

Perekayasaan **SOSIAL**

Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur

Merumuskan model pengelolaan sentra UMKM dalam rangka meningkatkan nilai tambah keekonomian potensi sumberdaya masyarakat melalui sinergi stakeholder yang berkontribusi riil pada perkembangan sentra UMKM.



Narotama University Press

Wahyudiono
JFX. Sukiman S.
Veronika Nugraheni SL

BIOGRAFI PENULIS



Wahyudiono, dilahirkan di Magetan, menyelesaikan pendidikan program sarjana akuntansi pada tahun 1986, mengikuti program magister manajemen dengan spesialis pemasaran pada tahun 1996, dilanjutkan program pendidikan doktor bidang ekonomi manajemen lulus pada tahun 2006 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, lanjut 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. Karier 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.



Veronika Nugraheni Sri Lestasi, dilahirkan di kota Surabaya, mengikuti pendidikan program sarjana Ekonomi Pembangunan pada tahun 1995, dilanjutkan program Magister Manajemen pada tahun 2001 pada lembaga yang sama Universitas Dr. Soetomo Surabaya. Sebagai Dosen tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis di Universitas Dr. Soetomo Surabaya mulai tahun 1998 sampai sekarang dan dosen tersertifikasi. Sebagai asesor BNSP/LSP Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat



Buku ini merupakan pengembangan hasil penelitian yang tujuannya merumuskan Model pengelolaan sentra UMKM, oleh karena itu pengelolaan UMKM harus dilakukan dengan pola yang mencakup keseluruhan aspek. Intisari buku ini adalah memberi gambaran secara menyeluruh tentang pengelolaan UMKM yang bersifat fisik dan bersifat Non fisik. Pengelolaan aspek fisik meliputi lokasi usaha, tempat usaha dan fasilitas, dimana aspek ini akan berhasil dengan baik jika sentra UMKM dilakukan melalui tiga tahapan yaitu redesain, monitoring dan pengembangan, sedangkan monitoring sendiri juga harus dilakukan tiga langkah strategis yang terdiri monitoring implementasi redesain, evaluasi hasil dan evaluasi kinerja hasil. Pengelolaan aspek non fisik meliputi nilai kearifan lokal, legalistas dan manajemen, agar mencapai hasil yang baik sentra UMKM harus melakukan tiga tahapan yaitu pelatihan, pendampingan dan pengembangan, sedangkan pendampingan sendiri harus disertai dengan langkah yaitu pendampingan hasil pelatihan, monitoring dan pendampingan keberhasilan.

Buku ini juga mengupas tentang kebutuhan pengembangan model melalui sinergi peran stakeholder yang berkontribusi riil pada pertumbuhan UMKM, dengan cara melakukan optimalisasi peran triple helix (akademik, business, government), pemberdayaan masyarakat (nilai kearifan lokal, bakat keterampilan, integritas) dan Komunitas UMKM yang ter-integrated. Peran stakeholder dapat disinergikan untuk merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang dinamis dalam rangka menghadapi era persaingan pasar global khususnya dalam merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang kuat dan mandiri, berkontribusi bagi perekonomian masyarakat serta terciptanya integritas ekonomi suatu bangsa.



Narotama University Press

Jl. Arief Rahman Hakim No. 51 Surabaya 60117
Telp. (031) 5946404, 5995578 Fax. (031) 5931213
e-mail: narotamapress@narotama.ac.id

MODEL PEREKAYASAAN SOSIAL



9 786026 557124



NAROTAMA University Press

Perekayasaan Sosial

/disusun oleh Wahyudiono, dkk.

122 hal [x]; editor, Seger

Copyright © 2017 oleh Narotama University Press

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© *All Rights Reserved*

Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun tanpa ijin tertulis dari Penerbit

© ***Cetakan Pertama: Agustus 2017***

Ukuran Buku: B5 (17,6 x 25 cm)

Penyusun : - Dr. Wahyudiono, SE., MM
- Dr. JFX. Susanto Soekiman, MM
- Veronika Nugraheni Sri Lestari, SE., MM

Editor : Seger

Layout/Setting : Gatut Purwantoro

Design Cover : Gatut Purwantoro

ISBN : 978-602-6557-12-4

© HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG

Diterbitkan oleh **Narotama University Press**

Jl. Arief Rachman Hakim No.51 Surabaya 60117

Telp: 031-5946404, 5995578 Fax: 031-5931213

Website: www.narotama.ac.id

Email: narotamapress@narotama.ac.id

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. Salah satu luaran wajib dari hibah penelitian ini adalah melakukan perekayasa sosial: Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur. Luaran ini dapat disusun seiring dengan tahapan proses penelitian yang telah selesai, sehingga tim peneliti dapat menyelesaikan satu luaran wajib yang telah dijanjikan sesuai dengan kontrak Penelitian No. 008/SP2H/K7/KM/2017 pada tanggal, 4 Mei 2017.

Perekayasa 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. Perekayasa sosial ini telah merekonstruksi satu model pengelolaan sentra UMKM yang terdiri dua bagian yaitu pengelolaan sentra 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 pelatihan, pendampingan dan pengembangan. Melalui perekayasa sosial ini, diharapkan pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi akan menjadi lebih efektif, sehingga dapat memberi kontribusi riil bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

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 perekayasa 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, Agustus 2017

Universitas Narotama Surabaya
Tim Peneliti,

Wahyudiono, Susanto, Veronika

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penyusunan Model.....	12
1.4 Manfaat Penyusunan Model.....	13
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Manajemen	15
2.2 Kesejahteraan Masyarakat.....	17
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	17
2.4 Sentra UMKM.....	19
2.5 Penelitian terdahulu.....	19
BAB 3. METODE DAN PENDEKATAN MODEL.....	23
3.1 Pendekatan model.....	23
3.2 Obyek dan Nara Sumber.....	23
3.3 Instrumen Penelitian.....	24
3.4 Sampel Sumber Data.....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	26
3.7 Satuan Kajian (fokus amatan).....	27
3.7.1 Aspek Lokasi Usaha.....	28
3.7.2 Aspek Tempat Usaha.....	28
3.7.3 Aspek Insfrastruktur.....	29
3.7.4 Aspek Nilai Kearifan Lokal.....	29
3.7.5 Aspek Legalitas.....	30
3.7.6 Aspek Manajemen.....	30

