
Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo)

Idris Yanto Niode

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

email: idris_niode@ung.ac.id

Endi Rahman

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

email: endi_rahman@ung.ac.id

Dikirim; 28-02-2022, Direvisi; 05-10-2022, Diterima; 22-12-2022

ABSTRACT

This study aimed to formulate a design for developing the potential of SMEs based on the creative economy and marine tourism as a regional superior sector in Bone Bolango, Gorontalo.

The approach in this study used a Mix Method Exploratory approach. This research involved the Tourism Department and the Department of Industry and Trade and SMEs of Bone Bolango, tourism institutions, BUMN/ BUMS, universities, media, creative SMEs, tourists, SME practitioners and companies (non-banking). Collecting data used the Focus Group Discussion (FGD) method, distributing questionnaires, interviews and observations. Data analysis for qualitative used Miles and Huberman approach and for quantitative used SWOT analysis, Stakeholder Role analysis and Analytical Hierarchy Process (AHP) analysis.

The results showed that the design of developing the potential of SMEs based on the creative economy and marine tourism as a regional superior sector in Bone Bolango Regency, Gorontalo, resulted in an integration and optimization model, namely the "Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM)" which was a development model for optimizing the main tourism products and products. Creativity combined with local wisdom to form an attractive and sustainable Destination Image to be the main choice in improving the welfare of MSMEs based on the creative economy and marine tourism in Bone Bolango Regency, Gorontalo. These some efforts had created the regional economic resilience in form the rising of prosperity of society.

Keywords: MSMEs; Creative Economy; Maritime Tourism; Local Wisdom; Regional Economic Resilience

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk merumuskan desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, Gorontalo.

Pendekatan pada kajian ini memakai pendekatan *Mix Method Eksploratory* dimana untuk penguatan analisis kuantitatif memakai statistik deskriptif. Adapun subjek pada kajian ini ialah Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bone Bolango, Dinas Perindag dan UMKM Kabupaten Bone Bolango, Kelembagaan pariwisata, BUMN/ BUMS, Universitas, Media, UMKM Kreatif, Wisatawan, Praktisi UMKM dan Perusahaan (Non Perbankan). Pengumpulan data memakai metode *Focus Group Discussion* (FGD), penyebaran angket, wawancara terbuka dan

terstruktur serta observasi. Analisis data untuk kualitatif memakai pendekatan Miles dan Huberman dan untuk kuantitatif memakai analisis SWOT, Analisis Peran *Stakeholder* dan analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Hasil kajian menunjukkan jika desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, Gorontalo menghasilkan suatu model integrasi dan optimalisasi yakni “Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM)” yang merupakan model pengembangan dengan langkah konsistensi untuk melakukan integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan local. Adapun 7 (tujuh) pihak yang berkepentingan dilibatkan dalam “Pogambango Hepta Helix Model (PHHM)” yakni pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata dan Dinas Perindag & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelerator*), Universitas (*Conseptor*), BUMN/BUMS (*Enabler/Creditor*), UMKM Kreatif (*Creator/Designer*), Media (*Catalisator*) dan Wisatawan (*Afiliator*). Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, Gorontalo bisa dioptimalkan melalui strategi integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango, Gorontalo. Berbagai upaya tersebut telah menciptakan ketahanan ekonomi wilayah dalam bentuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: *UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif; Pariwisata Bahari; Kearifan Lokal; Ketahanan Ekonomi Wilayah.*

PENGANTAR

Usaha kecil dan menengah memiliki potensi, peran serta kedudukan yang sangat strategis serta penting untuk menciptakan tujuan pembangunan nasional serta tujuan pembangunan ekonomi masyarakat. Nufus., dkk (2021), Yurniawati dan Widiarsih (2019), Hanoatubun (2020), Saturwa (2021), serta Sinuraya (2020) mengatakan bahwa pemerintah harus memberi perhatian yang lebih bagi UMKM karena pada masa pandemi ini UMKM menjadi penopang ekonomi namun sebagian lainnya mengalami keadaan yang kurang baik. Untuk itu UMKM harus berkolaborasi dengan sektor lainnya, salah satunya ialah pariwisata bahari, sebagaimana diungkapkan Tegar dan Gurning (2018); Syamsari., dkk (2022) bahwa pariwisata bahari mampu memberikan manfaat ekonomi bagi para pelaku usaha di wilayah pesisir pantai.

Usaha yang disarankan untuk memanfaatkan serta mengelola potensi wisata bahari dengan maksimal dapat dikombinasikan melalui pendekatan serta pembinaan UMKM yang tentunya yang ada kaitannya dengan industri kreatif. Penguatan UMKM dilakukan agar hasil penjualan menjadi lebih baik (Niode dan Hinelyo, 2020).

Florita, dkk (2018) mengatakan bahwa pembinaan dimaksud meliputi peningkatan kemampuan atau keahlian agar pelaku UMKM lebih bisa bersaing. Jumardito (2022); Nababan., dkk (2020); Muawanah., dkk (2020); Friliyantini., dkk (2011); Triyanti., dkk (2020) mengatakan bahwa pengembangan pariwisata bahari pada umumnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Ohorella dan Prihantoro (2021) *Branding* menjadi strategi yang konkrit untuk peningkatan pariwisata, sehingga peran pemerintah atas hal tersebut sangatlah krusial untuk ekonomi wilayah.

Suwena dan Widayatama (2017) memaparkan jika perencanaan di bidang pariwisata pada umumnya ialah usaha yang dijalankan untuk mencari titik temu di antara sisi penawaran serta sisi permintaan ataupun dengan istilah lain bisa mewujudkan kesesuaian di antara kebutuhan dari sisi pasar atau permintaan dengan dukungan pengembangan dari sisi produk ataupun penawaran wisata maupun destinasi wisata. Jika aspek dasar dalam usaha menerangkan wisata di sebuah destinasi wisata yang berkaitan dengan perencanaan, pembangunan, pelaksanaan serta pengembangan senantiasa

bersinergi, maka pengelolaan potensi-potensi objek wisata bahari diharapkan mampu berkontribusi bagi peningkatan pendapatan asli daerah maupun untuk kesejahteraan masyarakat demi ketahanan ekonomi yang lebih baik (Batilmurik dan Lao, 2016).

Sinergitas antara perkembangan UMKM yang bergerak dalam industri kreatif dan sektor pariwisata bahari sangatlah menjanjikan dan bisa mendorong adanya kesempatan perekonomian masyarakat setempat dalam bentuk berbagai usaha kecil (Nugraha, dkk 2017). Hal itu dilandasi oleh analisis motivasi usaha yang mengungkapkan jika semakin banyak jumlah wisatawan maka semakin banyak juga persentase usahawan yang membangun usaha sebab adanya peluang pariwisata. Fathurahman dan Martani Huseini (2018); Indrajaya., dkk (2019); Sutrisno (2021); Nugraha., dkk (2017); Primadini dan Arrazybahwa (2021) serta Wahyuningsih dan Satriani (2019) menegaskan bahwa ekonomi kreatif akan membawa dampak yang baik bagi aktivitas ekonomi, sehingga ekonomi kreatif secara perlahan akan menggantikan peran komoditas dan sumber daya alam sebagai penyokong perekonomian.

Peluang akan kolaborasi tersebut juga potensial dikembangkan di Kabupaten Bone Bolango yang memiliki daerah pesisir yang cukup besar dan berada di posisi atau koridor kawasan Teluk Tomini serta banyak memiliki obyek-obyek wisata potensial perlu mengoptimalkan sektor sektor industri pariwisata. Peran masyarakat dalam industri pariwisata diwujudkan dalam bentuk usaha-usaha mikro kecil dan menengah pendukung wisata misalnya usaha industri kreatif berupa makanan, minuman serta cinderamata. Dalam perkembangan yang ada komoditas yang berasal dari UMKM sesuai dengan

permintaan komunitas yang diperlukan oleh para pengunjung misalnya jasa penyewaan kendaraan, penginapan, restoran serta berbagai fasilitas yang lain. Maksudnya pengembangan wisata bakal memberikan stimulus dalam mengembangkan UMKM di sekitar kawasan wisata khususnya.

