setara dengan 28,67% dari total rata rata wisatawan asing yang datang di Jawa Timur, jadi perlu dikenalkan lebih agresif lagi melalui kerjasama tourism antar negara Asean, utamanya negara Malaysia dan negara Brunai Darussalam.

**Tabel 1.3:** Wisatawan Mancanegara Pengunjung DTW Tahun 2011-2015

| No | Keterangan DTW                       | 2012               | 2013               | 2014                | 2015                | 2016*)              |
|----|--------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 1  | Surabaya                             | 21.941             | 61.464             | 48.468              | 39.257              | 55.558              |
| 2  | Gresik                               | 154                | 415                | 403                 | 256                 | 435                 |
| 3  | Lamongan                             | 829                | 895                | 344                 | 388                 | 168                 |
| 4  | Tuban                                | 442                | 198                | 305                 | 605                 | 598                 |
|    | Jumlah                               | 23.366<br>(21,32%) | 62.972<br>(49,33%) | 49.520<br>(31,83%)  | 40.506<br>(22,21%)  | 56.759<br>(18,67%)  |
| 5  | Kota/Kabupaten<br>Lain di Jawa Timur | 86.221<br>(78,68%) | 64.692<br>(50,67%) | 106.079<br>(68,17%) | 141.862<br>(77,79%) | 247.329<br>(81,33%) |
|    | <b>Total di Jawa Timur</b>           | <b>109.587</b>     | <b>127.664</b>     | <b>155.599</b>      | <b>182.368</b>      | <b>304.088</b>      |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur (2015: 51-54)

Wisatawan yang telah berkunjung pada berbagai daya tarik wisata di Jawa Timur secara langsung maupun tidak langsung telah turut memacu pertumbuhan perekonomian di seluruh pelosok daerah, sehingga memicu munculnya pelaku usaha atau bisnis yang mendukung kegiatan pariwisata di daerahnya. Para pelaku usaha dari berbagai sektor usaha di Jawa Timur telah mencapai angka 6.825.931 UMKM pada tahun 2015. sedangkan empat kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban pada tahun yang sama mencapai angka 905.887 UMKM atau setara dengan 13,27% dari total UMKM di Jawa Timur (lihat tabel 1.4)

**Tabel 1.4:** Jumlah UMKM Menurut Sektor dan Kota/Kabupaten Di Jawa Timur

| No | Sub Sektor Usaha       | Surabaya       | Gresik         | Lamongan       | Tuban          | Total Jatim      |
|----|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| 1  | Industri Pengolahan    | 11.394         | 12.539         | 10.317         | 6.024          | 356.047          |
| 2  | Perdagangan/hotel      | 169.980        | 50.755         | 55.684         | 46.305         | 1.720.042        |
| 3  | Transportasi           | 15.958         | 3.443          | 4.486          | 5.449          | 174.541          |
| 4  | Jasa                   | 56.263         | 13.759         | 9.664          | 8.466          | 411.342          |
| 5  | Sektor Lainnya         | 7.167          | 87.897         | 172.583        | 157.754        | 4.163.959        |
|    | Jumlah UMKM            | <b>260.762</b> | <b>168.393</b> | <b>252.734</b> | <b>223.998</b> | <b>6.825.931</b> |
|    | Prosentasi total Jatim | <b>3,82%</b>   | <b>2,47%</b>   | <b>3,70%</b>   | <b>3,28%</b>   | -                |

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur (2015: 37)

Pada tabel 1.4 menunjukkan bahwa ke empat kota yang memiliki wisata religi (ziarah makam wali) karakteristik UMKM-nya berbeda satu dengan lainnya, hal ini dipengaruhi oleh kondisi masyarakatnya, geografi, tingkat pendidikan serta sifat alamnya. Kota Surabaya sebagai ibu kota propinsi Jawa Timur karakteristik UMKM-nya lebih didominasi sektor perdagangan/hotel, industri pengolahan dan sektor jasa/transportasi. Karakteristik UMKM ini juga memberi pengaruh pada sektor pengembangan pariwisata yang ada di kotanya. Wisatawan yang datang di kota Surabaya tentu memiliki pilihan pada daya tarik wisata yang lebih bervariasi di banding ke tiga kota lainnya. Sedangkan kota Gresik, Lamongan dan Tuban lebih kental nuansa keagamaannya dibanding dengan kota Surabaya karena ikon yang disandang dengan sebutan kota santri. Karakteristik UMKM yang ada di tiga kota santri ini lebih didominasi oleh sektor pertanian, nelayan dan perdagangan, hal ini tentu selaras dengan kondisi geografinya.

Pelaku UMKM di empat kota ini memiliki aktivitas usaha yang tersebar pada berbagai sektor kegiatan yang relevan dan mendukung karakteristik geografi, budaya dan kondisi wilayahnya. Kota Gresik dan Tuban wisatawan yang datang lebih banyak berkunjung pada wisata religi dibanding kota Surabaya yang lebih di dominasi pada daya tarik wisata budaya, alam dan buatan. Pilihan masyarakat terhadap daya tarik wisata suatu daerah tentu akan mempengaruhi perilaku pada masyarakatnya dalam mengembangkan sektor ekonomi yang selaras dan sesuai dengan potensi yang dimilikinya, oleh karena itu struktur ekonomi yang ada pada suatu daerah akan mempengaruhi jumlah penyerapan tenaga kerja yang berbeda, jenis lapangan kerja yang berbeda, tingkat pendidikan dan keterampilan yang beda tentu juga mempengaruhi terhadap distribusi pendapatan pada masyarakat dan kontribusinya pada pendapatan domestik regional bruto (PDRB) dan pertumbuhan ekonomi daerah (lihat tabel 1.5).

**Tabel 1.5:** Penyerapan Tenaga Kerja Menurut Sektor dan Kota Di Jawa Timur

| No                     | Sub Sektor Usaha    | Surabaya       | Gresik         | Lamongan       | Tuban          | Total Jatim       |
|------------------------|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| 1                      | Industri Pengolahan | 38.325         | 33.866         | 33.025         | 23.580         | 944.599           |
| 2                      | Perdagangan/hotel   | 290.483        | 82.496         | 95.939         | 80.189         | 2.791.426         |
| 3                      | Transportasi        | 23.892         | 5.144          | 5.527          | 7.621          | 231.825           |
| 4                      | Jasa                | 102.132        | 25.097         | 19.227         | 15.828         | 739.448           |
| 5                      | Sektor Lainnya      | 11.947         | 92.579         | 268.107        | 243.319        | 6.410.141         |
| Total Penyerapan TK    |                     | <b>466.779</b> | <b>239.182</b> | <b>421.825</b> | <b>370.537</b> | <b>11.117.439</b> |
| Presentase total Jatim |                     | <b>4,20%</b>   | <b>2,15%</b>   | <b>3,79%</b>   | <b>3,33%</b>   | -                 |

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur (2015: 37)

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM ternyata mengikuti pola struktur ekonomi yang ada pada suatu daerah. UMKM kota Surabaya yang didominasi oleh sektor perdagangan/hotel, jasa/transportasi dan industri pengolahan telah mampu menyerap tenaga kerja hampir 97,4% dari total penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM, sedangkan pada sektor yang sama di kota Gresik hanya menyerap tenaga kerja sekitar 61,3% dari total penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM, kota Lamongan sekitar 36,4% dan kota Tuban sekitar 34,3% dari total penyerapan tenaga kerja sektor UMKM. Tabel 1.5 juga menggambarkan bahwa struktur sektor UMKM turut menentukan pola struktur tenaga kerja yang diperlukan oleh suatu daerah, oleh karena itu rencana pengembangan struktur sektor UMKM memerlukan konsep strategis dan selaras dengan karakteristik masing masing daerah, sehingga seluruh potensi daerah dapat dioptimalkan dalam rangka mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan bagi masyarakatnya.

Masyarakat kawasan wisata religi di Jawa Timur yang menjadi pelaku dan penggiat di Sentra UMKM memiliki karakteristik yang unik karena usaha yang di jalani masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan hidup bagi keluarganya dan bisnis yang ditekuni ini juga sudah berjalan secara turun temurun dari lingkungan keluarganya tanpa ada upaya untuk berinovasi dan melakukan kreativitas usaha yang lebih berorientasi pada kepuasan konsumen. Hal ini tentunya tidak mampu memberi nilai tambah yang optimal pada usahanya, oleh karena itu dibutuhkan upaya konkrit dan riil dari para *stakeholder* dan penggiat sektor UMKM untuk membantu merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang lebih memadai dan terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa harus meniadakan nilai nilai budaya dan kearifan lokal setempat. Saat ini pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi masih belum memadai, terkesan kumuh dan tidak nyaman bagi pengunjung, oleh karena itu perlu pembenahan secara menyeluruh dan terpadu agar sentra UMKM di kawasan wisata religi ini mampu memberi kontribusi riil bagi peningkatan pendapatan masyarakat.

Kendala yang dihadapi pelaku sektor UMKM pada kawasan wisata religi pada umumnya masalah klasik yang sering dihadapi oleh kelompok usaha sektor informal lainnya antara lain : (a) aspek pengadaan bahan baku produksi, (b) aspek

teknologi produksi, (c) aspek pemasaran produk, (d) aspek ketenagakerjaan, (e) aspek permodalan, (f) aspek sarana dan prasarana dan (g) aspek manajerial. Ketujuh aspek tersebut sampai saat ini belum memperoleh solusi secara holistik baik dari kalangan birokrasi/pemerintah, perguruan tinggi dan penggiat UMKM, sedangkan yang dilakukan saat sekarang adalah solusi yang bersifat parsial dan tidak dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan sehingga permasalahan yang terjadi tidak dapat tuntas.

Mengacu pada uraian latar belakang tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dan struktur ekonomi di Jawa Timur lebih dipengaruhi dan ditentukan oleh karakteristik masyarakatnya baik menyakut wilayah, budaya dan alamnya, oleh karena itu pengembangan ekonomi suatu daerah harus menyelaraskan dengan karakteristik masing masing daerahnya. Setiap daerah di Jawa Timur dianugerahi keindahan alam dan pesonanya yang eksotis, sehingga berbagai daya tarik wisata yang di miliki oleh daerah harus dikelola secara memadai dan mampu memberi nilai tambah bagi kesejahteraan masyarakatnya. Secara umum daya tarik wisata di kelompokkan menjadi tiga yaitu: a) wisata buatan, b) wisata budaya dan c) wisata alam. Wisata alam dan budaya di Jawa Timur memiliki daya guna tak ternilai harganya karena semua ini sudah ada sejak bumi nusantara ini tercipta dan tinggal bagaimana para *stakeholder* ini mengoptimalkan manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakatnya.

Salah satu daya tarik wisata budaya di Jawa Timur adalah situs makam para wali lima yang berada di kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan kota Tuban. Keberadaan makam para wali lima ini memberi berkah tersendiri bagi warga yang berada pada kawasan tersebut, karena ziarah makam para wali, auliyah dan ulama sudah menjadi budaya bagi masyarakat. Wisata religi mampu mendorong aktivitas bisnis bagi masyarakat yang bermukim pada kawasan tersebut, namun keberadaan UMKM tersebut belum memberi nilai tambah secara optimal karena pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur belum berjalan secara efektif, oleh karena itu perlu dirumuskan: **“Model Pengelolaan Sentra UMKM yang Efektif Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”**, sehingga sentra UMKM pada kawasan wisata religi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat yang mandiri serta meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat peneliti kemukakan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur ?
2. Bagaimanakah model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa timur ?

## 1.3 Urgensi Penelitian

Lima kawasan wisata religi di Jawa Timur telah lama menjadi ikon ziarah bagi masyarakat Indonesia, khusus warga muslim yang tersebar diseluruh pelosok nusantara, namun keberadaan kawasan ini belum mampu menyediakan sentra UMKM yang memadai untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengunjung yang bersifat unik dan terus mempertahankan nilai nilai kearifan lokal yang ada. Hal ini disebabkan oleh peran *stakeholder* yang belum optimal dan pengelolaan sentra UMKM yang belum memadai, oleh karena itu perlu dirumuskan pengembangan model pengelolaan sentra UMKM yang holistik agar sentra UMKM ini mampu menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat. Adapun langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah: tahun pertama mengidentifikasi pengelolaan sentra UMKM, tahun kedua mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM dan tahun ketiga mengidentifikasi peluang usaha yang relevan dengan aktivitas masyarakat di kawasan wisata religi. Hasil identifikasi diatas dapat dirumuskan model pengelolaan sentra UMKM, model optimalisasi peran *stakeholder* serta model pengembangan usaha yang relevan dengan karakteristik sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga sentra UMKM di kawasan ini dapat menjadi kekuatan ekonomi yang produktif dan mandiri bagi masyarakat. Oleh karena itu pengelolaan sentra UMKM yang efektif merupakan ssuatu konsep pengelolaan yang harus disusun dalam suatu model pengelolaan sentra UMKM melalui kajian yang mendalam dan *ter-integrated* melalui suatu proses penelitian yang sistematis, logis dan emperis, sehingga model pengelolaan sentra UMKM yang dirumuskan dapat uji secara ilmiah dan dipertanggungjawabkan kemanfaatannya.

#### **1.4 Luaran**

Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi merupakan upaya strategis dari perguruan tinggi dalam mengembangkan penelitian yang dapat memberi solusi terhadap berbagai isu nasional terkait dengan pengembangan UMKM di Indonesia, oleh karena itu sentra UMKM pada kawasan wisata religi seharusnya dikembangkan secara terintegrasi dan berkesinambungan agar mampu memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat. Dalam penelitian ini menghasilkan luaran diantaranya: a) luaran wajib: model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dan paten sederhana, b) Luaran tambahan: publikasi ilmiah internasional, buku manajemen UMKM (ISBN), pemakalah dalam pertemuan ilmiah nasional/proseding

#### **1.5 Capaian Luaran**

Sesuai dengan *grand desain* penelitian unggulan Universitas tentang: “Peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi” serta topik riset unggulan Fakultas Ekonomi & Bisnis tentang: “Pengembangan sistem manajemen koperasi dan UMKM” maka target capaian penelitian ini harus searah dengan Rencana Strategis Penelitian (RSP), oleh karena itu rencana target capaian tahunan dalam penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut:

##### **Capaian Luaran Tahun pertama (1)**

1. Luaran wajib berupa: model pengelolaan sentra UMKM yang efektif serta paten sederhana
2. Luaran tambahan: a) publikasi ilmiah internasional b), buku ajar manajemen UMKM dengan standar ISBN, c) pemakalah dalam pertemuan ilmiah nasional /proseding

Capaian luaran tahun pertama di rancang dengan mengikuti *timeline* yang jelas agar dapat dipergunakan untuk mengukur tingkat capaian yang dijanjikan dalam usulan penelitian dan pengukuran kinerja bagi peneliti, baik yang dicapai pada tahun yang sama (tahun pertama) dan akan berlanjut pada tahun yang berikutnya. Untuk memberi gambaran yang rinci dapat ditampilkan dalam tabel 1.6 sebagai berikut.

**Tabel 1.6: Capaian Luaran Tahun Pertama**

| No | Jenis Luaran  |  |       |           | Indikator Capaian |          |           |
|----|---|--|-------|-----------|-------------------|----------|-----------|
|    | Kategori  | Sub Kategori                           | Wajib | Tambahan  | TS <sup>1)</sup>  | TS+1     | TS+2      |
| 1  | Artikel ilmiah dimuat di jurnal <sup>2)</sup>                   | Internasional bereputasi               | -     | v         | Draft             | Received | published |
|    |   | Nasional Terakreditasi                 | -     | -         | -                 | -        | -         |
| 2  | Artikel ilmiah dimuat di proseding <sup>3)</sup>                | Internasional terindeks                | -     | -         | -                 | -        | -         |
|    |   | Nasional                               | -     | v         | Terlaksana        | -        | -         |
| 3  | Invited speaker dalam temu ilmiah <sup>4)</sup>                 | Internasional                          | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
|    |   | Nasional                               | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
| 4  | Visiting lecturer <sup>5)</sup>                                 | Internasional                          | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
| 5  | Hak kekayaan intelektual (HKI) <sup>6)</sup>                    | Paten                                  | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
|    |   | Paten sederhana                        | v     | -         | -                 | -        | -         |
|    |   | Hak cipta                              | -     | -         | Terlaksana        | -        | -         |
|    |   | Merek dagang                           | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
|    |   | Desain produk industri                 | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
|    |   | Indikasi Geografis                     | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
|    |   | Perlindungan Varietas Tanaman          | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
|    |   | Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu | -     | -         | Tidak ada         | -        | -         |
| 6  | Teknologi Tepat Guna <sup>7)</sup>                              | -                                      | -     | Tidak ada | -                 | -        |           |
| 7  | Model/Purwarupa/Desain/Karya Seni/Rekayasa sosial <sup>8)</sup> | v                                      | -     | Produk    | penerapan         | -        |           |
| 8  | Buku ajar (ISBN) <sup>9)</sup>                                  | -                                      | v     | draf      | editing           | -        |           |
| 9  | Tingkat Kesiapan Teknologi <sup>10)</sup>                       | -                                      | -     | 4         | -                 | -        |           |

Sumber: Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi (2017)

## BAB. 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Manajemen

Manajemen adalah suatu proses bagaimana cara menangani masalah waktu dan hubungan antara manusia ketika hal tersebut muncul dalam organisasi. Bagaimana suatu organisasi mempengaruhi masa lalu, masa kini dan masa depan. Manajemen waktu dalam organisasi memiliki beberapa elemen yaitu: a) Manajemen adalah usaha menciptakan masa depan yang lebih baik dengan mengingat masa lalu dan masa kini, b) Manajemen di praktekkan di dalam dan merefleksikan diri dari era sejarah tertentu, c) Manajemen adalah kegiatan yang menghasilkan konsekuensi dan pengaruh yang muncul dengan berlalunya waktu.

Manajemen memiliki empat fungsi spesifik dari manajer yang meliputi: merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan. Untuk dapat menjalankan fungsi manajerial diperlukan sumberdaya organisasi yang memadai agar dapat mencapai sasaran yang telah ditentukan. Proses adalah cara sistematis yang sudah ditetapkan dalam melakukan kegiatan. Merujuk manajemen sebagai suatu proses, maka dalam aktivitasnya mencapai sasaran diperlukan keterlibatan yang saling terkait satu dengan lain, oleh karena itu diperlukan seni manajemen sesuai dengan karakteristik yang ada didalam organisasi, sehingga diperlukan seni merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengawasi aktivitasnya dengan cara yang tepat dan efisien.

Merencanakan mengandung makna bahwa manajer harus memikirkan dengan cara yang matang sebelum menentukan sasaran dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai sasaran tersebut. Segala sesuatu yang akan dilakukan harus dilakukan melalui rencana, metode dan logika bukan dengan cara perasaan. Rencana merupakan pedoman untuk: a) organisasi memperoleh dan menggunakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan, b) anggota organisasi melaksanakan aktivitas yang konsisten dengan tujuan dan prosedur yang sudah ditetapkan, c) memonitor dan mengukur kemajuan untuk mencapai tujuan, sehingga tindakan korektif dapat dilakukan bila kemajuan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Mengorganisasikan adalah proses untuk mengatur dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya diantara anggota organisasi, sehingga masing masing anggota dapat mencapai sasaran organisasi. Sasaran yang berbeda tentu memerlukan struktur yang berbeda pula, oleh karena itu diperlukan desain organisasi yang tepat agar sasaran berjalan efektif dan efisien. Pengorganisasian menghasilkan struktur hubungan dalam organisasi dalam sebuah organisasi dan lewat hubungan terstruktur rencana masa depan akan tercapai. Aspek lain dari hubungan organisasi adalah bagaimana menempatkan orang orang baru untuk menggabungkan struktur hubungan.

Memimpin meliputi tindakan mengarahkan, mempengaruhi dan memotivasi para karyawan untuk melaksanakan tugas yang penting. Hubungan dan waktu bersifat sentral dalam kegiatan memimpin. Sebenarnya memimpin menyentuh hubungan antara manajer dengan setiap orang yang bekerja dengan mereka. Para manajer harus memimpin untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain agar bersedia bergabung dengan mereka dalam mengejar masa depan yang telah direncanakan. Manajer harus membantu karyawannya untuk bekerja sebaik mungkin dalam rangka menciptakan nilai tambah bagi organisasi dan mencapai tujuan organisasi secara bersama sama, sehingga dapat mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien.

Mengendalikan merupakan tindakan yang dilakukan oleh pimpinan agar semua bentuk tugas yang telah dibebankan kepada karyawan dapat berjalan sesuai dengan yang di inginkan. Pengendalian manajemen meliputi beberapa elemen yakni: a) menetapkan suatu standar prestasi kerja, b) mengukur prestasi saat ini, c) membandingkan prestasi saat ini dengan standar yang telah ditetapkan, d) melakukan tindakan korektif manakala terjadi penyimpangan yang dapat dideteksi. Lewat fungsi pengendalian manajer mempertahankan organisasi tetap berada pada jalurnya. Dalam perkembangan saat ini fungsi pengendalian telah diintegrasikan dengan semua aspek, jadi bukan sekedar menjaga organisasi tetap ada pada jalurnya tetapi sudah mengarah pada terciptanya kualitas manajemen secara total yang sering disebut *Total Quality Management (TQM)*. Melalui TQM diharapkan semua komponen organisasi terlibat secara langsung dan masing masing memiliki kontribusi yang terkait dengan kapasitas dan kompetensinya

(Stoner *et al*, 2006: 12), sehingga organisasi dapat mencapai kinerja yang lebih baik dengan cara yang efektif dan efisien.

## **2.2 Kesejahteraan Masyarakat**

Manusia adalah makhluk sosial dimana aktivitas yang dilakukan tidak dapat lepas dari orang lain dan setiap manusia ingin hidup dengan sejahtera. Kondisi Sejahtera yang dimaksud menunjuk pada kesejahteraan sosial, yaitu tercukupinya kebutuhan material dan non-material. Dalam masyarakat Indonesia, kondisi sejahtera itu diartikan hidup aman dan bahagia karena semua kebutuhan dasar dapat terpenuhi, seperti makanan yang cukup, gizi, kesehatan, tempat tinggal, pendidikan, pendapatan yang layak dan perlindungan.

Friedlander dalam Suud (2006: 8) menjelaskan bahwa kesejahteraan sosial merupakan sistem yang terorganisasi dalam bentuk pelayanan-pelayanan oleh lembaga-lembaga sosial yang bermaksud untuk membantu individu-individu dan kelompok-kelompok agar mencapai tingkat hidup dan kesehatan yang memuaskan dan hubungan-hubungan personal dan sosial yang memberi kesempatan kepada mereka untuk mengembangkan seluruh kemampuan serta untuk meningkatkan kesejahteraan sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya.

Kesejahteraan sosial sebagai sebuah pelayanan adalah suatu sistem, suatu peraturan, program-program, kebaikan-kebaikan, pelayanan-pelayanan yang dapat memperkuat atau menjamin penyediaan pertolongan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial yang diakui sebagai dasar bagi penduduk dan keteraturan sosial. Sukirno (2004: 201) menyatakan bahwa modal adalah segala barang-barang yang akan diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang akan digunakan kembali oleh masyarakat. Barang-barang dan jasa yang dihasilkan berguna untuk meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat tersebut. Kunci pengentasan kemiskinan adalah memberdayakan masyarakat miskin bukan hanya sekedar memberikan bantuan (Sajogyo, 2002:16). Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya optimalisasi atas sumberdaya yang dimiliki oleh masyarakat sendiri baik yang menyangkut para aktor dari tokoh masyarakatnya, pemuka agamanya dan potensi sumberdaya masyarakat yang berupa nilai kearifan lokal, integritas dan bakat keterampilan.

### **2.3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Program pemerintah untuk mengatasi rendahnya investasi, tingkat pengangguran dan kemiskinan, yaitu melalui program pemihakan ekonomi yang bersifat pemberdayaan golongan ekonomi lemah dan pengadaan infrastruktur yang mendukung. Pemihakan pada golongan ini adalah pemberdayaan usaha mikro dan kecil. Pada masa krisis di tahun 1997/1998, usaha mikro dan kecil dianggap sebagai katup penyelamat ekonomi Indonesia. Bank menyalurkan dananya berupa kredit ke sektor usaha mikro dan kecil karena memandang adanya peluang bisnis yang besar di sektor ini. (Ade, 2006)

Krisis ekonomi tahun 1998, sektor UMKM juga menjadi penyelamat perekonomian nasional, karena perusahaan perusahaan besar banyak yang tumbang, justru sektor UMKM tetap eksis di tengah perekonomian yang serba tidak pasti. Mengapa sektor UMKM tetap eksis dan justru tumbuh berkembang, karena sektor ini memiliki karakteristik yang bersifat unik, justru keunikan inilah yang tidak dipahami oleh para penyusun kebijakan dengan benar mengingat keunikan ini bersifat holistik.

### **2.4 Sentra UMKM**

Sentra UMKM merupakan komunitas kelompok usaha UMKM yang bernaung dan berada dalam kelompok usaha, dimana beliau merasa senasib dan memiliki kepentingan yang sama bahkan memiliki karakteristik yang cenderung sama. Sentra UMKM terbentuk tanpa sengaja atau mungkin juga disengaja karena beliau dipersatukan oleh rasa kebersamaan, ingin berkembang dan membentuk suatu komunitas dalam satu tempat atau wilayah tertentu. Komunitas ini cenderung memiliki budaya yang sama sehingga sentra UMKM dapat menjadi wadah untuk memudahkan dalam memberi pelatihan, pendampingan, pembinaan dan kepentingan lainnya. Sentra UMKM sebenarnya dapat menjadi kekuatan ekonomi baru melalui pemberdayaan kelompok usaha masyarakat yang telah diuji ketangguhan sekaligus dapat menarik masyarakat komunitas warganya untuk bergabung dalam wadah yang lebih besar lagi sehingga sentra UMKM ini dapat dijadikan model pemberdayaan ekonomi rakyat yang tangguh dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Li and Matlay, 2006 dalam judulnya "*Chinese entrepreneurship and small business development*" menjelaskan tentang iklim kewirausahaan di negara China bahwa kebijakan pemerintahan daerah dalam mengembangkan aktivitas kewirausahaan di kota dan desa, lingkungan pemerintah dalam merespon kebutuhan perusahaan swasta serta budaya berpengaruh terhadap kewirausahaan.

Penelitian Hisrich and Drnovsek 2002 dalam judulnya "*Entrepreneurship and small business research a European perspective*". Penelitian ini menjelaskan tentang perspektif minat kewirausahaan membawa dampak terhadap banyak aspek antara lain pendidikan, bisnis, pemerintahan and beberapa komunitas tentang kehidupan. Peningkatan daya kreasi dan pengembangan perusahaan kecil membawa perubahan secara signifikan terhadap dunia pendidikan.

Penelitian Gibb, 2000 dalam judulnya "*Small and medium enterprise development: Borrowing from elsewhere*" Penelitian ini menjelaskan isu-isu tentang transfer ide antara negara dan budaya pengembangan usaha perusahaan kecil dan menengah. Hasil Penelitian ini menanyakan tentang apa arti peran negara dalam mengembangkan sektor usaha kecil dan menengah ?, Dimana posisi akademisi dalam proses perubahan ? Dimana letak relevansi tantangan perubahan di masa depan ?. Bagaimana dan dimana kita harus memulai menangani isu-isu tersebut ?. Beberapa pertanyaan ini sebenarnya memberi sinyal kepada para pengambil keputusan bawah pemerintah, kalangan akademis dan pihak terkait harus memiliki sikap yang jelas bagaimana mengembangkan usaha sektor UMKM.

Manajemen merupakan proses mengubah visi menjadi produktif yang nyata (Bateman dan Snell, 2014: 5), oleh karena itu untuk meraih capaian yang terbaik perlu kepemilikan pengetahuan manajemen yang mumpuni. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai pelaku usaha juga membutuhkan konsep manajemen yang aplikatif sesuai dengan kondisi riilnya, namun orientasi manajemennya masih sangat lemah sehingga kinerjanya kurang optimal. Visi dari suatu organisasi dapat dipergunakan oleh manajemen untuk mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki baik mesin, teknologi, sistem, sumberdaya manusia, uang dan lainnya, sehingga dapat menghasilkan aktivitas yang lebih produktif, memberi nilai tambah keekonomian yang baik serta berkontribusi riil

bagi terciptanya kinerja organisasi atau lembaga yang tinggi melebihi dari apa yang dihasilkan oleh organisasi atau lembaga lainnya.

Pengetahuan manajemen memiliki arti sangat penting untuk membangun keunggulan daya saing dan perbaikan kinerja organisasi (Lee and Wong, 2015), demikian juga kebijakan yang berorientasi pada pembelajaran organisasi dapat meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia bagi pelaku UMKM (Kim and Marsick, 2013), sedangkan karakteristik perusahaan turut menentukan kondisi tenaga kerja dan perbaikan sumber daya manusia pada sektor UMKM (Holten and Crouch, 2014). Pengetahuan manajemen sangat di butuhkan oleh pelaku UMKM agar dapat memiliki sumberdaya manusia yang berkompeten untuk membangun keunggulan daya saing dalam rangka menghasilkan kinerja yang optimum walaupun berada ditengah persaingan global dan terus berkembang.

Manajemen merupakan instrumen yang dapat membantu lembaga dan orang-orang yang ada didalamnya untuk melakukan suatu aktivitas yang lebih tertata dan sistematis sehingga semua proses manajemen dapat berjalan sesuai dengan sistem yang telah dibangun, memudahkan untuk melakukan suatu perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, monitoring dan evaluasinya, sehingga dapat memberi hasil kinerja yang lebih baik. Kinerja yang baik juga merupakan hasil kepemilikan kompetensi sumberdaya manusia yang mumpuni, karakteristik lembaga yang unik serta kemampuan manajemen dalam membangun daya saing yang melebihi dari apa yang dilakukan oleh pesaingnya, oleh karena itu kepemilikan pengetahuan manajemen harus terus dikembangkan dalam rangka menciptakan daya saing yang unik dan unggul sehingga kinerja lembaganya menjadi lebih baik.

Dukungan terhadap R & D, desain, investasi modal akan mendorong tindakan inovasi dalam melakukan perbaikan skill dan pembaharuan kemampuan UMKM (Love and Raper, 2015), sedang keputusan untuk berinovasi R&D melalui penggunaan ICT dibutuhkan untuk memberi pelayanan dan kepuasan pelanggan (Manjon *et al*, 2016). Inovasi merupakan langkah strategis membangun keunggulan daya saing, oleh karena itu pelaku UMKM harus memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi untuk mendukung kinerja usahanya, baik dalam penggunaan ICT, R&D maupun perbaikan pelayanan bagi kepuasan pelanggannya. Upaya ini tentunya dapat merespon perubahan selera

konsumen, mengantisipasi bisnis global bahkan untuk mengarah pada bisnis yang berorientasi ekspor sehingga dapat meningkatkan kapasitas bisnisnya dalam meraih kinerja yang semakin baik.

*Riset dan development* (R & D) merupakan implementasi dari orientasi teknologi yang dikembangkan oleh manajemen, oleh karena itu komitmen pihak manajemen terhadap investasi R & D merupakan bentuk kepedulian dalam upaya menghadapi perubahan selera konsumen dimasa mendatang. Investasi R & D dan komitmen mengembangkan R & D menjadi modal yang efektif untuk melakukan inovasi baik inovasi berbasis pasar maupun inovasi berbasis teknologi, sehingga perusahaan selalu berada dalam kondisi siap mengembangkan daya saing yang dinamis melalui inovasi secara berkelanjutan. *Riset dan development* yang baik harus diikuti oleh budaya kreatif didalam organisasinya yaitu selalu memberi ruang yang cukup dan memadai untuk menghargai berbagai ide yang muncul dari seluruh sumberdaya manusia yang berada di dalamnya, sehingga ide kreatif inilah yang akan sumber inspirasi untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan.

Sumberdaya manusia sebagai pilar utama dalam bisnis harus ditingkatkan kemampuannya agar dapat mengimplementasikan berbagai kebijakan dalam bisnisnya. Kebijakan dalam perbaikan fasilitas yang sama bagi pelaku UMKM mampu mendorong capaian kinerja menjadi lebih efektif (Sayani and Sahana, 2016). Motivasi atas kesuksesan perusahaan lain ternyata dapat mendorong keberhasilan UMKM dalam meraih sukses melalui pasar ceruk (Stoll and Brookshire, 2012) dan pemilihan metode pelatihan terbukti memberi pengaruh berbeda terhadap peningkatan kinerja bagi UMKM (Jones *et al*, 2013), sedangkan supervisi dan masukan oleh praktek para akuntan terhadap pealku UMKM, dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusianya (Jarvis and Rigby, 2012). Kualitas sumberdaya UMKM harus ditingkatkan kompetensinya agar dapat di optimalkan manfaatnya untuk menghasilkan kinerja yang baik, oleh karena itu berbagai langkah strategis harus dilakukan baik melalui program pelatihan, pendamping, pengembangan manajemen, motivasi serta perbaikan fasilitas yang berorientasi pada peningkatan budaya kreatif dan inovasi berkelanjutan agar dapat mendorong capaian kinerja UMKM yang optimal, sehingga kebedaannya mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik

## 2.6 Roamap Penelitian Tahun 2012-2017

*Grand desain* penelitian unggulan Universitas: “Peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi” dan topik riset unggulan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang: “Pengembangan sistem Manajemen Koperasi dan UMKM”, merupakan *grand desain* penelitian yang saling terkait, namun dalam implementasinya masih diperlukan topik/tema kajian yang lebih selaras dengan kondisi dan isu-isu yang sedang berkembang di tengah masyarakat serta ketertarikan minat peneliti sesuai dengan bidang keilmuannya.

### 2.6.1 Renstra Penelitian Perguruan Tinggi

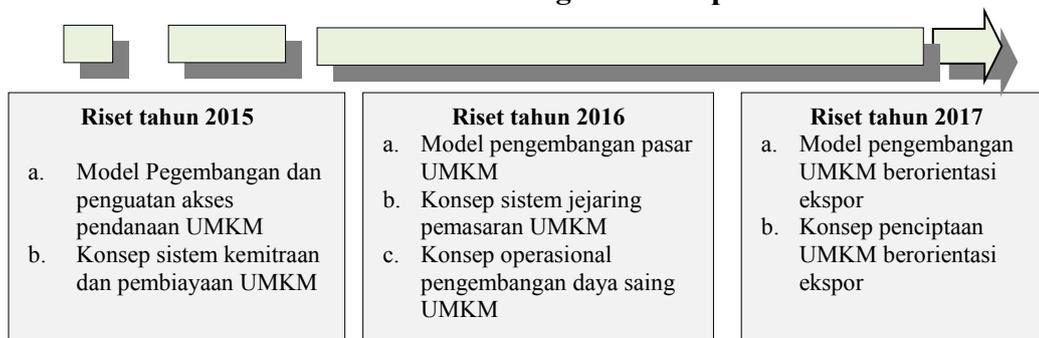
Rencana strategis penelitian perguruan tinggi (RSP-PT) disusun dalam rangka mewujudkan tercapainya pelaksanaan tridarma bidang penelitian yang terarah dan berkesinambungan serta mampu berkontribusi riil dalam pemecahan berbagai permasalahan atau problem yang muncul di tengah masyarakat. Rencana strategis penelitian (RSP) disusun dengan memperhatikan isu-isu strategis pada tingkat lokal maupun nasional sehingga membantu para peneliti/dosen di lingkungan perguruan tinggi untuk turut berpartisipasi dalam mengatasi problem masyarakat. Orientasi penelitian di lembaga ini diarahkan pada kajian interdisiplin pada kajian **“Peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan ekonomi kerakyatan (UMKM) dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi”** Renstra penelitian perguruan tinggi dirumuskan kedalam empat riset unggulan institusi yang meliputi: 1) Manajemen kelembagaan ekonomi kerakyatan 2) Kebijakan publik untuk penguatan ekonomi kerakyatan 3) Rekayasa transportasi, struktur, manajemen konstruksi dan pengelolaan lingkungan yang berwawasan ekonomi kerakyatan, 4) Sistem informasi teknologi dan komunikasi terapan untuk pengembangan ekonomi kerakyatan

### 2.6.2 Roadmap Penelitian Institusi dan Unggulan Fakultas Ekonomi

Mengacu pada riset unggulan perguruan tinggi selanjutnya dikembangkan riset unggulan pada tingkat fakultas agar dapat menampung para peneliti sesuai dengan minatnya. Riset unggulan fakultas ekonomi dan bisnis dirumuskan melalui tema: **“Efektivitas dan Tata Kelola Manajerial Lembaga dan Korporasi**

UMKM”. Relevansi tema riset unggulan institusi dan fakultas ekonomi dan bisnis tercermin pada tema: “**Manajemen kelembagaan ekonomi kerakyatan**”. Tema manajemen kelembagaan ekonomi kerakyatan juga dapat disinergikan dengan tema lain lintas bidang ilmu hukum yaitu “**Penguatan Kelembagaan UMKM**”, hal ini memiliki relevansi dalam membangun riset inovatif sebagaimana periset usulkan dalam judul penelitian terapan unggulan perguruan tinggi (PTUPT) yang merujuk pada tema “**Pengembangan pola manajerial sektor Koperasi dan UMKM**” untuk menggambarkan lebih rinci tentang roadmap riset unggulan dari Fakultas Ekonomi dan Binis dapat ditampilkan melalui gambar berikut ini.