3.8 Teknik Perumusan Model.....	31
3.8.1 Rancangan dan Metode Perumusan Model.....	32
3.8.2 Langkah Langkah Perumusan Model.....	33
BAB 4 GAMBARAN UMUM OBYEK.....	37
4.1 Gambaran Umum Obyek.....	37
4.2 Karakteristik Sentra UMKM.....	39
4.2.1 Pelaku UMKM.....	40
4.2.2 Lokasi Sentra UMKM.....	40
4.2.3 Komoditi Barang Dagangan.....	41
4.2.4 Siklus Kunjungan Wisatawan.....	42
4.2.5 Infrastruktur Kawasan Wisata.....	43
BAB 5. PERUMUSAN MODEL.....	45
5.1 Aspek Perumusan Model.....	45
5.2 Tahapan Perumusan Model.....	45
5.2.1 Identifikasi Pengelolaan Sentra UMKM.....	46
5.2.2 Memetakan Model Pengelolaan Sentra UMKM.....	57
5.2.3 Merumuskan Model Pengelolaan Sentra UMKM.....	70
5.2.3.1 Penentuan Titik Krusial.....	70
5.2.3.2 Rumusan Model.....	73
5.2.4 Pengujian Efektivitas Model.....	75
5.2.5 Mengevaluasi Efektivitas Rumusan Model.....	79
5.2.6 Deskripsi Model Pengelolaan Sentra UMKM.....	81
5.2.6.1 Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Pisik.....	82
5.2.6.2 Model Pengelolaan Sentra UMKM Non Pisik.....	92
5.2.7 Kebutuhan Pengembangan Model dan Peran Stakeholder.....	102
5.2.7.1 Optimalisasi Triple Helix.....	104
5.2.7.2 Pemberdayaan Masyarakat.....	108
5.2.7.3 Komunitas UMKM yang <i>Ter-integrated</i>	110
BAB 6. PENUTUP.....	115
6.1 Rekomendasi.....	115
6.2 Implikasi.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	119

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Wisatawan Nusantara Pengunjung Wisata Religi.....	4
Tabel 1.2 : Wisatawan Nusantara Pengunjung DTW.....	7
Tabel 1.3 : Wisatawan Mancanegara Pengunjung DTW.....	8
Tabel 1.4 : Jumlah UMKM Menurut Sektor dan Kota.....	9
Tabel 1.5 : Penyerapan Tenaga Kerja Per Sektor.....	10
Tabel 3.1 : Rancangan dan Metode Rumusan Model.....	32
Tabel 4.1 : Pengunjung Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur.....	37
Tabel 4.2 : Tamu Nusantara yang Menginap di kota DTW.....	39
Tabel 5.1 : Aspek Lokasi Usaha.....	48
Tabel 5.2 : Aspek Tempat Usaha.....	49
Tabel 5.3 : Aspek Infrastruktur.....	51
Tabel 5.4 : Aspek Nilai Kearifan Lokal.....	53
Tabel 5.5 : Aspek Legalitas.....	54
Tabel 5.6 : Aspek Manajemen.....	55
Tabel 5.7 : Mapping Kondisi Riil Aspek Lokasi Usaha.....	58
Tabel 5.8 : Mapping Kondisi Riil Aspek Tempat Usaha.....	60
Tabel 5.9 : Mapping Kondisi Riil Aspek Infrastruktur.....	62
Tabel 5.10 : Mapping Kondisi Riil Aspek Nilai Kearifan Lokal.....	64
Tabel 5.11 : Mapping Kondisi Riil Aspek Legalitas.....	66
Tabel 5.12 : Mapping Kondisi Riil Aspek Manajemen.....	68
Tabel 5.13 : Persepsi Model Pengelolaan Sentra UMKM Pisik.....	76
Tabel 5.14 : Persepsi Model Pengelolaan Sentra UMKM Non Pisik....	78

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.....	63
Gambar 5.4 : Kondisi Riil Aspek Nilai Kearifan Lokal.....	65
Gambar 5.5 : Kondisi Riil Aspek Legalitas.....	67
Gambar 5.6 : Kondisi Riil Aspek Manajemen.....	69
Gambar 5.7 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Pisik.....	74
Gambar 5.8 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Pisik.....	74
Gambar 5.9 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Pisik yang Efektif.....	83
Gambar 5.10 : Program Monitoring Pasca Redesain Pengelolaan Fasilitas..	89
Gambar 5.11 : Model Pengelolaan Sentra UMKM Non Pisik yang Efektif.	94
Gambar 5.12 : Program Pendampingan Pasca Pelatihan.....	99
Gambar 5.13 : Pengembangan Model dan Peran <i>Stakeholder</i>	103

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 perantaraan 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 ajaran Islam yang 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 autentik 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 berbagai 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 melanjut 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	Surabaya:						
	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
	Total Pengunjung DTW	5.416.769	-	5.530.694	-	6.985.261	-
2	Gresik:						
	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
	Total Pengunjung DTW	2.660.765	-	4.126.427	-	3.137.422	-
3	Lamongan:						
	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
	Total Pengunjung DTW	1.839.902	-	2.358.080	-	2.360.742	-
4	Tuban:						
	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
	Total Pengunjung DTW	3.806.843	-	4.200.340	-	4.772.256	-
Jumlah Pengunjung DTW		13.724.279		16.215.541		17.255.681	

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 wisatawannya.

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 prosentasenya.

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 prosentase 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 dari 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 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.

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 (43,12%)	13.312.727 (40,07%)	13.724.285 (34,59%)	16.213.541 (35,52%)	17.255.681 (33,53%)
5	Kota/Kabupaten Lain di Jawa Timur	15.531.669 (56,88%)	19.911.932 (59,93%)	25.958.052 (65,41%)	29.431.148 (64,48%)	34.211.288 (66,47%)
Total di Jawa Timur		27.297.828	33.224.659	39.682.337	45.644.689	51.466.969

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

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 secara geografis sangat berdekatanpun 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.

Tabel 1.3 Wisatawan Mancanegara Pengunjung DTW Tahun 2011-2015

No	Keteranga 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 (21,32%)	62.972 (49,33%)	49.520 (31,83%)	40.506 (22,21%)	56.759 (18,67%)
5	Kota/Kabupaten Lain di Jawa Timur	86.221 (78,68%)	64.692 (50,67%)	106.079 (68,17%)	141.862 (77,79%)	247.329 (81,33%)
Total di Jawa Timur		109.587	127.664	155.599	182.368	304.088

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).

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.

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		260.762	168.393	252.734	223.998	6.825.931
Prosentasi total Jatim		3,82%	2,47%	3,70%	3,28%	-

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

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 (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		466.779	239.182	421.825	370.537	11.117.439
Prosentase total Jatim		4,20%	2,15%	3,79%	3,33%	-

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 ketenaga-kerjaan, (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 dimiliki 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 yang berada di kawasan wisata religi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat yang secara mandiri serta mampu meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat, sekaligus model ini dapat dipergunakan untuk pengelolaan usaha sentra UMKM yang berada dikawasan lain dengan karakteristik yang berbeda, namun memiliki jenis usaha yang serupa, oleh karena itu pengelolaan sentra UMKM yang memiliki model tentu akan menjadi lebih efektif dibanding yang tidak memiliki model.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimanakah model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur ?