Akan tetapi dalam mengembangkan kedua sektor tersebut terkadang mengalami hambatan baik di tingkat masyarakat, pemerintah dan unsur lainnya. Fenomena lapangan khususnya di Kabupaten Bone Bolango ditemukan bahwa angka kemiskinan pada tahun 2021 sebesar 16,30% yang berada pada urutan kelima dari enam kabupaten/kota di Provinsi Gorontalo. Masih tingginya angka kemiskinan ini karena inovasi dalam pengembangan potensi ekonomi untuk UMKM masih minim terutama bagi mereka yang berada di kawasan Teluk Tomini, sehingga wisata bahari seakan-akan berdiri parsial dalam menstimulus ekonomi dan begitupun pada aspek ekonomi kreatif. Dengan kedua komoditi tersebut berkolaborasi akan menciptakan sebuah model pengembangan ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat.

Melalui pendekatan kajian kajian kali ini diharapkan bisa mendorong dan memberikan tanggapan masyarakat pesisir di kawasan Teluk Tomini dalam melakukan pengembangan potensi desa melalui pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan wisata bahari, serta berkontribusi sebagai sumbangsih pemikiran kepada pemerintah daerah terkait dengan potensi wilayah daerah wilayah pesisir Teluk Tomini yang bisa dikembangkan, dan menjalin kerjasama dengan pemerintah serta masyarakat, dimana pada akhirnya hal itu gagal bermuara pada proses penguatan ekonomi masyarakat melalui desa pendampingan serta binaan.

Berdasarkan gagasan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari dan implikasinya terhadap ketahanan ekonomi wilayah maka tujuan dalam kajian ini adalah untuk merumuskan desain strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari dan implikasinya terhadap ketahanan ekonomi wilayah di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Hal ini akan bermanfaat dalam pengambilan keputusan pemerintah berdasarkan model pengembangan yang efektif dan efisien untuk percepatan pembangunan Kabupaten Bone Bolango.

Penelitian ini dijalankan di Kabupaten Bone Bolango selama 3 bulan, yakni Maret 2022-Juni 2022. Pendekatan pada kajian ini memakai pendekatan *Mix Method Eksploratory* dimana untuk penguatan analisis kuantitatif memakai statistik deskriptif. Pengumpulan data memakai metode *Focus Group Discussion* (FGD), penyebaran angket, wawancara terbuka dan terstruktur serta observasi. Analisis data untuk kualitatif memakai pendekatan Miles dan Huberman dan untuk kuantitatif memakai analisis SWOT, analisis peran *Stakeholder* dan analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Analisis SWOT digunakan untuk merancang sebuah strategi dasar (David dan David, 2017) yang kemudian dilanjutkan dengan analisis *Stakeholder* yang tentu akan menghasilkan aktor yang dominan berperan dalam strategi tersebut yang kemudian dilanjutkan dengan analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk merumuskan suatu model yang sesuai dengan desain pengembangan potensi berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango.

PEMBAHASAN

Hasil SWOT Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif Dan Wisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan.

Hasil SWOT pengembangan UMKM ekonomi kreatif dan wisata bahari dapat dijelaskan di bawah ini.

Pertama, identifikasi faktor internal dan eksternal. Adapun yang menjadi faktor strategi internal disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*)

No	Uraian	Pen Aktual	Bobot	Rating	Skor
1	Keanekaragaman hayati dan biota laut	81.50	0.058	4.450	0.257
2	Lokasi strategis & jalan mudah diakses	81.05	0.058	3.150	0.181
3	Tarif masuk yang terjangkau	72.10	0.051	3.600	0.184
4	Jumlah pemandu selam dan pemandu wisata yang tersertifikasi	69.95	0.050	3.400	0.169
5	Fasilitas penginapan (Villa)	73.65	0.052	3.550	0.186
6	Keunikan dan keindahan objek wisata	80.00	0.057	4.200	0.239
7	Kawasan strategis tebak Tomani	84.25	0.060	4.750	0.284
8	Kojasama dan koordinasi lintas sektoral	80.10	0.057	4.100	0.233
9	Ketersediaan fasilitas perahu nelayan yang disewakan	82.60	0.059	4.200	0.246
Jumlah Strengths			0.501		1.979
1	Bahan adanya wisata kuliner	87.50	0.062	4.450	0.276
2	Produk panganan & aksesoris souvenir (Cenderamata) lokal	89.75	0.064	4.650	0.296
3	Kegiatan even atraksi pendamping (seni & budaya)	88.40	0.063	4.250	0.267
4	Ketersediaan fasilitas air bersih/ WC	86.85	0.062	4.400	0.271
5	Pengelolaan fasilitas dilakukan secara perorangan/ pribadi	84.65	0.060	4.050	0.243
6	Pengelolaan masyarakat yang terbatas	88.60	0.063	4.450	0.280
7	Kurangnya kegiatan promosi	88.50	0.063	4.500	0.282
8	Kurangnya pelatihan	89.55	0.064	4.600	0.292
Jumlah Weaknesses			0.499		2.208
Jumlah IFAS			1.000		1.000
Skor IFAS					-0.229

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasar Tabel 1 tersebut bisa dilihat bahwa selisih dari faktor kekuatan dan kelemahan adalah negatif, senilai -0,229 dimana kelemahan lebih besar nilai skornya dibandingkan dengan kekuatan. Ini bermakna bahwa pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango masih menghadapi berbagai tantangan secara internal dimana pengembangan kapasitas sangat perlu dijalankan, baik kapasitas sumber daya

manusia, kapasitas industri kreatif dan kapasitas wisata dengan berbagai fasilitas yang lebih memadai.

Kedua, identifikasi faktor eksternal. Adapun yang menjadi faktor strategi eksternal disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*)

No	Uraian	Poin Aktual	Bobot	Rating	Skor
1	Tempat sarana pemasaran & promosi	77.00	0.105	4.300	0.433
2	Pemanfaatan Dana CSR	76.00	0.104	4.200	0.437
3	Adanya political will pemerintah daerah	75.95	0.104	4.200	0.437
4	Antimo wisatawan Lokal & manca Negara	74.75	0.102	4.100	0.420
5	Terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar	77.10	0.106	4.350	0.459
6	Sektor Pariwisata dengan minat khusus	76.80	0.105	4.450	0.468
Jumlah Opportunities			0.627		2.674
1	Kurangnya kesadaran masyarakat	72.35	0.099	3.550	0.352
2	Adanya persaingan dan daerah lain	72.05	0.099	3.500	0.345
3	Pencemaran lingkungan sekitar pantai & laut	65.25	0.089	3.150	0.281
4	Terjadinya bencana/ gangguan alam	63.00	0.086	3.050	0.263
Jumlah Threats			0.373		1.242
Jumlah EFAS		730.25	1.000		
Skor EFAS					1.433

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Tabel 2 memperlihatkan bahwa faktor peluang jauh lebih besar dibandingkan dengan skor dari ancaman. Hal itu memperlihatkan terdapat peluang yang banyak bagi berbagai elemen untuk mengembangkan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango atau dalam hal peluang yang besar dimiliki oleh masyarakat pesisir dan pemerintah dalam upaya untuk mereduksi ancaman bahkan bisa mereduksi kelemahan yang ada. Dengan memanfaatkan peluang ini maka pariwisata di Kabupaten Bone Bolango akan memiliki keunggulan kompetitif ataupun keunggulan komparatif yang baik.