**Roadmap Riset Unggulan Tema: Efektivitas dan Tata Kelola Manajerial Lembaga dan Korporasi UMKM**



Sumber: Renstra Penelitian Perguruan Tinggi (2012-2017)

Mengacu pada *roadmap* riset tersebut menunjukkan bahwa judul penelitian: “**Pengembangan Model dan Optimalisasi Pengelolaan Sentra UMKM Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**” selaras untuk mendukung terwujudnya riset unggulan institusi tentang Manajemen Kelembagaan Ekonomi Kerakyatan dan topik penguatan kelembagaan UMKM, sehingga judul penelitian ini turut mempercepat capaian rencana strategis penelitian perguruan tinggi agar menjadi pusat keunggulan dalam menghasilkan sebuah inovasi di bidang penelitian. Untuk mendukung tercapainya riset unggulan, diperlukan langkah riil dari para peneliti yang dapat ditampilkan melalui tabel sebagai berikut.

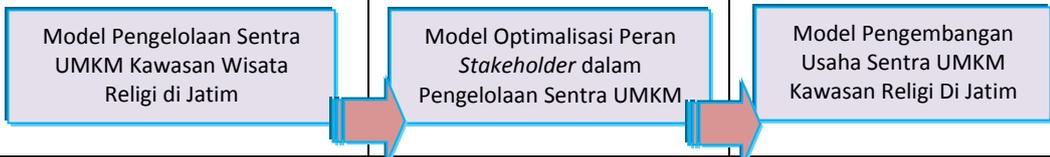
**Tabel 2.1: Roadmap Penelitian (tahun 2010-2020)**

| Tahun | Kegiatan   | Luaran  | Indikator   |
|-------|--|---|---|
| 2010  | <b>Penelitian Fundamental:</b><br>Tentang orientasi pelanggan dan orientasi pesaing produk makanan (pemasaran) | Laporan penelitian, seminar dan jurnal terakreditasi nasional (Ekuitas Vol. 14 No. 3, September 2010) | Memberi landasan dasar dalam menentukan tema dan permasalahan penelitian lanjutan |

|      |   |   |   |
|------|---|---|---|
| 2011 | <b>Penelitian Fundamental:</b><br>Tentang inovasi dan kualitas produk perusahaan <i>consumer goods</i>                | Laporan penelitian, seminar dan jurnal terakreditasi nasional (Ekuitas Vol. 15 No. 4, September 2011) | Memberi landasan dasar dalam menentukan tema dan permasalahan penelitian lanjutan |
| 2012 | <b>Penelitian Hibah Bersaing:</b><br>Tentang iklim investasi di era otonomi daerah berorientasi kemakmuran masyarakat | Laporan penelitian, seminar hasil penelitian  | Memberi landasan dasar dalam menentukan tema dan permasalahan penelitian lanjutan |
| 2015 | <b>Penelitian Fundamental:</b><br>Tentang inovasi teknologi dan kualitas produk perusahaan makanan                    | Jurnal <i>Growth</i> , Vol 1, No.2 hal 1-14, Desember 2015 ISSN. 2460-5204                            | Memberi landasan dasar dalam menentukan tema dan permasalahan penelitian lanjutan |
| 2016 | <b>Penelitian Unggulan PT:</b><br>Pengembangan model usaha sektor UMKM  | Jurnal internasional, seminar hasil penelitian  | Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM         |
| 2017 | <b>Penelitian Unggulan PT:</b><br>Pengembangan model pengelolaan sentra UMKM  | Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar  | Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM         |
| 2018 | <b>Penelitian Unggulan PT:</b><br>Pengembangan model peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM           | Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar  | Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM         |
| 2019 | <b>Penelitian Unggulan PT:</b><br>Pengembangan usaha sentra UMKM pada kawasan religi                                  | Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar  | Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM         |
| 2020 | <b>Penelitian Unggulan PT:</b><br>Pengembangan model pendanaan sektor UMKM  | Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar  | Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM         |

Sumber: Penulis

### Roadmap usulan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi tahun 2017-2019

| Tahun pertama (1)   | Tahun kedua (2)   | Tahun ketiga (3)  |
|---|---|---|
|   |   |   |
| (a) identifikasi pengelolaan sentra UMKM (b) memetakan model pengelolaan sentra UMKM (c) merumuskan model pengelolaan sentra UMKM (d) menguji efektivitas model pengelolaan sentra UMKM (e) evaluasi model pengelolaan sentra UMKM (f) menyempurnakan model pengelolaan sentra UMKM | (a) identifikasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM (b) merumuskan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> (c) menguji efektivitas model (d) evaluasi dan perbaikan model, (e) menyempurnakan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. | (a) identifikasi pengembangan usaha sentra UMKM (b) merumuskan peluang usaha sentra UMKM yang relevan (c) menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi (d) membangun pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur |
| Jurnal ilmiah internasional, pemakalah, paten sedarhana, perekayasaan sosial dan buku ajar  | Jurnal ilmiah internasional, pemakalah, paten sedarhana, perekayasaan sosial dan buku ajar  | Jurnal ilmiah internasional, pemakalah, paten sedarhana, perekayasaan sosial dan buku ajar  |

Sumber: Dikembangkan oleh Peneliti

## **BAB. 3**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1 Tujuan khusus**

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah “Mendirikan pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur”. Sedangkan target akhir dari penelitian ini adalah menjadikan sentra UMKM pada kawasan wisata religi sebagai kekuatan ekonomi yang mandiri dan mampu memberikan kontribusi riil bagi kesejahteraan Masyarakat. Adapun langkah untuk mencapai tujuan khusus tersebut harus dilakukan melalui tahapan tujuan penelitian sebagai berikut:

##### **Tujuan tahun pertama (1)**

1. Mengidentifikasi karakteristik pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
2. Merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa timur

##### **Tujuan tahun kedua (2)**

1. Mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
2. Merumuskan Model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
3. Merumuskan strategi implementasi model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur

##### **Tujuan tahun ketiga (3)**

1. Mengidentifikasi karakteristik usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
2. Merumuskan model pengembangan usaha yang relevan dengan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
3. Merumuskan model pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur

### 3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan tersebut diatas, maka penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Pelaku Usaha Sentra UMKM

Memberikan alternatif model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi yang lebih efektif, sehingga dapat digunakan sebagai panduan dalam mengelola usaha UMKM yang lebih baik, dalam rangka mendorong peningkatan usahanya menjadi tumbuh berkembang serta meningkatkan daya saing usahanya menjadi lebih unggul.

b. Bagi Pemerintah Daerah

Memberi solusi dalam rangka pemberdayaan pelaku usaha sentra UMKM menjadi lebih efektif dan berdaya saing tinggi, sehingga memberi kontribusi dalam pengentasan kemiskinan sekaligus meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Kawasan wisata religi dapat menjadi pengungkit pertumbuhan ekonomi kawasan, manakala pelaku usaha UMKM yang berada pada kawasan tersebut dikelola secara memadai dan efektif.

c. Bagi Peneliti

Memberi alternatif pemikiran dan solusi atas berbagai problem dan isu isu yang sedang berkembang ditengah masyarakat kita, khususnya yang terkait dengan pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, mengingat kawasan ini menjadi rujukan daya tarik wisata bagi masyarakat yang memiliki budaya ziarah ke makam para wali, auliyah dan ulama besar yang dipercaya memiliki karomah dimasa hidupnya ataupun nilai spiritual yang tinggi pada jamannya, sehingga budaya masyarakat ini dapat mendorong wisatawan pada kawasan wisata religi terus meningkat, sehingga mendorong perlunya pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi tersebut.

d. Bagi Masyarakat

memberikan model pengelolaan sentra UMKM yang sedang tumbuh dan berkembang pada kawasan lainnya, karena model ini memiliki pola yang cenderung sama dengan karakteristik sentra UMKM yang berada di tengah

masyarakat kita. Dengan memanfaatkan model diharapkan mengurangi ketidak pastian pengelolaan yang tidak memiliki suatu model, sehingga dapat meningkatkan pengelolaan aktivitas usahanya yang lebih efektif, sehingga dapat mendorong pertumbuhan usaha yang signifikan serta berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

## **BAB. 4** **METODE PENELITIAN**

### **4.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif, dengan alasan bahwa penelitian ini ingin menyelesaikan suatu permasalahan yang terkait dengan pengelolaan sentra UMKM yang bersifat holistik oleh karena itu tindakan fokus terhadap permasalahan menjadi sangat penting. Penelitian ini memerlukan pendalaman dengan nara sumber secara langsung sehingga tidak mungkin dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Pelaku usaha yang berada pada kawasan wisata religi dilibatkan secara langsung sebagai sang aktor, tempat dan aktivitasnya, agar mampu mengungkap hal tersebut secara lengkap dengan sang pelaku usaha saat dilakukan amatan.

Penentuan fokus menjadi penting, agar penelitian dapat mengarah pada target yang diinginkan yaitu merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, yang terdiri aspek lokasi usaha, tempat usaha, infrastruktur, nilai kearifan lokal, legalitas serta aspek manajemen pemasaran, sehingga model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dapat di gunakan sebagai panduan bagi pelaku usaha sentra UMKM untuk mengelola usahanya menjadi lebih baik sehingga dapat memberi kontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

### **4.2 Obyek dan Nara Sumber**

Obyek dalam penelitian ini adalah situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen yaitu tempat, pelaku dan aktivitas (Spradley dalam Sugiyono, 2009: 215), dengan demikian yang menjadi obyek penelitian adalah model pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh kelompok pelaku UMKM yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yaitu kawasan makam Sunan Ampel, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, sunan Drajad dan Sunan Bonang.

Nara sumber atau informan merupakan pihak yang terkait dengan obyek penelitian, oleh karena itu penentuan nara sumber menjadi sangat penting untuk menjamin validitas data yang diperlukan. Kualitas nara sumber ditentukan oleh

sampel sumber datanya yaitu bagaimana memilih nara sumber yang mumpuni dan layak memberikan data yang diperlukan untuk mengungkap model pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

### **4.3 Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti harus memenuhi kriteria validasi yaitu sejauhmana peneliti siap untuk melakukan penelitian lapangan, memahami metode penelitian, memahami obyek penelitian baik secara akademik maupun logika. Instrumen penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok peneliti yaitu instrumen peneliti dari kalangan pelaku usaha yang berada di kawasan wisata religi. Sedangkan instrumen peneliti kedua dari kalangan akademisi dalam hal ini diwakili oleh Universitas Narotama yang lebih banyak berperan dalam mendesain konsep penelitian, menyiapkan kerangka berpikir, menentukan obyek dan nara sumber serta melakukan pengumpulan data dan analisis data.

Instrumen penelitian harus tertuang dalam organisasi yang jelas, agar penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan mekanisme kerja dan jadwal yang telah ditentukan. Peneliti dari kalangan akademisi harus bermitra dan berkolaborasi untuk menghasilkan suatu penelitian kerjasama, agar permasalahan yang bersifat holistik dapat dipecahkan secara komprehensif, karena kedua pihak memiliki kompetensi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan sosial tersebut. Kedua pihak peneliti akan melakukan fungsi penelitian sesuai dengan domain yang dikuasainya, sehingga dapat dihasilkan penelitian yang sangat besar manfaatnya yaitu berupa perumusan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yaitu kawasan makam Sunan Ampel, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, sunan Drajad dan Sunan Bonang.

### **4.4 Sampel Sumber Data**

Sampel sumber data merupakan proses pemilihan sumber data yaitu bagaimana cara menentukan orang-orang yang akan menjadi sumber data. Sumber data adalah pihak-pihak yang akan diamati dan digali informasinya, beliau di

pandang layak mengetahui tentang situasi sosial yang diamati. Sampel sumber data dilakukan secara *purposive* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel sumber data dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha yang mengetahui dengan benar tentang proses penerapan pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi. Dalam sampel ini tidak ditentukan jumlah orang tetapi sejauhmana data dianggap valid untuk menjelaskan berbagai aspek yang terkait dengan model pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi. Sampel sumber data diperlukan untuk memperoleh data yang valid, oleh karena itu sumber data harus berasal dari pelaku usaha sentra UMKM kawasan wisata religi. Kompilasi kedua sumber data tentu akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

#### **4.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dalam hal ini menggunakan setting alamiah (*natural setting*) yaitu pengumpulan data dilakukan dengan cara langsung dari nara sumber yang relevan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data diperoleh melalui empat metode yaitu:

1. Observasi yaitu memperoleh data dengan cara mengamati langsung terhadap hal-hal yang terkait dengan penelitian yakni mengamati pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di lima lokasi, sehingga dapat diperoleh gambaran secara alami tanpa adanya intervensi dari manapun
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data tertulis yang berasal dari dokumen yang di miliki oleh pelaku usaha yang berada di sentra UMKM atau dokumen lainnya yang relevan dengan keperluan data. Metode dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yakni dengan mempelajari dan menganalisa sejumlah bahan-bahan tertulis, baik pendapat dari para ahli, dari aturan yang berlaku serta literatur-literatur yang dianggap memiliki relevansi dengan penelitian dan dokumen yang terkait dengan masalah yang dikaji, yang mana dokumen dapat berupa catatan, gambar/photo dan sumber lainnya.

3. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui wawancara terstruktur yaitu dengan menggunakan panduan kuesioner yang telah disediakan guna untuk memperoleh data kuantitatif serta dilakukan pendalaman melalui wawancara agar dapat menggali informasi lebih dalam dengan kuesioner terbuka untuk memperoleh data kualitatif.
4. Triangulasi, yaitu cara pengumpulan data melalui penggabungan tiga metode tersebut di atas dengan harapan akan terjadi crosscek data dan dihasilkan data yang berkualitas dan valid.

Nara sumber dalam penelitian adalah pelaku usaha di sentra UMKM terutama pihak yang dipandang mumpuni dan layak untuk memberikan informasi atau data yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan yang diteliti.

#### **4.6 Teknik Pengujian keabsahan Data.**

Untuk menjamin tingkat kepercayaan data yang telah dikumpulkan dengan teknik teknik tertentu, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengecekan terhadap keabsahan data. Tohirin (2012: 71) menyatakan bahwa kebenaran data penelitian kualitatif dapat ditentukan dengan cara: 1) *credibility* 2) *transferability*, 3) *dependability* dan 4) *confirmability*.

##### **1. *Credibility* (derajat kepercayaan)**

Kredibilitas adalah suatu kriteria yang harus dipenuhi agar data yang diperoleh peneliti benar benar mengandung kebenaran, kredibilitas dapat di peroleh melalui kegiatan memeriksa keabsahan data sampai seberapa jauh tingkat kepercayaannya dengan cara *member check* (pengecekan anggota), *triangulation* (trianggulasi), dan diskusi teman sejawat. Kegiatan pengecekan anggota adalah kegiatan memeriksa kembali catatan lapangan yang peneliti berikan, baik berupa hasil observasi maupun wawancara agar data yang di berikan menjadi lebih sesuai dengan apa yang dimaksud kemudian diperiksa, diperbaiki, ditambah dan dikurangi setelah itu responden menandatangani hasil wawancara. Untuk menjamin validitas data di uji dengan "*triangulasi data*". Dalam penelitian ini peneliti menggunakan : 1) triangulasi metode, yaitu data yang sama dicari dengan metode yang berbeda, 2) triangulasi sumber yaitu data yang sama dicari dengan sumber yang berbeda. Diskusi dengan teman

sejawat dilakukan dengan membicarakan data dari temuan-temuan yang didapat dengan rekan sejawat.

## 2. **Transferability (keteralihan)**

Transferabilitas, yaitu sejauh mana hasil penelitian dapat dialihkan pada situasi lain atau suatu hasil penelitian berpotensi untuk dialihkan pada konteks lain. Peneliti akan mencari dan mengumpulkan kejadian empiris sehingga tersedia data deskriptif tentang situasi penelitian yang dilakukan secara utuh, menyeluruh, lengkap, mendalam dan terinci.

## 3. **Dependability (ketertanggungjawaban)**

*Dependability*, pada penelitian kualitatif konsep *dependability* menjadi pertimbangan dalam menilai keilmiahannya suatu penelitian kualitatif, yaitu sejauh mana temuan kualitatif memperlihatkan konsistensi hasil temuan ketika hal yang sama dilakukan oleh peneliti lain dengan waktu yang berbeda tetapi dilakukan dengan metode yang sama. Agar penelitian ini dapat dipertahankan, dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka dalam pelaksanaannya memerlukan uji keakuratan perolehan penelitian yang akan memberikan pertimbangan khusus. Dependabilitas digunakan untuk menilai proses yang telah ditempuh dan dilakukan oleh *dependent auditor*.

## 4. **Confirmability (kepastian)**

Confirmability, dalam penelitian kualitatif lebih diartikan sebagai konsep intersubjektivitas atau konsep transparansi, yaitu kesediaan peneliti untuk mengungkapkan secara terbuka tentang proses dan elemen-elemen penelitiannya sehingga memungkinkan pihak lain atau peneliti lain melakukan penilaian tentang hasil-hasil temuannya. Beberapa peneliti kualitatif lebih mengarahkan kriteria confirmability dalam rangka menemukan kesamaan pandangan dan pendapat terhadap topik yang diteliti atau menitikberatkan pada pertanyaan sejauh mana dapat diperoleh persetujuan diantara beberapa peneliti mengenai aspek yang sedang dipelajari (Long & Johnson, 2000).

Keabsahan data merupakan upaya peneliti untuk menemukan data yang valid (terpercaya akurasi), agar data yang dikumpulkan dapat dipergunakan untuk mendeskripsikan kondisi riil yang diamati oleh peneliti dan dasar untuk merumuskan suatu model yang baik.

#### **4.7 Satuan Kajian (fokus amatan)**

Penelitian kualitatif lebih bersifat holistik, oleh karena itu perlu dibatasi masalah penelitiannya dengan cara menentukan fokus amatannya: a) Identifikasi model pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan pelaku usaha pada kawasan wisata religi b) Mengkaji rumusan Model pengelolaan sentra UMKM yang Efektif bagi pelaku usaha pada kawasan wisata religi, oleh karena itu fokus penelitian ini meliputi enam kajian yang terkait dengan model pengelolaan sentra UMKM yaitu: a) aspek lokasi usaha, b) aspek tempat usaha, c) aspek infrastruktur d) aspek nilai kearifan lokal, e) aspek legalitas dan f) aspek manajemen.

##### **4.7.1 Aspek Lokasi Usaha**

Aspek lokasi usaha merupakan suatu kawasan dimana sekelompok sentra UMKM melakukan berbagai aktivitas usaha. Lokasi usaha merupakan bagian dari infrastruktur yang harus ada dan tersedia secara memadai agar dapat mendukung tercapainya kegiatan usaha yang lebih baik. Lokasi usaha di kawasan wisata religi biasanya cenderung berdekatan lokasinya dengan makam wali, auliyah dan ulama besar yang dijadikan tempat ziarah oleh masyarakat, oleh karena itu pengelolaan lokasi usaha merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan pengelolaan sentra UMKM yang lokasinya berada di kawasan wisata religi, sehingga memerlukan suatu kearifan dalam memanfaatkan lokasi usaha dengan makam para wali yang dijadikan tempat ziarah agar semua daya tarik wisata (wisata religi) ini memberi kontribusi yang optimal bagi masyarakat.

##### **4.7.2 Aspek Tempat Usaha**

Aspek tempat usaha merupakan sarana dan prasarana yang dipergunakan oleh pelaku usaha UMKM untuk melakukan aktivitas usahanya, oleh karena itu tempat usaha sangat dipengaruhi oleh karaktersitik usahanya dan kemampuan diri dari aspek finansial pemiliknya. Kawasan wisata religi merupakan salah satu daya tarik wisata di Jawa Timur yang memiliki pengunjung cukup besar, hal ini terkait dengan kultur masyarakat Jawa yang memuliakan para wali, auliyah dan ulama dengan cara melakukan ziarah ke makam makam beliau. Kultur masyarakat ini tentu memberikan dampak yang positif terhadap tumbuh suburnya pelaku usaha di

sektor UMKM, oleh karena itu pengelolaan tempat usaha merupakan bagian dari pengelolaan sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi, sehingga tempat usaha yang memadai tentu akan memberi kontribusi yang positif bagi para pelaku usaha yang berada di kawasan ini sekaligus memberi manfaat terhadap tumbuh berkembangnya usaha UMKM yang berada di kawasan wisata religi.

#### **4.7.3 Aspek infrastruktur**

Aspek infrastruktur merupakan fasilitas pendukung terkait dengan akses daya tarik wisata yang berada di satu daerah atau kawasan wisata, oleh karena itu infrastruktur harus disiapkan oleh pemerintah daerah/masyarakat secara memadai agar kawasan wisata religi menjadi daya tarik wisata yang nyaman dan menarik bagi masyarakat. Infrastruktur merupakan bagian yang mutlak dan sangat penting disediakan dalam rangka mendukung tercapainya kawasan wisata yang nyaman dan aman sehingga dapat menunjang tersedianya sentra UMKM di kawasan wisata religi yang memadai, oleh karena itu infrastruktur merupakan bagian pengelolaan sentra UMKM yang harus dilakukan secara memadai dan ter-*integrated* dengan aspek lainnya, agar sentra UMKM dapat tumbuh berkembang secara optimal serta memberi manfaat bagi masyarakat setempat.

#### **4.7.4 Aspek Nilai Kearifan Lokal**

Aspek kearifan lokal merupakan nilai *intangible* yang dapat menambah nilai daya tarik wisata lebih bersinergi dengan lingkungannya, oleh karena itu nilai kearifan lokal harus digali dan dioptimalkan manfaatnya dalam rangka memacu perkembangan wisata religi di Jawa Timur. Aspek kearifan lokal dapat berupa ide kreatif yang dikembangkan dari unsur budaya, bahasa, adat istiadat, karakteristik masyarakat dan lingkungan alam sekitarnya. Nilai kearifan lokal yang dapat dikembangkan secara kreatif oleh masyarakat tentunya dapat menambah nilai jual dari daya tarik wisata itu sendiri, oleh karena itu pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi tidak boleh mengabaikan pengelolaan nilai kearifan lokal yang mencerminkan karakteristik dari kawasan wisata tersebut, sehingga sentra UMKM yang berada di kawasan tersebut dapat berkembang dengan baik serta memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya.

#### **4.7.5 Aspek Legalitas**

Aspek legalitas merupakan bagian yang harus dikelola dengan memadai, karena hal ini akan menentukan eksistensi dari sentra UMKM itu sendiri, terutama yang menyangkut organisasi atau paguyupan para pelaku UMKM, hubungan para pelaku UMKM dengan birokrasi yang ada dilingkungan kawasan wisata religi dan para pemangku kepentingan lain yang memiliki keterkaitan dengan keberlanjutan dari sentra UMKM di masa mendatang. Aspek legalitas merupakan upaya meraih jaminan keberlangsungan usaha dari pelaku UMKM yang berada pada kawasan tersebut, karena adanya sinergi para pemangku kepentingan terhadap tumbuh dan berkembangnya aktivitas UMKM serta pengembangan daya tarik wisata yang berada di kawasan tersebut sehingga dapat memberi manfaat bagi masyarakat.

#### **4.7.6 Aspek Manajemen**

Aspek manajemen merupakan bagian yang paling krusial bagi pelaku sektor UMKM mengingat sektor ini banyak diminati oleh sekelompok masyarakat yang termarginalkan, khususnya aspek manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Aspek manajemen sumber daya manusia dan manajemen keuangan lebih berorientasi langsung dengan pelaku UMKM, sedangkan aspek manajemen pemasaran lebih berorientasi pada konsumennya, sehingga aspek ini harus segera memperoleh perhatian yang lebih serius dari para pemangku kepentingan agar sentra UMKM kawasan wisata ini dapat tumbuh berkembang dengan layak.

Aspek manajemen pemasaran merupakan bagian utama dan paling penting dalam pengelolaan sentra UMKM karena menyangkut aspek individu dan setiap pelaku UMKM memiliki karakteristik yang berbeda beda, namun karakteristik ini dapat dipolakan menjadi sebuah model yang bersifat universal, oleh karena itu aspek ini harus *ter-integrated* dengan aspek lainnya agar seluruh aspek yang ada dapat memberi dukungan yang lebih optimal terhadap pengembangan sentra UMKM yang berada di kawasan tersebut. Aspek pemasaran harus menyentuh pada perilaku dan sikap dari pelaku UMKM sendiri, karena hal ini akan turut menentukan sikap dan perilaku masyarakat yang datang di kawasan wisata untuk berbelanja dan membeli produk produk yang ditawarkan oleh mereka, oleh karena

itu perlunya program pelatihan, pendampingan dan pengembangan aspek pemasaran secara berkelanjutan agar memberikan manfaat jangka panjang serta mendorong kemandirian ekonomi bagi pelaku sentra UMKM di kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan usaha serta kesejahteraan bagi masyarakat.

#### **4.8 Teknik Analisis Data**

Perumusan suatu model harus dilakukan melalui tahapan analisis data agar model dapat dirumuskan secara sistematis, logis dan empiris, oleh karena itu di perlukan tahapan yang jelas dan terstruktur. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis atas data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara di lapangan, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, menseleksi data yang perlu dipelajari dan membuat suatu simpulan. Analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi suatu hipotesis. Jika hal ini dapat diuji dengan berulang ulang dan hasil yang diuji tetap konsisten, maka hipotesis akan berkembang menjadi teori (Nasution dalam Sugiyono, 2009: 244)

Analisis data dalam perumusan model ini dilakukan dengan menggunakan model analisis domain yaitu memberikan gambaran yang umum dan menyeluruh tentang pola pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha di kawasan wisata religi. Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan obyek yang diteliti secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga diperoleh gambaran obyek secara holistik. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap tahapan analisis data, maka dapat penulis sajikan tahapan analisis secara detail dan rinci agar memudahkan dalam pengumpulan data, mendiskripsikan hasil penelitian, menganalisis data, membuat kesimpulan/saran serta membuat rekomendasi bagi pengambilan kebijakan maupun bagi kelanjutan penelitian dimasa mendatang dan pengembangan model baru.

Tahapan perumusan model meliputi: a) mengidentifikasi pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan pelaku usaha pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, (b) memetakan model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi,

(c) mengembangkan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi (d) menguji efektivitas model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi, (e) mengevaluasi kembali model pengelolaan sentra UMKM melalui *focus group discussion* guna melakukan penyempurnaan model yang lebih aplikatif (f) memperbaiki rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang lebih layak untuk diimplementasikan pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

#### 4.8.1 Rancangan dan Metode Penelitian

Secara rinci tahapan pelaksanaan dan perumusan model pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi Jawa Timur meliputi enam aspek pengamatan dan tiga langkah tahapan yaitu: a) rancangan penelitian, b) metode penelitian dan c) indikator capaian. Tahapan ini menguraikan secara detail langkah langkah yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan rumusan model yang efektif yang dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1: Rancangan dan Metode Rumusan Model

| Aspek Yang Diteliti  | Rancangan Penelitian  | Metode Penelitian   | Indikator Capaian   |
|--|---|---|---|
| a. Identifikasi pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi                     | Desain kuesioner untuk mengidentifikasi model pengelolaan usaha yang dilakukan oleh kelompok usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi | Menentukan 50 responden secara acak pada pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM yang tersebar di empat kawasan wisata religi | Dapat diidentifikasi model pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan pelaku usaha pada kawasan wisata religi                        |
| b. Memetakan model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi                  | Mengelompokkan model pengelolaan usaha sentra UMKM sesuai dengan karakteristik jenis usahanya   | Memetakan model pengelolaan sentra UMKM sesuai dengan karakteristik jenis usaha yang ada di kawasan wisata religi             | Dapat diidentifikasi karakteristik model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi                                       |
| c. Merumuskan efektivitas model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi     | Merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakteristik usaha di kawasan wisata religi                          | Menentukan skoring model pengelolaan sentra UMKM dengan kriteria tertentu agar dapat dipilih model yang efektif               | Dapat dirumuskan suatu model pengelolaan sentra yang efektif pada kawasan wisata religi   |
| d. Pengujian atas efektivitas model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi | Menentukan sampel pelaku usaha pada sentra UMKM untuk menguji efektivitas model pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi          | Menentukan 15 responden dengan cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas efektivitas model pengelolaan sentra UMKM  | Dapat diketahui tingkat efektivitas rumusan model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur                |
| e. Evaluasi efektivitas model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi       | Melakukan evaluasi atas efektivitas model pengelolaan sentra UMKM yang telah diujikan pada pelaku usaha pada sentra UMKM                  | Melakukan evaluasi atas efektivitas model pengelolaan sentra UMKM melalui FGD dari akademisi yang memiliki minat kajian UMKM  | Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan model melalui <i>focus group discussion</i> dan dirumuskan model |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  |   |   | pengelolaan sentra UMKM baru   |
| f. Membakukan model pengelolaan sentra UMKM yang diimplementasikan pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. | Merumuskan perbaikan model pengelolaan sentra UMKM dan sosialisasi model pada pelaku usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur | Merumuskan dan melakukan perbaikan model pengelolaan sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pengelolaan sentra UMKM pada <i>stakeholder</i> yang pada lima pelaku usaha sentra UMKM di kawasan wisata religi | Dapat dilakukan penyempurnaan rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakteristik usaha di kawasan wisata religi dan strategi sosialisasinya model pada pelaku usaha di kawasan wisata religi |

Sumber: Diolah oleh penulis

#### 4.8.2 Langkah Perumusan Model

Uraian secara detail langkah langkah perumusan model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi dapat diuraikan sebagai berikut:

##### 1. Identifikasi Pengelolaan Sentra UMKM

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap kegiatan pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek pengelolaannya yang meliputi lokasi usaha, tempat usaha, infrastruktur kawasan wisata, nilai kearifan lokal, legalitas usaha serta aspek manajemen pemasarannya. Kuesioner disebarkan pada 50 responden/pelaku usaha di lima lokasi kawasan wisata religi secara acak sehingga dapat diidentifikasi model pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM di kawasan wisata religi.

##### 2. Memetakan Model Pengelolaan Sentra UMKM

Tahapan ini dilakukan pemetaan/*mapping* pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM di kawasan wisata religi. *Mapping* akan menggambarkan model sesuai dengan karakteristik pengelolaan sentra UMKM, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam merumuskan model yang efektif, dengan cara mengelompokkan jawaban dari 50 responden pelaku usaha di kawasan wisata religi.

##### 3. Merumuskan Efektivitas Model Pengelolaan Sentra UMKM

Tahap ini diawali dengan mengelompokkan karakteristik pengelolaan sentra UMKM, selanjutnya memberi kriteria penilaian dari setiap indikator model pengelolaan sentra UMKM, sehingga dapat dirumuskan model pengelolaan

sentra UMKM yang dianggap efektif dan sesuai dengan karakteristik dari pelaku usaha pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

**4. Pengujian Efektivitas Model Pengelolaan Sentra UMKM**

Tahap ini diawali dengan menentukan 15 responden dari lima kawasan wisata religi dengan cara dipilih sebagai sampel untuk menguji kelayakan model pengelolaan sentra UMKM. Pengujian ini untuk menggali informasi terkait kekurangan dan kelemahan model yang telah dirumuskan sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas pengelolaan sentra UMKM yang selaras dan sesuai dengan karakteristik pelaku usaha UMKM di kawasan wisata religi Jawa Timur.

**5. Evaluasi Efektivitas Model Pengelolaan Sentra UMKM**

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model pengelolaan sentra UMKM dengan mengevaluasi secara mendalam terhadap sikap/pandangan dari 15 responden yang berasal dari lima kawasan wisata religi, melalui kajian *focus group discussion* (FGD) dari kalangan akademisi sehingga dapat diketahui adanya kekurangan yang terjadi serta dapat dijadikan acuan dalam merumuskan perbaikan model yang lebih aplikatif dan selaras dengan karakteristik pelaku UMKM di kawasan wisata religi di Jawa Timur.

**6. Membakukan Model Pengelolaan Sentra UMKM dan Implimentasinya**

Tahap ini melakukan rumusan kembali atas model pengelolaan sentra UMKM yang lebih tepat sesuai dengan karakteristik usaha di kawasan wisata religi. Hasil rekomendasi dari *focus group discussion* menjadi rujukan/acuan dalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang lebih efektif selanjutnya disosialisasikan untuk diimplementasikan untuk pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi dan tempat wisata lainnya di Jawa Timur yang memiliki karakteristik yang sama.

**BAB. 5**  
**HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

**5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Obyek amatan dalam penelitian ini adalah pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yang meliputi lokasi: makam Sunan Ampel, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, Sunan Drajad serta makam Sunan Bonang. Kunjungan wisata religi tersebut telah menginspirasi masyarakat sekitar kawasan untuk mengambil peluang yang ada melalui berbagai kegiatan usaha dalam rangka memenuhi kebutuhan berbagai keperluan pengunjung baik berupa sentra souvenir, jasa kuliner, perlengkapan ibadah dan kebutuhan lainnya. Keberadaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi tidak dinampikkan karena adanya kunjungan wisata pada kawasan tersebut, oleh karena itu sudah selayaknya jika para pelaku UMKM pada kawasan tersebut mampu memahami karakteristik pengunjung, memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhannya, melalui penyediaan barang/jasa yang superior melebihi dari apa yang diinginkan. Adapun pengunjung kawasan wisata religi lima tempat tersebut dapat ditampilkan dalam tabel 5.1 sebagai berikut:

**Tabel 5.1:** Pengunjung Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur Tahun 2015

| No                              | Bulan Kunjungan | Sunan Ampel      | Sunan M. Ibrahim | Sunan Giri       | Sunan Drajad   | Sunan Bonang     |
|---------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| 1                               | Januari         | 139.495          | 121.882          | 113.711          | 77.015         | 112.560          |
| 2                               | Pebruari        | 90.554           | 69.570           | 81.679           | 77.152         | 145.528          |
| 3                               | Maret           | 107.128          | 104.699          | 82.658           | 77.092         | 153.732          |
| 4                               | April           | 156.286          | 101.786          | 17.002           | 75.721         | 145.421          |
| 5                               | Mei             | 266.935          | 120.310          | 253.141          | 122.173        | 300.204          |
| 6                               | Juni            | 153.582          | 116.497          | 121.430          | 55.845         | 173.659          |
| 7                               | Juli            | 121.010          | 28.376           | 47.958           | 92.684         | 44.185           |
| 8                               | Agustus         | 173.621          | 109.412          | 15.301           | 44.465         | 160.411          |
| 9                               | September       | 167.482          | 102.569          | 14.489           | 74.811         | 143.850          |
| 10                              | Oktober         | 241.007          | 76.873           | 187.680          | 77.707         | 216.039          |
| 11                              | Nopember        | 204.171          | 116.961          | 164.841          | 77.564         | 292.986          |
| 12                              | Desember        | 219.094          | 107.883          | 159.786          | 77.430         | 189.878          |
| <b>Total Pengunjung</b>         |                 | <b>2.094.365</b> | <b>1.176.818</b> | <b>1.259.676</b> | <b>929.659</b> | <b>2.078.453</b> |
| <b>Rata rata Pengunjung/bln</b> |                 | <b>170.030</b>   | <b>98.068</b>    | <b>104.973</b>   | <b>77.472</b>  | <b>173.204</b>   |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur (2015: 68-106) 6.609.312/51.466.969 (12,84%)

Tabel diatas menunjukkan bahwa rata rata pengunjung wisata religi di lima tempat wisata tersebut memiliki jumlah yang berbeda dengan kisaran pengunjung antara 98.068 - 173.204/bulan. Hal ini memberi suatu gambaran bahwa satu lokasi

wisata religi ternyata memiliki keterkaitan dengan kunjungan pada tempat wisata lainnya terutama yang memiliki lokasi yang berdekatan. Paket wisata menjadi satu tren bagi wisatawan lokal yaitu mengunjungi wisata religi sekaligus mengunjungi tempat wisata lainnya atau paket wisata religi yaitu wisatawan melakukan wisata religi untuk beberapa tempat sekaligus, khususnya bulan-bulan tertentu yang ada kaitannya dengan kalender umat muslim seperti bulan dzulhijah, bulan puasa dan bulan muharam (bulan besar bagi umat muslim).