1.3 Tujuan Penyusunan Model

Mengacu pada rumusan masalah tersebut diatas, dapat dikemukakan tentang tujuan dari penyusunan model ini sebagai berikut:

Merumuskan Model Pengelolaan Sentra UMKM yang Efektif pada Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur

1.4 Manfaat Perumusan Model

Berdasarkan pada tujuan tersebut diatas, maka rumusasn model 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 Penulis, 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. Dengan memanfaatkan model diharapkan mengurangi ketidak pastian pengelolaan sentra UMKM dibanding dengan tidak memiliki suatu model pengelolaan yang memadai.



Universitas Narotama Surabaya

BAB 2

KAJIAN 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 dintegrasikan 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. Usaha mikro kecil menengah atau (UMKM) merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang suda ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. Yang termasuk usaha mikro yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih yang mencapai Rp 50.000.000,- dimana nilai ini tidak termasuk dengan bangunan dan tanah tempat usaha tersebut. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya yaitu paling banyak Rp 300.000.000,- Usaha kecil adalah suatu usaha ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri, baik itu dimiliki oleh perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama.

Diera Globalisasi yang tengah marak belakangan ini membuat perekonomian Indonesia menjadi tidak stabil. Terlebih setelah munculnya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN), membuat persaingan global se makin meningkat. Hal ini tentu saja mempengaruhi kesempatan kerja bagi masyarakat Indonesia itu sendiri. Sulitnya menemukan lapangan pekerjaan yang sesuai dengan kulit diri. Adanya otonomi daerah menunjukkan bahwa pembangunan nasional juga menjadi tanggungan pemerintah daerah. Pemerintah daerah harus mengembangkan potensi-potensi didaerahnya masing-masing untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Pemerintah daerah saat ini memfokuskan pada keberadaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sebagai alasan utama.

Usaha kecil menengah yang disingkat dengan UMKM atau Small Medium Enterprise (SME) merupakan jenis usaha yang sangat berkembang dan

memberikan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Perusahaan kecil menengah telah memberikan banyak sekali manfaat bagi sendi-sendi perekonomian, UMKM memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia. Karena dengan UMKM ini, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi sedikit. UMKM menjadi salah satu bagian penting dalam membangun perekonomian suatu Negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Usaha mikro kecil menengah menjadi salah satu prioritas dalam agenda pembangunan di Indonesia

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 dengan judul “*Entrepreneurship and small business research a European perspective*”. Didalam Penelitian ini

menjelaskan tentang perspektif minat kewirawusahaan 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 dibutuhkan 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

BAB 3

METODE DAN PENDEKATAN MODEL

3.1 Pendekatan Model

Perumusan model termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan alasan bahwa perumusan model 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.

3.2 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.

3.3 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.

3.4 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 dipandang 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.

3.5 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 dimiliki 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.
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.

3.6 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 melalui 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 suatu data melalui cara *member check* (pengecekan anggota), *triangulation* (triangulasi), 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 bicara data yang terkait dengan temuan-temuan yang didapat dengan rekan sejawat dan relevan untuk dimanfaatkan untuk pengayaan konsep yang dibahas didalam penelitian yang sedang dilakukan saat sekarang.

2. *Transferability* (keteralihan)

Transferabilitas, yaitu sejauh mana hasil penelitian dapat dialihkan pada situasi lain atau suatu hasil penelitian berpeluang untuk dialihkan pada konteks lain. Peneliti akan mencari dan mengumpulkan kejadian empiris sehingga tersedia data deskriptif tentang situasi penelitian yang dilakukan secara menyeluruh, utuh, lengkap, mendalam dan terinci. Melalui cara yang sama kejadian empiris ditempat yang berbeda diharapkan memiliki deskriptif tentang situasi yang relatif sama.

3. *Dependability* (ketergantungan)

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 dipertanggung jawabkan 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 menitik beratkan pada pertanyaan sejauh mana dapat diperoleh persetujuan diantara beberapa peneliti mengenai aspek yang sedang dipelajari (Long & Johnson, 2000).

3.7 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. Keenam aspek ini bukan berdiri sendiri tetapi saling melengkapi dalam rangka membangun nilai.

3.7.1 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, terutama nilai spiritual yang diperoleh melalui perjalanan wisata religi ke makam para wali.

3.7.2 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 karakteristik 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 dan keamanan dan kenyamanan bagi pengunjung.

3.7.3 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 dikawasan wisata religi yang memadai, oleh karena itu infrastruktur merupakan bagian pengelolaan sentra UMKM yang harus dilakukan secara memadai dan *integrated* dengan aspek lainnya, agar sentra UMKM dapat tumbuh berkembang secara optimal serta memberi manfaat bagi masyarakat setempat, terutama dalam upaya meningkatkan pelayanan yang lebih nyaman bagi semua pihak baik dari pelaku usaha, wisatawan lokal maupun warga yang berada dikawasan wisata religi.

3.7.4 Aspek Nilai Kearifan Lokal

Aspek kearifan lokal merupakan nilai *intangibile* 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.

3.7.5 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 paguyuban 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.

3.7.6 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.

3.8 Teknik Perumusan Model

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 discusssion* 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.

3.8.1 Rancangan dan Metode Perumusan Model

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 3.1 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 30 respon den 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	Dapat dirumuskan suatu model pengelolaan sentra yang efektif pada kawasan wisata religi

		efektif	
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 10 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

3.8.2 Langkah Langkah Perumusan Model

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

a. 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 disebarakan pada 50 responden/orang di lima lokasi kawasan wisata religi secara acak/bebas sehingga dapat diidentifikasi model pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM di kawasan wisata religi.

b. Memetakan Model Pengelolaan Sentra UMKM

Tahapan ini dilakukan pemetakkan/*mapping* pengelolaan sentra UMKM yang 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.

c. 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.

d. 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 di peroleh gambaran mengenai tingkat efektivitas pengelolaan sentra UMKM yang selaras dan sesuai dengan karakteristik pelaku usaha UMKM di kawasan wisata religi Jawa Timur.

e. 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.

- f. 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.



Universitas Narotama Surabaya

BAB 4

GAMBARAN UMUM OBYEK

4.1 Gambaran Umum Obyek

Obyek amatan dalam perumusan model 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 4.1.

Pada Tabel 4.1 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.