Ketiga, matriks SWOT. Adapun hasil dari alternatif strategi untuk mengembangkan desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3
Matriks SWOT

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	INTERNAL	Keanekaragaman hayati dan budaya laut Lokasi strategis & jalan mudah diakses Tarif masuk yang terjangkau Jumlah pemandu selam dan pemandu wisata yang tersertifikasi Fasilitas penginapan (Villa)
EKSTERNAL	Keunikan dan keindahan objek wisata Kawasan strategis teluk Tomani Kerjasama dan koordinasi lintas sektoral Ketersediaan fasilitas perahu nelayan yang disewakan	Pengetahuan masyarakat yang terbatas Kurangnya kegiatan promosi Kurangnya pelatihan
Peluang (Opportunities)	SO	WO
Tempat sarana pemasaran & promosi Pemanfaatan Dana CSR Adanya political will pemerintah daerah Antimo wisatawan Lokal & manca Negara Terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar Sektor Pariwisata dengan minat khusus	1. Melakukan pelatihan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif 2. Melakukan pelatihan bagi masyarakat untuk menjadi penyelim profesional dan tour gate	1. Membuat kegiatan perlombaan rutin bagi UMKM yang produksinya berbasis dasar hasil laut dan perikanan serta ekonomi kreatif fashion karawo 2. Menyediakan stand yang menjual makanan khas Gorontalo agar lebih menarik minat pengunjung 3. Membuat museum artefak sejarah Gorontalo bahkan membuat sebuah wadah (poster) berbagai cerita sejarah di Gorontalo
Ancaman (Threats)	ST	WT
Kurangnya kesadaran masyarakat Adanya persaingan dari daerah lain Pencemaran lingkungan sekitar pantai & laut Terjadinya bencana/ gangguan alam	1. Melakukan mitigasi risiko pariwisata dan melakukan inovasi 2. Melakukan kerja sama lintas sektoral dengan event tahunan yang lebih menarik minat pengunjung	1. Melakukan tambahan kombinasi produk pariwisata dengan sektor lainnya yang potensial seperti pariwisata yang berbasis privat premium

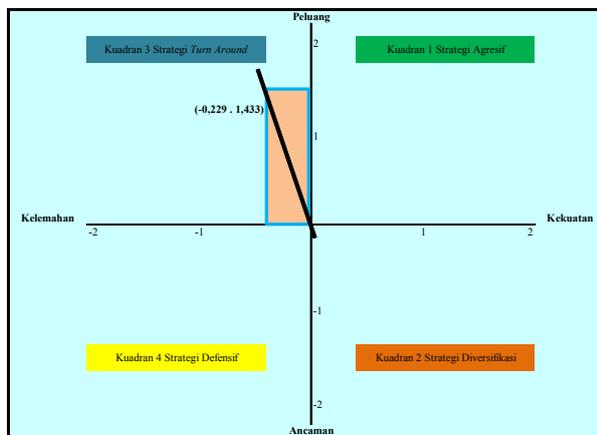
Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Sesuai dengan Tabel 3 pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah lebih idealnya memakai strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*) karena adanya keadaan dimana besarnya kelemahan yang bisa direduksi dengan besarnya peluang dalam upaya integrasi dan optimalisasi pariwisata berbasis ekonomi kreatif yang sesuai dengan kearifan lokal.

Keempat, diagram analisis SWOT. Sesuai dengan hasil IFAS dan EFAS letak kuadran strategi disajikan dalam Gambar 1.

Gambar 1 tersebut memperlihatkan bahwa posisi desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango berada pada kuadran 3, yakni strategi *Turn Around*. Strategi ini menekankan bahwa upaya

Gambar 1
Diagram Analisis SWOT



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango bisa difokuskan pada pemanfaatan berbagai peluang untuk mengubah kelemahan dimana hal-hal yang perlu dijalankan oleh *stakeholder* pariwisata, yakni (1). Membuat kegiatan perlombaan rutin bagi UMKM yang produknya berbahan dasar hasil laut dan perikanan serta ekonomi kreatif fashion Karawo, (2). Menyediakan stand yang menjual makanan khas Gorontalo agar lebih menarik minat pengunjung dan (3). Membuat miniatur artefak sejarah Gorontalo bahkan membuat sebuah wadah (poster) berbagai cerita sejarah di Gorontalo.

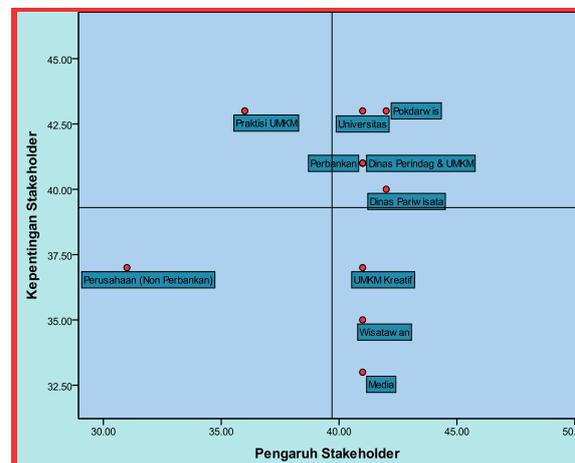
Peran Stakeholder

Peran *stakeholder* dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango cukup beragam, dimana terdapat *stakeholder* dengan kepentingan dan kontribusi pengaruh yang setara yakni sama-sama berada dalam kategori tinggi ataupun dalam kategori yang rendah. Kemudian terdapat *stakeholder*

dengan kepentingan dan kontribusi pengaruh yang tidak sejalan seperti *stakeholder* dengan kepentingan tinggi namun pengaruh rendah ataupun sebaliknya kepentingan rendah namun pengaruh tinggi. Rata-rata efektivitas dari tingkat kepentingan-pengaruh *stakeholder* berada dalam kriteria yang efektif. Ini bermakna dominannya *stakeholder* dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango yang mampu untuk mengoptimalkan kinerjanya dibandingkan dengan tingkat kepentingan atau harapan dalam proses perencanaan yang telah dijalankan.

Hasil analisis peran *stakeholder* dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango disajikan pada Gambar 2.

Gambar 2
Stakeholder Grid



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Gambar 2 tersebut memperlihatkan bahwa sesuai dengan tingkat kepentingan dan pengaruh, *stakeholder* akan diklasifikasikan menjadi 4 (empat) bagian di dalam kuadran, yaitu *Key Players*, *Subject*, *Context Setter*, *Crowd*. Terdapat 5 *stakeholder* yang masuk

dalam kriteria *Key Players*, 1 *stakeholder* yang masuk dalam kriteria *Subject*, 3 *stakeholder* yang masuk dalam kriteria *Context Setter*, serta 1 *stakeholder* yang masuk dalam kriteria *Crowd*. Sementara itu, hasil yang lebih operasional bisa disajikan secara keseluruhan pada Tabel 4.

Tabel 4
Rangkuman Peran *Stakeholder*

K e p e n t i n g a n	Rangkuman Peran <i>Stakeholder</i>	
	<i>Subject</i>	<i>Key players</i>
	Praktisi UMKM	1. Dinas Pariwisata
		2. Dinas Perindag & UMKM
		3. Universitas
		4. Perbankan
		5. Pokdarwis
<i>Crowd</i>		<i>Context Setter</i>
Perusahaan (Non Perbankan)		1. Media
		2. UMKM Kreatif
		3. Wisatawan

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Sesuai dengan Tabel 4 bisa dijabarkan hasil analisis peran *stakeholder* seperti berikut.

Pertama, Key Players. Kategori *Key Players* merupakan kriteria dengan keadaan kepentingan tinggi (*high importances*) dan pengaruh tinggi (*high influence.*) *Stakeholder* ini yang paling perlu dilibatkan untuk bekerjasama dalam pelaksanaan program kegiatan. *Stakeholder* yang masuk dalam kriteria ini berperan sesuai dengan tingkat kepentingan tinggi dan pengaruh tinggi, yakni Dinas Pariwisata, Dinas Perindag & UMKM, Universitas, Perbankan dan Pokdarwis atau kelembagaan pariwisata bahari. Hal itu karena *stakeholder* ini memiliki peran yang aktif dalam kegiatan pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dimana seluruh *stakeholder* ini terus berupaya untuk menjadi bagian penting dalam berbagai kebijakan dan program dalam sektor pariwisata.

Kedua, Context Setter. Kategori *Context Setter* merupakan kriteria dengan keadaan ketertarikan/kepentingan rendah (*low interest /importance*), rendah (*low interest/importance*), pengaruhnya tinggi (*high influence*). *Stakeholder* tersebut bisa mempengaruhi dampak dari pelaksanaan program kegiatan. *Stakeholder* yang masuk dalam kriteria ini berperan sesuai dengan tingkat kepentingan rendah dan pengaruh tinggi yakni media, UMKM kreatif dan wisatawan. Hal itu karena *stakeholder* ini memiliki kepentingan yang tidak begitu besar namun dampak yang diberikan ketika *stakeholder* tersebut terlibat sangat baik dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, dan sangatlah dirasakan terutama dalam upaya untuk menciptakan *Brand Image* dan *Brand Awarrennes* untuk produk-produk ekonomi kreatif.