Karakteristik wisatawan yang datang pada kawasan wisata religi tentunya memiliki preferensi apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan selama berada di tempat kunjungannya, oleh karena itu orientasi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM harus relevan dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung agar terjadi interaksi pembeli dan penjual karena terpenuhinya kebutuhan antara kedua pihak tersebut. Banyaknya pengunjung wisata religi di Jawa Timur ternyata belum diikuti wisatawan untuk singgah bermalam/menginap di kota tujuan, oleh karena itu masih memerlukan pemikiran jauh kedepan, agar wisatawan lokal ini mampu memberi manfaat bagi pengelola industri kreatif lainnya (lihat tabel 5.2)

**Tabel 5.2:** Tamu Nusantara Yang Menginap di Kota DTW Tahun 2015

| No                              | Bulan Kunjungan | Surabaya         | Gresik        | Lamongan      | Tuban         | Jumlah           |
|---------------------------------|-----------------|------------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| 1                               | Januari         | 196.871          | 3.237         | 1.912         | 4.801         | 206.821          |
| 2                               | Pebruari        | 183.411          | 3.458         | 3.538         | 4.486         | 194.893          |
| 3                               | Maret           | 213.597          | 3.472         | 3.592         | 5.016         | 225.677          |
| 4                               | April           | 194.448          | 3.408         | 3.741         | 4.960         | 206.557          |
| 5                               | Mei             | 224.698          | 3.775         | 3.585         | 5.395         | 237.453          |
| 6                               | Juni            | 187.749          | 3.598         | 3.483         | 4.752         | 199.582          |
| 7                               | Juli            | 171.685          | 3.501         | 3.526         | 3.945         | 182.657          |
| 8                               | Agustus         | 266.072          | 4.657         | 3.675         | 4.593         | 278.997          |
| 9                               | September       | 235.265          | 4.092         | 3.526         | 4.003         | 246.886          |
| 10                              | Oktober         | 258.096          | 4.348         | 3.885         | 4.761         | 271.090          |
| 11                              | Nopember        | 381.555          | 3.359         | 3.905         | 4.370         | 393.189          |
| 12                              | Desember        | 301.204          | 3.341         | 4.347         | 4.968         | 313.860          |
| <b>Total Pengunjung</b>         |                 | <b>2.814.651</b> | <b>44.244</b> | <b>42.715</b> | <b>56.050</b> | <b>2.957.660</b> |
| <b>Rata rata Pengunjung/bln</b> |                 | <b>234.554</b>   | <b>3.687</b>  | <b>3.560</b>  | <b>4.671</b>  | <b>246.472</b>   |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur (2015: 37) 2.957.660/8.382.196 (35,29%)

Tabel diatas menunjukkan bahwa tamu lokal yang menginap di empat kota tujuan wisata religi masih terjadi ketimpangan yang sangat besar. Kota Surabaya disinggahi tamu rata rata sekitar 234.554 tamu/bulan, sedangkan tiga kota lainnya (kota Gresik, Lamongan dan Tuban) tamu yang singgah rata rata berkisar antara 3.560 - 4.671 tamu/bulan (dibawah lima ribu/bulan). Hal ini memberi gambaran bahwa tamu yang singgah di suatu kota hampir tidak terkait dengan wisatawan

lokal yang berkunjung di kawasan wisata religi, tetapi lebih terkait dengan urusan lainnya (bisnis, keluarga, kegiatan lainnya), oleh karena itu stakeholder di bidang pariwisata harus menyusun program *ter-integrated* agar limpahan wisatawan lokal ini mampu memberi kontribusi riil bagi penggiat industri pariwisata, industri kreatif, pelaku UMKM dan masyarakat setempat.

## **5.2 Karakteristik Sentra UMKM**

Sentra UMKM yang berada pada lima kawasan wisata religi di Jawa Timur memiliki karakteristik keunikan tersendiri dibanding sentra UMKM lain, terutama yang terkait dengan pelaku UMKM, lokasi usaha, komoditi barang dagangannya, dan siklus pembelinya. Keberadaan sentra UMKM kawasan wisata religi berbeda dengan sentra UMKM ditempat lain, karena lebih bernuansa agamis (Islam), oleh karena itu nilai kearifan lokal dan karakter budaya turut mewarnai keberadaan dari sentra UMKM di kawasan wisata religi ini. Beberapa karakteristik sentra UMKM kawasan wisata religi ini dapat diuraikan sebagai berikut:

### **5.2.1 Pelaku UMKM**

Pelaku usaha pada sentra UMKM kawasan wisata religi umumnya berasal dari masyarakat sekitar kawasan. Sejak lama mereka bertempat tinggal bahkan usaha yang dilakukan sudah turun temurun sejak dari nenek moyangnya, hal ini yang menjadi opsi mereka berbisnis (melanjutkan usaha keluarga) sehingga sulit mengembangkan usahanya menjadi lebih baik lagi. Peran birokrasi dan tokoh dari masyarakat seharusnya mampu memperdayakan potensi kawasan wisata religi ini menjadi kekuatan riil dibidang ekonomi, meningkatkan kontribusi dalam memacu perkembangan pariwisata religi ditempatnya, sehingga keberadaan situs makam para wali songo yang ada di Jawa Timur dapat dioptimalkan manfaatnya secara riil bagi kesejahteraan masyarakat.

Pelaku usaha sentra UMKM kawasan wisata religi umumnya dilakukan oleh kelompok usaha non formal artinya dilakukan oleh kelompok masyarakat yang tidak memiliki status usaha badan hukum. Pelaku usaha dikawasan ini menjadikan aktivitas usahanya hanya sumber mata pencaharian saja, belum berorientasi bisnis sehingga karakteristik pengelolaannya juga dilakukan secara sederhana, belum memanfaatkan pengetahuan manajemen sebagai alat pengembangan usahanya,

oleh karena itu masih membutuhkan pelatihan, pendampingan dan pengembangan usahanya dari kalangan birokrasi, kalangan bisnis serta penggiat UMKM sehingga kedepannya nanti pelaku UMKM di kawasan wisata ini dapat berkembang secara mandiri dan menjadikan UMKM sebagai alternatif mesin penggerak dalam perekonomian di Jawa Timur.

### **5.2.2 Lokasi Sentra UMKM**

Lokasi sentra UMKM umumnya berada di sekeliling kawasan wisata religi, lokasi ini sulit dikelola dan ditata secara memadai karena berada di pemukiman warga yang padat, status tanah yang sulit dibebaskan, seandainya dikembangkan menjadi kawasan modern membutuhkan keberanian dari birokrasi, menghadapi tantangan dari masyarakat serta membutuhkan alokasi dana yang besar. Namun jika tidak ditata dan dikelola secara memadai tentu keberadaan sentra UMKM di kawasan wisata religi tidak mampu menjadi kekuatan ekonomi yang besar dan tidak berkontribusi secara riil bagi perkembangan pariwisata setempat, khususnya dalam upaya untuk mensejahterakan masyarakat sekitar kawasan serta kontribusi riil bagi penerimaan daerah.

Lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi seharusnya tidak menghalangi atau mengganggu jalannya para ziarah makam wali, karena memang tujuan utama mereka ke lokasi wisata hanya untuk berziarah ke makam para wali, bukan untuk tujuan yang lain. Oleh karena itu lokasi sentra UMKM pada kawasan wisata religi harus didesain secara indah dan nyaman, agar para peziarah yang datang dapat leluasa melakukan ziarah dengan aman dan nyaman. Dampak kenyamanan para peziarah tentu akan memberi manfaat bagi pelaku UMKM pada kawasan tersebut, minimal lokasi sentra UMKM harus ikut menciptakan suasana indah, nyaman dan tertib lingkungan, sehingga keberadaan situs makam para wali dan lokasi sentra UMKM menjadi kesatuan yang *ter-integrated* yang dapat meningkatkan layanan yang lebih layak bagi wisatawan yang datang serta menjadikan kawasan wisata religi ini sebagai kawasan terpadu yaitu menyatukan kawasan wisata religi dengan kawasan bisnis secara *ter-integrated* baik menghadirkan suasana kearifan lokal dari masyarakat setempat maupun menghadirkan suasana baru yang ramah lingkungan, sehingga memberi suasana bertambah nyaman dan bersifat alami.

1. Lokasi Sentra UMKM makam Sunan Bonang Tuban, berada di tengah kota tepatnya sebelah barat alun alun kabupaten Tuban. Sentra UMKM nya berada di gang jalan menuju area makam Sunan Bonang, tepatnya dipinggiran area makam membentuk semacam lorang, sehingga kalau masuk dan keluar dari makam pengunjung sepertinya berada di tengah kawasan sentra UMKM.



Lokasi Sentra UMKM berada didalam, untuk memasuki harus melewati pintu gapura di ujung sebelah timur, sebelum memasuki area didalam kita dapat menemukan lokasi sentra UMKM lain yang berada di luar area. Karakteristik dua area sangat beda, yang didalam lokasinya tertutup sedangkan yang diluar terbuka.

- 2 Sentra UMKM dimakam Sunan Drajad Lamongan, lokasi berada di pinggiran kota tepatnya jalan raya menuju ke arah Bojonegoro. Sentra UMKM yang berada di pinggiran jalan berdekatan dengan area parkir, tepatnya disebelah timur makam Sunan Giri. Kawasannya lebih terbuka, tetapi ada sebagian dari UMKM yang berada didalam area makam tepat dipintu makam sunan Drajad.



Lokasi Sentra UMKM sebagian berada didalam area makam, tepatnya berada di sebelah timur makan Sunan Drajad, namun yang berada di luar justru lebih banyak jumlahnya. Lokasi dan tempat untuk usaha masih kurang tertata dengan baik, bahkan untuk pengelolaannya masih belum layak, sehingga teras kurang nyaman bagi pengunjung.

- 3 Sentra UMKM dimakam Sunan Giri Gresik, lokasi sentra UMKM ada di dalam area makam tepatnya berada dibawah namun masih dalam satu area, persisnya ada disebelah selatan dan timur makam. Selain yang berada didalam kawasan makam tampak disepanjang jalan yang menuju arah makam juga banyak lokasi sentra UMKM namun keberadaan sudah diluar kawasan.



Lokasi Sentra UMKM ini berada dibawah pintu keluar makam, terus menuju kearah timur ada dua lorong yang banyak ditempati pelaku UMKM, kemudian dibawahnya juga terdapat lokasi yang berjualan produk UMKM. Lokasi usaha dan tempat usaha di kawasan wisata religi Sunan Giri sangat terbatas sekali, lokasi ini persis berada di bawah makam Sunan Giri.

- 4 Sentra UMKM dimakam Sunan Maulana Malik Ibrahim Gresik, lokasi sentra UMKM berada di sebelah timur makam. Hanya satu lokasi yang terbentang dari ujung selatan jalan dan menembus ujung jalan sebelah utara, sepanjang lorong ini pelaku UMKM melakukan aktivitas usahanya. Sebenarnya makam Sunan Maulana Malik Ibrahim berada ditengah kota, karena sebelah utaranya makam terdapat alun alun kota dan pendopo kabupaten Gresik, namun lokasi sentra UMKM yang ada justru sangat terbatas.



Lokasi Sentra UMKM berada sebelah timur makam Sunan, kebetulan hanya satu lorong dan tidak ada tempat lain, memanjang dari arah ujung selatan sampai tembus ujung jalan sebelah utara. Sebagian besar pelaku UMKM di lokasi ini adalah warga setempat yang kebetulan sudah lama tinggal di lokasi.

- 5 Sentra UMKM dimakam Sunan Ampel Surabaya, lokasi sentra UMKM ada di sekitar kawasan makam Sunan, kebetulan lokasinya berada di sebelah selatan dan timur area masjid Sunan Ampel. Area yang berada di sebelah selatan tempatnya tertutup sedangkan sebelah timur masjid areanya lebih terbuka.



Gambar sebelah menunjukkan lokasi sentra UMKM yang berada di sebelah timurnya masjid, jika masuk dari arah timur, tentunya pengunjung akan memasuki lokasi sentra UMKM yang ada di sepanjang lorong jalan, tetapi sepanjang jalan ini juga terdapat toko yang memanjang dari arah timur sampai di depan pintu masjid, sehingga kawasan Ampel memiliki lebih banyak jumlah pedagang di banding di tempat yang lain.

Lima lokasi sentra UMKM diatas merupakan observasi dilapangan yang didalanya terdapat lokasi usaha, tempat usaha dan infrastruktur. Berbagai aktivitas warga ada didalam sentra UMKM, secara keseluruhan sentra UMKM di kawasan wisata religi memiliki karakteristik yang hampir sama, karena kelima wisata religi ini memiliki satu garis keturunan yang sama yaitu dari Sunan Ampel, bahkan dari tiga makam Sunan Bonang, Sunan Drajad serta Sunan Giri memiliki kesamaan bangunan didalam, demikian juga kawasan disekitar makam juga hampir memiliki karakteristik yang sama.

### **5.2.3 Komoditi Barang Dagangan**

Wisata religi umumnya memiliki karakteristik yang bersifat unik, mengingat tujuan orang berkunjung ke situs makam wali lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan spritualnya, bukan sekedar berwisata saja bahkan keyakinan di tengah masyarakat kita bahwa berziarah ke makam para wali merupakan bagian dari amaliyah yang dianjurkan oleh agama, tentu hal ini membuat antusias masyarakat muslim di Jawa Timur bahkan masyarakat muslim di Indonesia untuk berziarah ke makam wali yang dikemas sebagai wisata religi. Ciri khas wisatawan ini tentunya memiliki kebutuhan pemenuhan barang yang bernuansa spritual juga, oleh karena itu komoditi yang diperdagangkan di sentra UMKM kawasan wisata religi ini juga lebih bernuansa islami.

Umumnya sentra UMKM kawasan wisata religi ini lebih banyak dipenuhi dengan barang dagangan yang terkait dengan keperluan atau sarana ibadah umat Islam, barang bernuansi agama Islam, makanan yang memiliki historis dengan pusat pengembangan agama Islam (timur tengah & arab) bahkan pusat kuliner dan souvenir yang bercirikan kearifan lokal (sejarah para wali) dan nuansa islami. Hal ini yang seharusnya dimunculkan dalam pengembangan kawasan wisata religi terpadu, jadi situs makam para wali seharusnya menginspirasi pelaku UMKM dan industri kreatif untuk menggali dan mengembangkan nilai kearifan lokal yang ada serta menuangkannya menjadi komoditi yang nilai keekonomiannya tinggi, agar masyarakat pelaku UMKM dan masyarakat sebagai wisatawan dapat memperoleh manfaat yang diinginkannya.

### **5.2.4 Siklus Kunjungan Wisatawan**

Wisatawan nusantara yang melakukan wisata religi pada situs makam para wali umumnya berasal dari kalangan masyarakat yang mayoritas dari pedesaan yang memiliki unsur kental dengan kultur Jawa dan etnis muslim. Kondisi ini tidak lepas dari sejarah perkembangan agama Islam yang dirintis oleh para wali di tanah Jawa yang dikenal dengan sebutan “**Wali Songo**” atau sembilan ulama yang menyebarkan agama Islam di tanah Jawa. Kultur masyarakat Jawa memiliki suatu keyakinan bahwa para wali songo memiliki suatu “**Karomah**” atau sifat linuwih yang melebihi batas kemampuan umum manusia (kelebihan spritual), oleh karena

itu ziarah makam wali juga sebagai upaya masyarakat untuk memperoleh berkah dari ALLAH melalui perantara para wali (tawasul) di tanah Jawa. Bagian dari wali songo lima diantaranya situs makamnya berada di Jawa Timur yang biasa disebut oleh masyarakat sebagai “Wali Limo” yaitu makam Sunan Ampel ada di kota Surabaya, makam Sunan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri ada di kota Gresik, makam Sunan Drajad ada di kota Lamongan dan makam Sunan Bonang ada di kota Tuban.

Wisatawan religi secara tradisi sudah menjadi bagian dari kultur masyarakat Jawa dan etnis muslim dari berbagai pelosok pedesaan walaupun tidak menutup dari kalangan masyarakat kota modern khususnya dari kalangan nahdatul ulama. Wisata religi seringkali dikaitkan dengan bulan besar kalender umat Islam seperti bulan Rajab, bulan ramadhan dan bulan besar Islam lainnya. Namun dari kalangan masyarakat pedesaan seringkali dikaitkan dengan waktu senggang yaitu sehabis musim panen secara kelompok mereka melakukan wisata religi sesuai dengan minat dan kemampuan finansialnya, demikian juga dari komunitas pengajian yang berasal kompleks perumahan, instansi atau lembaga, kalangan pondok pesantren, dan lainnya biasanya mendapat arahan dan direkomendasikan oleh sang ustadnya. Karakteristik ini ternyata mempengaruhi siklus kunjungan wisatawan yang datang ke kawasan wisata religi, sehingga kunjungannya tidak dapat diprediksi sesuai tahun kalender, tetapi harus mengikuti kalender Islama (tahun Hijrah).

Siklus kunjungan wisata religi harus dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata untuk menyediakan berbagai ragam keperluan wisatawan sesuai dengan karakteristik dari masyarakat dan kemampuan finansialnya, agar pelaku usaha di sentra UMKM dapat memanfaatkan momentum ini untuk meraih nilai keekonomian dari kunjungannya. Dari siklus kunjungan ini tentu akan mempengaruhi kegiatan usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi, oleh karena itu momentum ini harus dapat dipahami dengan baik oleh pelaku usaha sentra UMKM karena karakteristik wisata religi tidak memiliki sifat keberulangan tetapi lebih bersifat situasional, berbeda dengan wisata kuliner atau wisata belanja yang dapat dilakukan oleh masyarakat di sepanjang waktu. Jika pemangku kepentingan dapat menyusun program *ter-integrated* di bidang pariwisata tentu kunjungan wisata kuliner dapat memperbaiki siklusnya.

### **5.2.5 Infrastruktur Kawasan Wisata**

Infrastruktur yang meliputi sarana dan prasarana pendukung tentu memiliki andil yang tidak kecil dalam pengembangan kawasan wisata religi, oleh karena itu para pemangku kepentingan dan masyarakat harus memikirkan infrastruktur yang layak dalam rangka mendukung pariwisata, khususnya wisata religi yang aman dan nyaman. Infrastruktur tidak mungkin dapat disediakan oleh pelaku UMKM sendiri mandiri tetapi harus dipikir secara bersama oleh seluruh penggiat industri pariwisata dan para pemangku kepentingan baik dari kalangan birokrasi, bisnis dan kalangan akademik (perguruan tinggi). Secara umum infrastruktur meliputi fasilitas umum, fasilitas kawasan wisata, fasilitas sentra UMKM, penggiat jasa hotel dan hiburan, lembaga keuangan, moda transportasi, fasilitas komunikasi dan teknologi informasi. Berbagai fasilitas sudah tersedia didalam area sentra UMKM, namun kuantitas dan kualitasnya masih kurang layak, untuk meningkatkan nilai kenyamanan bagi pengunjung perlu dilakukan pengelolaan fasilitas yang lebih baik sesuai dengan perubahan kondisi pengunjungnya.

Infrastruktur didalam kawasan wisata religi umumnya masih sangat terbatas, karena pengelolaan kawasan wisata religi kebanyakan dilakukan oleh lembaga masyarakat adat, lembaga keagamaan yang aksesnya sangat terbatas, sedangkan cakupan pengelolaan kawasan wisata religi sangat luas kaitannya dengan pihak lainnya, oleh karena itu banyak alternatif untuk mengembangkan kawasan wisata religi di Jawa Timur, tinggal bagaimana tanggungjawab dan kepedulian dari para stakeholder dalam mengelola situs makam para wali tersebut. Keterlibatan secara terintegrasi dari pihak manapun merupakan hal yang tidak dapat ditawar lagi, situs makam para wali bukan semata mata tinggalan dari keluarga trah para wali tetapi ini sudah menjadi aset masyarakat bahkan aset negara, oleh karena itu pemerintah daerah harus menginisiasi bagaimana memfasilitasi infrastruktur yang lebih layak, baik infrastruktur kawasan wisata religi maupun infrastruktur pendukung lainnya agar daya tarik wisata ini dapat memberi nilai keekonomian yang lebih tinggi dan memberi manfaat secara riil bagi pengembangan sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi, pendapatan masyarakat setempat, pendapatan asli daerah serta menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat yang berada pada kawasan religi tersebut.

### **5.3 Perumusan Model Pengelolaan Sentra UMKM**

Pengelolaan sentra UMKM merupakan suatu seni manajemen yang harus digunakan untuk mengelola suatu bisnis, agar semua aktivitasnya dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, oleh karena itu pengelolaan sentra UMKM yang berada pada suatu komunitas dapat dirumuskan modelnya sesuai dengan karakteristik usahanya. Merumuskan suatu model memerlukan suatu kajian yang mendalam dan fokus agar dapat dirumuskan suatu model yang efektif dan dapat diimplementasikan sesuai dengan karakteristiknya. Perumusan model yang baik harus memperhatikan beberapa aspek yang meliputi: a) Memahami permasalahan riil di lapangan, b) mereduksi permasalahan kedalam permasalahan yang memiliki nilai manfaat relevan dengan kondisi riil, c) merumuskan model, d) implementasi model dan e) mengevaluasi nilai kemanfaatan model.

Model yang baik harus dirumuskan melalui tahapan yang sistematis dan terencana agar dapat menghasilkan suatu model yang aplikatif dan sesuai dengan karakteristik obyek yang dimodelkan. Model pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi meliputi enam tahapan yaitu: (a) mengidentifikasi pengelolaan sentra UMKM, (b) memetakan model pengelolaan sentra UMKM, (c) mengembangkan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif, (d) menguji efektivitas model pengelolaan sentra UMKM, (e) mengevaluasi model pengelolaan sentra UMKM, (f) membakukan model pengelolaan sentra UMKM yang akan diimplementasikan pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Uraian secara detail langkah langkah perumusan model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi dapat diuraikan berikut ini.

#### **5.3.1 Identifikasi Praktek Pengelolaan Sentra UMKM**

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap kegiatan pengelolaan sentra UMKM di lima kawasan wisata religi, untuk menggali satuan kajian dan indikator yang dapat mengungkap praktek pengelolaan sentra UMKM, selanjutnya didesain kuesioner untuk dibagikan kepada pelaku usaha sebagai responden. Berdasarkan observasi pelaku UMKM di lima lokasi kawasan wisata religi tersebut digunakan sampel acak sebanyak 50 responden dengan pertimbangan tertentu (*purposive-sampling*) agar dapat mencerminkan karakteristik dari sentra UMKM yang terdiri

wisata religi Sunan Ampel 20 orang, Sunan Giri 6 orang, Sunan Maulana Malik Ibrahim 2 orang, Sunan Bonang 14 orang dan Sunan Drajad 8 orang, sehingga dapat diidentifikasi pola pengelolaan sentra UMKM yang di terapkan oleh pelaku usaha di kawasan wisata religi tersebut. Identifikasi pengelolaan sentra UMKM merupakan tahap yang krusial didalam perumusan “Model Pengelolaan Sentra UMKM” karena harus mampu menggali dan mengungkap satuan kajian/variabel serta indikator yang relevan dengan praktek pengelolaan sentra UMKM yang diimplementasikan oleh pelaku usaha sekaligus merumuskannya dalam suatu Model, sehingga dapat dihasilkan suatu model yang aplikatif sesuai dengan karakteristik pelaku usaha yang bertempat di lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi serta karakteristik budaya masyarakat.

Mengacu hasil observasi di lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi dan *indept interview* dengan ketua paguyupan, pelaku usaha dan pengunjung, dapat diidentifikasi beberapa variabel atau satuan kajian yang meliputi: 1) lokasi usaha, 2) tempat usaha, 3) infrastruktur kawasan wisata, 4) nilai kearifan lokal, 5) legalitas usaha dan 6) manajemen. Satuan kajian atau variabel amatan ini masih memerlukan pendalaman lebih lanjut untuk menemukan indikator indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dan mengungkap lebih dalam dari masing masing satuan kajian yang diamati.

Satuan kajian tersebut selanjutnya dilakukan pendalaman yang diarahkan pada penemuan unsur indikatornya agar dapat dikembangkan menjadi kuesioner, dimana kuesioner ini nantinya akan disebarakan pada pelaku usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi sebanyak 50 orang (*purposive sampling*). Desain dalam instrumen penelitian atau kuesioner ini menggunakan pengukuran skala Guttman yaitu jenis pengukuran skala yang bertujuan untuk memperoleh respon responden secara tegas dengan memberi jawaban “**Ya atau Tidak**” terhadap pernyataan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner, sedangkan hasil pengukurannya menggunakan skala rasio. Adapun tujuan dari desain pengukuran ini adalah ingin memperoleh gambaran atau mengungkap secara jelas tentang bagaimana praktek pengelolaan sentra UMKM secara riil yang berada di kawasan wisata religi. Melalui jawaban kuesioner dari 50 responden, selanjutnya akan ditabulasikan sesuai dengan aspek yang dikaji, sehingga dapat diidentifikasi

secara riil mengenai indikator indikator yang sudah atau belum diterapkan dalam pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi. Untuk menggambarkan indikator indikator yang dikembangkan dari satuan kajian dan terkait yang dengan praktek pengelolaan sentra UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:

### 5.3.1.1 Lokasi Usaha

Lokasi usaha menunjukkan suatu zone atau kawasan dimana pelaku usaha melakukan aktivitas usahanya pada suatu tempat yang telah tersedia atau berusaha mencari lokasi sendiri baik secara individu atau berkelompok agar mereka dapat berusaha dengan tenang dan aman. Mengacu pada observasi lokasi usaha dapat diidentifikasi indikatornya meliputi: a) lokasi usaha aman dan nyaman, b) lokasi usaha yang strategis, c) lokasi usaha yang bersih, d) lokasi usaha yang memadai, e) lokasi usaha memiliki sanitasi yang layak, f) lokasi usahanya tertutup, g) lokasi usahanya memiliki sistem pengamanan yang layak, h) lokasi usahanya disediakan oleh pemerintah daerah, i) status lokasi usaha yang ditempati, j) status pemilikan tempat usaha, k) penataan lokasi usaha dan l) lokasi usaha memiliki nilai kearifan lokal. Berdasarkan indikator tersebut dapat didesain kuesioner untuk disebarakan kepada responden sekaligus disajikan jawabannya dalam tabel 5.3 sebagai berikut:

**Tabel 5.3** : Aspek Lokasi Usaha

| No | Item Pertanyaan  | Status Jawaban Responden |     |     |     |
|----|--|--------------------------|-----|-----|-----|
|    |  | Ya                       | %   | Tdk | %   |
| 1  | Apakah kegiatan usaha yang saudara lakukan selama ini berada pada lokasi yang aman dan nyaman  | 36                       | 72% | 14  | 28% |
| 2  | Apakah kegiatan usaha yang saudara lakukan selama ini menempati lokasi yang strategis dan sangat mudah dikunjungi oleh pembeli/konsumen                | 35                       | 70% | 15  | 30% |
| 3  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati selama ini kondisinya bersih, baik kotoran, pandangan dan suasana   | 34                       | 68% | 16  | 32% |
| 4  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati selama ini memiliki kelayakan yang memadai (infrastruktur layak)  | 37                       | 74% | 13  | 26% |
| 5  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempat saat sekarang memiliki sanitasi yang layak dan memadai   | 33                       | 66% | 17  | 34% |
| 6  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati saat sekarang kondisinya tertutup, aman dari panas, hujan dan angin   | 37                       | 74% | 13  | 26% |
| 7  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati saat ini telah dilengkapi sistem pengamanan yang layak (pintu tertutup tersedia satpam, terjaga secara penuh) | 35                       | 70% | 15  | 30% |
| 8  | Apakah lokasi usaha yang tersedia ini difasilitasi oleh pemerintah daerah (pemda/pemkot)   | 12                       | 24% | 38  | 76% |
| 9  | Apakah aparatur tingkat kecamatan turut memfasilitasi tersedianya lokasi ini dengan layak  | 21                       | 42% | 29  | 58% |
| 10 | Apakah aparatur tingkat kelurahan/RW/RT turut dalam menyediakan lokasi usaha yang layak  | 27                       | 54% | 23  | 46% |

|    |   |    |     |    |     |
|----|---|----|-----|----|-----|
| 11 | Apakah lokasi usaha yang sekarang ini penataannya di lakukan atas inisiatif/arahan dari pemerintah setempat | 31 | 62% | 19 | 38% |
| 12 | Apakah lokasi usaha yang sekarang ini penataannya di lakukan atas inisiatif sendiri/paguyupan               | 36 | 72% | 14 | 28% |
| 13 | Apakah lokasi usaha yang tersedia saat ini telah memiliki /mengadopsi nilai nilai kearifan lokal            | 17 | 34% | 33 | 66% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa aspek lokasi usaha masih terdapat tiga pernyataan yang direspon kurang dari 50% oleh responden yaitu peran pemda /pemkot, peran kecamatan dalam memberi fasilitas dan nilai kearifan lokal yang tercermin pada lokasi usaha. Responden yang memberi pernyataan “Ya” terhadap seluruh pernyataan kuesioner berkisar antara 24% - 74%, hal ini menunjukkan perlunya perbaikan beberapa aspek lokasi usaha di kawasan wisata religi, agar kawasan ini mampu mendukung aktivitas masyarakat lebih optimal dan memberi kontribusi riil bagi perkembangan sentra UMKM serta perekonomian masyarakat.

### 5.3.1.2 Tempat Usaha

Tempat usaha merupakan tempat dimana para pelaku usaha dapat memiliki dan menggunakan tempat tersebut untuk menata, mendisplay dan menjual barang dagangannya. Mengacu pada observasi tempat usaha pada sentra UMKM dapat diidentifikasi indikatornya meliputi: a) tempat usaha mempunyai ukuran yang layak, b) tempat usaha layak untuk mendisplay barang dagangan, c) tempat usaha aman dan nyaman, d) kebersihan tempat usaha, e) status tempat usaha, f) lokasi tempat usaha, g) keamanan tempat usaha h) fasilitas tempat usaha serta i) tempat usaha memiliki nilai kearifan lokal. Berdasarkan indikator tersebut dan untuk menggali data yang lebih operasional, maka dapat didesain kuesioner yang lebih rinci untuk disebarkan kepada responden yang berada pada lima lokasi pelaku UMKM pada kawasan wisata religi serta menyajikan jawaban responden dalam tabel 5.4 sebagai berikut:

**Tabel 5.4:** Aspek Tempat Usaha

| No | Item Pertanyaan  | Status Jawaban Responden |     |     |     |
|----|--|--------------------------|-----|-----|-----|
|    |  | Ya                       | %   | Tdk | %   |
| 1  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat sekarang memiliki ukuran yang memadai (luas stan)        | 28                       | 56% | 22  | 44% |
| 2  | Apakah Tempat usaha yang saudara tempat layak untuk mendisplay barang dagangan sesuai dengan keinginan | 27                       | 54% | 23  | 46% |
| 3  | Apakah Tempat usaha yang saudara tempat ini aman   | 29                       | 58% | 21  | 42% |

|    |  |    |     |    |     |
|----|--|----|-----|----|-----|
|    | dan nyaman dari gangguan yang ada (hujan, panas, binatang)   |    |     |    |     |
| 4  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati sudah terjaga kebersihannya sepanjang waktu (selalu bersih dan asri)            | 28 | 56% | 22 | 44% |
| 5  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati ini statusnya merupakan sewa kepada pihak lain (pemda/yayasan)                  | 26 | 52% | 24 | 48% |
| 6  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati ini statusnya merupakan hak milik (tempat tinggal/warisan leluhur)              | 32 | 64% | 18 | 36% |
| 7  | Apakah tempat usaha saudara ini letaknya strategis untuk didatangi oleh pembeli  | 37 | 74% | 13 | 26% |
| 8  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat sekarang memiliki keamanan yang layak (kriminalitas)                       | 31 | 64% | 19 | 38% |
| 9  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat sekarang keamanannya dilakukan oleh petugas keamanan/polisi                | 23 | 46% | 27 | 54% |
| 10 | Apakah tempat usaha saudara, telah dilengkapi dengan fasilitas yang memadai (kamar kecil, kamar mandi, jual makanan dll) | 36 | 72% | 14 | 28% |
| 11 | Apakah tempat usaha yang saudara kelola saat ini sudah mengadopsi nilai kearifan lokal (display, papan nama, nuansa dll) | 21 | 42% | 29 | 58% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan bahwa aspek tempat usaha masih terdapat dua pernyataan yang direspon kurang dari 50% responden yaitu penjagaan keamanan dari aparat dan nilai kearifan lokal yang tercermin pada tempat usaha. Responden yang memberi pernyataan “Ya” terhadap seluruh pernyataan kuesioner berkisar antara 42% - 78%, hal ini memberi isyarat bahwa pelaku usaha di kawasan wisata religi harus memperhatikan nilai kearifan lokal di lingkungan masyarakatnya serta tetap menjaga nilai budaya kedalam aktivitas usahanya, sehingga kawasan wisata religi dan sentra UMKM-nya dapat mencerminkan karakteristik masyarakatnya.

### 5.3.1.3 Infrastruktur

Infrastruktur merupakan sarana dan prasarana yang menunjang kelancaran aktivitas usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi baik dalam bentuk fisik maupun non fisik. Mengacu pada observasi infrastruktur yang di gunakan dapat diidentifikasi indikatornya meliputi: a) kelayakan infrastruktur, b) ketersediaan infrastruktur, c) penataan infrastruktur, d) keamanan infrastruktur, e) kebersihan infrastruktur, f) Ketersediaan media komunikasi dan informasi, g) ketersediaan fasilitas kesehatan, h) ketersediaan dan kelayakan tempat ibadah i) ketersediaan

infrastruktur memiliki nilai kearifan lokal. Berdasarkan indikator tersebut dapat didesain kuesioner untuk disebarakan kepada responden dan menyajikan jawaban responden dalam tabel 5.5 sebagai berikut:

**Tabel 5.5:** Aspek Infrastruktur

| No | Item Pertanyaan   | Status Jawaban Responden |     |     |     |
|----|---|--------------------------|-----|-----|-----|
|    |   | Ya                       | %   | Tdk | %   |
| 1  | Apakah tempat usaha saudara, telah dilengkapi dengan infrastruktur yang layak (pantas untuk digunakan)  | 29                       | 58% | 21  | 42% |
| 2  | Apakah tempat usaha saudara, telah dilengkapi dengan infrastruktur yang memadai (tersedia sanitasi, prasarana jalan, penerangan, kamar kecil dll)               | 28                       | 56% | 22  | 44% |
| 3  | Apakah infrastruktur yang tersedia di lingkungan tempat usaha saudara, telah ditata secara layak dan baik   | 35                       | 70% | 15  | 30% |
| 4  | Apakah infrastruktur yang tersedia di lingkungan tempat usaha saudara, telah memperhatikan tingkat keamanan yang layak bagi penggunaanya                        | 33                       | 66% | 17  | 34% |
| 5  | Apakah infrastruktur yang tersedia di lingkungan tempat usaha saudara, terjaga kebersihannya secara berkala   | 36                       | 72% | 14  | 28% |
| 6  | Apakah disekitar tempat usaha saudara, telah tersedia fasilitas komunikasi dan media informasi yang memadai (pusat informasi, jualan voucher pulsa dll)         | 37                       | 74% | 13  | 26% |
| 7  | Apakah disekitar tempat usaha saudara, telah tersedia fasilitas kesehatan yang layak (klinik lokal)   | 8                        | 16% | 42  | 84% |
| 8  | Apakah fasilitas kesehatan yang tersedia telah beroperasi secara penuh selama ada kunjungan wisatawan/peziarah  | 7                        | 14% | 43  | 86% |
| 9  | Apakah disekitar tempat usaha saudara, telah tersedia fasilitas ibadah yang layak (mushola/masjid tambahan)   | 24                       | 48% | 26  | 62% |
| 10 | Apakah kelengkapan infrastruktur yang tersedia di sekitar tempat usaha saudara telah memperhatikan nilai kearifan lokal (papan nama, petunjuk arah, nuansa dll) | 23                       | 46% | 27  | 54% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang memberi jawaban “ya” terhadap pernyataan aspek infrastruktur berkisar antara angka 14%-86% dari total responden, namun masih ada dua pernyataan yang direspon sangat rendah oleh responden berkisar pada angka 14% yaitu aspek fasilitas kelayakan kesehatan dan tersedianya jam layanan kesehatan. Untuk mendukung kenyamanan pengunjung yang datang ziarah di kawasan wisata religi, dirasakan perlu untuk meningkatkan fasilitas kesehatan yang lebih memadai. Agenda utama wisata religi adalah ziarah ke makam para wali dan ini cukup melelahkan karena ada tiga makam wali yang lokasinya berada pada ketinggian tertentu, sehingga tidak menutup kemungkinan terjadi kondisi yang tidak diinginkan, oleh karena itu infrastruktur kesehatan dan layanan kesehatan yang memadai sangat dibutuhkan keberadaannya di tengah area kawasan wisata. Rangkaian agenda wisata lain adalah wisata belanja yang dapat

memanfaatkan area di kawasan wisata, oleh karena itu kontribusi sentra UMKM memainkan peran yang strategis dalam menunjang perkembangan wisata religi di Jawa Timur, namun masih memerlukan pembenahan terhadap infrastruktur yang layak, aman dan nyaman di masa mendatang.