Tabel 4.1 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
Total Pengunjung		2.094.365	1.176.818	1.259.676	929.659	2.078.453
Rata rata Pengunjung/ bulan		170.030	98.068	104.973	77.472	173.204

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur

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 4.2)

Tabel 4.2 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
Total Pengunjung		2.814.651	44.244	42.715	56.050	2.957.660
Rata rata per bulan		234.554	3.687	3.560	4.671	246.472

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur

Tabel di atas 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.

4.2 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:

4.2.1 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.

4.2.2 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 *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 *integrated* baik menghadirkan suasana kearifan lokal dari masyarakat setempat maupun menghadirkan suasana baru yang ramah lingkungan, sehingga memberi suasana bertambah nyaman dan bersifat alami.

4.2.3 Komoditi Barang Dagangan

Wisata religi umumnya memiliki karakteristik yang bersifat sangat unik, mengingat tujuan orang berkunjung ke situs makam wali lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan spritualnya (nurani), 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.

4.2.4 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.

4.2.5 Infrastruktur Kawasan Wisata

Infrastruktur yang meliputi sarana dan prasaran 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.

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 mengem-bangkan 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.

BAB 5

PERUMUSAN MODEL

5.1 Aspek Perumusan Model

Pengelolaan sentra UMKM merupakan suatu seni manajemen yang harus di gunakan 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 di implementasikan 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.

5.2 Tahapan Perumusan 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. Rumusan model harus dilakukan dengan tahapan yang jelas, sistematis dan runtut agar dihasilkan model yang layak. Adapun uraian secara detail langkah langkah perumusan model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi dapat diuraikan sebagai berikut:

5.2.1 Identifikasi 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 amatan 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 agar satua kajian ini benar benar mampu menjelaskan apa yang seharusnya ingin dicapai dalam penelitian ini.

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:

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

disebarkan kepada responden sekaligus disajikan jawabannya dalam Tabel 5.1 sebagai berikut:

Tabel 5.1 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 dilakukan atas inisiatif/arahan dari pemerintah setempat	31	62%	19	38%
12	Apakah lokasi usaha yang sekarang ini penataannya dilakukan 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 di atas 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.

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 5.2 sebagai berikut:

Tabel 5.2 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 dan nyaman dari gangguan yang ada (hujan, panas, binatang)	29	58%	21	42%
4	Apakah tempat usaha yang saudara tempati sudah terjaga	28	56%	22	44%

	kebersihannya sepanjang waktu (selalu bersih dan asri)				
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 di atas 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.

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 disebarikan kepada responden dan menyajikan jawaban responden dalam Tabel 5.3 sebagai berikut:

Tabel 5.3 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.

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 untuk disebarkan kepada responden sekaligus disajikan jawabannya dalam Tabel 5.4 sebagai berikut:

Tabel 5.4 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 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 di atas 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. 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. 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 paguyuban dan e) status wajib pajak. Berdasarkan indikator tersebut dapat didesain kuesioner untuk disebarkan kepada responden sekaligus disajikan jawabannya dalam tabel: 5.5 sebagai berikut:

Tabel 5.5 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%,

Tabel 5.5 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

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.

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 diidentifikasi 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 disebarkan kepada responden dengan jawaban sebagaimana yang disajikan dalam Tabel 5.6 sebagai berikut:

Tabel 5.6 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 di atas 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.

5.2.2 Memetakan Model Pengelolaan Sentra UMKM

Tahapan ini melakukan pemetaan/*mapping* pengelolaan sentra UMKM yang 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.

1. Lokasi Usaha

Merujuk tabel 5.1 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori rendah, sedang dan tinggi, sehingga dapat dipetakan aspek lokasi usaha sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 5.7. 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 5.7 sebagai berikut:

Tabel 5.7 Mapping Kondisi Riil Aspek Lokasi Usaha

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	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 dikun jungi 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 aparatur tingkat kecamatan turut memfasilitasi tersedianya lokasi ini dengan layak		42%	
10	Apakah aparatur 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 tercermin pada Gambar 5.1

Rendah (0% - 34%	Sedana (35% - 68 %)	Tinaai (69% - 100%)
8, 13	9, 3 5 10, 11	1 2 4 7, 6 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.

2. Tempat Usaha

Merujuk Tabel 5.2 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 5.8 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 dibangun oleh para wali di Jawa Timur, yang hingga sekarang telah dijadikan ikon wisata religi. Untuk memetakan kondisi riil tentang aspek yang terkait dengan tempat usaha dapat disajikan dalam tabel 5.8 sebagai berikut:

Tabel 5.8 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 ditampilkan 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%)
	11, 9	10
	5, 2, 1, 4, 3	7
	6, 8	

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.

3. Infrastruktur

Merujuk Tabel 5.3 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 5.9. 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 dari pengunjung yang datang berwisata religi. Untuk memetakan kondisi riil yang terkait aspek infrastruktur dapat disajikan dalam Tabel 5.9 sebagai berikut:

Tabel 5.9 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 penggunaanya		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		15%	55%	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 infrastruktur sebagaimana tercermin pada Gambar 5.3

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

Gambar 5.3 Kondisi Riil Aspek Infrastruktur

Gambar di atas 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.

4. Nilai Kearifan Lokal

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.4 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional atas aspek nilai kearifan lokal, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.10. 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 ciri khas 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 5.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 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%)
2	1,4 3, 7, 6 5	

Gambar 5.4 Kondisi Riil Aspek Kearifan Lokal

Gambar di atas 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. Legalitas

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada Tabel 5.5 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek legalitas, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam Tabel 5.11.

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 5.11 sebagai berikut:

Tabel 5.11 Mapping Kondisi Riil Aspek Legalitas

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	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%)		Sedana (35% - 68 %)	Tinggi (69% - 100%)
6,	5	4, 1	2, 3

Gambar 5.5 Kondisi Riil Aspek Legalitas

Gambar di atas 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.

6. Manajemen

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada Tabel 5.6 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek manajemen, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam Tabel 5.12.

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 5.12 sebagai berikut:

Tabel 5.12 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 tercermin pada Gambar 5.6

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

Gambar 5.6 Kondisi Riil Aspek Manajemen

Gambar di atas 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 disentra UMKM, oleh karena itu aspek manajemen 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.

5.2.3 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:

5.2.3.1 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 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 di kawasan 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, adat istiadat masyarakat yang sampai sekarang masih terjaga dan terpelihara dengan baik sehingga aspek ini akan menggambarkan suasana budaya yang tercermin pada 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.