Ketiga, Subject. Kategori *Subject* merupakan kriteria dengan keadaan ketertarikan/kepentingan tinggi (*high interest /importance*) dan pengaruh rendah (*low influence*). *Stakeholder* ini menghendaki adanya inisiatif untuk dilibatkan agar kepentingan mereka terlindungi. *Stakeholder* yang masuk dalam kriteria ini berperan sesuai dengan tingkat kepentingan tinggi dan pengaruh rendah, yakni praktisi UMKM. Hal itu karena *stakeholder* ini pada dasarnya memiliki kepentingan yang besar dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, namun langkah taktis dan berbagai kegiatan yang dijalankan kurang memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan

pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango. Hal itu karena sebagian besar kegiatan yang dijalankan hanya pada tahap edukasi dan sosialisasi.

Keempat, Crowd. Kategori *Crowd* merupakan kriteria dengan keadaan ketertarikan/kepentingan rendah (*low interest/importance*), dan pengaruhnya rendah (*low influence*). *Stakeholder* tersebut perlu dipertimbangkan untuk dilibatkan dalam pelaksanaan program kegiatan. *Stakeholder* yang masuk dalam kriteria ini berperan sesuai dengan tingkat kepentingan rendah dan pengaruh rendah yakni perusahaan non-perbankan. Hal itu karena *stakeholder* ini kurang memiliki perhatian dan kepentingan lagi dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango sehingga kontribusi yang diberikan dalam langkah strategis dan kebijakan dalam pelestarian masih kurang optimal, terlebih lagi kebijakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan cenderung bukan diberikan dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif.

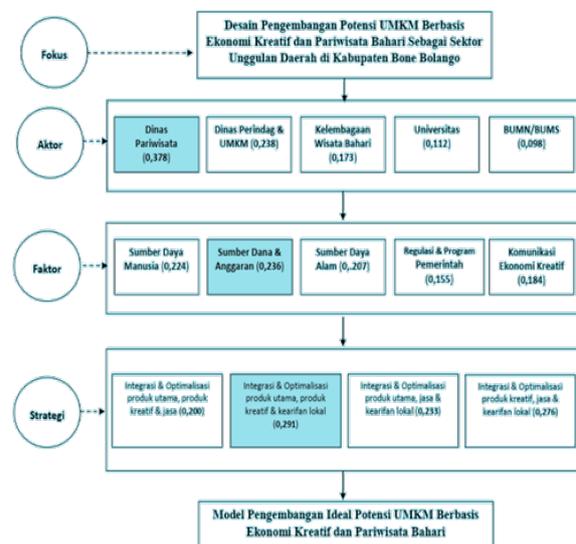
Sesuai dengan hasil tersebut di atas maka aktor (*stakeholder*) penting dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango adalah Dinas Pariwisata, Dinas Perindag dan UMKM, kelembagaan pariwisata bahari, pihak akademisi universitas dan BUMN/BUMS yang kegiatan utamanya sebagai pemberi pinjaman/modal yakni perbankan. Sementara aspek pendukung ialah peran media dan wisatawan sebagai pembentuk citra baik pariwisata melalui

media sosial, media massa dan *Worth of Mouth (WoT)* pada pariwisata bahari dan ekonomi kreatif. Permatasari dan Endriastuti (2020) mengatakan promosi media sosial memberikan dampak yang cukup bermakna dalam berbagai aspek UMKM dan sinergi dari UMKM tersebut.

Hasil Analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Hasil perhitungan memakai teknik AHP (*Analytical Hierarchy Process*) menunjukkan hal-hal yang menjadi prioritas desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah pada masing masing level. Adapun hasil analisis AHP tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3
Model dan Nilai AHP



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Penjelasan dari hasil desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah disajikan berikut ini.

Pertama, tingkat peran elemen aktor. Tingkat peranan elemen aktor terhadap

elemen fokus ditemukan bahwa aktor yang memiliki peran terbesar dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah yakni Dinas Pariwisata dengan bobot kepentingan senilai 0,378. Hal itu menjadi aktor yang memiliki dampak besar karena Dinas Pariwisata Kabupaten Bone Bolango menjadi stimulus utama dalam sebuah kebijakan dimana banyak program yang dijalankan oleh instansi ini, baik dijalankan secara mandiri ataupun dengan bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mengenalkan pariwisata di Kabupaten Bone Bolango. Kemudian aktor kedua yang berperan dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah yakni Dinas Perindag dan UMKM dengan bobot kepentingan senilai 0,238. Peran dari Dinas Perindag dan UMKM Kabupaten Bone Bolango ini sangatlah krusial terutama dalam pengembangan kapasitas dari pelaku UMKM, BUMDes yang bergerak dalam UMKM kerajinan kreatif dan kerajinan fashion Karawo yang menjadi ciri khas dari Kabupaten Bone Bolango terutama untuk motif daun potensi pertanian Bone Bolango.

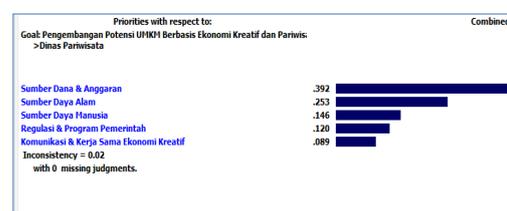
Pada posisi ketiga yakni kelembagaan wisata bahari dengan bobot kepentingan senilai 0,173 yang menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang sadar akan pariwisata sangatlah penting karena menjadi ujung tombak atau pelaksana dalam kebijakan dan program sektor pariwisata, sehingga pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menjadi lebih baik. Posisi keempat yakni pihak universitas yang selama ini sudah cukup intens dengan berbagai program pengabdian dan konseptor sehingga memiliki

bobot kepentingan senilai 0,112. Pengabdian kepada masyarakat untuk pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan yang dijalankan oleh universitas masih belum maksimal dan harus terus ditindaklanjuti dengan program-program kerja sama untuk daerah pesisir yang lebih baik. Kemudian aktor dengan peran yang kurang optimal yakni pihak BUMN/BUMS terutama pemanfaatan CSRnya dalam bentuk bantuan fasilitas dan peralatan dalam kegiatan UMKM yang masih minim. Aktor ini dengan bobot kepentingan senilai 0,098 yang dalam hal itu maka perlu adanya upaya yang aktif dalam melakukan kerja sama dengan pihak swasta terutama swasta yang rutin memberikan dana CSR untuk masyarakat dan pemerintah.

Adapun penjabaran masing-masing aktor ditinjau dari faktor dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dijabarkan berikut ini.

(1). Dinas Pariwisata. Penjabaran elemen faktor sesuai dengan aktor Dinas Pariwisata disajikan dalam Gambar 4.

Gambar 4
Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Dinas Pariwisata



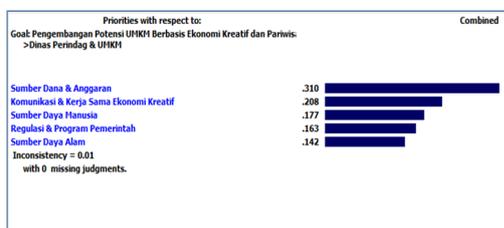
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasar Gambar 4 tersebut bisa diketahui bahwa faktor penting bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Bone Bolango yakni sumber dana dan anggaran, dimana Dinas

Pariwisata melakukan penganggaran dalam APBD untuk dijadikan sebagai belanja daerah dalam pengembangan pariwisata yang tentunya mampu untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) melalui pajak daerah dan retribusi daerah. Faktor penting selanjutnya yakni sumber daya alam dan sumber daya manusia dimana potensi pariwisata senantiasa menjadi perhatian pemerintah yang didukung dengan kemampuan masyarakat sekitar yang memadai dalam hal pengetahuan, keterampilan dan komitmen dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bone Bolango.

(2). Dinas Perindag dan UMKM. Penjabaran elemen faktor sesuai dengan aktor Dinas Perindag dan UMKM disajikan dalam Gambar 5.