### 5.3.1.4 Nilai Kearifan Lokal

Nilai kearifan lokal merupakan bentuk produk, budaya, bahasa, semboyan, sesanti, kitab kitab kuno yang melekat dalam perilaku sehari-hari. Kearifan lokal berfungsi sebagai konservasi sumber daya alam, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan kebudayaan, ilmu pengetahuan, petuah, kepercayaan dan sastra. Mengacu pada observasi kearifan lokal pada kawasan wisata religi dapat diidentifikasi indikator yang meliputi: a) nilai kearifan lokal tercermin pada lokasi usaha, b) nilai kearifan lokal tercermin pada tempat usaha, c) nilai kearifan lokal tercermin pada infrastruktur, d) nilai kearifan lokal tercermin pada perilaku para penjual, e) nilai kearifan lokal tercermin pada barang yang dijual, f) nilai kearifan lokal yang dinamis, g) inovasi nilai kearifan lokal. Berdasarkan indikator tersebut dapat didesain kuesioner dan disajikan jawabannya dalam tabel: 5.6 berikut:

**Tabel 5.6: Nilai Kearifan Lokal**

| No | Item Pertanyaan  | Status Jawaban Responden |     |     |     |
|----|--|--------------------------|-----|-----|-----|
|    |  | Ya                       | %   | Tdk | %   |
| 1  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati saat ini, telah memiliki unsur nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat               | 19                       | 38% | 31  | 62% |
| 2  | Apakah tempat usaha yang saudara kelola saat ini, telah memiliki unsur nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat                | 17                       | 34% | 33  | 66% |
| 3  | Apakah infrastruktur yang dibangun disekitar tempat usaha saudara, telah memperhatikan unsur nilai kearifan lokal sesuai budaya dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat | 21                       | 42% | 29  | 58% |
| 4  | Apakah para penjual dikawasan wisata, telah berperilaku dan menggambarkan nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik masyarakatnya                                    | 19                       | 38% | 31  | 62% |
| 5  | Apakah barang dagangan yang saudara tawarkan, telah memiliki unsur nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik yang berkembang di masyarakat                           | 26                       | 52% | 24  | 48% |
| 6  | Apakah nilai kearifan lokal yang tumbuh di tengah masyarakat terus dikembangkan secara dinamis dalam mengelola usaha saudara   | 23                       | 46% | 27  | 54% |
| 7  | Apakah saudara terus melakukan inovasi nilai kearifan lokal masyarakat kedalam kegiatan usaha yang saudara kelola saat sekarang  | 21                       | 42% | 29  | 58% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memberi jawaban “ya” terhadap pernyataan aspek kearifan lokal berkisar pada angka 34%-52% dari total responden, namun masih terdapat enam pernyataan yang direspon rendah oleh responden, oleh karena itu nilai kearifan lokal harus mampu menginspirasi serta menjadi marwah dalam pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur. Aspek lokasi usaha, tempat usaha, infrastruktur masih belum menunjukkan nilai kearifan lokal yang hidup tengah masyarakat muslim dan etnis Jawa. Hal ini tentu mengurangi nilai nilai budaya Jawa yang seharusnya tercermin pada cirikhas yang terdapat di kawasan wisata religi seperti situs peninggalan para wali yang terdapat disekitar lokasi wisata. Kedepan para *stakeholder* harus memperhatikan identitas ini untuk pengembangan dan pengelolaan sentra UMKM yang berbasis pada kearifan lokal, sehingga kawasan wisata religi dan sentra UMKM dapat terus berkembang sesuai dengan jati diri budaya lokal.

### 5.3.1.5 Legalitas Usaha

Legalitas merupakan payung hukum yang diperlukan bagi kelompok sentra UMKM untuk menjamin keberadaan dan keberlanjutan usaha baik secara formal maupun non formal, sehingga memberi rasa aman dan nyaman bagi pelaku usaha di kawasan wisata religi, sehingga dapat menjamin perlindungan hukum dalam melakukan kerja sama dengan lembaga lain (bermitra). Mengacu pada observasi legalitas usaha pada kawasan wisata religi dapat diidentifikasi indikatornya meliputi: a) status tempat usaha, b) ijin usaha, c) anggota koperasi, d) anggota paguyupan dan e) status wajib pajak. Berdasarkan indikator tersebut dapat di desain kuesioner untuk disebarkan kepada pihak responden sekaligus disajikan jawabannya dalam tabel: 5.7 sebagai berikut:

**Tabel 5.7:** Aspek Legalitas

| No | Item Pertanyaan   | Status Jawaban Responden |     |     |     |
|----|---|--------------------------|-----|-----|-----|
|    |   | Ya                       | %   | Tdk | %   |
| 1  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat ini memiliki status yang jelas (hak milik, sewa, hak guna)                      | 24                       | 48% | 26  | 52% |
| 2  | Apakah usaha yang saudara lakukan saat ini memiliki ijin usaha yang legal (pemda, kecamatan/kelurahan/RW)                     | 37                       | 74% | 13  | 26% |
| 3  | Apakah saudara telah bergabung dengan paguyupan para pedagang/pelaku usaha yang ada di kawasan wisata                         | 37                       | 74% | 13  | 26% |
| 4  | Apakah saudara telah menjadi anggota koperasi yang anggota terdiri dari para pedagang/pelaku usaha yang ada di kawasan wisata | 21                       | 42% | 29  | 58% |

|   |  |    |     |    |     |
|---|--|----|-----|----|-----|
| 5 | Apakah saudara telah menjadi anggota koperasi di luar komunitas pedagang/pelaku usaha yang ada di kawasan wisata | 17 | 34% | 33 | 66% |
| 6 | Apakah saat ini saudara telah memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)  | 2  | 4%  | 48 | 96% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memberi jawaban “ya” terhadap pernyataan aspek legalitas berkisar angka 4%-74% dari total responden, namun masih terdapat empat pernyataan yang direspon kurang dari 50%, bahkan untuk kepemilikan NPWP baru sebesar 4%, oleh karena itu aspek legalitas harus memperoleh perhatian khusus dari kalangan birokrasi, khususnya aspek yang ada kaitannya dengan keberlanjutan usaha UMKM sendiri seperti keberadaan unit koperasi pembiayaan, koperasi pengembangan usaha dan kepemilikan perijinan lainnya yang diharapkan dapat menjadi dokumen resmi didalam pengembangan usaha dan melakukan kerjasama formal dengan lembaga lainnya.

### 5.3.1.6 Manajemen

Manajemen merupakan aktivitas yang menyangkut pengelolaan usaha yang di lakukan oleh pelaku usaha sentra UMKM di kawasan wisata religi, agar dapat mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien. Berdasarkan observasi manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha pada kawasan wisata religi dapat di identifikasi indikatornya yaitu: a) kompetensi sumber daya manusia, b) pengelolaan keuangan, c) pengelolaan pemasaran d) orientasi pelanggan, e) inovasi pemasaran. Berdasarkan indikator tersebut dapat didesain kuesioner untuk disebarakan kepada responden dengan jawaban sebagaimana yang disajikan dalam tabel: 5.8 sebagai berikut:

**Tabel 5.8:** Aspek Manajemen

| No | Item Pertanyaan   | Status Jawaban Responden |     |     |     |
|----|---|--------------------------|-----|-----|-----|
|    |   | Ya                       | %   | Tdk | %   |
| 1  | Apakah kompetensi yang saudara memiliki, telah cukup untuk mendukung pengelolaan usaha selama ini   | 14                       | 28% | 36  | 72% |
| 2  | Apakah saudara pernah mengikuti paket pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas terkait (pemda, kecamatan, kelurahan, perguruan tinggi)   | 16                       | 32% | 34  | 68% |
| 3  | Apakah saudara masih menginginkan/memandang perlu dilakukan paket pelatihan agar dapat mendukung usaha yang lebih baik (lebih berkembang) | 39                       | 78% | 11  | 22% |
| 4  | Apakah saudara memandang penting perlunya organisasi yang layak agar dapat mendukung usaha yang lebih baik                                | 38                       | 76% | 12  | 24% |

|    |   |    |     |    |     |
|----|---|----|-----|----|-----|
| 5  | Apakah saudara merasakan adanya manfaat pelatihan dan dapat dipergunakan untuk memperbaiki pengelolaan usaha yang lebih baik  | 37 | 74% | 13 | 26% |
| 6  | Apakah ada program pendampingan dari dinas terkait setelah mengikuti paket pelatihan  | 11 | 22% | 39 | 78% |
| 7  | Apakah saudara pernah memperoleh pinjaman modal dari lembaga perbankan (BPR atau bank umum)   | 12 | 24% | 38 | 76% |
| 8  | Apakah keberhasilan usaha selama ini karena saudara memiliki kompetensi/kemampuan mengelola pemasaran dengan ilmu yang benar  | 11 | 22% | 39 | 78% |
| 9  | Apakah saudara pernah mengikuti paket pelatihan yang terkait dengan cara mengelola pemasaran yang baik  | 14 | 28% | 36 | 72% |
| 10 | Apakah saudara pernah memperoleh tawaran mengikuti pelatihan manajemen pemasaran dari dinas terkait (dinas koperasi/pariwisata/ perguruan tinggi)                             | 13 | 26% | 37 | 74% |
| 11 | Apakah saudara menginginkan adanya pelatihan yang terkait dengan cara mengelola pemasaran yang baik   | 39 | 78% | 11 | 22% |
| 12 | Apakah barang dagangan yang saudara jual selama ini sudah sesuai dengan selera dan kebutuhan pengunjung yang pernah datang di kawasan wisata ini                              | 23 | 46% | 27 | 54% |
| 13 | Apakah saudara melakukan inovasi dalam memasarkan barang dagangan dengan cara memberi pelayanan yang lebih baik, produk yang variatif dan terus berkreasi                     | 22 | 44% | 28 | 58% |
| 14 | Apakah barang dagangan yang saudara jual selama ini, disediakan dengan cara membuat sendiri   | 19 | 38% | 31 | 62% |
| 15 | Apakah barang dagangan yang saudara jual selama ini, diperoleh dengan cara membeli dari pihak lain  | 32 | 64% | 18 | 36% |
| 16 | Apakah saudara masih ingin mengikuti paket pelatihan manajemen agar dapat mengembangkan usaha menjadi lebih berkembang  | 38 | 76% | 12 | 24% |
| 17 | Apakah saudara menginginkan program pendampingan manajemen secara berkelanjutan, dengan harapan dapat mengembangkan usahanya terus maju serta berinovasi secara terus menerus | 40 | 80% | 10 | 20% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memberi jawaban “ya” terhadap pernyataan aspek manajemen berkisar pada angka 22%-80% dari total responden, namun masih terdapat sepuluh pernyataan yang direspon masih kurang dari 50%, oleh karena itu aspek manajemen ini harus memperoleh perhatian lebih khusus lagi dari para pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang terkait dengan pengembangan wisata religi dan sentra UMKM. Aspek manajemen merupakan seni mengelola suatu organisasi atau bisnis, oleh karena itu kelayakan model pengelolaan kawasan wisata religi harus segera dibenahi agar dapat meraih capaian hasil yang lebih baik. Aspek manajemen merupakan aspek yang sangat krusial bagi pelaku UMKM, hal ini sudah tidak menjadi rahasia lagi karena pelaku UMKM bukan lahir dari konsep pengembangan bisnis melainkan lahir dari faktor

alami yaitu kondisi masyarakat marginal yang sulit memasuki sektor formal, oleh karena itu perlunya pengembangan aspek manajemen bagi pelaku UMKM. Aspek manajemen yang diterapkan oleh pelaku UMKM masih sangat rendah, baik dari aspek kompetensi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan upaya untuk melakukan inovasi dalam pengembangan usahanya.

### 5.3.2 Mapping Praktek Pengelolaan Sentra UMKM

Tahapan ini melakukan pemetaan/*mapping* pengelolaan sentra UMKM yang telah diterapkan oleh pelaku UMKM di kawasan wisata religi. *Mapping* ini bertujuan untuk menggambarkan model sesuai dengan karakteristik pengelolaan sentra UMKM, sehingga dapat dipergunakan sebagai rujukan dalam merumuskan model yang efektif. Jawaban pernyataan “ya” yang berasal dari 50 responden akan dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu:

1. Kategori **rendah** jika jawaban pernyataan “ya”  $\leq 34\%$
2. Kategori **sedang** jika jawaban pernyataan “ya” antara 35% - 68%
3. Kategori **tinggi** jika jawaban pernyataan “ya” antara 69% - 100%

Mengacu pada jawaban pernyataan “ya” dari 50 responden dan tiga kategori tersebut diatas, maka dapat dipetakan/*mapping* sesuai dengan enam aspek tersebut sehingga dapat diketahui indikator yang dapat digunakan sebagai rujukan dalam merumuskan “model pengelolaan sentra UMKM yang efektif”, oleh karena itu *mapping* ini sangat berguna untuk mengenali karakteristik dari aspek yang diamati dalam praktek pengelolaan sentra UMKM. Untuk menggambarkan secara detail atas jawaban pernyataan “ya” dan *mappingnya* dapat ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

#### 5.3.2.1 Lokasi Usaha

Merujuk tabel 5.3 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori rendah, sedang dan tinggi, sehingga dapat dipetakan aspek lokasi usaha sebagaimana ditampilkan dalam tabel 5.9. Sebagian indikator penting yang harus mendapat perhatian serius adalah perlunya mengoptimalkan peran dari aparat setempat baik pemerintah daerah, kecamatan/kelurahan, RW/RT bahkan peran swadaya masyarakat, sehingga dapat mendukung tersedianya lokasi usaha

yang lebih layak, aman dan nyaman. Untuk memetakan kondisi riil tentang aspek lokasi usaha dapat disajikan dalam tabel 5.9 sebagai berikut:

Tabel 5.9: *Mapping* Kondisi Riil Aspek Lokasi Usaha

| No | Butir Pertanyaan   | Kondisi Riil UMKM |                  |                   |
|----|--|-------------------|------------------|-------------------|
|    |  | Rendah<br>≤ 34%   | Sedang<br>35-68% | Tinggi<br>69-100% |
| 1  | Apakah kegiatan usaha yang saudara lakukan selama ini berada pada lokasi yang aman dan nyaman  |                   |                  | 72%               |
| 2  | Apakah kegiatan usaha yang saudara lakukan selama ini menempati lokasi yang strategis dan sangat mudah dikunjungi oleh pembeli/konsumen                |                   |                  | 70%               |
| 3  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati selama ini kondisinya bersih, baik kotoran, pandangan dan suasana   |                   | 68%              |                   |
| 4  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati selama ini memiliki kelayakan yang memadai (infrastruktur layak)  |                   |                  | 74%               |
| 5  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempat saat sekarang memiliki sanitasi yang layak dan memadai   |                   | 66%              |                   |
| 6  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati saat sekarang kondisinya tertutup, aman dari panas, hujan dan angin   |                   |                  | 74%               |
| 7  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati saat ini telah dilengkapi sistem pengamanan yang layak (pintu tertutup tersedia satpam, terjaga secara penuh) |                   |                  | 70%               |
| 8  | Apakah lokasi usaha yang tersedia ini difasilitasi oleh pemerintah daerah (pemda/pemkot)   | 24%               |                  |                   |
| 9  | Apakah aparaturnya tingkat kecamatan turut memfasilitasi tersedianya lokasi ini dengan layak   |                   | 42%              |                   |
| 10 | Apakah aparaturnya tingkat kelurahan/RW/RT turut dalam menyediakan lokasi usaha yang layak   |                   | 54%              |                   |
| 11 | Apakah lokasi usaha yang sekarang ini ada penataannya dilakukan atas inisiatif/arahan dari pemerintah setempat   |                   | 62%              |                   |
| 12 | Apakah lokasi usaha yang sekarang ini ada penataannya dilakukan atas inisiatif sendiri/paguyupan   |                   |                  | 72%               |
| 13 | Apakah lokasi usaha yang tersedia saat ini telah memiliki /mengadopsi nilai-nilai kearifan lokal   | 34%               |                  |                   |
|    | Nilai Rata Rata  | 29%               | 58%              | 72%               |

Sumber: diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka jawaban pernyataan responden tersebut diatas akan di tampilkan dalam bentuk peta/mapping sehingga sangat memudahkan didalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang terkait dengan aspek lokasi usaha sebagaimana yang tercermin pada gambar 5.1 berikut ini.

| Rendah ( 0% - 34%) | Sedang (35% - 68 %) | Tinggi (69% - 100%)       |
|--------------------|---------------------|---------------------------|
| 8, 13              | 9, 3<br>5<br>10, 11 | 1<br>2<br>4<br>7, 6<br>12 |

Gambar 5.1: Kondisi Riil Aspek Lokasi Usaha

Gambar tersebut menunjukkan bahwa peran aparaturnya daerah harus inisiatif dalam memainkan perannya dalam menyediakan fasilitas lokasi usaha yang lebih memadai lagi, baik dalam bentuk fisik maupun non fisik serta mengembangkan nilai kearifan lokal untuk turut mewarnai nuansa lokasi usaha di kawasan tersebut, sehingga tersedianya lokasi usaha akan turut menciptakan suasana aman dan nyaman bagi pengunjung wisata religi. Kenyamanan pengunjung tentunya akan turut mempengaruhi para pengunjung untuk memanfaatkan fasilitas belanja yang disediakan oleh sentra UMKM pada kawasan wisata.

### 5.3.2.2 Tempat Usaha

Merujuk tabel 5.4 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional terhadap aspek tempat usaha, sehingga dapat di petakan aspek tempat usaha sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.10 Secara keseluruhan tempat usaha yang dikelola oleh pelaku UMKM sudah cukup layak, namun untuk pelaksanaan keamanan tempat usaha dan nilai kearifan lokal masih harus dioptimalkan, agar kawasan ini dapat menambah nilai kawasan wisata yang bercirikan budaya lokal dan bernuansa muslim sebagaimana yang pernah ditunjukkan oleh para wali di Jawa Timur melalui peninggalan bangunan baik berupa masjid maupun kawasan yang ditempati sebagai pesantren. Untuk memetakan kondisi riil tentang aspek yang terkait dengan tempat usaha dapat disajikan dalam tabel 5.10 sebagai berikut:

Tabel 5.10: *Mapping* Kondisi Riil Aspek Tempat Usaha

| No | Butir Pertanyaan  | Kondisi Riil UMKM |        |         |
|----|---|-------------------|--------|---------|
|    |   | Rendah            | Sedang | Tinggi  |
|    |   | ≤ 34%             | 35-68% | 69-100% |
| 1  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat sekarang memiliki ukuran yang memadai (luas stan)               |                   | 56%    |         |
| 2  | Apakah Tempat usaha yang saudara tempat layak untuk mendisplay barang dagangan sesuai dengan keinginan        |                   | 54%    |         |
| 3  | Apakah Tempat usaha yang saudara tempat ini aman dan nyaman dari gangguan yang ada (hujan, panas, binatang)   |                   | 58%    |         |
| 4  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati sudah terjaga kebersihannya sepanjang waktu (selalu bersih dan asri) |                   | 56%    |         |
| 5  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati ini statusnya merupakan sewa kepada pihak lain (pemda/yayasan)       |                   | 52%    |         |
| 6  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati ini statusnya merupakan hak milik (tempat tinggal/warisan leluhur)   |                   | 64%    |         |
| 7  | Apakah tempat usaha saudara ini letaknya strategis untuk didatangi oleh pembeli                               |                   |        | 74%     |
| 8  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat sekarang memiliki keamanan yang layak (kriminalitas)            |                   | 64%    |         |
| 9  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat sekarang keamanannya dilakukan oleh petugas keamanan/polisi     |                   | 46%    |         |

|    |  |   |     |     |
|----|--|---|-----|-----|
| 10 | Apakah tempat usaha saudara, telah dilengkapi dengan fasilitas yang memadai (kamar kecil, kamar mandi, jual makanan dll) |   |     | 72% |
| 11 | Apakah tempat usaha yang saudara kelola saat ini sudah mengadopsi nilai kearifan lokal (display, papan nama, nuansa dll) |   | 42% |     |
|    | Nilai Rata Rata  | - | 55% | 73% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka jawaban pernyataan responden tersebut diatas akan di tampilkan dalam bentuk peta/mapping sehingga sangat memudahkan didalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang terkait dengan aspek tempat usaha sebagaimana tercermin pada gambar 5.2

| Rendah ( 0% - 34%) | Sedang (35% - 68 %)                                 | Tinggi (69% - 100%)   |
|--------------------|---|-----------------------|
|                    | <b>11, 9</b><br><b>5, 2, 1, 4, 3</b><br><b>6, 8</b> | <b>10</b><br><b>7</b> |

**Gambar 5.2:** Kondisi Riil Aspek Tempat Usaha

Gambar tersebut menunjukkan bahwa aspek tempat usaha telah cukup layak pengelolaannya, namun harus dioptimalkan eksistensinya agar tempat usaha yang ada dapat meningkatkan suasana dan nuansa yang kental dengan etnis dan budaya Jawa sehingga nilai kearifan lokal yang tercermin pada tempat usahanya mampu menjadi pembeda dengan daya tarik wisata lain. Oleh karena itu perlunya edukasi tentang keterampilan mengelola tempat usaha yang lebih kreatif, inovatif dengan tetap menjaga budaya lokal serta nilai kearifan lokal yang dinamis sesuai dengan perubahan yang terjadi di tengah masyarakat kita.

### 5.3.2.3 Infrastruktur

Merujuk tabel 5.5 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional terhadap aspek infrastruktur, sehingga dapat di petakan aspek infrastruktur sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.11. Aspek infrastruktur yang sangat serius untuk mendapat perhatian dimasa mendatang adalah tersedianya fasilitas kesehatan dan pelayanan kesehatan yang memadai di kawasan wisata religi, agar hal ini dapat menambah rasa aman dan nyaman bagi pengunjung yang datang berwisata religi.

Tabel 5.11: *Mapping* Kondisi Riil Aspek Infrastruktur

| No              | Butir Pertanyaan  | Kondisi Riil UMKM |            |            |
|-----------------|---|-------------------|------------|------------|
|                 |   | Rendah            | Sedang     | Tinggi     |
|                 |   | ≤ 34%             | 35-68%     | 69-100%    |
| 1               | Apakah tempat usaha saudara, telah dilengkapi dengan infrastruktur yang layak (pantas untuk digunakan)  |                   | 58%        |            |
| 2               | Apakah tempat usaha saudara, telah dilengkapi dengan infrastruktur yang memadai (tersedia sanitasi, prasarana jalan, penerangan, kamar kecil dll)               |                   | 56%        |            |
| 3               | Apakah infrastruktur yang tersedia di lingkungan tempat usaha saudara, telah ditata secara layak dan baik   |                   |            | 70%        |
| 4               | Apakah infrastruktur yang tersedia di lingkungan tempat usaha saudara, telah memperhatikan tingkat keamanan yang layak bagi penggunaannya                       |                   | 66%        |            |
| 5               | Apakah infrastruktur yang tersedia di lingkungan tempat usaha saudara, terjaga kebersihannya secara berkala   |                   |            | 72%        |
| 6               | Apakah disekitar tempat usaha saudara, telah tersedia fasilitas komunikasi dan media informasi yang memadai (pusat informasi, jualan voucher pulsa dll)         |                   |            | 74%        |
| 7               | Apakah disekitar tempat usaha saudara, telah tersedia fasilitas kesehatan yang layak (klinik lokal)   | 16%               |            |            |
| 8               | Apakah fasilitas kesehatan yang tersedia telah beroperasi secara penuh selama ada kunjungan wisatawan/peziarah  | 14%               |            |            |
| 9               | Apakah disekitar tempat usaha saudara, telah tersedia fasilitas ibadah yang layak (mushola/masjid tambahan)   |                   | 48%        |            |
| 10              | Apakah kelengkapan infrastruktur yang tersedia di sekitar tempat usaha saudara telah memperhatikan nilai kearifan lokal (papan nama, petunjuk arah, nuansa dll) |                   | 46%        |            |
| Nilai Rata Rata |   | <b>15%</b>        | <b>55%</b> | <b>72%</b> |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka jawaban pernyataan responden tersebut diatas akan di tampilkan dalam bentuk peta/mapping sehingga sangat memudahkan didalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang terkait dengan aspek infrastruktur sebagaimana tercermin pada gambar 5.3

| Rendah ( 0% - 34%) | Sedang (35% - 68 %)                     | Tinggi (69% - 100%)              |
|--------------------|---|----------------------------------|
| <b>8, 7</b>        | <b>10, 9</b><br><b>1, 2</b><br><b>4</b> | <b>3</b><br><b>5</b><br><b>6</b> |

**Gambar 5.3:** Kondisi Riil Aspek Infrastruktur

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek infrastruktur yang terkait dengan pengelolaan fasilitas dan pelayanan kesehatan harus segera memperoleh perhatian yang lebih serius, dengan cara membuka puskesmas atau klinik masyarakat yang tempatnya berdekatan dengan lokasi kawasan wisata, agar dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung wisata. Oleh karena itu perlunya peran

aktif masyarakat untuk berpartisipasi dalam meningkatkan tersedianya fasilitas dan pelayanan kesehatan yang lebih memadai. Disamping itu fasilitas ibadah juga harus segera mendapat perhatian untuk diperbaiki dan ditingkatkan kapasitasnya, karena tidak semua tempat wisata religi lokasinya berdekatan dengan fasilitas masjid yang layak dan memadai, khususnya yang berada disekitar sentra UMKM.

#### 5.3.2.4 Nilai Kearifan Lokal

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.6 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional atas aspek nilai kearifan lokal, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.12. Aspek nilai kearifan harus memperoleh perhatian dimasa mendatang karena aspek yang terkait dengan pengelolaan sentra UMKM belum mencerminkan nilai nilai kearifan lokal secara optimal, oleh karena itu nilai budaya dan nilai kearifan lokal harus menjadi cirikhas dalam pengembangan pengelolaan wisata religi dan sentra UMKM, sehingga nilai kearifan lokal tetap terpelihara dan tercermin pada lokasi dan tempat usaha, infrastruktur bahkan tercermin pada perilaku masyarakatnya. Untuk memetakan kondisi riil tentang aspek yang melekat pada nilai kearifan lokal dapat disajikan dalam tabel 5.12 sebagai berikut:

Tabel 5.12: *Mapping* Kondisi Riil Aspek Kearifan Lokal

| No | Butir Pertanyaan   | Kondisi Riil UMKM |        |         |
|----|--|-------------------|--------|---------|
|    |  | Rendah            | Sedang | Tinggi  |
|    |  | ≤ 34%             | 35-68% | 69-100% |
| 1  | Apakah lokasi usaha yang saudara tempati saat ini, telah memiliki unsur nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat               |                   | 38%    |         |
| 2  | Apakah tempat usaha yang saudara kelola saat ini, telah memiliki unsur nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat                | 34%               |        |         |
| 3  | Apakah infrastruktur yang dibangun disekitar tempat usaha saudara, telah memperhatikan unsur nilai kearifan lokal sesuai budaya dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat |                   | 42%    |         |
| 4  | Apakah para penjual dikawasan wisata, telah berperilaku dan menggambarkan nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik masyarakatnya                                    |                   | 38%    |         |
| 5  | Apakah barang dagangan yang saudara tawarkan, telah memiliki unsur nilai kearifan lokal sesuai dengan budaya dan karakteristik yang berkembang di masyarakat                           |                   | 52%    |         |
| 6  | Apakah nilai nilai kearifan lokal yang tumbuh di tengah masyarakat terus dikembangkan secara dinamis dalam mengelola usaha saudara   |                   | 46%    |         |
| 7  | Apakah saudara terus melakukan inovasi nilai kearifan lokal masyarakat kedalam kegiatan usaha yang saudara kelola saat sekarang  |                   | 42%    |         |
|    | Nilai Rata Rata  | 34%               | 43%    | -       |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka jawaban pernyataan responden tersebut diatas akan di tampilkan dalam bentuk peta/mapping sehingga sangat memudahkan didalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang terkait dengan aspek nilai kearifan lokal sebagaimana tercermin pada gambar 5.4

| Rendah ( 0% - 34%) | Sedang (35% - 68 %)                      | Tinggi (69% - 100%) |
|--------------------|--|---------------------|
| <b>2</b>           | <b>1,4</b><br><b>3, 7, 6</b><br><b>5</b> |                     |

**Gambar 5.4:** Kondisi Riil Aspek Kearifan Lokal

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek nilai kearifan lokal masih belum tercermin pada pengelolaan wisata religi dan sentra UMKM secara optimal, hal ini menggambarkan kondisi yang terbalik, seharusnya situs peninggalan para wali yang memiliki sejarah perjuangan dimasa lalu dapat di jadikan rujukan dalam pengembangan kawasan wisata religi dan segala aktivitas yang ada, sehingga nilai kearifan dan budaya lokal seharusnya sangat dominan tampilannya pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

### 5.3.2.5 Legalitas

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.7 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek legalitas, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.13. Dari aspek legalitas masih terdapat dua indikator yang sangat serius untuk di cermati karena sangat terkait dengan keberlanjutan UMKM yaitu keberadaan dari unit koperasi untuk seluruh anggota dan kepemilikan NPWP bagi pelaku UMKM. Dinas terkait seharusnya dapat menjembatani terwujudnya dua hal ini karena dapat membantu pengembangan UMKM di masa mendatang. Untuk memetakan kondisi riil terkait aspek legalitas dapat disajikan dalam tabel 5.13 sebagai berikut:

Tabel 5.13: *Mapping* Kondisi Riil Aspek Legalitas

| No | Butir Pertanyaan   | Kondisi Riil UMKM |                  |                   |
|----|--|-------------------|------------------|-------------------|
|    |  | Rendah<br>≤ 34%   | Sedang<br>35-68% | Tinggi<br>69-100% |
| 1  | Apakah tempat usaha yang saudara tempati saat ini memiliki status yang jelas (hak milik, sewa, hak guna) |                   | 48%              |                   |

|                 |   |     |     |     |
|-----------------|---|-----|-----|-----|
| 2               | Apakah usaha yang saudara lakukan saat ini memiliki ijin usaha yang legal (pemda, kecamatan/kelurahan/RW)                     |     |     | 74% |
| 3               | Apakah saudara telah bergabung dengan paguyuban para pedagang/pelaku usaha yang ada di kawasan wisata                         |     |     | 74% |
| 4               | Apakah saudara telah menjadi anggota koperasi yang anggota terdiri dari para pedagang/pelaku usaha yang ada di kawasan wisata |     | 42% |     |
| 5               | Apakah saudara telah menjadi anggota koperasi di luar komunitas pedagang/pelaku usaha yang ada di kawasan wisata              | 34% |     |     |
| 6               | Apakah saat ini saudara telah memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)   | 4%  |     |     |
| Nilai Rata Rata |   | 19% | 45% | 74% |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka jawaban pernyataan responden tersebut diatas akan di tampilkan dalam bentuk peta/mapping sehingga sangat memudahkan didalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang terkait dengan aspek legalitas sebagaimana tercermin pada gambar 5.5

| Rendah ( 0% - 34%) | Sedang (35% - 68 %) | Tinggi (69% - 100%) |
|--------------------|---------------------|---------------------|
| <b>6, 5</b>        | <b>4, 1</b>         | <b>2, 3</b>         |

**Gambar 5.5:** Kondisi Riil Aspek Legalitas

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek legalitas masih sangat rendah tercermin pada pengelolaan wisata religi dan sentra UMKM secara optimal, hal ini menggambarkan kondisi yang terbalik, seharusnya situs peninggalan para ulama sekaligus sebagai wali yang memiliki sejarah perjuangan dimasa lalu dapat di jadikan rujukan dalam pengembangan kawasan wisata religi dan segala aktivitas yang ada, sehingga nilai keraifan dan budaya lokal sangat kental dalam kawasan wisata religi di Jawa Timur.