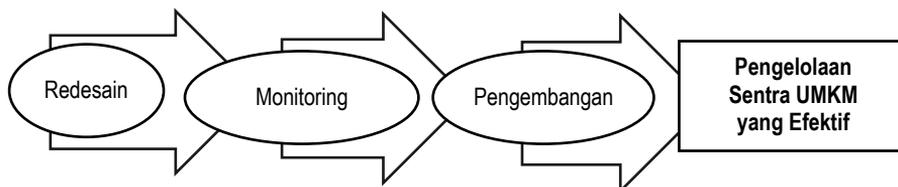
5.2.3.2 Rumusan Model

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 pisik 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. Dua aspek ini senantiasa dikembangkan secara bersamaan karena satu sama lain saling terkait dan saling melengkapi sedangkan detail rumusan model dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Rumusan Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Pisik

Pengelolaan yang bersifat pisik terkait dengan sentra UMKM, mengharuskan untuk melakukan rumusan model yang agak berbeda dengan yang bersifat non pisik, 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:

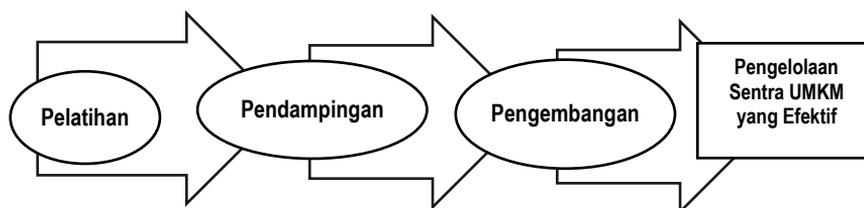


Gambar 5.7 Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Pisik

Implementasi model ini memerlukan kurun waktu dua tahun yang terdiri: a) waktu enam bulan untuk mengimplementasikan redesain pengelolaan sentra UMKM dalam bentuk pisik, 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 alami dan dinamis.

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 di atas 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 fisik, 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.

5.2.4 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 di pergunakan 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 model, dengan cara mendesain kuesioner. Selanjutnya kuesioner akan dibagikan kepada 15 responden (pelaku usaha (*purposive sampling*)) untuk memberi penilaian/persepsi atas serangkaian pertanyaan yang telah disusun dengan harapan dapat menjadi alat untuk mengukur tingkat efektivitas model yang telah dirumuskan tersebut.

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 yang terdiri: 1). sangat tidak setuju/sangat tidak sesuai, 2) setuju/sesuai, 3) sedang/cukup, 4) setuju/sesuai, dan 5) sangat setuju/sangat sesuai atas pernyataan yang disajikan 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 diimplementasikan dimasa

mendatang. Adapun tahapan dalam pengujian model dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi indikator yang ada didalam rumusan model pengelolaan sentra UMKM baik yang bersifat fisik maupun non fisik
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 lebih mendalam tentang persepsi pelaku usaha atas “Rumusan Model” yang telah dibuat, kemudian dievaluasi tentang kelemahan yang perlu di sempurnakan lebih lanjut.

Untuk memberikan gambaran detail tentang jawaban responden dan persepsi sekelompok pelaku usaha terhadap ”rumusan model pengelolaan sentra UMKM” dapat disajikan dalam Tabel 5.13 sebagai berikut:

Tabel 5.13 Persepsi “Model Pengelolaan Sentra UMKM-Bersifat Fisik”

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
Total Nilai Persepsi Responden		21	10	29	91	30	71,0

Sumber: Diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa “rumusan model mengelola 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 usaha hanya pada skor sebesar 26,7% dan relokasi tempat usaha dengan skor 28,0%, oleh karena itu perlunya perbaikan rumusan model yang sesuai dengan harapan masyarakat untuk menuju hasil yang lebih baik.

Tabel 5.14 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
Total Nilai Persepsi Responden		-	29	99	53	-	82,6

Sumber: Diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel di atas 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.

5.2.5 Mengevaluasi Efektivitas Rumusan Model

Berdasarkan persepsi 15 pelaku usaha 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 UMKM lain yang memiliki karakteristik sama.

5.2.6 Deskripsi 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:

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 pemangku kepentingan secara menyeluruh baik dari kalangan pemerintah, pengusaha, tokoh masyarakat dan pelaku usaha sendiri, sehingga menghasilkan fasilitas yang lebih memadai untuk pelayanan pengunjung.

2. Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Fisik

Pengelolaan sentra UMKM yang bersifat non fisik 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 fisik jauh lebih sulit dari yang bersifat fisik, 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.

5.2.6.1 Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Pisik

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 pisik 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 pisik 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.

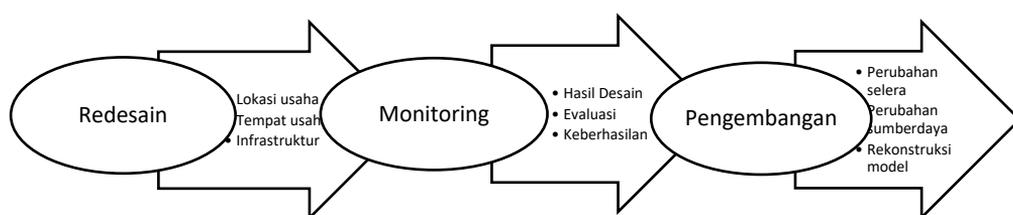
Model pengeloaan Sentra UMKM kawasan wisata religi memiliki pola yang sangat sederhana, tetapi karakteristik aspek tempat usaha lebih dominan dibanding aspek lokasi usaha dan infrastruktur karena kedua aspek tersebut secara riil agak sulit pengelolaannya seperti status kepemilikan lahan, posisi lahan yang menyatu dengan tempat tinggal, posisi lahan yang menyatu dengan area makam. Kondisi inilah yang menjadi penyebab pengelolaan sentra UMKM yang bersifat pisik tidak bisa secara memadai sehingga kurang menciptakan rasa aman dan nyaman pengunjung.

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, 3) tahap pengembangan pengelolaan sentra UMKM. Untuk menggambarkan mekanisme model tersebut dapat disajikan pada gambar di bawah ini.



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

Gambar di atas 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, government)* serta satu pilar penguat lainnya yaitu pemberdayaan masyarakat.

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 di kawasan 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 dilakukan 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. Untuk menggambarkan secara lengkap tentang 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 suasa 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.

- 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. Terus 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 fisik 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.