Gambar 5
Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Dinas Perindag & UMKM



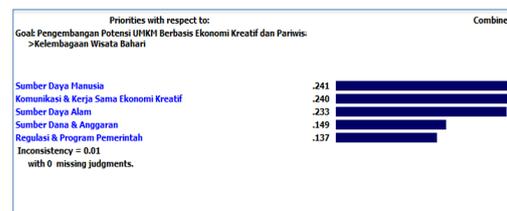
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasar Gambar 5 tersebut bisa diketahui bahwa faktor yang penting bagi Dinas Perindag dan UMKM Kabupaten Bone Bolango yakni mengenai anggaran dalam APBD yang dikhususkan untuk pengembangan UMKM yang fokus pada makanan dan kerajinan sehingga dengan produk mereka bisa menjadi ciri khas ekonomi kreatif di Kabupaten Bone Bolango sebagai Kota Kreatif. Adanya kerja sama dan koordinasi yang dijalankan oleh Dinas Perindag dan

UMKM maka UMKM-UMKM di Kabupaten Bone Bolango bisa naik kelas atau lebih baik lagi dalam hal pengelolaan dalam aspek keuangan, operasional dan administrasi untuk menjadi sektor dan produk unggulan melengkapi wisata bahari di Kabupaten Bone Bolango.

(3). Kelembagaan Pariwisata Bahari. Penjabaran elemen faktor sesuai dengan aktor kelembagaan pariwisata bahari disajikan dalam Gambar 6.

Gambar 6
Elemen Faktor Sesuai Dengan Aktor Kelembagaan Pariwisata Bahari



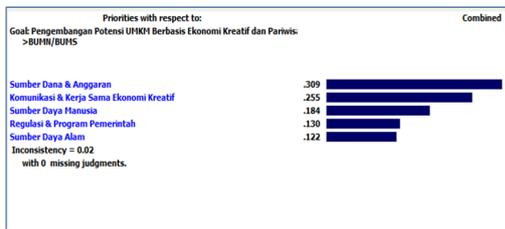
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasar Gambar 6 tersebut bisa diketahui bahwa faktor penting bagi kelembagaan pariwisata bahari yakni sumber daya manusia (Anomsari, dkk 2013), dimana komunitas ini sangat membutuhkan peran pengembangan kapasitas mereka untuk bisa menjadi tour gate profesional atau penyelam profesional serta berbagai kemampuan ekonomi kreatif untuk menjadi ciri khas pariwisata yang dalam hal itu bisa dioptimalkan dengan pusat ekonomi kreatif di Kabupaten Bone Bolango.

(4). Pihak Akademisi Universitas. Penjabaran elemen faktor sesuai dengan aktor pihak akademisi Universitas disajikan dalam Gambar 7.

Berdasar Gambar 7 tersebut bisa diketahui bahwa faktor penting bagi pihak akademisi universitas yakni sumber daya manusia, dimana melalui konsep dan pelatihan yang

Gambar 7
Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Pihak akademisi Universitas

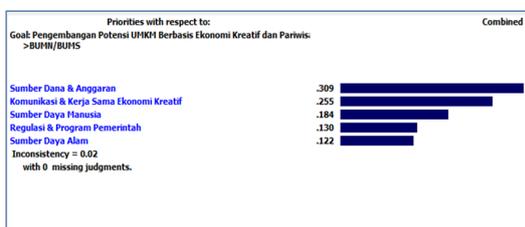


Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

dijalankan universitas sebagai pengabdian kepada masyarakat, sehingga masyarakat pesisir akan semakin kreatif dalam BUMDes dan UMKM kreatif serta profesional dalam pariwisata. Faktor penting selanjutnya yakni dengan peran akademisi, maka regulasi dan peraturan serta program pemerintah dalam pengembangan UMKM kreatif dan wisata bahari akan lebih terarah dan memiliki pedoman yang lebih baik dalam hal teknis ataupun administratif serta program evaluasi pada program pemerintah tersebut.

(5). BUMN/BUMS Perbankan. Penjabaran elemen faktor sesuai dengan aktor BUMN/BUMS perbankan disajikan dalam Gambar 8.

Gambar 8
Elemen Faktor Berdasarkan Aktor BUMN/BUMS Perbankan



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasar Gambar 8 tersebut bisa diketahui bahwa faktor penting bagi BUMN/BUMS perbankan yakni sumber dana dan anggaran dimana pihak perusahaan melalui

dana CSR dan dana lainnya untuk digunakan dalam berbagai pengadaan sarana dan prasarana pendukung pada pariwisata dan ekonomi kreatif UMKM di Kabupaten Bone Bolango. Kerja sama dengan pihak lainnya akan membuat BUMN/BUMS memiliki perhatian pada sumber daya manusia untuk dijadikan lebih kompeten dalam ekonomi kreatif dan profesional dalam pengembangan wisata bahari di Kabupaten Bone Bolango.

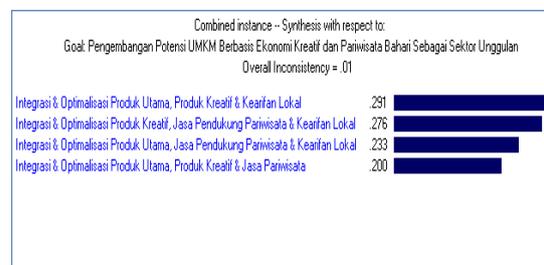
Kedua, tingkat peran elemen faktor. Tingkat peran elemen faktor terhadap elemen aktor ditemukan bahwa terdapat 5 faktor yang saling berkaitan dengan aktor dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah, yaitu (1). Faktor sumber dana dan anggaran yang menjadi prioritas dalam upaya pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah. Faktor ini mempunyai bobot senilai 0,236 yang bermakna bahwa ketersediaan dana yang memadai dan anggaran untuk investasi bidang pariwisata sangatlah krusial karena dengan adanya dana ini maka berbagai program pemerintah bisa berjalan sesuai dengan perencanaan yang dijalankan; (2). Faktor sumber daya manusia dengan bobot senilai 0,224 yang bermakna bahwa sumber daya manusia masih harus lebih inovatif dalam rangka untuk menciptakan berbagai keunggulan dari ekonomi kreatif yang dijalankan dan yang terintegrasi dengan pariwisata bahari. Faktor sumber daya manusia ini bisa dioptimalkan melalui peran dari universitas dalam berbagai program pengabdian dan inisiasi program lainnya serta peran dari kelembagaan dimana dalam hal itu perbankan khususnya Bank Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kapasitas SDM; (3). Faktor sumber daya alam

dengan bobot senilai 0,207 yang bermakna bahwa berbagai potensi alam di Kabupaten Bone Bolango khususnya pariwisata bahari sangatlah mungkin untuk optimalnya berbagai keunggulan daerah melalui sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut; (4). Faktor komunikasi dan kerja sama ekonomi kreatif dengan bobot senilai 0,184 yang bermakna bahwa kerja sama lintas sektor dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah cukup penting untuk dijalankan, karena suatu kebijakan yang secara serempak dilaksanakan oleh *stakeholder* akan berdampak nyata dalam mencapai hasil yang diharapkan, dimana Kabupaten Bone Bolango akan lebih dikenal dengan Kota Kreatif pada aspek pariwisatanya; (5). Faktor regulasi dan program pemerintah dengan bobot senilai 0,155 yang bermakna bahwa keberlanjutan program pemerintah dan konsistensinya perlu untuk dijaga sehingga akan berdampak nyata secara jangka panjang dalam peningkatan animo masyarakat untuk menjadikan wisata di Bone Bolango menjadi lebih berkembang untuk menjadi sektor unggulan dalam Kota Kreatif yakni Kabupaten Bone Bolango.

Ketiga, tingkat peran elemen strategis terhadap elemen faktor dan implikasinya terhadap ketahanan ekonomi wilayah. Hasil peran elemen strategis secara keseluruhan dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah ditunjukkan pada Gambar 9.

Berdasar Gambar 9 tersebut secara keseluruhan bisa dilihat bahwa desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menghasilkan suatu model intergrasi

Gambar 9
Rumusan Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah Di Kabupaten Bone Bolango



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

dan optimalisasi yakni “Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM)” yang merupakan model pengembangan dengan langkah konsistensi untuk melakukan integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango untuk membentuk citra destinasi yang menarik dan berkelanjutan untuk menjadi pilihan utama dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari di Kabupaten Bone Bolango. Adapun 7 (tujuh) pihak yang berkepentingan dilibatkan dalam “Pogambango Hepta Helix Model (PHHM)” yakni pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata dan Dinas Perindag dan UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelerator*), Universitas (*Conseptor*), BUMN/BUMS (*Enabler/Creditur*), UMKM Kreatif (*Creator/Designer*), Media (*Catalisator*) dan Wisatawan (*Afiliator*).