### 5.3.2.6 Manajemen

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.8 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek manajemen, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.14. Aspek manajemen merupakan aspek yang paling krusial bagi UMKM, oleh karena itu perbaikan terhadap sektor UMKM memerlukan suatu kebijakan yang

bersifat strategis dan ter-*integrated* dengan semua pemangku kepentingan, karena karakteristik dan kelemahan UMKM yang bersifat terstruktur. Untuk memetakan kondisi riil yang terkait dengan aspek manajemen dapat disajikan dalam tabel 5.14 sebagai berikut:

Tabel 5.14: Mapping Kondisi Riil Aspek Manajemen

| No              | Butir Pertanyaan   | Kondisi Riil UMKM |        |         |
|-----------------|--|-------------------|--------|---------|
|                 |  | Rendah            | Sedang | Tinggi  |
|                 |  | ≤ 34%             | 35-68% | 69-100% |
| 1               | Apakah kompetensi yang saudara memiliki, telah cukup untuk mendukung pengelolaan usaha selama ini  | 28%               |        |         |
| 2               | Apakah saudara pernah mengikuti paket pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas terkait (pemda, kecamatan, kelurahan, perguruan tinggi)  | 32%               |        |         |
| 3               | Apakah saudara masih menginginkan/memandang perlu dilakukan paket pelatihan agar dapat mendukung usaha yang lebih baik (lebih berkembang)  |                   |        | 78%     |
| 4               | Apakah saudara memandang penting perlunya organisasi yang layak agar dapat mendukung usaha yang lebih baik   |                   |        | 76%     |
| 5               | Apakah saudara merasakan adanya manfaat pelatihan dan dapat dipergunakan untuk memperbaiki pengelolaan usaha yang lebih baik   |                   |        | 74%     |
| 6               | Apakah ada program pendampingan dari dinas terkait setelah mengikuti paket pelatihan   | 22%               |        |         |
| 7               | Apakah saudara pernah memperoleh pinjaman modal dari lembaga perbankan (BPR atau bank umum)  | 24%               |        |         |
| 8               | Apakah keberhasilan usaha selama ini karena saudara memiliki kompetensi/kemampuan mengelola pemasaran dengan ilmu yang benar   | 22%               |        |         |
| 9               | Apakah saudara pernah mengikuti paket pelatihan yang terkait dengan cara mengelola pemasaran yang baik   | 28%               |        |         |
| 10              | Apakah saudara pernah memperoleh tawaran mengikuti pelatihan manajemen pemasaran dari dinas terkait (koperasi/pariwisata/ perguruan tinggi)  | 26%               |        |         |
| 11              | Apakah saudara menginginkan adanya pelatihan yang terkait dengan cara mengelola pemasaran yang baik  |                   |        | 78%     |
| 12              | Apakah barang dagangan yang saudara jual selama ini sudah sesuai dengan selera dan kebutuhan pengunjung yang pernah datang di kawasan wisata ini   |                   | 46%    |         |
| 13              | Apakah saudara melakukan inovasi dalam memasarkan barang dagangan dengan cara memberi pelayanan yang lebih baik, produk yang variatif dan terus berkreasi                                    |                   | 44%    |         |
| 14              | Apakah barang dagangan yang saudara jual selama ini, disediakan dengan cara membuat sendiri  |                   | 38%    |         |
| 15              | Apakah barang dagangan yang saudara jual selama ini, diperoleh dengan cara membeli dari pihak lain   |                   | 64%    |         |
| 16              | Apakah saudara masih ingin mengikuti paket pelatihan manajemen agar dapat mengembangkan usaha menjadi lebih berkembang   |                   |        | 76%     |
| 17              | Apakah saudara menginginkan program pendampingan terkait dengan manajemen secara berkelanjutan, dengan harapan dapat mengembangkan usahanya terus maju serta berinovasi secara terus menerus |                   |        | 80%     |
| Nilai Rata Rata |  | 26%               | 48%    | 77%     |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka jawaban pernyataan responden tersebut diatas akan di tampilkan dalam bentuk peta/mapping sehingga

sangat memudahkan didalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang terkait dengan aspek manajemen sebagaimana tercermin pada gambar 5.6 berikut ini.

| Rendah ( 0% - 34%) | Sedang (35% - 68 %) | Tinggi (69% - 100%) |
|--------------------|---------------------|---------------------|
| <b>6, 8, 7</b>     | <b>14</b>           | <b>5, 4,16</b>      |
| <b>10, 1, 9</b>    | <b>13, 12</b>       | <b>3, 11</b>        |
| <b>2</b>           | <b>15</b>           | <b>17</b>           |

**Gambar 5.6:** Kondisi Riil Aspek Manajemen

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek manajemen secara keseluruhan membutuhkan perhatian khusus terkait dengan pengelolaan wisata religi dan sentra UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dengan kategori tinggi menggambarkan sebuah harapan atau keinginan pelaku UMKM untuk mengikuti berbagai paket pelatihan yang terkait dengan peningkatan kompetensi, aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Sedangkan jawaban pernyataan “ya” dengan kategori rendah adalah gambaran dari kondisi riil yang terkait dengan penerapan pengelolaan aspek manajemen di sentra UMKM, oleh karena itu aspek mamajemen membutuhkan program tersendiri agar dapat memperbaiki kondisi pengelolaan sentra UMKM yang lebih baik dan diharapkan dapat mengangkat perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

### 5.3.3 Merumuskan Model Pengelolaan Sentra UMKM

Berdasarkan pada *mapping* tersebut, maka dapat dilihat keseluruhan nilai dari pernyataan responden pada masing masing aspek dan indikator yang diamati, selanjutnya dilakukan reduksi data (memilih) yang relevan untuk dipergunakan sebagai acuan dalam penyusunan “model pengelolaan sentra UMKM” yang sesuai dengan karakteristik kawasan wisata religi. Pemilihan indikator dari setiap aspek didasarkan pada jawaban pernyataan “ya” yang masuk kategori rendah, karena isi pernyataannya berupa praktek pengelolaan sentra UMKM yang telah diterapkan oleh pelaku usaha, sedangkan untuk aspek manajemen justru didasarkan pada jawaban pernyataan “ya” yang masuk kategori tinggi, karena isi pernyataannya

bersifat harapan atau suatu keinginan, oleh karena itu perlu dilakukan fokus kajian yang lebih mendalam lagi. Untuk menggambarkan pernyataan dari indikator yang relevan untuk merumuskan “**Model Pengelolaan Sentra UMKM yang Efektif**” maka dapat diuraikan sebagai berikut:

### **5.3.3.1 Penentuan Titik Krusial Dalam Pengelolaan Sentra UMKM**

Penentuan titik krusial merupakan tahapan untuk menemukan aspek penting yang menjadi kelemahan dalam pengelolaan sentra UMKM, oleh karena itu hasil pemetakan tersebut sangat dibutuhkan untuk mengidentifikasi indikator utama yang diperlukan untuk merumuskan suatu model yang aplikatif dan relevan dengan karakteristik setempat yang meliputi hal berikut ini.

#### **1. Aspek Lokasi Usaha**

Perlunya peningkatan peran serta yang lebih optimal dari pemerintah daerah dalam rangka penyediaan lokasi usaha dan fasilitas pendukungnya, baik dari pihak pemerintah daerah, kecamatan/kelurahan, RW/RT. Peranan ini lebih ditekankan pada upaya koordinasi dengan masyarakat serta pemberdayaan warga agar dapat turut berpartisipasi aktif dalam penyediaan dan pemeliharaan lokasi usaha beserta fasilitasnya. Hal penting lain yang harus diperhatikan adalah nilai kearifan lokal yang tercermin pada berbagai fasilitas yang ada di lokasi usaha, sehingga lokasi usaha yang berada pada kawasan wisata religi mampu mencerminkan karakteristik nilai budaya masyarakat setempat.

#### **2. Aspek Tempat Usaha**

Perlunya peningkatan pelayanan keamanan yang lebih memadai dikawasan wisata religi, hal ini terkait dengan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung, oleh karena itu kerjasama dengan aparaturnya yang berwajib dan pemberdayaan keamanan dengan sistem swakarsa merupakan langkah yang dapat dilakukan untuk rencana jangka panjang. Hal penting lainnya adalah mencerminkan nilai kearifan lokal pada tempat usahanya dan perilaku dari pemiliknya, dengan harapan tempat usaha yang berada di kawasan wisata religi mampu menggambarkan nilai budaya yang khas dari masyarakat setempat.

#### **3. Aspek Infrastruktur**

Perlunya perbaikan fasilitas dan pelayanan kesehatan yang lebih memadai di kawasan wisata religi, sehingga menambah rasa aman dan nyaman pengunjung, oleh karena itu kerjasama dengan dinas kesehatan setempat merupakan upaya strategis jangka panjang dalam meningkatkan fasilitas infrastruktur yang memadai sesuai dengan kebutuhan. Perbaikan infrastruktur yang terkait dengan pelayanan kesehatan harus mencerminkan nilai kearifan lokal dan nilai budaya setempat agar infrastruktur yang berada di kawasan wisata religi turut menambah ciri khas dari kultur masyarakatnya, terutama yang dapat menggambarkan budaya Jawa, etnis muslim yang selaras dengan situs peninggalan para wali di Jawa Timur.

#### **4. Aspek Nilai Kearifan Lokal**

Nilai kearifan lokal merupakan nilai budaya dan unsur pembeda yang ada di tengah masyarakat, oleh karena itu nilai kearifan lokal yang tidak bertentangan dengan etika, moral, norma dan agama harus dikembangkan menjadi unsur unik dan pembeda dengan lainnya. Kawasan wisata religi akan memiliki keunikan jika mampu menggali nilai kearifan lokal dan nilai budaya setempat yang tercermin pada berbagai fasilitas yang ada baik pada lokasi usaha, tempat usaha, penyediaan fasilitas dan perilaku dari pelaku usaha yang berada pada kawasan tersebut, oleh karena itu sudah selayaknya kalau nilai kearifan lokal dapat mewarnai berbagai kondisi dan fasilitas yang terdapat pada kawasan wisata tersebut, sehingga dapat menambah nuansa etnik muslim dan budaya Jawa.

#### **5. Aspek Legalitas**

Aspek legalitas merupakan aspek yang akan memperkuat keberadaan usaha UMKM dalam melakukan pengembangan usaha dan menjalin kerjasama dengan lembaga lain. Keberadaan koperasi tentu akan mendukung sektor pembiayaan dan pengembangan manajemen, karena peran koperasi sangat memungkinkan menjadi mediasi lembaga keuangan maupun peran pendampingan dalam pengembangan UMKM di masa mendatang. Sedangkan kepemilikan NPWP nampaknya masih sangat rendah hal ini dapat dimaklumi karena pelaku UMKM kebanyakan berasal dari kelompok marginal (sektor informal) dan aktivitas usahanya tidak bersentuhan dengan sektor formal baik dari sisi hulu maupun sisi hilirnya, oleh karena itu ke depannya harus memperoleh edukasi dengan cara yang benar, agar pelaku UMKM dapat memperoleh NPWP, sehingga kedepannya juga dapat

melakukan kerjasama dengan sektor formal. Dalam rangka pengembangan usaha menjadi lebih baik tentu aspek legalitas menjadi bagian yang sangat penting terutama kepemilikan NPWP, keberadaan koperasi baik koperasi simpan pinjam, koperasi usaha, koperasi serba usaha, tentu saja yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

## **6. Aspek Manajemen**

Aspek manajemen merupakan aspek yang paling krusial dalam pengelolaan UMKM, bahkan ini merupakan karakteristik dari UMKM yaitu kondisi manajemen yang lemah baik dari aspek kompetensi (sumberdaya manusia), aspek pemasaran, aspek keuangan dan aspek organisasi (wahyudiono, 2016). Sektor UMKM secara riil memiliki andil yang tidak kecil dalam sistem perekonomian domestik maupun nasional namun perannya masih kurang optimal, oleh karena itu perlunya menata kembali untuk mengintegrasikan peran pemangku kepentingan (stakeholder) agar dapat berkontribusi secara riil dan optimal dalam pengembangan UMKM. Praktek riil dilapangan menunjukkan bahwa pola pengelolaan sentra UMKM dari aspek manajemen masih sangat lemah.

Terungkap secara jelas tentang adanya keinginan atau harapan dari pelaku UMKM agar dapat mengikuti paket pelatihan manajemen dimasa mendatang, agar dapat meningkatkan *hardskill* maupun *softskill* sesuai kebutuhannya dan diperlukan untuk meningkatkan usahanya menjadi lebih berkembang, *bankable* dan mandiri untuk pengelolaan dan inovasi manajerialnya. Perubahan teknologi komunikasi dan informasi harus dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pengelolaan sentra UMKM yang lebih komprehensif, dinamis dan mandiri, sehingga keberadaan sentra UMKM dapat mengungkit perekonomian masyarakat setempat dan berkontribusi riil pada peningkatan kesejahteraan warga di kawasan wisata religi tersebut.

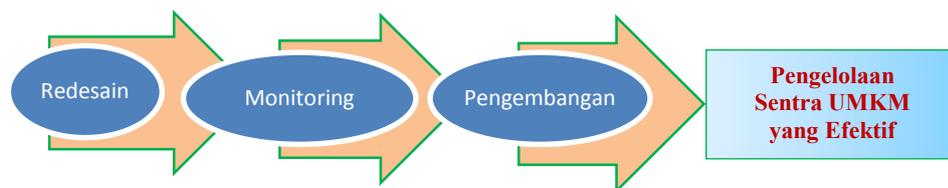
### **5.3.3.2 Rumusan Model**

Mengacu pada titik krusial pengelolaan sentra UMKM yang telah ditentukan tersebut, maka dapat dirumuskan suatu model pengelolaan sentra UMKM yang terpisah menjadi dua bagian yaitu: a) model pengelolaan sentra UMKM bersifat pisik dan b) model pengelolaan sentra UMKM bersifat non-pisik.

Untuk memberi gambaran yang lebih jelas dari kedua model. Rumusan model yang bersifat fisik terdiri dari aspek lokasi usaha, tempat usaha dan infrastruktur, sedangkan rumusan model yang bersifat non-pisik terdiri dari aspek nilai kearifan lokal, legalitas dan manajemen, sedangkan detail rumusan model dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Rumusan Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Fisik

Pengelolaan yang bersifat fisik terkait dengan sentra UMKM, mengharuskan untuk melakukan rumusan model yang agak berbeda dengan yang bersifat non fisik, oleh karena itu telah diidentifikasi tiga unsur utama yang layak untuk menjadi bagian penting didalam rumusan model yang terdiri: a) tahap redesain, b) tahap Monitoring, c) tahap pengembangan. Selanjutnya tahapan tersebut dapat digambarkan secara detail dalam rumusan model sebagai berikut:

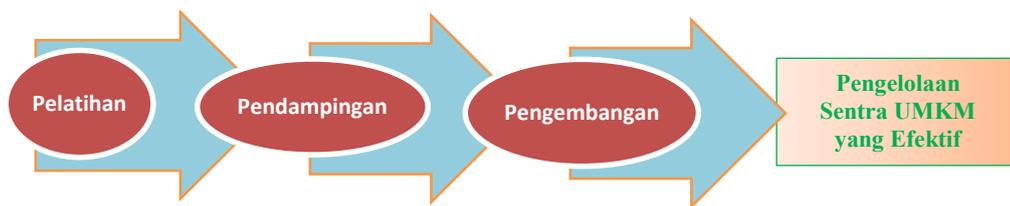


**Gambar 5.7:** Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Fisik

Model tersebut diatas meliputi tiga tahapan, dimana tahapan satu dengan tahapan berikutnya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan harus dilakukan secara berurutan agar menghasilkan tahapan yang komprehensif. Implementasi model ini memerlukan kurun waktu dua tahun yang terdiri: a) waktu enam bulan untuk mengimplementasikan redesain pengelolaan sentra UMKM dalam bentuk fisik, b) enam bulan kedua melakukan evaluasi atas hasil implementasi redesain dan c) waktu satu tahun untuk pengembangan pengelolaan sentra UMKM yang memerlukan rekonstruksi model, karena adanya perubahan situasi dan kondisi yang bersifat dinamis. Rumusan model harus dilakukan secara berkesinambungan dan berjalan secara berkelanjutan agar dapat memberi manfaat secara optimal dalam pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik.

## 2. Rumusan Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Non Pisik

Pengelolaan sifat non pisik yang terkait dengan sentra UMKM, mengharuskan untuk melakukan rumusan model yang agak berbeda dengan yang bersifat pisik, oleh karena itu telah diidentifikasi tiga unsur utama yang layak untuk menjadi bagian penting didalam rumusan model yang terdiri: a) tahap pelatihan, b) tahap pendampingan dan c) tahap pengembangan. Selanjutnya tahapan tersebut dapat digambarkan secara detail dalam rumusan model sebagai berikut:



**Gambar 5.8:** Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Non-Pisik

Model tersebut diatas meliputi tiga tahapan, dimana tahapan satu dengan tahapan berikutnya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan harus dilakukan secara berurutan agar menghasilkan tahapan yang komprehensif. Implementasi model ini memerlukan kurun waktu dua tahun yang terdiri: a) waktu enam bulan untuk mengimplementasikan hasil pelatihan terkait pengelolaan sentra UMKM dalam bentuk non pisik, b) enam bulan kedua melakukan monitoring atas hasil pelatihan dan c) waktu satu tahun untuk pengembangan model dalam rangka menghadapi perubahan selera konsumen dan lingkungan global.

### 5.3.4 Pengujian Efektivitas Model

Rumusan model tersebut belum diuraikan secara detail tentang operasional di lapangan, karena masih harus dilakukan pengujian terkait dengan tingkat efektivitas atau kelayakan modelnya, oleh karena itu harus disusun instrumen yang dapat sesuai dengan kebutuhan dan dipergunakan untuk mengungkap seberapa besar tingkat efektivitasnya. Instrumen merupakan satu media yang dimanfaatkan untuk mengetahui persepsi dari pelaku UMKM tentang model pengelolaan sentra UMKM yang diharapkan menjadi lebih baik dibanding kondisi

sebelum. Rekonstruksi situasi dianggap sebagai cara yang praktis, ekonomis dan efektif untuk mengungkap apa yang dirancang dalam suatu model, dengan cara mendesain kuesioner bertentuk pertanyaan tertutup. Kuesioner dibagikan kepada 15 orang/responden (*purposive sampling*) untuk memberi penilaian/persepsi atas serangkaian pertanyaan yang telah disusun dengan harapan dapat menjadi alat untuk mengukur tingkat efektivitas model sebagaimana yang telah dirumuskan sebagai model.

Desain kuesioner dalam pengujian model, menggunakan pengukuran skala *Likert* yaitu jenis pengukuran skala yang bertujuan untuk memperoleh persepsi atau sikap dari responden/pelaku usaha atas suatu pernyataan dengan memilih alternatif jawaban: 1). sangat tidak setuju/sangat tidak sesuai, 2) tidak setuju/ tidak sesuai, 3) sedang/cukup, 4) setuju/sesuai, dan 5) sangat setuju/sangat sesuai, atas pernyataan yang dinyatakan dalam kuesioner, sedangkan hasil pengukurannya menggunakan skala interval. Adapun tujuan dari desain pengukuran ini adalah ingin mengungkap tentang persepsi pelaku usaha terkait dengan rumusan model pengelolaan sentra UMKM secara obyektif agar hasilnya dapat diterapkan dimasa mendatang. Adapun tahapan dalam pengujian model dapat diuraikan secara detail sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi indikator yang ada didalam rumusan model pengelolaan sentra UMKM baik yang bersifat pisik maupun non pisik
2. Menentukan jenis skala pengukuran didalam kuesioner dengan menggunakan skala Likert dan hasil pengukuran dengan menggunakan skala interval yaitu lima tingkatan/interval
3. Mendesain kuesioner yang terkait dengan pengungkapan persepsi pelaku usaha atas “Rumusan Model Pengelolaan Sentra UMKM”
4. Menyebarkan kuesioner kepada 15 responden (*purposive sampling*) yang berada di lima lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi
5. Melakukan tabulasi data terkait jawaban 15 responden, agar dapat mengungkap tingkat efektivitas “Rumusan Model” sesuai dengan persepsi pelaku usaha
6. Melakukan telaah secara lebih mendalam tentang persepsi pelaku usaha atas rumusan model yang telah dibuat, kemudian dievaluasi tentang kelemahannya untuk dilakukan penyempurnaan lebih lanjut.

Untuk memberikan gambaran detail terkait jawaban responden dan persepsi sekelompok pelaku usaha terhadap ”rumusan model pengelolaan sentra UMKM” dapat disajikan dalam tabel 5.15 sebagai berikut:

**Tabel 5.15:** Persepsi atas “Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Pisik”

| No                                    | Item Pertanyaan   | Jawaban Responden |           |           |           |           | Nilai (%)   |
|---------------------------------------|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
|                                       |   | 1                 | 2         | 3         | 4         | 5         |             |
| 1                                     | Bagaimana jika lokasi usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi saat ini, dilakukan penataan ulang agar menjadi lebih layak, aman dan nyaman, mudah dijangkau oleh pengunjung untuk berbelanja     | -                 | -         | 2         | 9         | 4         | 82,7        |
| 2                                     | Bagaimana jika lokasi usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi dibuat lebih bersih, suasana lebih adem, tampak nuansa religinya, mencirikan budaya lokal, serta nilai kearifan lokal yang memadai | -                 | -         | -         | 10        | 5         | 86,7        |
| 3                                     | Bagaimana jika lokasi usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi diperbaiki fasilitasnya menjadi lengkap, tertutup atap, diberi pintu utama dan dengan sistem keamanan penuh sepanjang hari         | -                 | -         | -         | 12        | 3         | 84,0        |
| 4                                     | Bagaimanakah jika lokasi usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi direlokasi pada tempat lain (diluar area sekarang), lebih luas dan modern   | 11                | 3         | 1         | -         | -         | 26,7        |
| 5                                     | Apakah peran aktif aparat pemerintah daerah, kecamatan/ kelurahan, RW/RT, masyarakat setempat, pedagang dilibatkan secara berkelanjutan dalam memelihara lokasi usaha yang ada                                  | -                 | 3         | 7         | 5         | -         | 62,7        |
| 6                                     | Bagaimana jika tempat usaha saudara yang sekarang ini, ditata ulang lebih layak, rapi, indah dan menarik  | -                 | -         | 3         | 9         | 3         | 80,0        |
| 7                                     | Bagaimana jika tempat usaha saudara yang sekarang ini dibuat menjadi lebih bersih, desain/warna/ukuran sama, dilengkapi papan dan memiliki cirikhas yang sama   | -                 | -         | -         | 11        | 4         | 85,3        |
| 8                                     | Bagaimana jika tempat usaha saudara yang sekarang didesain lebih mencerminkan nilai budaya lokal, nilai kearifan lokal dan bercirikhas etnis Jawa dan lebih bernuansa religi                                    | -                 | -         | 1         | 10        | 4         | 84,0        |
| 9                                     | Bagaimana jika tempat usaha saudara direlokasi ditempat lain yang lebih baik, ukuran lebih luas dan modern (semacam ruko)   | 10                | 4         | 1         | -         | -         | 28,0        |
| 10                                    | Apakah infrastruktur sentra UMKM yang sekarang ada perlu ditambah lebih lengkap, sanitasi lebih aman, rapi dan bersih   | -                 | -         | 7         | 8         | -         | 70,7        |
| 11                                    | Apakah fasilitas dan layanan kesehatan, mushola, toilet, kamar mandi, istirahat sementara, tempat ganti, fasilitas komunikasi perlu ditambah lebih lengkap, aman, bersih dan nyaman                             | -                 | -         | -         | 9         | 6         | 88,0        |
| 12                                    | Bagaimana jika infrastruktur sentra UMKM yang sekarang ada didesain lebih mencerminkan nilai budaya lokal, nilai kearifan lokal dan bercirikhas etnis Jawa dan lebih bernuansa religi                           | -                 | -         | 6         | 8         | 1         | 73,3        |
| <b>Total Nilai Persepsi Responden</b> |   | <b>21</b>         | <b>10</b> | <b>29</b> | <b>91</b> | <b>30</b> | <b>71,0</b> |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa “rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang bersifat pisik” masih membutuhkan beberapa perbaikan konten atau isi khususnya terkait perbaikan lokasi dan tempat usaha untuk direlokasi di luar area yang sekarang ditempati walaupun dengan kondisi yang lebih baik, hal ini tercermin dari persepsi responden pada pernyataan relokasi

lokasi hanya pada skor sebesar 26,7% dan relokasi tempat usaha dengan skor 28,0%, oleh karena itu perlunya perbaikan rumusan model yang memadai.

**Tabel 5.16:** Persepsi “Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Non Pisik”

| No                                    | Item Pertanyaan  | Jawaban Responden |    |    |    |   | Nilai (%)   |
|---------------------------------------|--|-------------------|----|----|----|---|-------------|
|                                       |  | 1                 | 2  | 3  | 4  | 5 |             |
| 1                                     | Apakah nilai budaya dan nilai kearifan lokal harus tercermin pada berbagai fasilitas yang ada di kawasan wisata religi ini baik di tempat makam, lokasi usaha, tempat usaha dan pada berbagai fasilitas yang ada             | -                 | -  | 1  | 8  | 6 | 86,7        |
| 2                                     | Apakah nilai budaya dan nilai kearifan lokal harus tampak dan mencerminkan karakteristik etnis Jawa dan nuansa religi  | -                 | -  | 5  | 8  | 2 | 76,0        |
| 3                                     | Apakah nilai budaya dan nilai kearifan lokal masyarakat perlu dipelihara keasliannya agar menjadi keunikan tersendiri dan menjadi pembeda dengan tempat lain   | -                 | -  | 3  | 9  | 3 | 80,0        |
| 4                                     | Apakah nilai budaya dan nilai kearifan lokal masyarakat perlu dimodifikasi, diinovasi dan dikembangkan menjadi kreativitas yang lebih selaras dengan t keadaan jaman (modern)  | -                 | -  | 5  | 9  | 1 | 74,7        |
| 5                                     | Apakah koperasi simpan pinjam, koperasi usaha diperlukan kehadirannya untuk pelaku UMKM, agar membuat usahanya lebih berkembang  | -                 | -  | -  | 8  | 7 | 89,3        |
| 6                                     | Apakah paguyupan pedagang diperlukan kehadirannya untuk pelaku UMKM agar membuat usahanya lebih baik,  | -                 | -  | 1  | 7  | 7 | 88,0        |
| 7                                     | Apakah dokumen perijinan yang terkait dengan kegiatan usaha saat ini perlu dilengkapi dimasa mendatang (ijin usaha, NPWP dan kelengkapan perijinan lainnya)  | -                 | -  | 7  | 5  | 3 | 74,7        |
| 8                                     | Apakah saudara tertarik untuk meningkatkan kompetensi diri melalui program pelatihan yang dilakukan oleh lembaga resmi terkait dengan aktivitas usaha saudara  | -                 | -  | -  | 9  | 6 | 88,0        |
| 9                                     | Apakah saudara berkenan diberi pendampingan atas pelatihan yang akan saudara ikuti agar program pelatihan tersebut dapat diterapkan dengan baik  | -                 | -  | 3  | 9  | 3 | 80,0        |
| 10                                    | Apakah saudara berminat untuk mengikuti program pelatihan yang terkait dengan manajemen pemasaran, agar saudara dapat mendisplay, memilih, melakukan inovasi dan kreatif membuat perubahan yang terkait selera pembeli       | -                 | -  | 9  | 6  | - | 88,0        |
| 11                                    | Apakah saudara berminat untuk mengikuti program pelatihan yang terkait dengan manajemen keuangan, agar saudara dapat merancang keuangan, menyajikan laporan serta menganalisis kemajuan usaha saudara dimasa mendatang       | -                 | 2  | 9  | 4  | - | 82,7        |
| 12                                    | Apakah saudara berminat untuk mengikuti program pelatihan yang terkait dengan manajemen SDM/organisasi, agar saudara dapat menyusun perencanaan, melaksanakan, mengendalikan, monitoring dan evaluasi kegiatan usaha saudara | -                 | 2  | 9  | 4  | - | 82,7        |
| <b>Total Nilai Persepsi Responden</b> |  | -                 | 29 | 99 | 53 | - | <b>82,6</b> |

Sumber: Diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa “rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang bersifat non pisik” telah dipersepsi dengan sangat layak oleh responden, hal ini tercermin dari skor rata rata persepsi untuk 12 pernyataan sebesar 82,6%, sedangkan masing masing pernyataan memiliki nilai skor terendah sebesar 74,7%, oleh karena itu rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang bersifat non pisik sudah tidak memerlukan perbaikan lebih lanjut.

### 5.3.5 Mengevaluasi Efektivitas Model

Berdasarkan persepsi dari 15 orang/responden yang telah dijadikan sampel pengujian rumusan model, selanjutnya dikaji lebih mendalam melalui *focus group discussion* dari kalangan akademisi dan penggiat UMKM untuk memperoleh masukan yang bersifat konstruktif dan masif, sehingga dihasilkan suatu “model pengelolaan sentra UMKM” yang lebih aplikatif dan sesuai dengan karakteristik sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi. Melalui *focus group discussion* yang dihadiri oleh tim peneliti dan kalangan akademisi, maka dapat direkomendasi beberapa catatan perbaikan model sebagai berikut:

1. Redesain lokasi usaha dengan cara merelokasi pada tempat baru di luar area yang sekarang ditempati bukanlah desain yang sesuai dengan harapan pelaku UMKM, karena hal ini dapat menimbulkan masalah baru yang belum tentu dapat diatasi secara baik, transparan, cepat dan adil, belum lagi jika hal ini disertai dengan pengeluaran dana oleh pelaku UMKM
2. Redesain tempat usaha menjadi lebih luas dan modern dengan cara merelokasi pada tempat baru di luar area yang sekarang ditempati, bukanlah desain yang di harapkan pelaku UMKM, karena hal ini membutuhkan proses adaptasi baru dan memerlukan waktu yang cukup lama, khususnya terkait dengan calon pembeli untuk datang pada lokasi yang baru
3. Lokasi usaha yang berada didalam area makam para wali, sebaiknya cukup ditata lebih rapi, berupaya menciptakan nuansa yang religius, berbagai atribut fasilitas diberi identitas yang unik dengan memasukkan etnik budaya dan nilai kearifan lokal, agar kawasan sentra UMKM dapat menyatu dengan kawasan wisata religi secara total, sehingga dapat menciptakan kawasan religius yang aman dan ramah lingkungan dengan memperbanyak penghijauan di kawasan makam
4. Lokasi usaha yang terletak diluar area makam wali, sebaiknya ditata ulang secara *ter-integrated* dengan kawasan terpadu lainnya (taman, kawasan bisnis, sentra lain yang terkait dengan unggulan produk lokal), walaupun hal ini bukan sesuatu yang mudah tetapi dapat dilakukan jika lahan tersedia secara layak serta tidak menimbulkan gejolak baru bagi masyarakat.

5. Perlunya desain program pelatihan yang terkait dengan kebutuhan manajemen bagi pelaku UMKM, agar masyarakat dapat meningkatkan *hardskill* dan *softskill* yang lebih memadai terkait dengan aspek tata kelola organisasi, manajemen pemasaran dan aspek keuangan, sehingga masyarakat sebagai subyek dan obyek UMKM dapat memiliki kompetensi yang lebih mumpuni untuk mengelola usaha yang sudah ditekuni selama ini dan dijadikan sandaran ekonomi bagi kehidupan keluarganya, bahkan kedepannya nanti sentra UMKM di kawasan wisata religi dapat menjadi sistem perekonomian yang terstruktur dan mandiri.

Berdasarkan hasil rekomendasi dari pertemuan *focus group discussion*, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbaikan dan mendeskripsikan “**Model Pengelolaan Sentra UMKM**” secara lengkap sehingga nantinya dapat diterapkan oleh masyarakat yang berada di kawasan wisata religi, bahkan penggunaan model ini tidak menutup bagi pelaku UMKM yang lain. Rumusan model tidak mengalami perubahan konsep, tetapi dilakukan penyempurnaan yang terkait dengan konten, oleh karena itu “model pengelolaan sentra UMKM” segera disusun menjadi dokumen model yang lengkap dan dapat dioperasionalkan oleh masyarakat. Model ini diharapkan dapat menjadi alternatif bagi pelaku UMKM sebagai rujukan dalam pengelolaan usaha dan sentra UMKM lain yang memiliki karakteristik sama.

#### **5.4 Pembahasan Model Pengelolaan Sentra UMKM**

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam rumusan model, oleh karena itu pemodelannya harus mencakup berbagai aspek permasalahan yang terjadi ditengah komunitas sentra UMKM. Pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi harus dibedakan menjadi dua kelompok karena karakteristik pengembangan model sangat berbeda dengan pengembangan model usaha lain yaitu:

##### **5.4.1 Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Fisik**

Pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik lebih mengarah pada bagaimana cara mengelola aspek lokasi usaha, tempat usaha dan berbagai infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung fasilitas yang memadai serta dapat meningkatkan aspek pelayanan, keamanan dan kenyamanan pada pengunjung

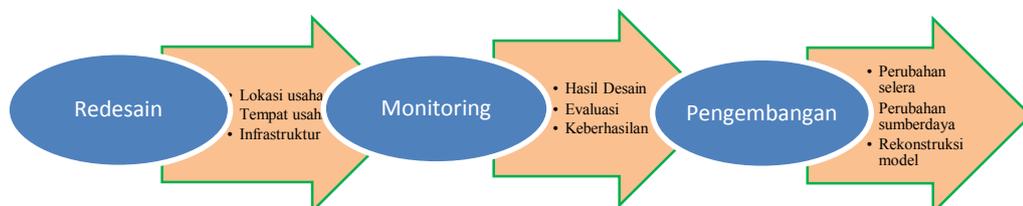
selama berinteraksi dengan pelaku UMKM di kawasan wisata religi. Pengelolaan yang bersifat fisik harus dilakukan secara *ter-integrated* dengan melibatkan para *stakeholder* secara menyeluruh baik dari kalangan pemerintah, pengusaha, tokoh masyarakat dan pelaku usaha sendiri, sehingga menghasilkan fasilitas yang lebih memadai untuk peningkatan pelayanan bagi pengunjung sehingga menambah rasa aman dan nyaman.

Model pengelolaan sentra UMKM adalah suatu pola pengelolaan usaha yang diimplementasikan oleh sekelompok usaha dalam satu kawasan atau kelompok masyarakat, oleh karena itu model pengelolaan usaha sangat berpengaruh terhadap capaian kinerja dari kelompok usaha tersebut. Model pengelolaan usaha tidak dapat digunakan secara umum karena setiap kelompok usaha atau organisasi memiliki karakteristik yang berbeda namun karakteristik dari setiap kelompok usaha atau masyarakat tentu memiliki satu kesamaan yang terkait dengan aktivitasnya. Secara umum karakteristik pengelolaan usaha sentra UMKM yang bersifat fisik memiliki tiga aspek yang meliputi: a) aspek lokasi usaha, b) aspek tempat usaha dan c) aspek infrastruktur. Implementasi tiga aspek tersebut tentunya berbeda karena banyak faktor yang mempengaruhinya diantaranya faktor pengalaman, skala perusahaan, orientasi manajemen, orientasi bisnis, kewirausahaan dan faktor lingkungan.

Model pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik umumnya mengadopsi tiga aspek pengelolaan, namun memiliki tingkat kompleksitas yang berbeda karena alasan faktor tersebut, namun secara umum aspek lokasi usaha, tempat usaha dan infrastruktur sudah diimplementasikan walau pada tataran yang belum memadai. Model pengelolaan Sentra UMKM kawasan wisata religi memiliki pola yang sangat sederhana, tetapi karakteristik aspek tempat usaha lebih dominan dibanding aspek lokasi usaha dan infrastruktur karena kedua aspek tersebut secara riil agak sulit pengelolaannya seperti status kepemilikan lahan, posisi lahan yang menyatu dengan tempat tinggal, posisi lahan yang menyatu dengan area makam. Kondisi inilah yang menjadi penyebab pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik tidak bisa tertata secara memadai sehingga kurang menciptakan rasa aman dan nyaman pengunjung, oleh karena itu perlu redesain pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik menjadi lebih layak dan nyaman.

Kelemahan yang sangat mendasar atas pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi adalah kurangnya optimal peran *stakeholder* dalam pemberdayaan infrastruktur dan masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah keekonomian yang tersedia pada kawasan tersebut. Kelompok masyarakat yang tergabung didalam sentra UMKM harus mengarah pada tercapainya kawasan wisata religi sebagai kawasan bisnis terpadu dan berorientasi pada kepuasan konsumen, oleh karena itu diperlukan upaya konkrit dari pemangku kepentingan khususnya bagi pelaku usaha sentra UMKM untuk mengoptimalkan nilai tambah infrastruktur yang berada pada kawasan wisata religi tersebut, minimal dapat menciptakan kawasan wisata dan sentra UMKM yang lebih bernuansa religi serta mencerminkan nilai budaya dan nilai kearifan lokal masyarakat setempat, sehingga mencerminkan karakteristik yang menyatu dengan wisata religi di kawasan tersebut.

Model pengelolaan sentra UMKM bersifat pisik telah di rumuskan melalui proses yang *ter-integrated* dimulai dari identifikasi pengelolaan sentra UMKM yang dilakukan oleh pelaku usaha, merumuskan model pengelolaan, menguji model melalui sampel terbatas dan mengevaluasi kembali melalui kajian yang mendalam melalui *focus group discussion* dari kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan terhadap pengembangan UMKM. Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dapat dirumuskan melalui tiga tahapan yang dilakukan secara berkesinambungan yaitu: 1) tahap redesain pengelolaan sentra UMKM, 2) tahap evaluasi hasil selama implementasi aspek redesain pengelolaan sentra UMKM dan 3) tahap pengembangan pengelolaan dari sentra UMKM. Untuk menggambarkan mekanisme model tersebut dapat disajikan pada gambar dibawah ini.



**Gambar 5.9:** Model Pengelolaan Sentra UMKM Yang Efektif (Berisfat Pisik)

Gambar diatas menunjukkan bahwa model pengelolaan sentra UMKM dapat berjalan secara efektif manakala implementasi dari pengelolaan sentra UMKM dilakukan secara terpadu dan diimplementasikan secara berkesinambungan mulai dari melakukan redesain pengelolaan sentra UMKM, pendampingan redesain serta pengembangan redesain pengelolaan sentra UMKM. Untuk menerapkan tahapan model tersebut berjalan baik, maka diperlukan dukungan dari empat pilar utama yang berkontribusi secara simultan terhadap pengelolaan sentra UMKM yaitu unsur akademisi, unsur pelaku bisnis dan unsur pemerintah, selanjutnya tiga pilar utama tersebut dikenal dengan istilah *triple helix ABG (academic, business, goverment)* serta satu pilar penguat lainnya yaitu pemberdayaan masyarakat.