2. Tahap Monitoring

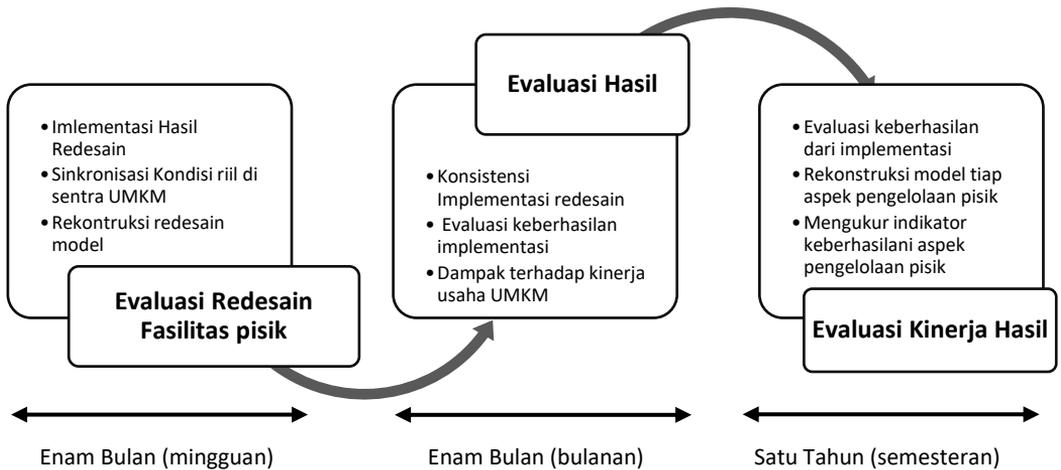
Monitoring merupakan proses dan upaya untuk menjamin keberlanjutan hasil redesain pengelolaan sentra UMKM agar dapat diimplementasikan secara benar dan konsisten sesuai dengan tujuannya. Hal yang sering diabaikan oleh para perumus kebijakan adalah membiarkan pelaku usaha tidak melakukan pengelolaan sentra 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 rekonstruksi kondisi fisik dengan implementasinya secara riil. Monitoring dapat dilakukan 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. 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 melalaui konsultasi langsung selama proses monitoring yang di lakukan setiap waktu (setiap minggu) oleh tim monitoring yang telah ditunjuk melalui sebuah kerjasama 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 aktiviatas 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.

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 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, 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. Rekontruksi 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 komplek, bertambahnya kapasitas, keperluan untuk pengendalian serta adanya tuntutan efektivitas dan efesiensi.
- d. Perubahan pengembangan yaitu kebutuhan untuk melakukan penyesuaian model pengelolaan sentra UMKM menjadi lebih efektif dan efesien, 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 serta mampu mendatangkan benefit yang layak bagi para pelaku usaha sendiri dan menjamin keberlanjutan usahanya di masa mendatang.

5.2.6.2 Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Fisik

Model pengelolaan sentra UMKM bersifat Non fisik 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 fisik (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.

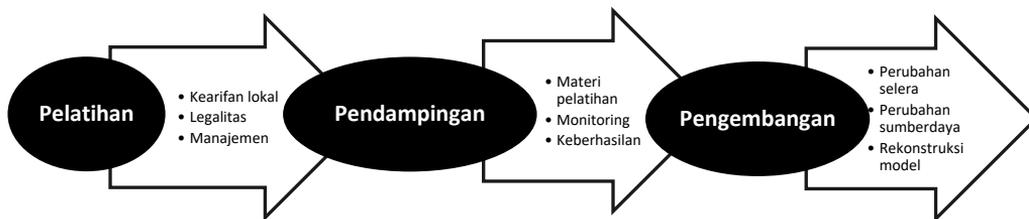
Kelemahan yang sangat mendasar dalam pengelolaan sentra UMKM adalah orientasi manajemen pelaku usaha yang rendah yaitu kepedulian yang kurang layak pada penggunaan konsep manajemen untuk pengelolaan usahanya, kecepatan untuk mengadopsi konsep manajemen yang lambat serta keinginan pelaku usaha untuk mengimplemntasikan 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. Untuk memberi gambaran secara detail tentang mekanisme model dapat disajikan dalam gambar berikut ini.



Gambar 5.11 Model Pengelolaan Sentra UMKM Bersifat Non Pisik

Gambar di atas 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.

1. Tahap Pelatihan

Pelatihan merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh lembaga baik pihak pemerintah, perguruan tinggi dan perusahaan kepada sekelompok masyarakat yang terkait dengan peningkatan kompetensi. Pelatihan seringkali tidak sesuai dengan tingkat kebutuhan yang dirasakan 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 implementasi pengelolaan sentra UMKM baik aspek nilai kearifan lokal, legalitas dan manajemennya. Pelatihan pengelolaan sentra UMKM merupakan 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 memberi *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 pada 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 yang dijual, perilaku pedagang, media center, media informasi dan lainnya)
- b. **Pelatihan Aspek Legalitas**, pelatihan aspek legalitas merupakan upaya 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 serta 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 paguyupan, 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 *aplicable*, 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 untuk melakukan peningkatan pada kemampuan pemasaran bagi pelaku UMKM maka jenis pelatihan yang sangat diperlukan adalah pelatihan tentang kreativitas pemilihan barang, penentuan harga yang kompetitif, dan menjalin komunikasi dengan pembeli. Pelatihan ini diharapkan akan mampu meningkatkan potensi pemasaran barang dagangan 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 gunakan 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 bijaksana dan bermartabat yang menyangkut 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 lebih inovatif dan bernilai ekonomis di pasar sehingga kesejahteraan masyarakatnya 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, munculnya persaingan global maupun perubahan selera konsumen. Kemampuan untuk memahami perubahan lingkungan eksternal tentu di perlukan agar pelaku UMKM dapat mengantisipasi adanya faktor yang mempengaruhi aktivitas usahanya yang meliputi peningkatan manajerial, kebutuhan inovasi, bertindak 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 berdampak pada pudarnya usaha serta penurunan kinerjanya.