Model ini merupakan pengembangan model-model sebelumnya dalam pengembangan pariwisata yang mulai dari Triple Helix, Tetra Helix, Penta Helix dan Hexa Helix. Penambahan aktor penting sebagai *stakeholder* dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis

ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, karena dalam model ini bukan hanya pengembangan pada aspek UMKM ekonomi kreatif saja namun juga pada aspek pariwisata, karena kedua aspek ini saling melengkapi dalam meningkatkan PDRB dan pendapatan perkapita Kabupaten Bone Bolango bahkan hingga pendapatan asli daerah serta kesejahteraan masyarakat wilayah pesisir khususnya di Kabupaten Bone Bolango yang merupakan bagian dari Teluk Tomini.

Pandemi Covid-19 ini sangat memberikan dampak yang buruk pada berbagai kalangan, sebagaimana pendapat Shinozaki dan Rao (2021) bahwa Pandemi Covid-19 telah mengubah kehidupan orang dan aktivitas bisnis secara signifikan di tingkat nasional, regional, dan global. Pandemi Covid-19 yang melanda dunia menjadi salah satu penyebab keterpurukan ekonomi, termasuk oleh Indonesia. Pemerintah Indonesia, terus berupaya untuk melakukan rekonstruksi pada ekonomi dengan menggerakkan seluruh aspek yang bisa menjadi pendongkrak dalam perbaikan ekonomi. Stimulus-stimulus terus dilakukan dengan bekerja sama dengan berbagai elemen termasuk bagi swasta. Salah satu upaya tersebut yakni dengan perbaikan ekonomi melalui optimalisasi sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Pemilihan kata “Pogambango” dalam model ini sesuai dengan filosofinya, sebagaimana dikutip dari pendapat Tuloli (1993) bahwa Pogambango merupakan seorang ahli (Talenga) pada masa pemerintahan Raja Suwawa, dimana ketika Raja Suwawa kebingungan dalam memilih raja penerusnya antara Calon Raja Polumoduyo dan Calon Raja Mooduto, Pogambango memberikan saran untuk calon raja tersebut bertanding

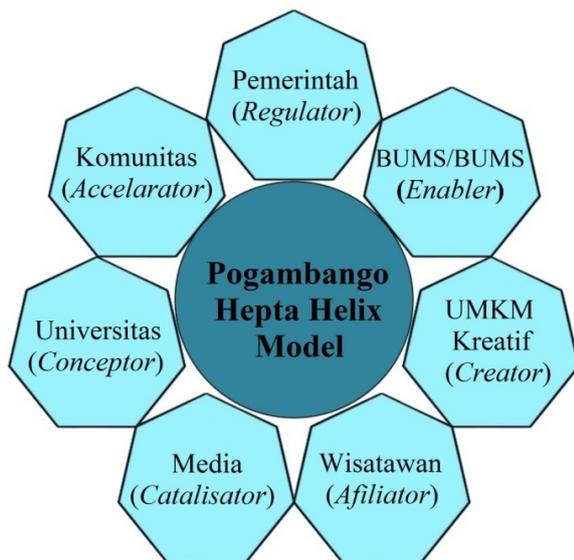
makan tebu di depan rakyat kemudian rakyat akan menyatakan sendiri siapa yang paling mereka sukai. Polumoduyo makan tebu itu dari pangkalnya sampai ke ujung, dan semua tebu dihabiskannya sedangkan Mooduto makan tebu dengan cara memulai dari ujung menuju ke pangkalnya sebelum habis tebu itu ia pun berhenti makan sisa tebu yang paling manis itu diserahkan kepada seorang rakyat yang berdiri di depannya, sehingga yang terpilih menjadi raja ialah Raja Mooduto.

Makna yang bisa diambil dari cerita tersebut adalah pentingnya kata “Pogambango” dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, yakni cara makan dari ujung ke pangkal mengandung makna bahwa hidup dengan cara berjuang terlebih dahulu (ujung tebu yang hambar) dan kemudian menikmati kesenangan (pangkal tebu yang sangat manis). Ini merupakan hal yang sangat perlu dijalankan agar tidak terlena dan tetap siaga untuk berjuang mencapai tujuan yang telah ditetapkan, terlebih jika bahagia yang diperoleh dibagikan pada orang lain. Pengembangan pariwisata memang tidaklah mudah, sehingga memang di awal-awal untuk melakukan investasi melalui APBD pada pariwisata tidak serta merta langsung merubah (meningkatkan) PDRB bahkan pendapatan asli daerah (PAD), dimana efisiensi PAD akan sangat kurang baik sehingga ketekunan dan konsistensi untuk terus melakukan inovasi pada program pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango sangatlah dibutuhkan, agar harapan dan perencanaan yang dibuat bisa tercapai. Ini penting karena ketidakkonsistenan dari seluruh *stakeholder* akan berujung pada adanya

investor lain yang tentu akan menjadikan pariwisata di Kabupaten Bone Bolango menjadi pariwisata privat premium yang tentunya hanya meningkatkan pendapatan asli daerah saja, namun tidak menambah nilai ekonomi, aktivitas ekonomi masyarakat dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Bone Bolango.

Adapun gambaran mengenai desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango “Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM)” disajikan dalam Gambar 10.

Gambar 10
Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM)



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Gambar 10 tersebut menunjukkan bahwa integrasi dan optimalisasi bisa dijalankan oleh 7 (tujuh) lintas sektor agar pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango bisa terealisasi, yakni Dinas Pariwisata dan Dinas Perindag & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelerator*),

Universitas (*Conseptor*), BUMN/BUMS (*Enabler/Creditur*), UMKM Kreatif (*Creator/Designer*), Media (*Catalisator*) dan Wisatawan (*Afiliator*).

Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango bisa dioptimalkan melalui strategi integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango yang dijalankan dengan upaya-upaya: (1). Membuat kegiatan perlombaan rutin bagi UMKM yang produknya berbahan dasar hasil laut dan perikanan seperti gantungan kunci dari tulang ikan dan berbagai potensi biota lainnya yang dijadikan sebagai kerajinan oleh para pelaku ekonomi kreatif di wilayah pesisir, (2). Membuat kegiatan perlombaan rutin bagi UMKM ekonomi kreatif fashion karawo dengan memakai metode ecoprint dengan memanfaatkan daun lokal Gorontalo atau Kabupaten Bone Bolango, (3). Menyediakan stand yang menjual makanan khas Gorontalo agar lebih menarik minat pengunjung dimana stand makanan khas ini akan menjadi ciri khas wilayah pesisir tersebut, (4). Membuat miniatur artefak sejarah Gorontalo bahkan membuat sebuah wadah (poster) berbagai cerita sejarah di Gorontalo, misalnya cerita mengenai sejarah kerajaan Suwawa dan cerita rakyat lainnya sehingga selain minat pengunjung juga akan menarik minat dari berbagai sekolah agar siswanya bisa belajar sambil liburan.

Hasil tersebut sesuai pendapat dari Ohorella dan Prihantoro (2021) yang mengatakan bahwa mengelaborasi antara objek wisata dan atraksi budaya, serta memperkuat identitas brand dan identitas lokal menjadi hal yang berguna bagi peningkatan

ketahanan ekonomi. Pemerintah menyadari betapa pentingnya sektor UMKM sebagai penopang ekonomi sehingga pemerintah harus konsisten memberikan bantuan kepada sektor UMKM melalui penguatan modal perbankan yang semakin mudah. Nufus.,dkk (2021) mengatakan bahwa pemerintah harus memberi perhatian yang lebih bagi UMKM karena pada masa Pandemi Covid-19 ini UMKM menjadi penopang ekonomi namun sebagian lainnya mengalami keadaan yang sangat buruk yang tentunya menjadi penyumbang buruknya kegiatan ekonomi di Kabupaten Bone Bolango. Mengetahui dampak dari Pandemi Covid-19 menjadi sangat penting bagi pemerintah karena identifikasi pada permasalahan menjadi bagian penting dalam mitigasi resiko. Yuniawati dan Widiarsih (2019) memberi penguatan bahwa untuk dapat menjaga kesinambungan usaha/bisnis UMKM maka tidak sedikit permasalahan yang dijumpai yang dapat menghambat tujuan usaha/bisnis, dimana kendala dan masalah tersebut harus dipetakan yang kemudian dirumuskan sebuah strategi yang sesuai dengan masalah yang dihadapi dalam meningkatkan perekonomian Kabupaten Bone Bolango ke depannya.