#### **5.4.1.1 Tahap Redesain**

Redesain merupakan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi pemerintah, perguruan tinggi, perusahaan atau sekelompok masyarakat untuk penataan ulang (tata kelola) baru dengan harapan memperoleh tingkat efektivitas dan efisiensi yang lebih baik. Redesain pengelolaan suatu organisasi sering dirasakan kurang memberi manfaat bagi sekelompok pelaku UMKM bahkan tidak memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan usaha yang berada pada sentra UMKM, karena redesain dilakukan secara parsial oleh pihak tertentu tanpa mengkaji lebih mendalam apa yang sebenarnya dibutuhkan masyarakat, oleh karena itu redesain membutuhkan koordinasi dan kerjasama dengan pihak terkait agar pengelolaan fasilitas fisik yang berada dikawasan wisata religi dan sentra UMKM mampu memberi kontribusi bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas usahanya.

Fasilitas fisik sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi, masih memerlukan penataan yang *ter-integrated*, agar semua aspek fisik yang berada di tengah sentra UMKM dapat memberi nilai tambah terhadap rasa aman dan nyaman masyarakat yang berkunjung ziarah ke makam para wali serta mengunjungi sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi. Pengelolaan tempat usaha yang di lakukan oleh pelaku usaha di sentra UMKM memiliki tingkat implementasi yang berbeda beda, oleh karena itu penataan tempat usaha

masih membutuhkan inovasi dan kreativitas yang optimal lagi terutama kemampuan mencerminkan nilai budaya dan nilai kearifan lokal dalam aspek pengelolaan lokasi usaha, tempat usaha serta infrastruktur kawasan wisata religi dan sentra UMKM, sehingga upaya tersebut turut menciptakan nuansa dan nilai religius serta kearifan lokal pada seluruh aspek fasilitas fisik yang berada pada sentra UMKM dan kawasan wisata religi. Redesain pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Redesain lokasi usaha**, lokasi usaha di area sentra UMKM kawasan wisata religi secara fisik sulit dilakukan perubahan karena beberapa pertimbangan diantaranya: a) lahan yang terbatas, b) status lahan, c) struktur lokasi usaha dan d) kawasan lokasi usaha/makam para wali, oleh karena itu pengelolaan lokasi usaha tidak memungkinkan berorientasi pada luasnya lahan tetapi mengarah pada terbentuknya lokasi usaha yang lebih tertata kualitasnya, baik dari aspek desain, nilai kearifan lokal, nilai budaya masyarakat terutama upaya penciptaan nuansa religius serta berkarakteristik sebagaimana yang telah dicerminkan oleh kejayaan para wali di tanah Jawa.

Pengelolaan lokasi usaha sentra UMKM dapat dilakukan melalui cara berbeda karena terdapat dua karakteristik lokasi usaha yang ditempati sentra UMKM di kawasan wisata religi yaitu:

- a. Lokasi usaha didalam kawasan makam

Lokasi usaha didalam kawasan makam secara fisik sulit ditata ulang, namun dapat dilakukan perbaikan perbaikan yang terkait dengan nilai kearifan lokal dan nilai budaya masyarakat yang dapat dicerminkan pada berbagai lokasi usaha yang berada di kawasan sentra UMKM terutama menemukan suasana dan nuansa religiusnya seperti menambah asesoris pada pintu masuk dengan tulisan Jawa atau Arab, tempat istirahat berbentuk joglo, pagar berornamen klasik. Karakteristik semacam ini diharapkan mampu menciptakan suasana yang berbeda dengan kawasan lain sehingga sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi ini dapat menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan warganya. Lokasi usaha didalam makam lebih disesuaikan dengan karakteristik dari makam itu sendiri yang bersifat unik.

b. Lokasi usaha diluar kawasan makam

Lokasi usaha diluar kawasan makam memiliki lahan yang terbuka artinya dari aspek pengelolaan relatif lebih mudah karena ketersediaan lahan yang lebih luas, oleh karena itu redesain dapat dilakukan secara fisik seperti bentuk bangunan yang permanen, semi permanen maupun bentuk gerobak mobil sehingga lebih fleksibel, dapat disetting sesuai dengan kepentingan. Kawasan wisata religi di makam Sunan Bonang, Sunan Drajad, Sunan Giri, dan Sunan Ampel memiliki ruang terbuka untuk sentra UMKM, secara fisik masih memungkinkan untuk ditata lebih layak lagi, namun memerlukan bentuk partisipasi penuh dari para pemangku kepentingan, mengingat lokasi usaha di sentra UMKM ini merupakan sumber mata pencaharian bagi warga setempat, oleh karena itu pengelolaan lokasi usaha yang mengedepankan nilai kearifan lokal akan mencerminkan suatu kebijakan yang berorientasi pada pengembangan usaha UMKM secara berkesinambungan, karena tetap menjaga nilai budaya lokal yang berkembang ditengah masyarakatnya.

2. **Redesain tempat usaha**, tempat usaha merupakan wilayah individual setiap pelaku usaha UMKM, oleh karena itu redesain pengelolaan tempat usaha dan karakteristiknya sangat ditentukan oleh selera pemiliknya, namun perlu disadari bahwa sentra UMKM merupakan suatu kawasan usaha yang harus dijaga dan dipelihara secara bersama oleh seluruh komunitas yang berada didalamnya agar keberadaan sentra UMKM dapat menjadi suatu kawasan yang kondusif untuk memutar roda perekonomian masyarakat setempat. Tempat usaha yang berada di sentra UMKM sebaiknya dapat mencerminkan nilai kearifan lokal dari suatu budaya masyarakat setempat sehingga dapat menjadi pembeda dengan tempat wisata lainnya, sedangkan jenis barang dan berbagai cara mendisplay barang dagangan dapat disesuaikan dengan selera pemilik.

Pengelolaan tempat usaha di kawasan sentra UMKM sebaiknya mencerminkan karakteristik yang memberi nilai religi diantaranya:

- a. Memberi identitas tempat usaha dengan tulisan yang khas seperti tulisan Jawa, tulisan Arab dan tulisan dengan dua bahasa

- b. Memutar musik, radio yang bernuansa religi
  - c. Tempat usaha yang mencerminkan nilai kearifan lokal dan nilai budaya dari masyarakat setempat
  - d. Perilaku dan pelayanan dari para pemiliknya/penjual yang menampilkan budaya lokal masyarakat setempat
  - e. Menggali nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat yang tercermin pada aspek tempat usahanya, sehingga tempat usahanya mampu menjadi media komunikasi dengan pengunjung karena karakteristiknya yang beda dengan di kawasan wisata lain.
3. **Redesain infrastruktur**, infrastruktur merupakan ketersediaan ragam fasilitas yang dapat mendukung terciptanya pelayanan pengunjung yang aman, nyaman dan tenang di kawasan sentra UMKM dan Wisata religi. Infrastruktur umumnya lebih banyak dipersiapkan oleh lembaga, organisasi atau kelompok komunitas karena infrastruktur lebih bersifat universal dan sulit dipenuhi secara individu, oleh karena itu perlu perencanaan, penyediaan, pengawasan, pemeliharaan yang terpadu dalam rangka mewujudkan infrastruktur yang aman dan nyaman serta mampu mencerminkan nilai kearifan lokal dan budaya masyarakatnya.

Infrastruktur di lokasi sentra UMKM dan kawasan wisata religi seharusnya di rancang secara terpadu mulai dari sarana prasarana menuju lokasi kawasan wisata (jalan, denah lokasi/penunjuk arah), lokasi dekat kawasan wisata (tempat parkir, taman dan fasilitas umum), sarana dan prasaran di kawasan wisata dan kawasan sentra UMKM, mengingat area wisata religi dan sentra UMKM selalu menyatu menjadi satu kawasan.

Pengelolaan infrastruktur di kawasan sentra UMKM seharusnya memiliki makna khusus agar dapat memberi karakteristik dan nilai keunikan di kawasan wisata religi dengan memperhatikan hal sebagai berikut:

- a. Menyediakan infrastruktur penunjang yang memadai untuk menuju kearah kawasan wisata religi (jalan yang layak, denah dan penunjuk arah menuju kawasan wisata yang lengkap dan jelas dari segala arah kota dan jarak)

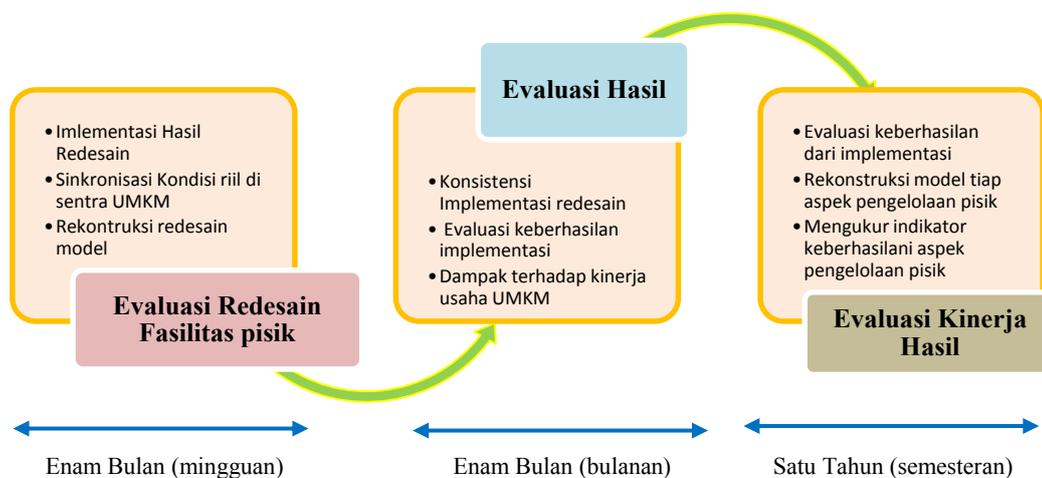
- b. Menyediakan infrastruktur penunjang di area dekat kawasan wisata religi yang memadai, aman dan nyaman (tempat parkir kendaraan, kamar mandi, tempat istirahat, taman yang asri dan sarana komunikasi & informasi)
  - c. Membangun infrastruktur kawasan wisata religi yang *ter-integrated* dengan sentra UMKM, karena keberadaan sentra UMKM umumnya menyatu atau berdekatan dengan kawasan makam wali (disamping makam)
  - d. Penyediaan infrastruktur yang mencerminkan nilai kearifan lokal dan nilai budaya dari masyarakat setempat, khususnya dalam menciptakan nuansa religi dan budaya lokal, agar pengunjung dapat merasakan nuansa kawasan religi yang adem, ayem dan nyaman sejak memasuki kota tujuan wisata religi sampai dengan kawasan wisata yang dituju (makam wali dan sentra UMKM)
  - e. Mengembangkan infrastruktur yang memadai dari waktu ke waktu tanpa meninggalkan karakteristik budaya dan nilai nilai kearifan lokal dari masyarakat setempat. Biasanya setiap kota tujuan wisata religi memiliki satu keunikan yang tidak dimiliki oleh kota lainnya, inilah yang harus digali dan dikembangkan secara berkesinambungan.
- Pengelolaan sentra UMKM yang bersifat pisik banyak melibatkan unsur pemangku kepentingan baik dari pemerintah, pelaku bisnis, akademisi dan masyarakat serta pelaku UMKM sendiri, oleh karena itu diperlukan pola interaksi yang *ter-integrated* dari para pemangku kepentingan agar dapat menghasilkan satu kebijakan yang aplikatif dan berkelanjutan.

#### **5.4.1.2 Tahap Monitoring**

Monitoring merupakan proses dan upaya untuk menjamin keberlanjutan hasil redesain pengelolaan sentra UMKM agar dapat diimplementasikan secara benar dan konsisten sesuai dengan tujuannya. Hal yang sering diabaikan oleh para perumus kebijakan adalah membiarkan pelaku usaha tidak melakukan pengelolaan sentra UMKM sesuai yang diinginkan tanpa adanya monitoring yang memadai, sehingga dalam kurun waktu tertentu hasil dari redesain pengelolaan sentra UMKM tidak dapat berfungsi lagi dengan baik. Monitoring dapat

dipergunakan sebagai instrumen untuk mengevaluasi terkait dengan pengelolaan sentra UMKM yang telah diterapkan pada sekelompok usaha di sentra UMKM, apakah hasil redesain tersebut telah sesuai dengan kondisi riil yang ada dilapangan, karena seringkali dilakukan suatu kebijakan tanpa memperhatikan kondisi riil yang dihadapi secara langsung oleh para pelaku UMKM.

Melalui monitoring secara langsung terhadap kondisi riil sentra UMKM, di harapkan dapat dilakukan evaluasi tindakan terhadap dampak tata kelola dengan kondisi dilapangan, sehingga dapat dilakukan perbaikan secara langsung melalui rekontruksi kondisi fisik dengan implementasinya secara riil. Monitoring dapat di lakukan dalam kurun waktu yang memadai agar dapat dipastikan bahwa tata kelola fasilitas fisik telah diimplementasikan sesuai dengan cara yang benar dan dilakukan secara konsisten, sehingga memberi ruang yang cukup bagi pelaku UMKM untuk mengelola fasilitas fisik yang ada ditempat usahanya dan memberi manfaat secara riil baginya dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada pengunjung wisata religi serta mendorongnya untuk datang belanja di kawasan sentra UMKM. Tahap monitoring akan dilakukan melalui tiga jenjang yaitu evaluasi redesain fisik, evaluasi hasil implementasi pengelolaan fisik serta evaluasi kinerja hasil, oleh karena itu tahapan monitoring harus dilakukan secara terintegrasi agar dapat menjadi instrumen monitoring yang layak terkait dengan pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik. Untuk memberi penjelasan yang detail, dapat disajikan dalam gambar sebagai berikut:



**Gambar 5.10:** Program Monitoring Pasca Redesain Pengelolaan Fasilitas

Gambar diatas menunjukkan bahwa redesain pengelolaan sentra UMKM bersifat fisik nantinya akan memberikan dampak lingkungan yang lebih baik dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada pengunjung di kawasan wisata religi dan sentra UMKM. Pelatihan dan sosialisasi mengenai pengelolaan kawasan harus menjadi bagian dari pelaku usaha untuk berkembang maju dengan cara yang kreatif dan inovatif, karena desain pengelolaan sentra UMKM yang sudah disusun belum tentu selaras dengan kondisi riil yang ada dilapangan, oleh karena itu masih perlu penyesuaian yang lebih aplikatif dengan karakteristik masing masing pelaku usaha. Monitoring yang dilakukan tentu dapat memahami dengan benar apa yang menjadi kebutuhan riil para pelaku usaha, sehingga desain pengelolaan sentra UMKM dapat diimplementasikan dengan cara yang benar serta memberi dampak positif terhadap keberhasilan usaha pada satu kawasan tertentu. Program monitoring yang memadai memerlukan waktu dua tahun yang terbagi menjadi tiga periode yaitu:

- a. Enam bulan pertama digunakan untuk melakukan evaluasi secara langsung atas kesesuaian penerapan pengelolaan sentra UMKM yang dilakukan oleh warga, terutama yang terkait dengan penyesuaian konsep pengelolaan dengan kondisi riil masing masing pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan mampu melakukan modifikasi konsep pengelolaan sentra UMKM yang telah di desain agar selaras dengan kondisi riil di lapangan, sehingga penerapan semua aspek pengelolaan sentra UMKM dapat berjalan dengan konsisten dan termonitor dengan mudah melalui konsultasi langsung selama proses monitoring yang di lakukan setiap waktu (setiap minggu) oleh tim monitoring yang telah ditunjuk melalui sebuah kerjasaman pihak terkait.
- b. Enam bulan kedua digunakan untuk melakukan evaluasi hasil atas implemetasi pengelolaan sentra UMKM selama enam bulan pertama, adapun tujuan tahap ini adalah untuk memastikan bahwa serangkaian proses pengelolaan sentra UMKM yang telah dilakukan selama enam bulan pertama tetap berjalan secara konsisten serta melihat secara langsung keberhasilan implementasi dari semua aspek pengelolaan sentra UMKM, baik pengelolaan lokasi usaha, tempat usaha maupun infrastruktur yang berada di kawasan tersebut. Evaluasi akhir dari tahap ini adalah mengukur dampak positif yang

muncul atas kinerja usaha pelaku UMKM bagi perkembangan dan keberhasilan usahanya.

- c. Tahun kedua selama setahun digunakan untuk melakukan evaluasi kinerja hasil yaitu mengetahui keberhasilan dari implementasi seluruh aspek pengelolaan sentra UMKM terhadap aktivitas usahanya dengan cara melakukan evaluasi keberhasilan dari implementasi pengelolaan sentra UMKM, merekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM sesuai dengan kebutuhan serta membuat indikator indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan semua aspek pengelolaan sentra terhadap kinerja usaha sentra UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Program monitoring merupakan bagian dari model pengelolaan sentra UMKM yang efektif bagi pelaku usaha, namun pelaksanaan monitoringnya memerlukan pemikiran yang komprehensif karena membutuhkan sumberdaya pendamping (mentor), waktu dan biaya, oleh karena itu tahap monitoring akan berhasil jika para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan sentra UMKM mampu di sinergikan secara *ter-integrated* menjadi satu kesatuan yang disebut dengan *triple helix* ABG (*academic, business, goverment*), dimana keterpaduan tiga pilar utama dari kalangan akademisi, bisnis dan birokrasi mampu untuk merumuskan kebijakan yang terkait dengan pengelolaan sentra UMKM yang efektif, terpadu dan berkesinambungan, sehingga sentra UMKM dapat menjadi satu kawasan bisnis yang dapat memacu roda perekonomian masyarakat secara mandiri dan berkontribusi secara riil bagi kesejahteraan masyarakat.

#### **5.4.1.3 Tahap Pengembangan**

Tahap pengembangan merupakan upaya untuk memandirikan pelaku usaha UMKM siap menghadapi perubahan perubahan yang terjadi dan memberi dampak ancaman pada keberlangsungan usaha UMKM dimasa mendatang, oleh karena itu tidak ada jalan lain bahwa model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dan dapat bertahan dalam lingkungan persaingan yang dinamis, maka harus disertai dengan upaya membekali kemampuan untuk pengembangan pengelolaan sentra UMKM dinamis dan *acceptable*. Tahap pengembangan merupakan proses pendewasaan pada pelaku UMKM agar dapat terus bertahan ditengah persaingan

usaha yang semakin kompleks dan rumit. Tahap pengembangan merupakan upaya bagaimana para pelaku usaha UMKM terus melakukan aktivitas yang kreatif serta inovatif dalam mengikuti perubahan pola pengelolaan sentra UMKM yang aplikatif serta mampu memandu aktivitasnya sepanjang waktu melalui implementasi pengelolaan usaha yang memadai.

Model pengelolaan sentra UMKM bukan bersifat statis tetapi dinamis, terus mengikuti perubahan yang terjadi pada eranya, oleh karena itu Model pengelolaan akan efektif jika para pelaku usaha mampu mengembangkan model pengelolaan yang sesuai dengan tingkat kebutuhan yang digunakan untuk mengelola aktivitas usahanya, karena aktivitas usaha masyarakat juga terus berkembang sesuai dengan problematik yang muncul. Perubahan aktivitas usaha pasti terjadi karena adanya perubahan faktor selera pembeli, faktor lingkungan, faktor persaingan, faktor internal bahkan adanya faktor perubahan global (MEA), oleh karena itu model pengelolaan harus terus menciptakan kreativitas dan inovasi sesuai dengan kebutuhannya agar mampu digunakan terus untuk mengelola aktivitas usahanya. Tahap pengembangan dapat dilakukan melalui pola yang sederhana yaitu:

- a. Mengidentifikasi perubahan selera yang terjadi ditengah masyarakat terutama perubahan selera pembeli, persaingan serta perkembangan informasi dan teknologi di era terkini.
- b. Mengidentifikasi kebutuhan sumberdaya yang diperlukan untuk mewujudkan dan memenuhi kebutuhan perubahan yang terjadi ditengah masyarakat dengan tingkat kompleksitas yang tinggi, khususnya perubahan fasilitas fisik maupun pelayanan yang lebih baik bagi pengunjung.
- c. Rekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM jika dirasa sudah tidak mampu lagi menumbuhkan selera pengunjung, karena perubahan tata kelola terhadap lokasi usaha, tempat usaha dan infrastruktur kawasan sentra UMKM yang semakin kompleks, bertambahnya kapasitas, keperluan untuk pengendalian serta adanya tuntutan efektivitas dan efisiensi.
- d. Perubahan pengembangan yaitu kebutuhan untuk melakukan penyesuaian model pengelolaan sentra UMKM menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga mampu untuk menumbuhkan usahanya menjadi lebih baik, capaian kinerja yang lebih terarah dan hasil kerja yang lebih layak.

Pengembangan model pengelolaan sentra UMKM sudah menjadi satu kebutuhan bagi organisasi bagi pelaku usaha agar tetap eksis menjaga reputasi kinerjanya ditengah persaingan yang dinamis, oleh karena itu diperlukan sikap proaktif dari para pelaku usaha untuk terus mengantisipasi bahwa perubahan bukan malapetaka tetapi justru peluang untuk melakukan kreativitas dan inovatif pengelolaan usaha yang aplikatif sehingga mampu memberi layanan yang “*superior value*” bagi pembeli dan masyarakat dan mampu mendatangkan benefit yang layak bagi para pelaku usaha sendiri dan menjamin keberlanjutan usahanya di masa mendatang dalam menghadapi persaingan pasar global di kawasan Asean.

#### **5.4.2 Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Pisik**

Pengelolaan sentra UMKM yang bersifat non pisik lebih diorientasikan pada bagaimana cara meningkatkan kemampuan *hardskill* dan *softskill* dari pelaku UMKM, agar para pelaku usaha mampu mengelola usahanya menjadi lebih baik dari aspek tata kelola, aspek pemasaran, aspek keuangan serta mengembangkan nilai budaya dan nilai kearifan lokal masyarakat dalam mewarnai pengelolaan seluruh aspek kawasan wisata religi. Pengelolaan sentra UMKM aspek non pisik jauh lebih sulit dari yang bersifat pisik, karena menyangkut perilaku, emosional dan psikologi masyarakat serta melibatkan secara langsung setiap individu yang ada didalam komunitas sentra UMKM, sehingga kompetensi pelaku usaha yang lebih baik akan meningkatkan kemampuan pengelolaan usahanya.

Model pengelolaan sentra UMKM bersifat Non pisik merupakan suatu pola manajerial yang diimplementasikan oleh sekelompok komunitas masyarakat atau kelompok organisasi yang berada di kawasan wisata religi, oleh karena itu model manajerial sangat berpengaruh terhadap capaian kinerja dari kelompok usaha tersebut. Model manajerial tidak dapat digunakan secara umum karena setiap kelompok usaha atau organisasi memiliki karakteristik yang berbeda, namun setiap kelompok usaha atau organisasi tentu memiliki satu kesamaan yang terkait dengan aktivitasnya. Pengelolaan sentra UMKM bersifat non pisik (manajerial) terdiri dari tiga aspek pengelolaan yaitu: a) aspek nilai keraifan lokal, b) aspek legalitas serta c) aspek manajemen. Implementasi tiga aspek tersebut tentu berbeda karena banyak faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pengalaman, skala

usahanya, orientasi manajemen, orientasi bisnis, kewirausahaan dan faktor lingkungan, sehingga para pelaku usaha harus mampu mengembangkan seni mengelola usahanya lebih kreatif.

Model pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi umumnya memiliki karakteristik yang berbeda, namun harus mampu mengadopsi ketiga aspek secara *ter-integrated* walaupun dengan tingkat kompleksitas yang berbeda karena alasan faktor tersebut. Secara umum aspek nilai kearifan lokal, aspek legalitas dan aspek manajemen sudah diimplementasikan oleh sekelompok pelaku usaha di kawasan wisata religi, meskipun masih pada tataran yang rendah. Model pengelolaan Sentra UMKM kawasan wisata religi masih memiliki pola yang sangat sederhana, tetapi karakteristik aspek nilai kearifan lokalnya lebih dominan dibanding aspek yang lain sedangkan aspek manajemen memiliki tingkat implementasi yang paling rendah. Pola pengelolaan yang tidak efektif menjadi salah satu faktor mengapa kelompok sentra UMKM kawasan wisata religi tidak tumbuh dan berkembang dengan baik, hal ini searah dengan orientasi usahanya yang hanya sebagai sandaran hidup (mata pencaharian semata) belum mengarah pada orientasi bisnis.

Kelemahan yang sangat mendasar dalam pengelolaan sentra UMKM adalah orientasi manajemen pelaku usaha yang rendah yaitu kepedulian yang kurang layak pada penggunaan konsep manajemen untuk pengelolaan usahanya, kecepatan untuk mengadopsi konsep manajemen yang lambat serta keinginan pelaku usaha untuk mengimplemntasikan konsep manajemen tidak konsisten. Orientasi manajemen yang masih rendah tentunya berdampak terhadap kemajuan usaha dari kelompok masyarakat yang tergabung dalam sentra UMKM, oleh karena itu diperlukan upaya konkrit dari para pemangku kepentingan yang memiliki kepedulian terhadap masa depan dan perkembangan sentra UMKM, baik dikota maupun dipelosok desa yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Timur.

Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif, di rumuskan melalui proses yang *ter-integrated* mulai dari identifikasi pola pengelolaan yang diterapkan oleh pelaku usaha, merumuskan model pengelolaan, menguji model melalui sampel terbatas dan mengevaluasi kembali melalui kajian yang mendalam dalam *focus group discussion* dari kalangan akademisi yang memiliki keminatan terhadap

pengembangan UMKM. Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif di kawasan wisata religi harus dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: 1) tahap pelatihan, 2) tahap pendampingan dan 3) tahap pengembangan. Gambaran secara detail tentang mekanisme model dapat disajikan dalam gambar berikut ini.



**Gambar 5.11:** Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Pisik

Gambar diatas menunjukkan bahwa model pengelolaan sentra UMKM dapat berjalan dengan efektif, jika tiga tahapan pengelolaan tersebut dilakukan dengan cara terpadu dan berkelanjutan, mulai dari melakukan pelatihan, pendampingan selama proses implementasi serta pengembangannya. Tahapan model pengelolaan sentra UMKM dapat berjalan dengan baik manakala didukung oleh tiga pilar utama yang berkontribusi secara simultan yaitu unsur akademisi, unsur pelaku bisnis dan unsur pemerintah selanjutnya tiga pilar utama tersebut dikenal dengan istilah *triple helix ABG (academic, business and goverment)* serta pengungkit lainnya yaitu pemberdayaan masyarakat setempat.

#### **5.4.2.1 Tahap Pelatihan**

Pelatihan merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh lembaga baik pihak pemerintah, lembaga pendidikan tinggi dan perusahaan kepada sekelompok masyarakat terkait dengan peningkatan kompetensi. Pelatihan seringkali tidak sesuai dengan tingkat kebutuhan yang diinginkan oleh sekelompok masyarakat bahkan sering tidak memiliki manfaat signifikan terhadap pengembangan kegiatan bagi sentra UMKM, karena pelatihan dilakukan secara parsial oleh pihak pemberi pelatihan tanpa mengkaji terlebih dahulu apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat, oleh karena itu pelatihan yang pernah diikuti oleh masyarakat tidak memberikan manfaat jangka panjang, namun tetap memberi kontribusi terhadap wawasan baru yang terkait dengan aktivitas usahanya.

Kelompok usaha di kawasan wisata religi, sebenarnya masih membutuhkan banyak pelatihan yang terkait dengan penerapan pengelolaan sentra UMKM, baik aspek nilai kearifan lokal, legalitas serta manajemennya. Pelatihan pengelolaan sentra UMKM merupakan satu upaya untuk mempercepat proses transformasi di bidang pengelolaan usaha, oleh karena itu program pelatihan sangat mendesak untuk dibuat program agar pelaku usaha segera memperoleh kemampuan yang memadai untuk melakukan pengelolaan sentra UMKM yang efektif. Pelatihan aspek manajemen di harapkan mampu memberikan *green light* bagi perubahan pengelolaan sentra UMKM pada arah pengembangan usaha di jalur yang benar sehingga mempercepat proses pertumbuhan perekonomian warga kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Tiga aspek pengelolaan sentra UMKM memiliki tingkat implementasi yang berbeda beda, oleh karena itu peran pelatihan sangat dibutuhkan untuk menunjang terwujudnya model pengelolaan usaha yang efektif, agar kegiatan usaha menjadi lebih baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat kelompok usaha sentra UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat warga di kawasan wisata religi. Secara detail tentang desain pelatihan, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. **Pelatihan aspek nilai kearifan lokal**, pelatihan aspek nilai kearifan lokal di arahkan pada upaya peningkatan kreativitas dan inovasi yang terkait dengan terwujudnya nuansa religius dan nilai budaya Jawa dalam pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi khususnya terkait dengan lokasi usaha, tempat usaha, infrastruktur serta perilaku masyarakatnya. Upaya untuk mewujudkan perbaikan tersebut maka diperlukan jenis pelatihan yang terkait dengan tata kelola yang dapat mengarah pada optimalisasi nilai kearifan lokal pada berbagai fasilitas yang ada di kawasan wisata serta tercermin pada nuansa religius yang dan budaya lokal masyarakatnya (identitas tempat usaha, identitas barang dijual, perilaku pedagang, media center, media informasi dan lainnya)
- b. **Pelatihan Aspek Legalitas**, pelatihan aspek legalitas merupakan satu langkah strategis untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan baru bagi para pelaku usaha di sentra UMKM, agar mengetahui pentingnya aspek legalitas yang

diperlukan untuk menjamin keberlanjutan usahanya karena telah memiliki perlindungan aspek hukum yang jelas dan dapat menggunakan aspek legalitas ini untuk melakukan kerjasama atau kemitraan dengan pihak lain, oleh karena itu aspek legalitas dapat mendorong pelaku usaha berperilaku tertib hukum (pentingnya paguyuban, koperasi, berserikat, kepemilikan ijin usaha, NPWP dan lainnya).

- c. **Pelatihan Aspek Manajemen**, pelatihan aspek manajemen merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan manajerial para pelaku UMKM, oleh karena itu pelatihan ini sangat dibutuhkan untuk mempercepat proses transformasi di bidang manajerial, dengan harapan pelaku UMKM di kawasan wisata religi dapat mengelola usahanya dengan baik melalui implementasi prinsip-prinsip manajemen yang modern dan aplikatif, baik manajemen pemasaran, keuangan, sumberdaya manusia dan pengembangan manajemen. Untuk memberi uraian yang lebih detail, maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

**(1) Pelatihan manajemen pemasaran**, pelatihan aspek pemasaran diarahkan pada satu upaya bagaimana membangun strategi pemasaran produk menjadi lebih baik lagi yang menyangkut kreativitas dalam pemilihan barang, label kemasan, harga jual yang layak, cakupan pasar, penawaran promosi serta memberi pelayanan kepada pengunjung dengan beretika dan santun. Upaya melakukan peningkatan pada kemampuan pemasaran bagi pelaku UMKM melalui pemberian jenis pelatihan yang sangat diperlukan yaitu pelatihan tentang kreativitas pemilihan barang, penentuan harga yang kompetitif serta menjalin komunikasi dengan pembeli. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan potensi pemasaran barang dagangannya menjadi lebih strategis dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

**(2) Pelatihan manajemen keuangan**, pelatihan aspek keuangan merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha sentra UMKM dalam hal mengelola keuangan menjadi lebih baik yang menyangkut sumber dana, pembukuan/akuntansi, pemanfaatan informasi, kemitraan dengan lembaga pembiayaan, pembuatan laporan keuangan. Langkah konkrit yang dapat meningkatkan pengelolaan keuangan atas hasil usahanya, maka pelatihan yang sangat diperlukan oleh masyarakat adalah jenis pelatihan

akuntansi dan penyusunan laporan keuangan yang aplikatif dengan kondisi pelaku usaha UMKM dan pemanfaatan informasi untuk memperoleh akses permodalan. Pelatihan ini diharapkan dapat mendorong para pelaku usaha sentra UMKM dapat mengelola aktivitas usahanya dengan cara yang lebih sistematis, cermat dan efektif sehingga dapat di implementasikan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dengan instrumen yang sederhana.

**(3) Pelatihan manajemen sumberdaya manusia,** pelatihan aspek manusia merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola sumberdaya manusia yang lebih bijak dan bermartabat terkait dengan peningkatan *hardskill* dan *softskill*, sehingga jenis pelatihan yang sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM adalah Pelatihan peningkatan keterampilan dalam mengelola usahanya serta mengoptimalkan fasilitas yang berada di kawasan wisata religi lebih bermartabat dan bermanfaat. Pelatihan ini diharapkan masyarakat akan lebih bijak dalam menggunakan kompetensinya dan dapat meningkatkan keterampilan yang lebih baik lagi, sehingga aktivitas usaha warga menjadi inovatif dan bernilai ekonomis di pasar sehingga kesejahteraan masyarakatnya dapat meningkat lebih baik.

**(4) Pelatihan pengembangan manajemen,** Pelatihan ini merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam membaca situasi lingkungan yang bersifat dinamis dalam rangka menjamin keberlanjutan usahanya karena kemajuan teknologi dan informasi, hadirnya persaingan global, perubahan selera konsumen. Kemampuan memahami perubahan lingkungan eksternal atau global sangat di perlukan agar pelaku UMKM dapat mengantisipasi adanya faktor yang mempengaruhi aktivitas usahanya yang meliputi peningkatan manajerial, kebutuhan inovasi, berlaku kreatif, tata kelola keuangan, pemanfaatan teknologi informasi dan kemitraan, sehingga pelatihan ini harus berorientasi untuk membangun keberlanjutan usahanya melalui aktivitas yang kreatif dan inovatif dalam membangun keunggulan berkesinambungan. Pelatihan ini diharapkan dapat memacu budaya inovatif dan kreatif yang terkait dengan pengembangan manajemen sentra UMKM agar aktivitas dari sekelompok masyarakat dapat berjalan lebih baik serta mampu mengantisipasi perubahan selera

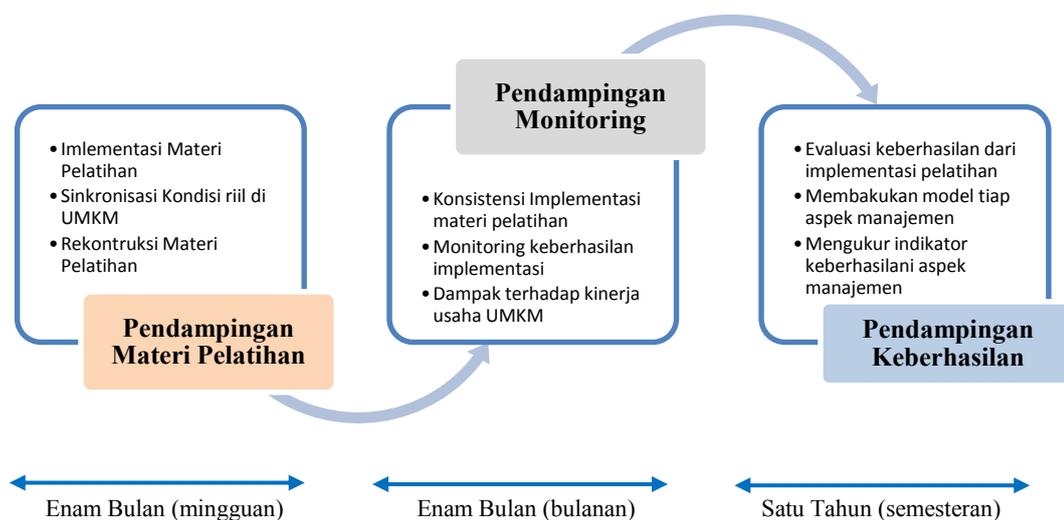
konsumen yang dinamis, orientasi pada pelanggan, menggali apa yang menjadi selera dan kebutuhan yang dari pelanggan, meningkatkan kepuasan pengunjung, capaian kinerja yang terus meningkat, oleh karena itu pengembangan manajemen merupakan suatu konsep untuk menjamin keberlanjutan usaha sentra UMKM dengan tetap bertahan pada posisi strategisnya tanpa memberi dampak pada pudarnya usaha dan penurunan kinerjanya.