2. Tahap Pendampingan

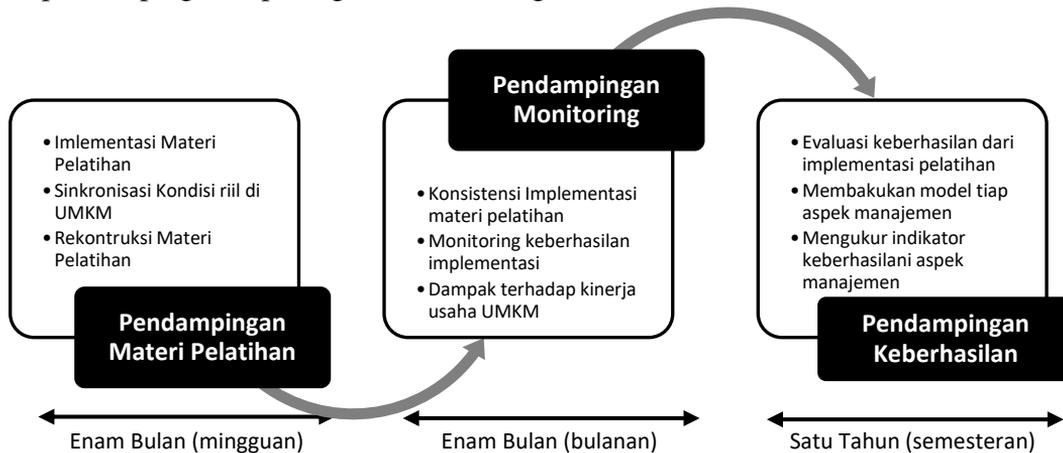
Pendampingan merupakan upaya untuk menjamin keberlanjutan hasil yang di peroleh dari pelatihan dapat diimplementasikan secara benar dan konsisten sesuai dengan tujuan pelatihan. Hal yang sering diabaika oleh para pengambil kebijakan terkait dengan pemberian pelatihan adalah membiarkan para pelaku usaha 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 diharapkan dapat dilakukan evaluasi tindakan terhadap dampak pelatihan dengan kondisi dilapangan, sehingga dapat dilakukan perbaikan secara langsung melalui rekontruksi, 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 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) pendampi-ngan 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 pelatihan harus dijamin dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik dan kondisi riil dilapangan, adapun detail program pendampingan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5.12 Program Pendampingan Pasca Pelatihan

Gambar di atas 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 dari 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 materi pelatihan yang pernah diperoleh (sebagai mentor) 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 dilapangan, 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 atas implementasi materi pelatihan yang sudah dijalankan selama semester pertama. Melalui pendampingan monitoring diharapkan serangkaian implementasi 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 pelaku usaha.
- 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, merenkonstruksi model tiap 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 akan berhasil

jika para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan UMKM mampu bersinergi secara ter-*integrated* menjadi satu pilar yang disebut *triple helix ABG (academic, business, government)*, 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.

3. Tahap Pengembangan

Tahap pengembangan merupakan upaya memandirikan 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 dimasukkan dalam model. Tahap pengembangan merupakan proses pendewasaan dan memandirikan pelaku UMKM agar dapat terus bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin kompleks dan rumit di tengah persaingan yang ketat.

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 menjadi lebih baik dan adaptif 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 dan senantiasa harus mampu menyelaraskan dengan perubahan yang terjadi.

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 zamannya 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.
- 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 yang menarik bagi para pelaku usaha sendiri dan menjamin keberlanjutan usahanya di masa mendatang.

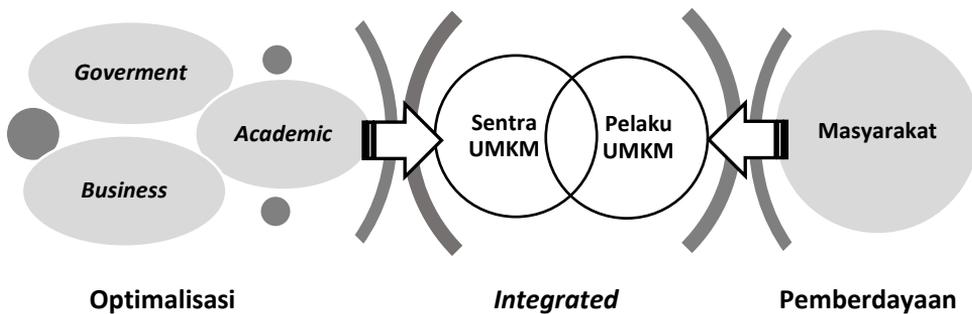
5.2.7 Kebutuhan Pengembangan Model Dan Peran *Stakeholder*

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 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 bagi UMKM. Untuk menjelaskan detail proses pengembangan model dapat ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



Gambar 5.13 Pengembangan Model dan Peran *Stakeholder*

Gambar di atas 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 yang meliputi pelaku UMKM dan sentra UMKM

5.2.7.1 Optimalisasi *Triple Helix*

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 kerja sama yang terintegrasi. 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

pada masyarakat merupakan tugas yang dapat diimplementasikan 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 di daerah 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 di lakukan 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.

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 untuk mengoptimalkan sumberdayanya sesuai dengan domainnya masing masing.

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
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 di seluruh 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 kemitraaan. 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.

5.2.7.2 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 pisik, tetapi juga meliputi hal hal yang bersifat non pisik tetapi jelas turut dalam proses terbentuknya nilai tambah dari setiap aktivitas masyarakat, karena itu sudah selayaknya jika pemberdayaan seluruh potensi sumberdaya masyarakat dapat dioptimalkan untuk mempercepat tumbuh berkembangnya perekonomian warga di seluruh wilayah. Terdapat tiga sumberdaya masyarakat yang perlu dioptimalkan potensinya dalam rangka pertumbuhan dan pengelolaan sentra UMKM yaitu:

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 norma 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 *intangibile*, 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 lingkungan, 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 kedalam kegiatan produksi yang bernilai tambah ekonomis, sehingga turut memacu perkembangan kegiatan sentra UMKM serta berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

5.2.7.3 Komunitas UMKM yang *Ter-integrated*

Usaha mikro kecil dan menengah memiliki dua karakteristik yang bersifat unik yaitu keterkaitan antara pelaku UMKM dan 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 berkompeten, 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 kemampuan manajerial yang mumpuni guna untuk mengelola usahanya lebih efektif dan efisien
- d. Terjalinnnya 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 sepenaggungan, 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 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 paguyupan 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 membentuk identitas diri sebagai sentra UMKM, karena secara fisik telah membentuk suatu kawasan usaha yang dihuni oleh komunitas 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 sehingga dapat mengurus berbagai kepentingannya terutama yang terkait dengan kepentingan pihak luar komunitas.

BAB 6

PENUTUP

6.1 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 dilakukan dengan menggunakan model yang meliputi: a) tahap redesain pengelolaan sentra UMKM, b) tahap monitoring implementasi pengelolaan sentra UMKM dan c) tahap pengembangan. Tahapan ini harus dilakukan secara terintegrasi agar pengelolaan fasilitas sentra UMKM dapat mendukung pelayanan pada pengunjung menjadi lebih aman dan nyaman
3. Pengelolaan sentra UMKM bersifat non fisik dilakukan dengan menggunakan model yang meliputi: a) tahap pelatihan, b) tahap pendampingan serta c) tahap pengembangan. Model ini berorientasi pada pengembangan kompetensi sumber daya manusianya terlebih dahulu 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.
4. 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.

5. 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 dilakukan secara individual oleh masing masing penggiat UMKM tetapi harus dilakukan 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.
6. Perlunya pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi kepemilikan sumber daya setempat, guna untuk 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.

6.2 Implikasi

Implementasi model pengelolaan sentra UMKM yang efektif akan memberi implikasi pada berbagai aspek sebagai berikut:

1. Terwujudnya sinergi dari tiga pilar *stakeholder* dalam pengembangan konsep perekonomian sektor UMKM, karena tiga pilar dalam *triple helix* ini diharuskan menyusun program yang ter-*integrated*, aplikatif dan berkarakter sesuai dengan jati diri ekonomi bangsa yaitu ekonomi kerakyatan yang mandiri. Pengelolaan sentra UMKM yang dirumuskan dalam model yang efektif tentu akan menjadi mesin penggerak dan pemicu kebangkitan perekonomian alternatif yang masif dan memberi kontribusi riil bagi perekonomian regional maupun lokal.
2. Terwujudnya program pendidikan tinggi yang terintegrasi dengan aspek global maupun isu lokal, karena kemampuan lembaga pendidikan tinggi setempat dalam menangkap permasalahan masyarakat sebagai inspirasi dalam menyusun program pengembangan di bidang tridarma perguruan tinggi khususnya program penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Selama ini lembaga pendidikan tinggi kurang mengoptimalkan sumber daya intelektualnya guna mencari solusi terbaik dari berbagai problem masyarakat, oleh karena itu optimalisasi peran *triple helix* dalam pengembangan pengelolaan sentra UMKM akan mendorong kalangan akademisi, pelaku bisnis dan birokrasi untuk duduk bersama, guna merumuskan program pengembangan sumberdaya masyarakat melalui program pemberdayaan dan optimalisasi semua aspek sumberdaya yang dimiliki dalam rangka untuk menciptakan “*value added*” ekonomi lokal menjadi sumber daya saing kompetitif dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

3. Terwujudnya kawasan sentra UMKM dan pelaku UMKM yang *ter-integrated*, karena keterlibatan *stakeholder* yang bersinergi praktis dalam perumusan model pengembangan dan pengelolaan sentra UMKM yang efektif, menjadikan setiap sentra UMKM sebagai sentra kegiatan ekonomi warga, sehingga berkontribusi riil dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, oleh karena itu sentra UMKM harus terus didorong, baik secara kuantitas maupun aktivitasnya agar dapat menjadi sentra ekonomi yang produktif, mandiri dan berintegritas dalam rangka terwujudnya jati diri ekonomi suatu bangsa.



Universitas Narotama Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. 2015. **Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur dalam Angka**. Surabaya: Penerbit Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- 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
- 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
- Wahyudiono, 2017. **“Pengembangan Model dan Optimalisasi Pengelolaan Sentra UMKM Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**.



Universitas Narotama Surabaya

TENTANG PENULIS



WAHYUDIONO, dilahirkan di Magetan, menyelesaikan pendidikan program sarjana akuntansi pada tahun 1986, mengikuti program magister manajemen dengan spesialis pemasaran pada tahun 1996 di Universitas Airlangga Surabaya, melanjutkan program pendidikan doktor bidang ekonomi manajemen lulus pada tahun 2006 di lembaga yang sama di Universitas Airlangga Surabaya. Kariernya di bidang pendidikan dimulai pada tahun 1983 mulai dari asisten dosen sampai akhirnya meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi.

Sejak tahun 2008 mulai menekuni bidang penelitian dengan minat kajian dibidang strategik dan manajemen UMKM. Memperoleh hibah penelitian Dikti sejak tahun 2012 sampai tahun 2017 dan memperoleh kepercayaan terlibat dalam tim penelitian sebanyak lima judul penelitian yang telah didanai oleh Kemenristekdikti (skema penelitian hibah bersaing & penelitian unggulan perguruan tinggi). Menjadi narasumber berbagai seminar/workshop terkait tata kelola lembaga perguruan tinggi, akreditasi institusi/lembaga, penelitian, kinerja dosen/lembaga, menjadi asesor kompetensi profesi (LSP/BNSP bidang Akuntansi) dan asesor beban kinerja dosen bagi dosen tersertifikasi.

Saat ini penulis masih aktif sebagai dosen tetap fakultas ekonomi dan bisnis universitas Narotama Surabaya, sekaligus dosen tidak tetap di beberapa perguruan tinggi lain diantaranya Perbanas, UWK, UKDC, ITATS dan Unitomo Surabaya baik sebagai dosen pada program vokasi, program sarjana maupun program pasca sarjana. Jabatan struktural yang pernah diemban sebagai ketua prodi Akuntansi, ketua prodi magister manajemen, dekan fakultas ekonomi, ketua pusat penelitian, ketua departemen perencanaan dan pengembangan universitas, pusat teknologi pembelajaran, ketua senat fakultas ekonomi serta sekretaris senat universitas.



JFX. Susanto Soekiman, lahir di Surabaya, menempuh pendidikan program sarjana teknik sipil lulus pada tahun 1984, Program *Magister of Business Administration* lulus pada tahun 2001 di Universitas Dr. Soetomo Surabaya, mengikuti program doktor ilmu ekonomi lulus tahun 2004 di Universitas 17 Agustus Surabaya. Kariernya di bidang pendidikan dimulai pada tahun 1986, pada saat ini telah meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi serta asesor BNSP/LSP bidang A2K4.

Sejak tahun 2010 mulai aktif menduduki berbagai jabatan organisasi profesi diantaranya ketua AMA, yayasan UNION, Markplus. Jabatan struktural yang pernah diemban diantaranya sebagai Direktur Program Pascasarjana, Dekan Fakultas Ekonomi serta aktif sebagai nara sumber pada berbagai kegiatan seminar maupun undangan sebagai dosen tamu di perusahaan multinasional maupun beberapa perguruan tinggi di Jawa Timur. Terlibat dalam tim peneliti hibah penelitian unggulan perguruan tinggi (Dikti) pada tahun 2016 dan 2017.



Veronika Nugraheni Sri Lestari, dilahirkan di kota Surabaya, mengikuti pendidikan program sarjana Ekonomi Pembangunan pada tahun 1995, dilanjut program Magister Manajemen pada tahun 2001 pada lembaga yang sama Universitas Dr. Soetomo Surabaya. Sebagai Dosen tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis di Universitas Dr. Soetomo Surabaya tahun 1998 sampai sekarang, sebagai dosen tersertifikasi, sebagai asesor BNSP/LSP dengan kompetensi bidang Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat.

Sejak tahun 2009 mulai menekuni bidang penelitian internal dengan fokus kajian kebijakan publik dan bergabung dengan tim peneliti hibah penelitian unggulan perguruan tinggi (Dikti) pada tahun 2016 dan 2017. Berbagai jabatan profesi yang pernah diemban adalah pengurus ADRI Cabang Jawa Timur dan mengemban jabatan struktural sebagai ketua program studi ekonomi pembangunan di Universitas Dr. Soetomo Surabaya.