Berbagai upaya tersebut tentu akan menciptakan kesan positif dan menjadi *Brand Image* Pariwisata bagi wisatawan, sehingga minat berkunjung kembali akan semakin tinggi yang kemudian tingkat penjualan UMKM kreatif semakin tinggi dan begitu pula produk utama pariwisata bahari semakin memberikan dampak ekonomi pada masyarakat pesisir Kabupaten Bone Bolango. Pengelolaan Wisata Pesisir masih dalam tanggung jawab Pemerintah Kabupaten Bone Bolango. Satu hal yang menjadi catatan dalam pengembangan obyek wisata di Kabupaten

Bone Bolango ialah masih minimnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan. Selain itu, perlu adanya dukungan pemerintah dalam hal ketersediaan fasilitas dan aksesibilitas yang mendukung perjalanan wisata kondisinya kurang memadai, dan kegiatan wisata dijalankan hanya dengan fasilitas seadanya menjadi fokus Pemerintah Kabupaten Bone Bolango, agar pengembangan pariwisata bahari bisa sesuai dengan apa yang diperlukan oleh para wisatawan. Oleh karenanya wisatawan bisa mendapatkan kepuasan serta ke depannya bisa berkunjung kembali ataupun merekomendasikan pada orang lain bahwa wisata bahari di Kabupaten Bone Bolangomerupakan salah satu destinasi pariwisata yang menarik dikunjungi.

Keberhasilan ataupun sukses jangka panjang suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat dukungan serta penerimaan dari komunitas setempat di berbagai *event* (Abidin dan Dharma, 2017). Oleh karenanya harus dipastikan bahwa pengembangan wisata di sebuah tempat bisa dilakukan pengelola secara optimal serta berkelanjutan sehingga hal yang harus diwujudkan guna memberikan dukungan terhadap tujuan itu ialah bagaimana memberikan fasilitas keterlibatan yang banyak dari komunitas setempat pada proses pemaksimalan serta pengembangan nilai manfaat ekonomi serta sosial dari aktivitas pariwisata. Suwantoro (2004) memaparkan bahwa pariwisata termasuk sebuah perubahan pada tempat tinggal yang sifatnya sementara pada berbagai individu yang berada di luar tempat tinggal sebab sebuah tujuan ataupun alasan dan bukan untuk aktivitas yang menciptakan upah. Oleh karenanya pariwisata ialah perjalanan yang dijalankan guna memenuhi keinginan ataupun hasrat

mengenai kepentingan yang berkaitan dengan kesenangan. Obyek wisata ialah berbagai hal yang terdapat di daerah tujuan wisata yang termasuk daya tarik supaya berbagai individu berkeinginan mengunjungi tempat tersebut.

Peningkatan kelembagaan untuk pariwisata termasuk suatu hal yang penting khususnya sebuah wisata yang dijalankan pengelolaan secara kelembagaan oleh BUMDes, kelembagaan wisata bahari serta UMKM kreatif di Kabupaten Bone Bolango. Hal itu sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Ariani dan Utomo (2017), usaha memberikan peningkatan daya guna serta hasil guna bantuan pembangunan desa sudah mendukung dan juga menggerakkan swadaya masyarakat untuk gotong royong dan menciptakan foto aktivitas masyarakat untuk membangun desa sehingga bantuan ini termasuk suatu hal yang penting serta bermanfaat untuk membangun desa. Rangsangan ini sesungguhnya sudah memberikan dampak positif untuk masyarakat setempat khususnya dalam aspek mobilisasi potensi desa misalnya tenaga, dana serta pikiran.

BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan wisata bahari selaku lembaga sosial harus berpihak pada kepentingan masyarakat dengan memberikan kontribusi yang dijalankan dalam memberikan layanan sosial, sementara selaku lembaga komersial mempunyai tujuan guna mendapatkan keuntungan supaya bisa memberikan peningkatan pendapatan serta ekonomi masyarakat setempat. Hal itu sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Supriyanto (2016) bahwa UMKM di desa dan wilayah pesisir ini diharapkan bisa menggerakkan serta menstimulasi roda perekonomian di daerah pedesaan, serta asas ekonomi yang terdapat di desa wajib dijalankan pengelolaannya

dengan seoptimal mungkin oleh masyarakat; substansi serta filosofi BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan wisata bahari wajib dijalankan dengan penuh semangat kebersamaan serta usaha meningkatkan aspek ekonomi kelembagaan.

Hal senada juga diungkapkan oleh Yoeti (201) yang memaparkan bahwa pembangunan suatu tempat wisata yang tidak dibarengi dengan kemampuan dalam mengelola, merencanakan dan mengoperasikan secara maksimal bakal sulit untuk pihak yang menjalankan pengelolaan dalam meraih tujuan dari diciptakannya wisata itu. Misalnya sedikitnya kunjungan para wisatawan setiap objek wisata tersebut dianggap kurang menarik, hal itu tentunya bisa memberi pengaruh pada keuntungan yang didapatkan oleh pihak pengelola tempat tersebut. Oleh karenanya strategi pengembangan dalam menyusun konsep wisata termasuk suatu hal yang penting untuk mengembangkan tempat pariwisata supaya senantiasa disukai oleh para pengunjung serta tertarik mengunjungi tempat tersebut dan mau mencoba atau membeli produk yang disediakan. Wisata yang senantiasa mengalami perkembangan bakal mampu menjaga intensitas kunjungan dari para wisatawan yang telah mengenal wisata itu. Menurut Haryadi (2016), terdapat berbagai aspek penghambat perkembangan UMKM di antaranya modal yang kurang serta minimnya kemampuan manajerial. Walaupun permintaan terhadap usahanya mengalami peningkatan sebab terkendala modal sehingga seringkali tidak dapat memenuhi permintaan.

Strategi pada pembangunan yang berbasis komunitas termasuk strategi pembangunan yang dijalankan oleh masyarakat yang memberikan peran dominan pada masyarakat di tingkat komunitas untuk melakukan

pengelolaan proses pembangunan terutama dalam mengelola serta mengontrol sumber daya produktif. Oleh karenanya strategi ini mengacu pada penguatan mekanisme pada upaya mengelola sumber daya supaya lebih optimal khususnya untuk memenuhi kebutuhan lokal.

Segala upaya yang dilaksanakan tersebut di atas telah berpengaruh positif terhadap kehidupan masyarakat, sebab dapat menciptakan kondisi yang memungkinkan masyarakat dapat berkiprah dalam proses pembangunan secara maksimal untuk meningkatkan dan mempertakankan ketahanan ekonomi wilayah.

SIMPULAN

Sesuai dengan hasil kajian dan pembahasan tersebut di atas dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

Pertama, desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menghasilkan suatu model integrasi dan optimalisasi yakni “Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM)” yang merupakan model pengembangan dengan langkah konsistensi untuk melakukan integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango untuk membentuk citra destinasi yang menarik dan berkelanjutan. Pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari tersebut telah berimplikasi positif terhadap ketahanan ekonomi wilayah yaitu meningkatnya kesejahteraan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari di Kabupaten Bone Bolango.

Kedua, terdapat 7 (tujuh) pihak yang berkepentingan dilibatkan dalam “Pogambango Hepta Helix Model (PHHM)” yakni pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata dan Dinas Perindag & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelerator*), Universitas (*Conseptor*), BUMN/BUMS (*Enabler/Creditur*), UMKM Kreatif (*Creator/Designer*), Media (*Catalisator*) dan Wisatawan (*Afiliator*).

Ketiga, kajian ini sangatlah urgen untuk menjadi dasar pengambilan keputusan untuk Pemerintah Kabupaten Bone Bolango, karena dengan desain model pengembangan ini akan berdampak pada ketahanan ekonomi Kabupaten Bone Bolango yang semakin baik.

Selanjutnya direkomendasikan hal-hal sebagai berikut.