#### **5.4.2.2 Tahap Pendampingan**

Pendampingan merupakan upaya untuk menjamin keberlanjutan hasil yang di peroleh dari pelatihan dapat diimplementasikan secara benar dan konsisten sesuai dengan tujuan pelatihan. Hal yang sering diabaikan oleh para pengambil kebijakan terkait dengan pemberian pelatihan adalah membiarkan para pelaku usaha yang telah memperoleh jenis pelatihan berjalan sendiri tanpa adanya monitoring yang memadai, sehingga dalam kurun waktu tertentu hasil pelatihan tidak digunakan oleh masyarakat dengan baik. Pendampingan juga dapat menjadi instrumen/media untuk monitoring dan evaluasi terkait dengan jenis pelatihan yang telah diberikan pada kelompok usaha UMKM, apakah pelatihan yang telah diberikan tersebut sesuai dengan kondisi riil yang ada dilapangan, karena pelatihan sering dilakukan tanpa memperhatikan kondisi riil yang dihadapi secara langsung oleh pelaku UMKM. Melalui tahap pendampingan secara langsung terhadap aktivitas usaha UMKM di harapkan dapat dilakukan evaluasi tindakan terhadap dampak pelatihan dengan kondisi dilapangan, sehingga dapat dilakukan perbaikan secara langsung melalui rekonstruksi, redesain materi pelatihan dengan implementasinya secara aplikatif.

Pendampingan merupakan suatu program yang tidak dapat dipisahkan dengan program pelatihan, dengan tujuan untuk memastikan bahwa materi pelatihan dapat diimplementasikan dengan cara yang benar dan sesuai dengan kondisi riil yang ada di lapangan. Pendampingan yang memadai membutuhkan waktu yang cukup memadai agar dapat dipastikan bahwa materi dari pelatihan manajemen telah diimplementasikan dengan cara yang benar, dilakukan secara konsinten sehingga materi dari pelatihan mampu memberi ruang yang cukup bagi pelaku UMKM

dalam mengelola usahanya serta memberi manfaat secara riil bagi warga dalam mengembangkan usahanya. Program pendampingan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: a) pendampingan materi pelatihan, b) pendampingan monitoring dan c) pendampingan keberhasilan pelatihan. Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif sangat menekankan pada pentingnya program pelatihan yang diikuti dengan program pendampingan, karena sering terjadi berbagai pelatihan yang pernah dilakukan mengalami kegagalan total pada tingkat implementasinya, oleh karena itu hasil dari suatu pelatihan harus dijamin dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik dan kondisi riil dilapangan, mengikuti perubahan kondisi terkini yang dirasakan oleh pelaku usaha yang terus berkembang secara dinamis. Adapun detail program pendampingan dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 5.12:** Program Pendampingan Pasca Pelatihan

Gambar diatas menunjukkan bahwa program pelatihan yang pernah diikuti oleh kelompok masyarakat tidak akan memberi dampak positif pasca pelatihan dan membawa kemanfaatan yang signifikan setelah diimplementasikan, karena kondisi masyarakat yang belum mandiri, oleh karena itu program pendampingan pasca pelatihan merupakan suatu kebutuhan yang harus dilakukan agar materi pelatihan dapat diimplementasikan dengan baik. Program pendampingan juga dipergunakan sebagai instrumen untuk merekonstruksi materi pelatihan agar dapat diterapkan dan disesuaikan dengan kondisi riilnya serta selaras dengan kebutuhan

masyarakat, oleh karena itu penyesuaian materi pelatihan masih dibutuhkan agar dapat diterapkan selaras dengan karakteristik masing masing pelaku UMKM. Pendampingan yang benar tentu dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan riil para pelaku UMKM, sehingga materi pelatihan dapat diimplementasikan dengan cara yang benar serta memberi dampak positif terhadap keberhasilan usahanya. Program pendampingan yang baik membutuhkan waktu dua tahun yang terbagi menjadi tiga tahapan yang meliputi:

- a. Pendampingan materi pelatihan, program ini membutuhkan waktu enam bulan di semester pertama, tujuannya adalah memberi pendampingan bahwa materi pelatihan yang pernah diperoleh dapat direkonstruksi dan dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM, terutama yang terkait dengan penyesuaian atas materi pelatihan dengan kondisi riil para pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan mampu untuk melakukan penyesuaian materi, modifikasi materi pelatihan yang lebih selaras dengan kondisi riil, sehingga implementasi semua aspek manajerial (non fisik) dapat diterapkan dengan baik dan monitoring dapat berjalan dengan konsisten melalui konsultasi secara langsung setiap minggu dengan para mentor selama proses pendampingan berjalan.
- b. Pendampingan monitoring, program ini membutuhkan waktu enam bulan yang dilakukan pada semester kedua, tujuannya adalah melakukan monitoring implementasi materi pelatihan yang telah dijalankan selama semester pertama. Melalui pendampingan monitoring diharapkan serangkaian penerapan aspek non fisik (manajerial) yang telah dilakukan pendampingan selama semester pertama tetap berjalan sesuai yang direncanakan serta melihat secara langsung keberhasilan implementasi semua aspek manajemen terhadap aktivitas usaha UMKM. Monitoring akhir dari tahap ini adalah untuk mengukur dampak positif pada kinerja usaha pelaku UMKM serta perkembangan usahanya yang terukur melalui perolehan laba, pertumbuhan modal dan kesejahteraan warga.
- c. Pendampingan keberhasilan, program ini terjadi pada tahun kedua selama dua semester, dengan masa kunjungan setiap akhir semester yang bertujuan untuk memastikan keberhasilan implementasi aspek manajemen terhadap aktivitas usaha pelaku UMKM dengan melakukan evaluasi keberhasilan atas penerapan materi pelatihan, merekonstruksi setiap aspek manajemen serta membuat

indikator indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan semua aspek manajemen terhadap kinerja usaha UMKM di kawasan wisata religi.

Program pendampingan merupakan bagian dari sub model pengelolaan sentra UMKM yang efektif untuk pelaku UMKM, namun pelaksanaan pendampingan membutuhkan satu pemikiran yang komprehensif karena memerlukan sumberdaya pendamping yang mumpuni, waktu yang lama dan biaya operasional yang besar, oleh karena itu tahap pendampingan memerlukan keterlibatan dari pemangku kepentingan dalam rangka pengembangan UMKM bersinergi secara *ter-integrated* menjadi satu pilar yang disebut *triple helix ABG (academic, business, goverment)*, dimana pilar yang terdiri dari kalangan akademisi, bisnis dan birokrasi ini mampu merumuskan kebijakan yang strategis, didukung oleh pemberdayaan masyarakat secara optimal dan berjalan secara konsisten dan berkelanjutan.

#### **5.4.2.3 Tahap Pengembangan**

Tahap pengembangan merupakan upaya memandirikan para pelaku usaha UMKM dalam menghadapi perubahan yang terjadi dan berpeluang memberi ancaman pada keberlanjutan usaha UMKM dimasa mendatang, oleh karena itu tidak ada cara lain bahwa model pengelolaan sentra UMKM bersifat non pisik tetap bertahan dalam lingkungan persaingan yang terus berkembang, maka tahap pengembangan harus di masukkan dalam rumusan model. Tahap pengembangan merupakan proses pendewasaan dan memandirikan pelaku UMKM agar dapat terus bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin kompleks dan rumit. Tahap pengembangan lebih menekankan bagaimana para pelaku usaha UMKM dapat berbudaya inovatif dan kreatif dalam mengikuti perubahan pola manajerial yang aplikatif dan mampu memandu aktivitas usahanya dari waktu ke waktu melalui implementasi manajerial yang memadai.

Model pengelolaan sentra UMKM bukan bersifat statis tetapi selalu dinamis, mengikuti perubahan yang terjadi pada eranya, oleh karena itu model pengelolaan sentra UMKM menjadi efektif, jika para pelaku usaha mampu mengembangkan model pengelolaan yang sesuai dengan tingkat kebutuhan untuk mengelola aktivitas usahanya, karena aktivitas usaha juga terus berkembang

sesuai dengan problematik yang muncul. Perubahan aktivitas usaha pasti terjadi karena perubahan faktor selera pembeli, faktor lingkungan, faktor persaingan, faktor internal bahkan adanya faktor perubahan global, oleh karena itu model pengelolaan sentra UMKM harus *diupdate* dan diinovasi sesuai dengan kebutuhan pada eranya sehingga pengelolaan usaha menjadi efektif. Tahap pengembangan dapat dilakukan melalui beberapa pola yang sederhana yaitu:

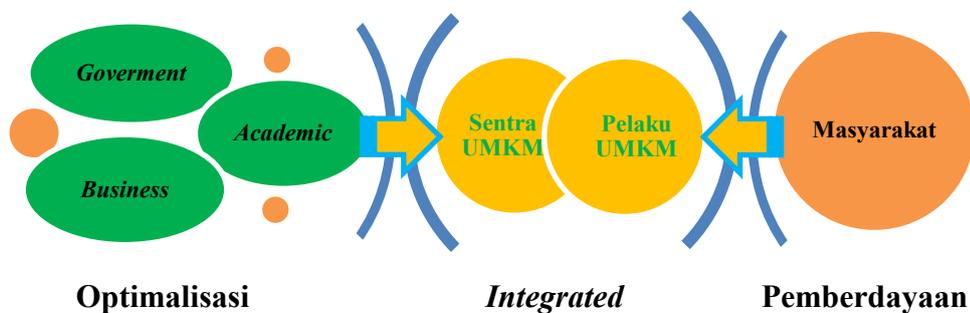
- a. Mengidentifikasi perubahan selera yang terjadi ditengah masyarakat terutama perubahan selera pembeli, tingkat persaingan, kebutuhan produk, pemasaran dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi informasi menjadi media komunikasi bagi pembeli, oleh karena itu perubahan selera pembeli harus direspon sebagai peluang inovasi bukan hambatan.
- b. Mengidentifikasi kebutuhan sumberdaya yang diperlukan untuk mewujudkan dan memenuhi kebutuhan perubahan yang terjadi ditengah masyarakat dengan tingkat kompleksitas yang tinggi
- c. Rekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM bersifat non fisik karena dirasa sudah tidak mampu memenuhi kebutuhan manajemen, perubahan tata kelola yang semakin kompleks, tuntutan pengendalian yang efektif dan efisien.
- d. Perubahan pengembangan yaitu kebutuhan untuk melakukan penyesuaian model pengelolaan sentra UMKM yang lebih efektif dan efisien, sehingga mampu untuk mengelola usahanya menjadi layak, capaian kinerja proses yang lebih memadai dan capaian kinerja hasil yang lebih baik.

Pengembangan pengelolaan sentra UMKM sudah menjadi satu kebutuhan bagi organisasi dan pelaku usaha untuk menjamin tetap eksis ditengah persaingan yang kompleks, oleh karena itu diperlukan sikap proaktif dari para pelaku usaha untuk terus mengantisipasi bahwa perubahan bukan malapetaka tetapi justru peluang untuk melakukan kreativitas dan inovasi manajerial yang aplikatif sehingga mampu memberi layanan yang "*superior value*" bagi pembeli dan masyarakat serta mampu mendatangkan benefit menarik bagi para pelaku usaha.

#### **5.4.3 Kebutuhan Pengembangan Model Dan Peran *Stakeholder***

Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif membutuhkan dukungan dari *stakeholder* sebagai instrumen penggerak sekaligus sebagai pelaku baik

langsung maupun tidak langsung, pengelolaan sentra UMKM bersifat kompleks, oleh karena itu pihak pemangku kepentingan perlu mempertimbangkan perannya dalam rangka menjamin keberlanjutan usaha UMKM sesuai dengan kapasitasnya dan melakukan upaya riil serta bersinergi satu sama lainnya agar dapat memberi sumbangsih secara optimal, komprehensif, konsisten serta berkelanjutan. Pengembangan pengelolaan sentra UMKM sebagai model membutuhkan dukungan dari *stakeholder* yang terdiri dari: a) *triple helix* yaitu optimalisasi peran kolaborasi tiga pilar utama yang terdiri kalangan akademisi, pelaku bisnis dan birokrasi, b) pemberdayaan pilar masyarakat dan c) terintegrasinya komunitas UMKM yaitu para pelaku UMKM dan sentra UMKM. Model pengembangan pengelolaan sentra UMKM merupakan satu kebutuhan yang tidak dapat dihindari karena perubahan global, perubahan ingin terus eksis, tuntutan selera masyarakat dan teknologi, sehingga peran *stakeholder* sangat menentukan arah perubahan model pengelolaan yang *acceptable* dengan lingkungannya, oleh karena itu keterlibatan *stakeholder* secara *ter-integrated* tentu akan mempercepat proses nilai tambah keekonomian UMKM. Untuk menjelaskan detail proses pengembangan model dapat ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



**Gambar 5.13:** Pengembangan Kontribusi dan Peran *Stakeholder*

Gambar diatas menunjukkan bahwa pengembangan model pengelolaan sentra UMKM, bukan hal yang mudah untuk dilakukan, karena banyak pihak yang harus di libatkan dalam proses, ter-integrated dan jelas perannya dalam pengembangan model agar hasilnya dapat dimanfaatkan secara optimal dan berkontribusi secara riil bagi kemajuan usaha UMKM serta meningkatkan kesejahteraan warga. Model ini membagi tiga wilayah kerja yang melibatkan

unsur yang berbeda beda, namun secara keseluruhan akan bermuara pada satu tujuan yang sama yaitu membangun model pengelolaan sentra UMKM yang efektif. Adapun tiga wilayah tersebut terdiri dari: a) kelompok formal, yang meliputi kalangan akademisi, birokrasi dan pelaku bisnis, b) kelompok informal, yaitu pemberdayaan masyarakat yang ada di kawasan wisata religi baik tokoh masyarakat, tokoh agama, dan budayawan, c) komunitas penggiat UMKM.

#### **5.4.3.1 Optimalisasi *Triple Helix* ABG**

*Triple helix* merupakan penyatuan tiga pilar dari pemangku kepentingan yang secara formal berkontribusi dalam pengembangan UMKM, namun seringkali tidak ter-*integrated* dan optimal perannya dalam pengelolaan UMKM, oleh karena itu di perlukan sinergi dari tiga pilar utama dalam menyusun kebijakan yang strategis terkait dengan pengembangan UMKM. Unsur *academic* (perguruan tinggi), unsur *business* (pelaku usaha) dan unsur *government* (birokrasi/pemerintah) secara formal memiliki potensi yang memadai untuk memainkan perannya, namun kenyataannya masih jauh dari yang diharapkan, oleh karena itu optimalisasi merupakan kata kunci untuk membawa UMKM keluar dari permasalahan manajerial yang masih stagnan selama ini. Saling keterkaitan dan optimalisasi peran tiga unsur *stakeholder* disebut *triple helix* yaitu menyatukan tiga kekuatan dalam satu model perumusan kebijakan yang terkait dengan pengembangan pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi di Jawa Timur.

##### **1. *Academic* (Unsur Pendidikan Tinggi)**

Unsur akademik adalah lembaga pendidikan tinggi yang secara riil tersebar hampir di seluruh wilayah Jawa Timur baik lembaga pendidikan tinggi berstatus negeri maupun swasta, namun perannya dalam pengembangan UMKM masih jauh dari harapan, oleh karena itu optimalisasi sumberdaya manusia/peneliti yang cukup mumpuni ini harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya pelaku UMKM, sedangkan keterbatasan sumber dana lembaga pendidikan tinggi dapat di atasi dengan jalan memanfaatkan sumber dana yang berasal dari lembaga lainnya seperti dana corporate social responsibility (CSR), lembaga pembiayaan

maupun alokasi dana khusus yang disediakan melalui skema anggaran dari kementerian atau melalui alokasi dana dari satuan kerja perangkat daerah (SKPD) yang dianggarkan melalui APBD daerah setempat.

Bermitra dengan kalangan pebisnis atau pemerintah adalah kata kunci dan langkah strategis untuk pengembangan UMKM, sehingga dapat disusun satu kerja sama yang terintegrasi dengan berbagai kalangan. Tugas utama dari pendidikan tinggi adalah menyelenggarakan bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat serta penunjang lainnya, oleh karena itu tugas dibidang penelitian dan pengabdian kepada masyarakat merupakan tugas yang dapat di implementasikan dengan cara memberi pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM, tentu sesuai dengan kompetensi masing masing lembaga pendidikan tinggi. Sebaiknya setiap lembaga pendidikan tinggi yang berdomisili didaerah dapat mengoptimalkan peran sumberdayanya untuk memacu dan mendorong kemajuan UMKM melalui program sivitas akademiknya baik dari unsur lembaga, dosen dan mahasiswanya.

Program berkala terkait dengan bina mitra terhadap sekelompok masyarakat merupakan salah satu solusi strategis dalam mengurai benang kusut terkait dengan permasalahan UMKM, sehingga program ini dapat membantu kalangan UMKM yang mengalami kebuntuan dalam hal pengelolaan usahanya. Program bina mitra sebaiknya menjadi program wajib bagi setiap pendidikan tinggi di seluruh daerah, dimana setiap semester mahasiswa dan lembaga turun ke mitra binaannya untuk melakukan pendampingan sesuai dengan kebutuhan masyarakat/kelompok usaha UMKM yang menjadi obyeknya. Dalam programnya setiap pendidikan tinggi dapat menyertakan mahasiswanya untuk turun ke lapangan sesuai dengan kompetensi masing masing selama kurun waktu tertentu. Secara reguler dapat diganti sehingga sepanjang satu semester bahkan sepanjang tahun selalu ada program pendampingan secara rutin dan terjadwal, sehingga keberlanjutan program pelatihan dan program pendampingan dapat berjalan sesuai kebutuhan masyarakatnya.

Program lembaga pendidikan tinggi harus menjamin bahwa setiap bentuk pelatihan dapat terimplementasi dengan benar serta sesuai dengan karakteristik riil yang ada di lapangan dan merupakan kebutuhan bagi pelaku UMKM. Secara

terinci program pendidikan tinggi beserta sivitas akademika dapat diarahkan pada kegiatan sebagai berikut:

1. Menyusun program bina mitra dengan sekelompok masyarakat dan lembaga lain dalam rangka memberi pelatihan dan pendampingan untuk pelaku UMKM yang berdomisili di daerah tertentu, tentu saja sesuai dengan skala prioritas yang telah dipetakan oleh dinas terkait.
2. Menyusun kebutuhan kelompok masyarakat atau pelaku UMKM tentang model pelatihan yang terkait dengan pengembangan usahanya. Identifikasi ini dapat dilakukan melalui program penelitian terlebih dahulu sehingga dapat dirumuskan berbagai kebutuhan pelatihan yang dapat mendorong kemajuan usaha UMKM. Model manajerial, pengelolaan usaha atau tata kelola, sering menjadi kendala terbesar bagi pelaku UMKM, oleh karena itu setiap lembaga pendidikan tinggi dapat menentukan prioritas pelatihan sesuai dengan bidang keilmuan yang ada pada lembaganya.
3. Menyusun kebutuhan sumberdaya yang terkait dengan implementasi program bina mitra untuk setiap obyek dan kurun waktu tertentu (idealnya dua tahun). Orientasi kebutuhan sumberdaya dapat diprioritaskan pada penentuan jadwal, pemilihan mitra bina dengan sekelompok UMKM, kebutuhan jenis pelatihan, jumlah dosen dan mahasiswa yang ikut dilibatkan dalam program pelatihan, pendampingan sampai pada pengembangan.
4. Melakukan kemitraan dengan kalangan pemerintahan atau pelaku bisnis untuk sinkronisasi dengan program pemerintah atau program *corporate* lainnya dalam rangka pemenuhan sumber dana, agar implementasi program pelatihan dan pendampingan dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
5. Melaksanakan program pelatihan, pendampingan dan pengembangan dengan kelompok masyarakat atau pelaku UMKM sesuai dengan fokus kajian serta kompetensi yang dimilikinya.
6. Melakukan evaluasi program pendampingan untuk dilanjutkan pada program pengembangan, sehingga para pelaku UMKM mampu mencapai kemandirian dalam mengelola usahanya serta siap menghadapi persaingan pasar.
7. Menyusun program kurikulum yang berorientasi pada pembelajaran secara berkelanjutan dengan lingkungan masyarakat melalui program kuliah kerja

nyata (KKN), kuliah kerja magang (KKM), program kreativitas mahasiswa (PKM) dan program kewirausahaan (*entrepreneurship*)

## **2. Business (Unsur Pelaku Usaha)**

Kelompok bisnis yang sudah masuk dalam kategori besar umumnya memiliki kebijakan bina mitra dengan masyarakat disekitar lokasi usahanya atau komunitas kelompok masyarakat tertentu seperti UMKM, lembaga sosial, lembaga pendidikan tinggi dan lembaga lainnya, hal ini sebagai wujud tanggungjawab sosialnya melalui program *corporate social responsibiliy* (CSR). Program CSR bukan suatu hal yang berlebihan karena *corporate* tumbuh berkembang ditengah masyarakat, tentu *share* keuntungan merupakan program strategi berkelanjutan bagi perusahaan. *Corporate* memiliki kewajiban dibidang perpajakan, kesejahteraan masyarakat dan program bina lingkungan dengan cara menyisihkan sebagian profitnya untuk masyarakat. Melakukan kemitraan dengan lembaga pendidikan tinggi tentunya merupakan langkah strategis, karena telah mempertemukan dua sumberdaya yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM yaitu sumberdaya manusia yang mumpuni untuk memberikan pelatihan serta sumberdaya dana untuk membiayai program pelatihan, sehingga sinergi dua institusi ini akan memberikan manfaat yang lebih optimal bagi UMKM atau kelompok masyarakat.

Selama ini sering kalangan bisnis melakukan program CSR secara parsial dengan memberi bantuan pada kelompok masyarakat atau pelaku UMKM, namun tidak disertai dengan program pendampingan yang terstruktur sehingga banyak bantuan yang diberikan menjadi tiada berguna, oleh karena itu sudah selayaknya kalau program ini disinergikan secara terintegrasi diantara kalangan akademisi, pelaku usaha dan pemerintah dalam rangka mengoptimalkan sumberdaya sesuai dengan domainnya masing masing serta dilakukan secara terstruktur, sistematis dan berkelanjutan. Aktivitas yang seharusnya dilakukan oleh kalangan bisnis melalui program CSR atau program bantuan lainnya dapat diarahkan pada sasaran yang strategis sebagai berikut:

1. Menentukan skala prioritas program CSR yang akan dilakukan oleh *corporate* baik menyangkut program kegiatan, jumlah dana yang dialokasikan, sasaran

dan target yang diinginkan serta kelompok masyarakat atau pelaku UMKM yang memperoleh kesempatan untuk program CSR

2. Membangun bina mitra dengan berbagai lembaga pendidikan tinggi setempat untuk melakukan kerja sama terintegrasi dalam pelaksanaan program CSR dan bina lingkungan yang berorientasi pada peningkatan taraf hidup masyarakat atau pemberdayaan para pelaku UMKM untuk dapat tumbuh dan berkembang serta memandirikan kegiatan UMKM yang berorientasi pada bisnis.
3. Melakukan evaluasi program CSR dan bina mitra dengan kalangan pendidikan tinggi agar menghasilkan program berkelanjutan untuk pelaku UMKM yang lebih terintegrasi dan holistik sehingga berdampak positif pada kemajuan dan keberlanjutan kegiatan masyarakat dan usaha UMKM.

### **3. Government (Unsur Pemerintahan)**

Pemerintah merupakan unsur regulator yang menentukan keberhasilan dari keberlanjutan masa depan UMKM di Indonesia, oleh karena itu baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah melalui kewenangannya harus mampu membuat regulasi yang mampu mendorong tumbuh berkembangnya aktivitas ekonomi bagi masyarakatnya. Seharusnya pemerintah, lembaga pendidikan tinggi dan kalangan *corporate* bersinergi untuk menyusun program *terintegrated* dan holistik terkait upaya untuk menumbuh kembangkan usaha UMKM yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, oleh karena itu program yang bersifat parsial, ego sektoral harus dikesampingkan, sudah saatnya tiga pilar pemangku kepentingan yang terdiri dari akademisi, bisnis dan pemerintah menyusun program terpadu untuk mengangkat model pengelolaan sentra UMKM yang lebih baik, bermartabat dan berdayaguna. Secara terinci peran pemerintah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemerintah sebagai unsur regulator seharusnya mampu untuk menyusun suatu regulasi yang memberi perlindungan terhadap UMKM, mengingat jumlahnya yang sangat besar dan terbukti telah memberi kontribusi terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui kiprahnya di sektor UMKM.
2. Pemerintah pusat melalui Menristekdikti telah memberi insentif pendanaan di bidang penelitian dan pengabdian kepada masyarakat bagi lembaga pendidikan tinggi, oleh karena itu setiap pemerintah daerah yang wilayahnya

ditempati sebagai lokasi lembaga pendidikan tinggi, sebaiknya melakukan kerjasama dan bermitra untuk menyusun program pengentasan berbagai permasalahan yang di rasakan oleh masyarakat, terutama bina mitra dengan sekelompok masyarakat atau sentra UMKM yang berada di wilayahnya.

3. Memberi sanksi tegas terhadap *corporate* yang tidak melakukan program CSR sesuai dengan regulasi yang ada, dengan regulasi yang jelas tentu semua pihak dapat saling mendukung upaya pengembangan UMKM yang berorientasi pada kemitraan. Lembaga pendidikan tinggi, *corporate* dan pemerintah daerah yang berada dalam satu wilayah yang sama (tingkat kecamatan) dapat saling bermitra untuk mengembangkan eksistensi dan keberlanjutan sentra UMKM yang ada di wilayahnya, sehingga UMKM bukan sebagai obyek tetapi juga menjadi subyek dalam perekonomian suatu negara, sehingga keberadaannya dapat memperkuat sistem perekonomian nasional dan berkontribusi secara riil dalam bagi kesejahteraan masyarakat kawasan wisata religi di Jawa Timur.

#### **5.4.3.2 Pemberdayaan Masyarakat**

Masyarakat merupakan potensial sumberdaya yang tidak terbatas jumlah dan manfaatnya, namun realitanya sumberdaya ini justru dibiarkan tanpa memberi satu makna yang berarti dalam kegiatan perekonomian suatu kawasan, oleh karena itu perlunya pemberdayaan masyarakat dalam rangka mendorong optimalisasi nilai keekonomian masyarakat ke dalam struktur perekonomian formal agar membantu terbentuknya “*value added activities*” yang optimal sehingga mampu mengungkit pertumbuhan sektor UMKM yang memadai. Pemberdayaan masyarakat tidak saja bersifat fisik, tetapi juga meliputi hal hal yang bersifat non fisik tetapi jelas turut dalam proses terbentuknya nilai tambah dari setiap aktivitas masyarakat, oleh karena itu sudah selayaknya jika pemberdayaan seluruh potensi sumberdaya masyarakat dapat dioptimalkan untuk mempercepat proses tumbuh berkembangnya perekonomian warga di seluruh wilayah Jawa Timur. Terdapat tiga sumberdaya masyarakat yang perlu dioptimalkan potensinya dalam rangka pertumbuhan dan pengelolaan sentra UMKM yaitu 1) nilai kearifan dan budaya lokal, 2) keinginan menjadi lebih baik dan 3) bakat keterampilan. Ketiga sumber daya ini harus dioptimalkan untuk mempercepat proses transformasi nilai tambah.

### **1. Nilai Kearifan dan Budaya Lokal**

Nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat merupakan nilai peradaban suatu kelompok warga yang tetap terjaga dan dipelihara dalam komunitasnya, karena memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakatnya. Nilai kearifan lokal dan budaya akan turut mewarnai dalam aspek kehidupan warga dan tercermin dalam perilaku sehari-hari baik dalam kehidupan maupun aktivitas usaha, oleh karena itu nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat sebenarnya merupakan sumber daya yang dapat dioptimalkan kontribusinya karena memiliki nilai spirit dalam rangka mendorong kehidupan yang lebih baik, usaha yang lebih berkembang dan selalu menjaga serta melestarikan norma, etika dan etika dalam kehidupan. Hal ini tentu akan mewarnai corak kehidupan masyarakatnya baik dalam komunitas warga maupun aktivitas bisnisnya. Nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat yang bernilai positif diantaranya adalah keunikan bahasa, adat istiadat, cagar alam, berpakaian, pola komunikasi dan lainnya, jika hal ini dapat diinovasi dan diimplementasikan dalam aktivitas usaha tentu akan menjadi nilai yang unik dan dapat mencerminkan karakteristik bagi masyarakat.

### **2. Keinginan Menjadi Lebih Baik**

Karakteristik sebagian dari masyarakat kita adalah memiliki keinginan menjadi lebih baik dalam segala aspek kehidupan, tentu ini merupakan sumberdaya yang bersifat *intangible*, mampu menjadi pendorong dalam perkembangan usaha dari masyarakat, karena sudah tercermin dalam norma kehidupan, etika serta norma agama. Karakteristik ini tentu mempermudah proses terbentuknya nilai tambah dalam aktivitas masyarakat karena sudah muncul motivasi diri yang kuat, spirit untuk berubah dan kemampuan bertahan dalam menghadapi setiap tantangan, oleh karena itu keinginan menjadi lebih baik merupakan sumberdaya *intangible*, tentunya layak dipertimbangkan dalam setiap pemberdayaan masyarakat karena akan mempermudah proses pengembangan UMKM dengan segala aspek yang ada padanya.

### **3. Bakat Keterampilan**

Masyarakat yang berdomisili disuatu kawasan, biasanya memiliki bakat secara alami berupa keterampilan yang diperoleh lewat faktor keturunan maupun

faktor lingkungan, oleh karena itu nilai tambah masyarakat harus dioptimalkan dalam rangka mendorong kegiatan ekonomi yang lebih berdayaguna dan bermartabat bagi kesejahteraan warganya. Bakat keterampilan yang muncul secara alami biasanya berupa keterampilan memanfaatkan sumberdaya alami, keuletan dalam berkarya, bertahan dalam kesulitan, mengoptimalkan potensi alam sekitar serta kreativitas dan inovasi dalam berkarya. Tanpa disadari bakat keterampilan ini akan mendukung proses transformasi sumberdaya alam ke dalam kegiatan produktif yang bernilai tambah ekonomis serta turut memacu perkembangan kegiatan masyarakat dan sentra UMKM.

#### **5.4.3.3 Komunitas UMKM yang *Ter-integrated***

Usaha mikro kecil dan menengah memiliki dua karakteristik yang bersifat unik yaitu keterlibatan diantara pelaku UMKM dengan sentra UMKM. Kondisi semacam ini hampir terjadi dan tersebar di seluruh wilayah Jawa Timur, oleh karena itu sudah saatnya untuk memanfaatkan potensi UMKM ini sebagai ekonomi alternatif yang dapat menunjang pertumbuhan perekonomian regional. Optimalisasi peran dari UMKM masih memerlukan intervensi dari berbagai pihak khususnya dari *stakeholder* yang memiliki kapasitas dan keterlibatan secara langsung maupun tidak langsung dengan pengelolaan UMKM. Secara umum UMKM masih memiliki beberapa keterbatasan diantaranya: a) kualitas sumberdaya manusia, b) akses permodalan, c) penerapan manajemen, d) akses pasar, e) teknologi komunikasi dan informasi, dan f) jejaring/ kemitraan. Keterbatasan tersebut merupakan permasalahan klasik yang terjadi pada sektor UMKM, oleh karena itu perlunya membangun sinergi dari *stakeholder* untuk mengembangkan sentra UMKM serta meningkatkan kompetensi pelaku UMKM agar keduanya dapat menjadi salah satu komponen pelaku ekonomi yang mandiri.

Sentra UMKM dan pelaku UMKM bagaikan dua sisi keping mata uang yang mana sisi satu dengan sisi lainnya tidak dapat dipisahkan dan tetap menjadi satu kesatuan yang utuh, hal ini tidak lepas dari kondisi riil bahwa UMKM: a) pelakunya masih skala mikro dan kecil, b) modal relatif kecil, c) sektor informal, d) lokasinya bersifat cluster. Karakteristik ini menyiratkan bahwa sebagian besar UMKM berada dalam satu kawasan yang dihuni oleh sekelompok masyarakat

yang memiliki ragam kegiatan usaha yang relatif sama namun memiliki keunikan berbeda beda, sebagai contoh sentra UMKM kuliner di kawasan wisata religi Jawa Timur. Sebagian besar sentra kuliner menjual makanan namun jenisnya makanannya berbeda beda, hal ini yang menjadi keunikan dari sentra UMKM, oleh karena itu pengembangan sentra UMKM tidak dapat dipisahkan dengan pelakunya, untuk menggambarkan secara rinci tentang komunitas UMKM dapat diuraikan berikut ini:

### **1. Pelaku UMKM**

Pelaku usaha mikro dan kecil sebagian besar masih dilakukan oleh kelompok masyarakat marginal, jumlah pelaku sangat besar namun skala usahanya masih sangat kecil, oleh karena itu pelaku UMKM masih membutuhkan pendampingan pada aspek manajerialnya terutama peningkatan kompetensi pengelolaan usaha, akses pasar, akses permodalan, akses teknologi komunikasi dan informasi serta membangun jejaring (kemitraan). Jumlah UMKM Jawa Timur sangat besar dan terbukti memberi kontribusi bagi perekonomian dan peningkatan kesejahteraan warganya walaupun masih belum optimal, oleh karena itu diperlukan sinergi dari kalangan *stakeholder* dalam merumuskan kebijakan strategis dalam membangun keunggulan daya saing UMKM dalam memasuki masyarakat ekonomi Asean dan persaingan global. Keberlanjutan usaha UMKM merupakan upaya strategis dalam rangka memperkuat sistim perekonomian dan jati diri suatu bangsa, khususnya perekonomian domestik yang mengarah pada kemandirian sistim anggaran, oleh karena itu pengembangan kompetensi manajerial pelaku UMKM harus diarahkan pada beberapa kebijakan strategis sebagai berikut:

- a. Terciptanya pelaku UMKM yang berkompoten, kreatif dan inovatif, sehingga mampu dan siap menghadapi berbagai tantangan dan persaingan global
- b. Berorientasi pada bisnis, bukan sekedar membuka usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya tetapi untuk meraih profit, menciptakan nilai sumberdaya yang produktif
- c. Meningkatkan tingkat kemampuan manajerial yang mumpuni guna untuk mengelola usahanya lebih efektif dan efisien

- d. Terjalannya kemitraan dengan lembaga lain baik yang terkait dengan akses pembiayaan, akses pasar, akses sumberdaya dan akses keberlanjutan usaha
- e. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, dalam rangka menuju pada bisnis berbasis digital, hal ini akan menunjang implementasi bisnis yang cepat, jangkauan luas, kinerja bisnis semakin baik.

## 2. Sentra UMKM

Sentra UMKM merupakan suatu kawasan yang dihuni oleh sekelompok orang yang menjalankan kegiatan usaha yang sama, karena adanya panggilan jiwa dan merasa senasib dan sepenanggungan, memiliki tujuan sama, memiliki komunitas yang sama bahkan terbentuk karena faktor lingkungan yang sama. Namun dalam perkembangan sentra UMKM ada yang sengaja dijadikan lokasi khusus pelaku usaha, agar mempermudah proses pembinaan, pengembangan, pengawasan dan tujuan lainnya. Kegiatan usaha yang tergabung dalam sentra UMKM akan memperoleh nilai manfaat lebih baik daripada melakukan usaha dilokasi sendiri, oleh karena itu sentra UMKM masih dibutuhkan dalam rangka pengembangan usaha dari kelompok masyarakat, adapun nilai tambah yang diperoleh pelaku usaha yang berada di sentra UMKM adalah:

- a. Transformasi *hardskill* dan *softskill* berjalan lebih lancar diantara pelaku UMKM, karena berada pada satu kawasan, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama, bahkan semua proses akan berjalan secara alami (informal).
- b. Komunikasi semua aspek kegiatan di sentra UMKM akan berjalan efektif dan efisien, karena bersifat informal dan melibatkan pelaku yang karakteristiknya relatif sama
- c. Memudahkan konsumen atau masyarakat untuk memenuhi kebutuhan suatu produk yang diinginkan dengan cara mengenalinya melalui sentra UMKM di lokasi tertentu sekaligus alternatif pilihan produk yang diinginkan.
- d. Ajang pengenalan produk yang sangat efektif dan efisien, karena tidak harus melakukan promosi secara individual, konsumen datang dan mengenalinya sendiri ke lokasi, tinggal bagaimana cara menciptakan suasana tempat usaha yang menarik, nyaman dan bersahabat dengan pembeli

- e. Akses informasi dan kemitraan dengan lembaga lain akan menjadi mudah dan cepat karena semua proses kemitraan akan berlangsung ditempat lokasi usaha serta memberi rasa aman bagi mitranya. Kemitraan menjadi bagian strategi penting dalam pengembangan usaha maupun sentra UMKMnya sendiri, oleh karena itu sentra UMKM dibutuhkan untuk menjamin keberlanjutan usaha UMKM disaat sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Mengacu pada karakteristik usaha yang dilakukan oleh masyarakat kita, maka kehadiran sentra UMKM masih sangat dibutuhkan dalam rangka pengembangan UMKM, oleh karena itu sentra UMKM harus menjadi media pemberdayaan bagi masyarakat dalam rangka menjadikan basis kekuatan ekonomi alternatif warga yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan. Sentra UMKM di kawasan wisata religi dapat dibedakan bentuk dan fungsinya sebagai berikut:

1. **Sentra UMKM bersifat informal**, yaitu suatu komunitas pelaku UMKM yang terbentuk dari inisiatif pelaku usaha yang bermukim di kawasan tersebut baik secara sengaja atau tidak sengaja, mengingat adanya kepentingan bersama, nasib yang sama, ingin maju bersama dan membentuk organisasi usaha guna mencapai tujuannya. Komunitas warga masyarakat yang berada dikawasan ini biasanya membentuk semacam paguyuban agar berbagai kepentingan dan permasalahan yang muncul dapat diselesaikan melalui komunitas ini, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan maupun membuat kebijakan yang terkait dengan kepentingan usahanya.
2. **Sentra UMKM bersifat formal**, yaitu suatu komunitas pelaku UMKM yang terbentuk melalui otoritas yang berwenang baik dari pemerintahan, organisasi masyarakat (yayasan) atau diprakarsai oleh lembaga lain. Proses terbentuk dan tujuannya tentu berbeda dengan yang bersifat informal, karena sentra UMKM ini diprakarsai lebih dulu sedangkan yang menempati dapat datang belakangan atau merelokasi dari tempat lain, agar keberadaan sentra UMKM dapat memberi nilai tambah sekaligus untuk pemberdayaan perekonomian masyarakat setempat yang produktif dan mandiri.