Pertama, Pemerintah Kabupaten Bone Bolango perlu menjalankan langkah strategi yang dijalankan sesuai dengan proses manajemen terpadu dalam mengembangkan wisata, misalnya dengan mengikutsertakan seluruh via pada proses pengorganisasian, perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi untuk mengembangkan wisata, dimana masyarakat serta pemerintah harus lebih maksimal dalam menjalankan komunikasi serta memanfaatkan teknologi informasi khususnya media sosial untuk mempromosikan wisata dengan sejumlah kelebihan media promosi yang tersedia dalam media sosial.

Kedua, penting untuk masyarakat supaya bisa menjaga serta memberikan peningkatan komitmen untuk mengembangkan wisata serta memberikan peningkatan kemauan supaya bisa lebih kreatif dalam membuat jasa ataupun produk yang memberikan manfaat ekonomi untuk masyarakat serta memberikan peningkatan pendapatan perkapita pada masyarakat dengan terus melakukan inovasi

pada produk kreatif baik fashion ataupun kerajinan tangan sebagai cendera mata.

Ketiga, Pemerintah Kabupaten Bone Bolango harus menawarkan konsep keberlanjutan serta pemberdayaan para masyarakat yang berbasis ekonomi serta budaya kreatif dengan mengacu dalam berbagai usaha mempromosikan tempat wisata dengan bertanggung jawab yang mempunyai tujuan untuk mengoptimalkan manfaat untuk para masyarakat setempat serta berkelanjutan, sehingga dalam hal itu pemasaran pada sebuah tempat wisata bukan hanya berorientasi untuk mencapai kunjungan yang sebanyak mungkin namun juga memperhitungkan daya dukung dari lingkungan serta sumber daya yang ada serta bagaimana kebermanfaatan kelangsungan UMKM ataupun BUMDes di wilayah pesisir pantai Kabupaten Bone Bolango.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Ali Zaenal dan Moh. Budi Dharma, 2017, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi Dan UKM Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional*, hh. 461-475. <<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/786>>
- Anomsari, Ariati; Lilis Setyowati, dan Ana Kadarningsih, 2013, Peningkatan Dan Pemberdayaan Strategi Untuk Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Melalui Program Pengembangan Dan Pelatihan Departemen Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Jawa Tengah. *J & P Jurnal Sustainable Competitive Advantage (SCA)*. <<http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/248>>
- Ariani dan Mohamad Nur Utomo, 2017, Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2, September 2017, hh. 99-118. <<https://jurnal.ut.ac.id/index.php/jom/article/view/55>>
- Batilmurik, R. W., dan H.A. Lao, 2016, Pengembangan model ekonomi kreatif bagi masyarakat di daerah objek wisata bahari kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, Vol. 1, No. 1, hh. 1-11.
- David, Fred R. dan Forest R. David, 2017, *Strategic Management*. Ichsan Setiyo Budi (Penterjemah). Manajemen Strategi, Jakarta: Salemba Empat.
- Fathurahman, H., dan M. Huseini, 2018, Mapping of regional economic potential based on creative economy to support creation of regional competitiveness. *KnE Social Sciences*, hh. 310-332.
- Florita, Aina; Jumiati, dan Adil Mubarak, 2018, Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, Vol.1 No.1, hh.143-153
- Friliyantini, T., A.V.S.Hubeis, dan A. Munandar, 2011, Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Sektor Wisata Bahari di Pulau Kecil (Studi Kasus Pulau Bunaken, Kota Manado, Sulawesi Utara). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, Vol. 6, No. 1, hh. 55-63.
- Hanoatubun, Silpa, 2020, Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal of Education, Phisicologu and Counseling*, Vol. 2 No. 1.

- Haryadi, 2016, *Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah*, Yogyakarta: Gajah Mada University Pres.
- Indrajaya, T., M.F. Cahyandito, K. Wiweka, P.P. Adnyana, 2019, The development of creative industry strategies as a tourist attraction in Banten Province, Indonesia. *Journal of Economics, Management and Trade*, Vol. 201922, No. 5, hh. 1-10.
- Jumardito, B., 2022, Strategi Pemasaran Objek Wisata Bahari Pantai Tanjung Siambang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjung Pinang. *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Vol. 2, No. 3, hh. 137-141.
- Muawanah, U., R. Triyanti, R., P.A. Soejarwo, 2020, Dampak Ekonomi Wisata Bahari Di Kabupaten Alor. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, Vol. 15, No. 1, hh. 33-46.
- Nababan, B. O. Pi. S., T. Kusumastanto, L. Adrianto, A. Fahrudi, 2020, Analisis ekonomi alat penangkapan ikan arad di Pantai Utara Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, Vol. 15, No.1, hh. 1-14.
- Niode. I. Y dan H. Rafin, 2020, The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency. *Journal of Community Development In Asia JCDA*. Vol. 2 No. 2, <<http://www.ejournal.aibpm.org/index.php/JCDA/article/view/814>>
- Nufus, Evita Hayatun, Idah Zuhroh, dan Muhammad Sri Wahyudi, 2021, Analysis of COVID-19 Impact on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Credit Distribution in East Java Banks. *Journal of Accounting and Investment* Vol. 22 No. 2
- Nugraha, H. S., R.J. Amaruli, dan Darwanto, 2017, Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik*, Vol.2, No. 1, hh. 30-43.
- Nugraha, Hari Susanta Rabith Jihan Amaruli, dan Darwanto, 2017, Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik*, Vol. 2, No. 1, hh. 30-43. <<https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/dialektikapublik/article/view/225>>
- Ohorella, N. R., dan E. Prihantoro, 2021, Pengembangan Branding Pariwisata Maluku Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16, No. 1, hh. 89-99.
- Permatasari, Maurisia Putri dan Annysa Endriastuti, 2020, Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi Umkm Di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, Vol. 4, No. 1 Tahun 2020, hh. 91-99. <<https://e-journal.unair.ac.id/jlm/article/view/20348>>
- Primadini, R., dan M. Arrazy, 2021, Ekonomi Kreatif Sebagai Potensi Ekonomi Kota Padang Panjang Di Masa New Normal. *JEpa*, Vol. 6, No. 2, hh. 579-585.
- Saturwa, Henry Nosih; Suharnob; Abdul Aziz Ahmad, 2021, The impact of Covid-19 pandemic on MSMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 24, No. 1 April 2021, hh. 65 – 82.
- Shinozaki, Shigehiro dan N. Rao Lakshman, 2021, *Covid-19 Impact On Micro, Small, And Medium-Sized Enterprises Under The Lockdown: Evidence From A Rapid Survey In The Philippines*. ADBI Working Paper Series

- Sinuraya, J., 2020, *Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur*. Pros. Semin. Akad. Tah. Ilmu Ekon. dan Stud. Pembang, 160.
- Supriyanto, 2016, Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol. 3, No,1, hh.1-16. <<https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/627>>
- Sutrisno, E., 2021, Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM Dan Pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, Vol. 9, No. 1, hh. 641-660.
- Suwantoro, Gamal, 2004, *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatama, 2017, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press
- Syamsari, S., M.S. Maarif, E. Anggraeni, dan S. Amanah, 2022, Characteristics of Fishery Industry MSMEs in Takalar Regency that are Resistant to Interferences in Uncertainty Era. *Journal of Social Science*, Vol. 3, No. 4, hh. 851-863.
- Tegar, D., dan R.O.S. Gurning, 2018, Development of marine and coastal tourism based on blue economy. *International Journal of Marine Engineering Innovation and Research*, Vol. 2, No. 2.
- Triyanti, R., U. Muawanah, N. Kurniasari, P.A.Soejarwo, dan T. Febrian, 2020, Potensi pengembangan ekowisata bahari berbasis masyarakat adat sebagai kegiatan ekonomi kreatif di kampung Malaumkarta, Papua Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, Vol. 15, No. 1, hh. 93-105.
- Tuloli, Nani, 1993. *Cerita Rakyat Kepahlawanan Gorontalo*. Gorontalo: STKIP Gorontalo
- Wahyuningsih, S., dan D. Satriani, 2019, Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 8, No. 2, hh. 195-205.
- Yoeti, Oka A., 2013, *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.
- Yuniawati, Putri Shinta, dan Wiwin Widiasih, 2019, Usulan Strategi Mitigasi Risiko UMKM Handycraft di Sentra UKM Purabaya. *Jurnal Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada*.