3. **Sentra UMKM mandiri**, yaitu suatu komunitas pelaku UMKM yang terbentuk melalui proses mandiri, tidak ada pihak yang menginisiasi dengan sengaja, tetapi keberadaannya telah membangun identitas diri sebagai sentra UMKM, karena secara fisik telah membentuk suatu kawasan usaha yang ditempat oleh komunitas anggota UMKM, namun secara sadar masyarakat tidak membentuk sentra UMKM, oleh karena itu sentra UMKM mandiri harus diarahkan menjadi sentra UMKM yang bersifat informal agar memberi manfaat bagi pelaku UMKM yang berada pada kawasan tersebut, memiliki format organisasi yang jelas, sehingga dapat mengurus berbagai kepentingan yang terkait dengan kepentingan pihak luar komunitas. Sentra UMKM mandiri di Jawa Timur sangat banyak jumlahnya terutama yang berada dipedesaan atau di lokasi yang jauh dari pusat pemerintahan, oleh karena itu perlunya perhatian dan dorongan agar keberadaannya semakin besar manfaatnya bagi masyarakat.

### **5.5 Luaran Yang Dicapai**

Tujuan penelitian ini adalah merumuskan suatu model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi Jawa Timur, agar dapat memberi solusi atas permasalahan manajerial yang dihadapi oleh masyarakat dalam rangka mengelola usahanya menjadi efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan potensi ekonominya menjadi lebih baik serta berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat di kawasan wisata religi makam para wali di Jawa Timur. Penelitian ini memiliki target luaran pada tahun pertama yang terdiri:

1. Luaran wajib berupa: model pengelolaan sentra UMKM yang efektif serta paten sederhana (hak cipta)
2. Luaran tambahan: a) publikasi ilmiah internasional b), buku ajar manajemen UMKM dengan standar ISBN, c) pemakalah dalam pertemuan ilmiah nasional (seminar/proseding)

Capaian luaran pada akhir tahun pertama penelitian telah terealisasi sesuai dengan kontrak penelitian, sedangkan untuk capaian luaran tambahan realiasinya akan berlanjut pada tahun berikutnya (ts). Untuk memberikan gambaran secara detail capaian luaran tahun pertama dapat ditunjukkan dalam tabel 5.17 sebagai berikut:

**Tabel 5.17:** Capaian Luaran Pada Tahun Pertama

| No | Jenis Luaran                         | Target Luaran | Capaian                   | Keterangan                               |
|----|--------------------------------------|---------------|---------------------------|--|
| 1  | Laporan Penelitian Utama             | terlaksana    | terlaksana-t <sub>s</sub> | Upload Simlitabmas                       |
| 2  | Perekayasaan Sosial: Model Kebijakan | terlaksana    | terlaksana-t <sub>s</sub> | ISBN: 978-602-6557-12-4                  |
| 3  | Paten Sederhana: Hak Cipta           | terlaksana    | terlaksana-t <sub>s</sub> | Proses sertifikat Jakarta: EC00201704412 |
| 4  | Artikel ilmiah: Proseding            | draft         | terlaksana-t <sub>s</sub> | SENIMA-2 UNESA Surabaya, 5 Oktober 2017  |
| 5  | Artikel ilmiah: Jurnal internasional | draft         | draft-t <sub>1</sub>      | Klinik publikasi ilmiah                  |
| 6  | Buku Ajar                            | draft         | draft-t <sub>1</sub>      | ISBN: 978-602-6557-23-0                  |

1. Laporan penelitian utama: Laporan induk penelitian yang wajib disusun atas hasil penelitian lapangan pada tahun pertama
2. Perekayasaan Sosial: Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur (ISBN 978-602-6557-12-4)
3. Paten Sederhana: Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur (Hak Cipta: EC00201704412 Proses Sertifikat di Jakarta)
4. Proseding Nasional: Strategi Pengembangan Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur ( SENIMA-2 UNESA Surabaya, 5 Oktober 2017)
5. Jurnal Internasional: Rekonstruksi Daya Saing dan Kinerja UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timu (*Reconstruct Competitiveness and Performance of SMEs on Religious Tourism Areas in East Java*)

**Rencana Publikasi Jurnal draft-t<sub>1</sub>:**

- Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises
  - Journal International of Services Economic and Management
6. Buku Ajar: MANAJEMEN UMKM: Meningkatkan Daya Saing Berbasis Kearifan Lokal (ISBN: 978-602-6557-23-0)

**5.5.1 Laporan Penelitian**

Laporan penelitian utama merupakan wujud pertanggungjawaban peneliti kepada pemberi dana dalam hal ini Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang tertuang dalam suatu kontrak penelitian Nomor: 008/SP2H/K7/KM/2017. Hasil penugasan ini telah di

monev secara internal maupun monev eksternal yang telah dilakukan pada tanggal 20 Oktober 2017. Dalam monev eksternal telah dilakukan monitoring dan evaluasi secara langsung terkait dengan target luaran yang telah dijanjikan oleh peneliti yang tertuang dalam proposal penelitian. Laporan penelitian yang disertai dengan luarannya semua telah dievaluasi dan dicek secara langsung oleh reviewer yang dihadirkan untuk melakukan monev eksternal sebagaimana yang telah peneliti buat dalam rincian yang tercermin pada tabel 5.17 diatas.

### **5.5.2 Perekayasaan Sosial**

Perekayasaan sosial merupakan produk luaran yang berwujud model, desain kebijakan dan perekayasaan lain yang dapat dijadikan panduan bagi masyarakat atau organisasi untuk melakukan suatu perbaikan sistem maupun tata kelola. Judul perekayasaan sosial dalam penelitian ini: “Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”. Model berupa produk buku yang berisi tata kelola kelembagaan UMKM khususnya bidang manajerial, sehingga model ini dapat dipergunakan sebagai panduan untuk pengelolaan sentra UMKM yang lebih efektif, oleh karena produknya buku maka model perekayasaan sosial ini juga didaftarkan ISBN dengan nomor registrasi: ISBN 978-602-6557-12-4

### **5.5.3 Paten Sederhana**

Paten sederhana (hak cipta) perekayasaan sosial: “Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur” merupakan luaran wajib yang di sandingkan dengan luaran perekayasaan sosial pada tahun ini (ts). Hak cipta telah didaftarkan melalui Dirjen HKI pada tanggal 13 Oktober 2017. Proses telah selesai tinggal menunggu sertifikat hak cipta dari Jakarta yang diperkirakan selesai dalam waktu satu bulan setelah pendaftaran diproses serta pemohon telah menyelesaikan segala kelengkapan administrasinya.

### **5.5.4 Proseding Nasional**

Seminar nasional proseding merupakan luaran tambahan yang bertujuan untuk meningkatkan publikasi dan sosialisasi dari hasil penelitian melalui forum seminar, agar hasil penelitiannya dapat dikenal masyarakat dan memiliki manfaat

bagi baik untuk diimplementasikan maupun untuk pengembangan pengetahuan baru. Judul seminar nasional melalui Proseding adalah: “Strategi Pengembangan Model Manajerial Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”. Seminar Nasional diselenggarakan oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNISA Surabaya, yang diikuti oleh 76 pemakah, 36 perguruan tinggi serta berasal dari sembilan propinsi, seminar telah selesai digelar pada tanggal 5 Oktober 2017 dengan melakukan paparan dan diskusi secara terbuka.

#### **5.5.5 Publikasi Jurnal Ilmiah**

Jurnal ilmiah merupakan luaran tambahan yang bertujuan untuk publikasi karya ilmiah peneliti di kancah internasional, oleh karena itu pada tahun pertama ( $t_0$ ) peneliti menargetkan dapat menyelesaikan draft jurnal dan dipublikasikan pada tahun depan ( $t_1$ ). Adapun judul jurnal ilmiah adalah: “Rekonstruksi Daya Saing dan Kinerja UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”. Draft jurnal telah selesai disusun, namun masih harus melalui tahapan berikut: 1) monev tim publikasi karya ilmiah, 2) klinik penulisan karya ilmiah, 3) translate bahasa asing dan pengiriman naskah jurnal pada pengelola jurnal yang direncanakan melalui:

- Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises
- Journal International of Services Economic and Management

#### **5.5.6 Buku Ajar**

Buku ajar merupakan luaran tambahan yang bertujuan untuk meningkatkan pengayaan materi mata kuliah Manajemen Koperasi dan UMKM berbasis riset, sehingga dapat menggambarkan kondisi riil tentang implementasi pengelolaan sentra UMKM sekaligus membantu pengembangan manajerial UMKM, sehingga pengelolaan usaha dapat berjalan dengan baik, adapun judul buku ini adalah MANAJEMEN UMKM: Meningkatkan Daya Saing Berbasis Kearifan Lokal (ISBN: 978-602-6557-23-0). Anatomi buku ini terdiri dari sepuluh bab yang terkait dengan aspek manajemen UMKM, telah memperoleh ISBN dan proses penyelesaian direncanakan akhir bulan Januari 2018 sudah selesai dicetak, adapun gambaran secara menyeluruh buku ini dapat ditampilkan melalui cover buku sebagai berikut.



**USAHA MIKRO** dan kecil di Indonesia mencakup jumlah yang sangat besar, namun skala usaha yang relatif kecil menjadikan usaha ini kurang mampu bersaing lebih optimal di pasar yang lebih luas, namun keberadaannya sangat berarti bagi perekonomian nasional maupun perekonomian domestik. Salah satu kelemahan usaha mikro dan kecil di Indonesia adalah model manajemen yang kurang memadai, oleh karena itu diperlukan model manajemen yang selaras dengan karakteristik dari usaha mikro dan kecil, agar pelaku usaha ini mampu mengelola usahanya dengan layak, mudah dan efektif.

Pelaku usaha mikro dan kecil sudah saatnya untuk merubah orientasi usahanya yang semula hanya sebagai sumber penghidupan, sekarang harus dirubah sebagai usaha bisnis yang berorientasi pada profit, oleh karena itu sumberdaya yang ada ditengah masyarakat kita harus dapat dipertimalkan sebagai sumber daya untuk membangun daya saing yang mampu meningkatkan kinerja UMKM yang unggul. Buku ini lebih mengankan secara riil tentang karakteristik UMKM, memanfaatkan nilai kearifan lokal guna meningkatkan daya saing usahanya agar dapat meraih kinerja UMKM yang lebih baik.



**WAHYUDIONO**, dilahirkan di Magetan, menyelesaikan pendidikan program sarjana akuntansi pada tahun 1986, mengikuti program magister manajemen dengan spesialisasi pemasaran pada tahun 1996, dilanjutkan program pendidikan doktor bidang ekonomi manajemen lulus pada tahun 2005 pada lembaga yang sama di Universitas Airlangga Surabaya. Karier sebagai dosen dimulai pada tahun 1983 sebagai asisten dosen sampai akhirnya meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi.



**JFX. SUSANTO SOEKIMAN**, dilahirkan di kota Surabaya, menempuh pendidikan program sarjana teknik sipil lulus pada tahun 1984, dilanjutkan Program *Magister of Business Administration* lulus tahun 2001 di Universitas Dr. Soetomo Surabaya, mengikuti program doktor ilmu ekonomi lulus tahun 2004 di Universitas 17 Agustus Surabaya. Karierinya di bidang pendidikan dimulai pada tahun 1986, pada saat ini telah meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi serta asesor BNSP/LSP bidang AZK4

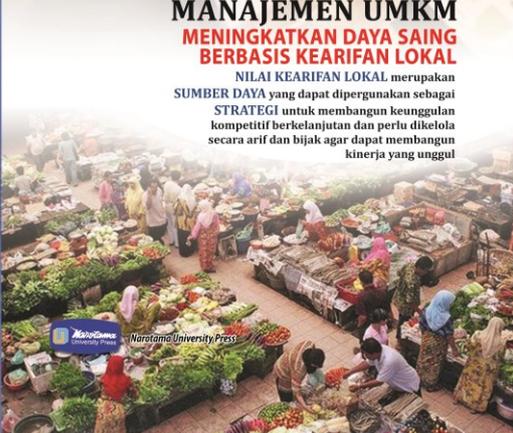
**Narotama University Press**  
 Jl. Prof. Dr. Soedjatmoko, No. 51 Cempaka Putih  
 Telp. (031) 5866404, 5865578 Fax. (031) 5931213  
 e-mail: narotamapress@narotama.ac.id



ISBN 978-602-8333-00-0  
 9 786028 333000  
 HARDCOVER  
 HARDCOVER LIBERTY DOKS 5400

Wahyudiono | JFX. Susanto Soekiman

**BUKU AJAR  
 MANAJEMEN UMKM**  
**MENINGKATKAN DAYA SAING  
 BERBASIS KEARIFAN LOKAL**  
 NILAI KEARIFAN LOKAL merupakan  
**SUMBER DAYA** yang dapat dipergunakan sebagai  
**STRATEGI** untuk membangun keunggulan  
 kompetitif berkelanjutan dan perlu dikelola  
 secara arif dan bijak agar dapat membangun  
 kinerja yang unggul

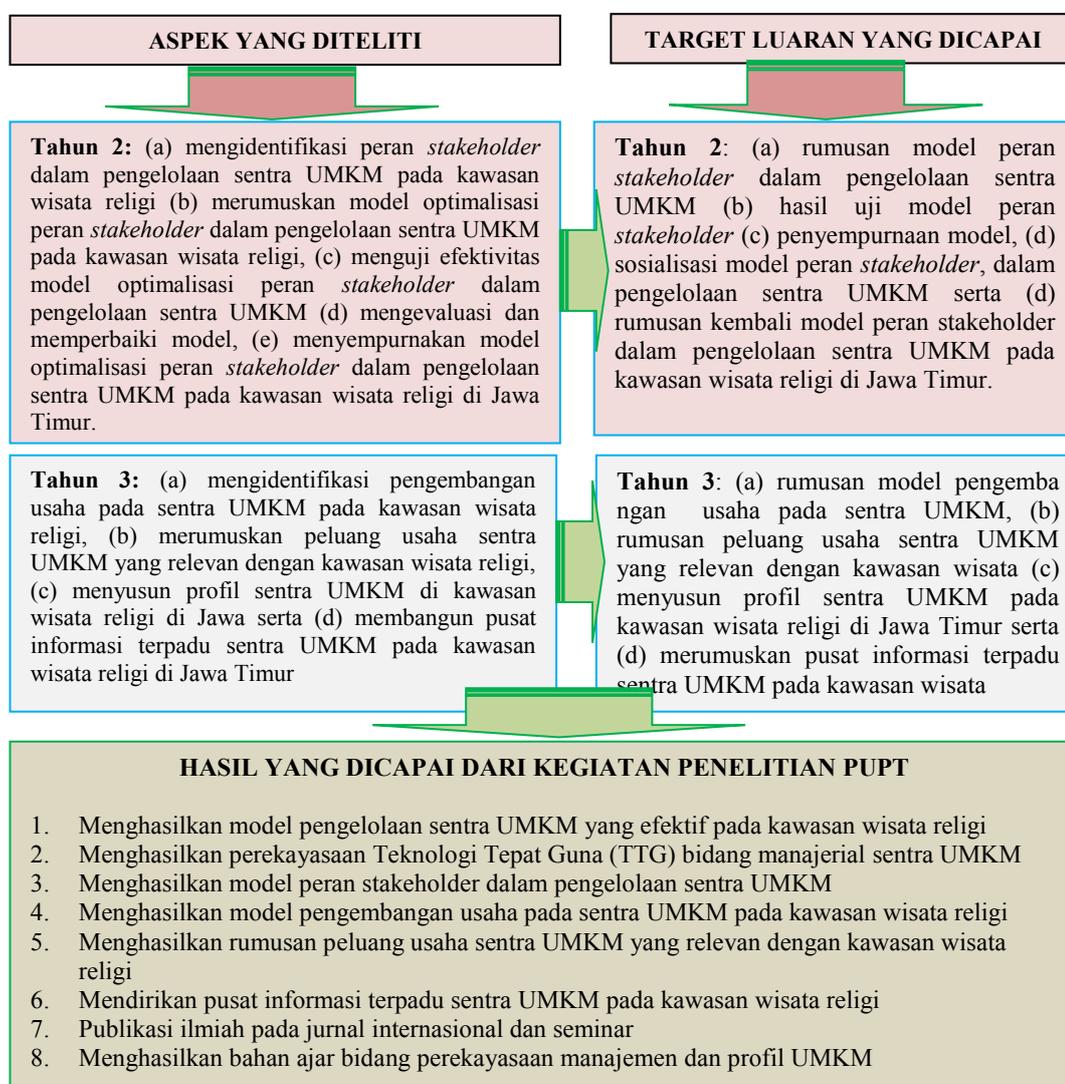



**Narotama University Press**

**BAB. 6**  
**RENCANA TAHUN BERIKUT**

**6.1 Aspek Penelitian Tahun Berikut**

Untuk mencapai hasil penelitian secara *ter-integrated*, maka penelitian ini harus dilakukan secara berkesinambungan dalam kurun waktu tiga tahun, oleh karena itu kegiatan penelitian tahun berikutnya dengan lokasi pada sentra UMKM kawasan wisata religi di empat kota/kabupaten di Jawa Timur dapat ditampilkan pada gambar 6.1 sebagai berikut:



Gambar 6.1 Diagram sistematika penelitian dalam kurun waktu dua tahun

## 6.2 Rancangan dan Metode Penelitian Tahun Kedua

Rancangan dan metode penelitian tahun kedua merupakan kelanjutan dari proses penelitian yang telah dilakukan pada tahun pertama, oleh karena tahapan rancangan dan metode penelitian ini tidak terpisahkan dengan rancangan dan metode pada tahun pertama, sehingga hasil luarannya menjadi bagian yang terus *ter-integrated* selama kurun waktu tiga tahun agar memberi manfaat yang optimal, secara rinci pelaksanaan penelitian dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6.1 Rincian metode penelitian pada tahun kedua (2)

| Aspek Yang Diteliti  | Rancangan Penelitian   | Metode Penelitian   | Indikator Capaian  |
|--|--|---|--|
| a. Identifikasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi                                    | Desain kuesioner untuk mengidentifikasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur  | Menentukan 30 responden dengan cara tertentu pada pihak <i>stakeholder</i> yang terkait dengan pengelolaan lima lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi  | Dapat diidentifikasi keterlibatan pihak <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur  |
| b. merumuskan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi                   | Merumuskan model optimalisasi peran pihak <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi  | Menentukan skoring penilaian untuk rumusan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi   | Dapat dirumuskan suatu model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra kawasan wisata religi di Jawa Timur  |
| c. menguji efektivitas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM                                     | Menentukan sampel <i>stakeholder</i> untuk menguji tingkat optimalisasi perannya dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur  | Menentukan 15 responden dengan cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM  | Dapat diketahui tingkat model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur   |
| d. mengevaluasi dan memperbaiki model  | Melakukan evaluasi atas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM yang telah diujikan pihak <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam pengelolaan sentra UMKM     | Melakukan evaluasi atas efektivitas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM melalui FGD dari kalangan akademisi   | Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan model melalui <i>focus group discussion</i> dan dirumuskan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i>                          |
| e. menyempurnakan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur | Merumuskan perbaikan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM dan sosialisasi model pada pihak <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam pengelolaan sentra UMKM | Merumuskan dan melakukan perbaikan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pada pihak <i>stakeholder</i> di lima lokasi sentra UMKM | Dapat dilakukan penyempurnaan rumusan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM sesuai dengan karakteristik sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur |

Sumber: Diolah oleh Peneliti

### 6.3 Rancangan dan Metode Penelitian Tahun Ketiga

Rancangan dan metode penelitian tahun ketiga merupakan kelanjutan dari proses penelitian yang telah dilakukan pada tahun kedua, oleh karena tahapan rancangan dan metode penelitian ini tidak terpisahkan dengan rancangan dan metode pada tahun kedua, sehingga hasil luarannya menjadi bagian yang terus *integrated* selama kurun waktu tiga tahun agar memberi manfaat yang optimal, secara rinci pelaksanaan penelitian dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6.2: Rincian metode penelitian pada tahun ketiga (3)

| Aspek Yang Diteliti  | Rancangan Penelitian  | Metode Penelitian  | Indikator Capaian  |
|--|---|--|--|
| a. Identifikasi pengembangan usaha di sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur | Desain kuesioner untuk mengidentifikasi usaha di sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur | Menentukan 50 responden secara acak pada pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi | Dapat diidentifikasi aktivitas pelaku usaha di lima sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur |
| b. Merumuskan peluang usaha sentra UMKM yang relevan dengan kawasan wisata religi          | Merumuskan peluang usaha di lima sentra UMKM yang relevan di kawasan wisata religi di Jawa Timur      | Menentukan skoring penilaian untuk menentukan peluang usaha yang relevan dengan kawasan wisata religi  | Dapat dirumuskan peluang usaha yang relevan dengan karakteristik kawasan wisata religi di Jawa Timur     |
| c. Menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi di Jawa                            | Menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi  | Memetakan dan menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi                                     | Dapat disusun profil sentra UMKM pada kawasan religi di Jawa Timur                                       |
| d. Membangun pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata religi                | Merumuskan model pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata di Jawa Timur                | Memformulasikan model pusat layanan terpadu sentra UMKM di kawasan wisata religi melalui FGD           | Dapat dirumuskan model pusat informasi terpadu sentra UMKM melalui <i>focus group discussion</i>         |

Sumber: Diolah oleh Peneliti

### 6.4 Detail Kegiatan Penelitian Tahun Kedua

Kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi secara rinci dapat dijabarkan secara bertahap, dimana tahapan yang pertama selalu berkaitan dengan langkah pada tahapan berikutnya, sehingga kegiatan ini harus dilakukan secara berurutan sebagai berikut:

#### 1. Identifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM

Tahapan ini mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM, dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan kontribusi para *stakeholder* yang terlibat dalam proses pengelolaan sentra UMKM. Kuesioner ini akan disebarakan kepada 30 responden yang ditentukan dengan cara tertentu sehingga dapat mengungkap tentang peran *stakeholder* secara komprehensif.

2. Merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder*

Tahap ini diawali dengan memetakan jawaban 30 responden yang memiliki peran terhadap pengelolaan sentra UMKM pada saat sekarang, sehingga dapat dirumuskan suatu model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM. Selanjutnya memberi bobot dan nilai skoring setiap indikator yang terkait dengan peran *stakeholder*, sehingga dapat dirumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakteristiknya.

3. Menguji efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder*

Tahapan ini diawali dengan menentukan 15 *stakeholder* dari lima kawasan wisata religi dengan cara dipilih sebagai sampel pengujian model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM, agar dapat diperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas optimalisasi peran *stakeholder*

4. Evaluasi dan perbaikan model partisipasi peran *stakeholder*

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM dengan mengevaluasi secara mendalam terhadap sikap/pandangan dari 15 *stakeholder* di lima kawasan wisata religi melalui *focus group discussion* (FGD) dari kalangan akademisi sehingga dapat diketahui adanya kekurangan yang terjadi sehingga dapat dirumuskan perbaikan model optimalisasi peran *stakeholder*

5. Menyempurnakan model optimalisasi peran *stakeholder*

Melakukan rumusan kembali atas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM yang lebih tepat sesuai dengan karakteristik usaha di kawasan wisata religi. Hasil rekomendasi *focus group discussion* menjadi rujukan dalam merumuskan model tentang optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM yang lebih efektif untuk diterapkan pada sentra UMKM yang tersebar pada lima kawasan wisata religi di Jawa Timur.

## 6.5 Detail Kegiatan Penelitian Tahun Ketiga

Kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi secara rinci dapat dijabarkan secara bertahap, dimana tahapan yang pertama selalu berkaitan dengan langkah pada tahapan selanjutnya dengan urutan sebagai berikut:

1. Identifikasi pengembangan usaha pada sentra UMKM

Tahapan ini dilakukan identifikasi terhadap kegiatan usaha sentra UMKM di kawasan wisata religi dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek pengembangan usahanya. Kuesioner ini akan disebar pada 50 responden/pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM secara acak sehingga dapat diidentifikasi tentang karakteristik usaha sentra UMKM yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tersebar pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

2. Merumuskan peluang usaha yang relevan

Tahapan ini mengkaji secara mendalam tentang karakteristik usaha di sentra UMKM yang dilakukan oleh 50 responden/pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM. Jawaban 50 responden tersebut dijadikan acuan untuk merumuskan peluang usaha dengan memberi bobot dan nilai skoring dari setiap indikator yang terkait dengan peluang usaha, sehingga dapat dirumuskan peluang usaha yang relevan dengan karakteristik usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur dengan tetap mempertahankan nilai budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masing-masing kawasan wisata religi tersebut.

3. Menyusun profil sentra UMKM

Tahap ini melakukan kajian secara mendalam tentang karakteristik usaha yang ada dan relevan untuk dikembangkan di kawasan wisata ini, selanjutnya disusun profil sentra UMKM yang dapat menggambarkan secara komprehensif tentang profil sentra UMKM yang tersebar pada lima kawasan religi di Jatim.

4. Membangun pusat informasi terpadu di sentra UMKM

Tahap ini dilakukan kajian secara mendalam dan komprehensif terhadap usaha dan peluang usaha yang relevan dengan kawasan wisata religi, sehingga dapat dirumuskan model pusat informasi terpadu yang terkait dengan sentra UMKM di kawasan ini agar memudahkan masyarakat yang ingin melakukan ziarah pada lima kawasan wisata religi di Jawa Timur.

## BAB. 7 PENUTUP

### 7.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil pembahasan model sebagaimana yang diuraikan pada bab lima, maka dapat penulis kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelolaan sentra UMKM yang diimplementasi oleh pelaku usaha di kawasan wisata religi di Jawa Timur, terdiri dua kelompok yaitu: a) pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik terdiri dari aspek lokasi usaha, lokasi tempat usaha dan aspek infrastruktur sedangkan b) pengelolaan sentra UMKM bersifat non fisik terdiri dari aspek nilai kearifan lokal, legalitas dan manajemen. Penerapan pengelolaan sentra UMKM masih belum optimal khususnya aspek legalitas dan aspek manajemen.
2. Model pengelolaan sentra UMKM bersifat fisik meliputi tiga tahapan yaitu: a) tahap redesain, b) tahap monitoring dan c) tahap pengembangan, dimana tiga tahapan ini harus dijalankan dalam kurun waktu dua tahun yang terdiri dari: a) enam bulan untuk mengimplementasikan redesain pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik, b) enam bulan kedua untuk monitoring hasil implementasi redesain dan c) satu tahun untuk pengembangan pengelolaan sentra UMKM yang memerlukan rekonstruksi model.
3. Model pengelolaan sentra UMKM bersifat non fisik terdiri tiga tahapan yaitu: a) tahap pelatihan, b) tahap pendampingan dan c) tahap pengembangan, dimana tiga tahapan ini harus dijalankan dalam kurun waktu dua tahun yang meliputi: a) enam bulan untuk mengimplementasikan hasil pelatihan terkait pengelolaan sentra UMKM bersifat non fisik, b) enam bulan kedua untuk pendampingan dan c) satu tahun terakhir untuk pengembangan model pengelolaan sentra UMKM dalam rangka menghadapi perubahan.
4. Kebutuhan pengembangan model merupakan wujud dari aspek manajerial yang dinamis, oleh karena itu pengembangan suatu model akan efektif jika mampu mensinergikan peran dari stakeholder yang terdiri: a) optimalisasi triple ABG, b) pemberdayaan masyarakat, c) komunitas sentra UMKM yang *ter-integrated* antara pelaku usaha dengan sentra UMKM.

5. Optimalisasi *triple helix* merupakan upaya menyatukan tiga pilar pemangku kepentingan yang secara formal memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan UMKM yaitu dari kalangan akademisi, pelaku bisnis serta dari birokrasi. Melalui sinergi tiga pilar ini diharapkan mampu memberi kontribusi yang optimal bagi pengembangan UMKM khususnya melalui program yang *ter-integrated* dengan semua pihak dalam mengisi pelatihan, pendampingan dan pengembangan suatu model pengelolaan UMKM
6. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya memberi ruang yang memadai bagi warga kawasan wisata religi dalam mengoptimalkan nilai keekonomian sumberdaya masyarakat masuk kedalam struktur perekonomian formal, agar dapat membantu terbentuknya “*value added activities*” yang optimal sehingga mampu mengungkit pertumbuhan sektor UMKM. Pemberdayaan masyarakat meliputi optimalisasi sumber daya yang tersebar di tengah masyarakat yang meliputi: a) nilai kearifan lokal, b) keinginan menjadi lebih baik dan c) bakat keterampilan, jika tiga sumberdaya ini mampu disinergikan dengan baik tentu akan mempercepat proses terbentuknya nilai tambah keekonomian masyarakat dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi domestik.

## 7.2 Rekomendasi

Mengacu pada tahapan perumusan model pengelolaan sentra UMKM, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Pengembangan usaha masyarakat dan sentra UMKM kawasan wisata religi perlu dilakukan perbaikan pada pengelolaan sentra UMKM dan pelaku usaha, melalui implementasi model pengelolaan yang efektif dan terintegrasi dengan redesain pengelolaan sentra UMKM yang bersifat fisik yaitu melakukan perbaikan pada fasilitas kawasan wisata religi serta pengelolaan sentra UMKM yang bersifat non fisik yaitu melakukan pelatihan yang terkait dengan aspek manajerial, legalitas dan pemanfaatan nilai kearifan dan budaya lokal masyarakat.
2. Pengelolaan sentra UMKM bersifat fisik harus dilakukan dengan menerapkan model yang meliputi: a) tahap redesain pengelolaan sentra UMKM, b) tahap monitoring implementasi pengelolaan sentra UMKM, c) tahap pengembangan,

sedangkan pengelolaan sentra UMKM bersifat non fisik harus dilakukan dengan model yang terdiri: a) tahap pelatihan, b) tahap pendampingan, c) tahap pengembangan. Rumusan model berorientasi pada pengembangan kompetensi sumber daya manusia dengan harapan segera dapat meningkatkan pengelolaan usahanya baik dari aspek nilai kearifan lokal, aspek manajerial dan aspek legalitasnya, agar kemampuan kompetensinya dapat meningkatkan usaha dan kesejahteraan bagi masyarakat.

3. Implementasi model pengelolaan sentra UMKM yang efektif memerlukan waktu dua tahun yang terbagi menjadi tiga periode yaitu: a) enam bulan pertama untuk mengimplementasikan model baru, b) enam bulan kedua untuk monitoring atau melakukan pendampingan serta c) kurun waktu satu tahun untuk pengembangan model. Model pengelolaan sentra UMKM berjalan efektif, jika implementasinya mampu mensinergikan sumberdaya *stakeholder* secara optimal yaitu kalangan akademisi, pelaku bisnis, birokrasi dan pemberdayaan dari masyarakat setempat yang akan berkontribusi sesuai dengan domainnya masing masing.
4. Perlunya optimalisasi peran dari kalangan akademisi, pelaku bisnis dan birokrasi dalam rangka pengembangan sentra UMKM, karena untuk melakukan program pelatihan, program pendampingan dan program pengembangan tidak dapat di lakukan secara individual oleh masing masing penggiat UMKM tetapi harus di lakukan secara terintegrasi dari ketiga elemen tersebut yang sering disebut *triple helix*. Melalui sinergi tiga elemen tersebut diharapkan mampu menghasilkan rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif, efisien dan aplikatif.
5. Perlunya pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi kepemilikan sumber daya setempat, guna mendukung pengembangan UMKM yang produktif, berintegritas dan mandiri. Sumberdaya masyarakat yang selama ini masih terabaikan harus dioptimalkan agar proses percepatan ekonomi dapat terwujud sesuai dengan jati diri ekonomi suatu bangsa, melalui pemberdayaan sumberdaya berupa nilai nilai kearifan dan budaya lokal, sikap optimis untuk maju dan bakat keterampilan.

## DAFTAR REFERENSI

### **Buku:**

- Bateman, Thomas S. dan Snell, Scott A. (2014). *Manajemen: Kepemimpinan dan Kerjasama dalam Dunia yang Kompetitif*. (Alih Bahasa: Ratno Purnomo, Willy Abdillah), Edisi 10, Buku 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta

### **Artikel Jurnal:**

- Chowdhury, Sayani Roy and Chowdhury, Sahana Roy. (2016). Policy Reforms and SME Performances: A Comparison of Two Major EMEs. *Emerging Economy Studies*, Sage Publication, 2(2) 145-155
- Gibb, Allan, 2000. "Small and medium enterprise development: Borrowing from elsewhere" **Jurnal of Small Business and Enterprise Development**. Volume 7 No. 3 pp. 190-211
- Hisrich, Robert. D and Drnovsek Mateja. 2002. "Entrepreneurship and small business research a European perspective". **Jurnal of Small Business and Enterprise Development**. Volume 9 No. 2 pp. 172-222
- Holten, Ann Louise and Crouch, Colin. (2014). Unions in Small-and Medium-Size Enterprises: A Family Factor Perspective. *European Journal of Industrial Relations*. Vol. 20 (3) 273-290
- Jarvis, Robin and Rigby, Mike. (2012). The Provision of Human Resources and Employment Advice to Small and Medium-Size Enterprises: The Role of Small and Medium-Size Practices of Accountants. *International Small Business Journal*, 30 (8) 944-956
- Jones, Paul., Beynon, Malcolm J., Pickernell, David and Packham, Gary. (2013). Evaluating the Impact of Different Training Methods on SME Business Performance. *Environment of Planning C: Gaverment anf Policy*. Volume 31, pages 56-81
- Kim, Young Saing and Marsick, Victoria. (2013). Using the DLOQ to Support Learning in Republic of Korea SMEs. *Advances in Developing Human Resources*. 15 (2) 207-221
- Lee, Cheng Sheng and Wong, Kuan Yew. (2015). Knowledge Management Performance Measurement in Micro-Small and Medium Size Enterprise: An Exploratory Study. *Business Information Review*, Vol. 32 (4) 204-211
- Li, Jun and Matlay, Harry. 2006 "Chinese entrepreneurship and small business development" **Jurnal of Small Business and Enterprise Development**. Volume 13 No. 2 pp. 248-262
- Love, James H and Roper, Stephen. (2015). SME Innovation, Exporting and Growth: A Review of Existing Evidence. *International Small Business Journal*. Vol. 33 (1) 28-48
- Manjon, Juan Vicente Garcia and Mompo, Rafael. (2016). Accelerating Innovation in Small and Medium Size Enterprises in the ICT Service Sector. *Sage Open*, July-September, 1-9

Stoll, Emely E and Brookshire, Jung E.Ha. (2012). Motivations for Success: Case of U.S Textile and Apparel Small-and Medium Size Enterprises. *Clothing and Textiles Research Journal*. 30 (2) 149-163

**Undang Undang:**

Republik Indonesia, 2008. **Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008**. Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta