

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**PENELITIAN PENUGASAN KELOMPOK DOSEN
DANA PNBP TAHUN ANGGARAN 2022**



**Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan
Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone
Bolango**

**Dr. Idris Yanto Niode, SPd.,M.M
0026107802
Endi Rahman, SE.,M.M
0013068006**

**MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
AGUSTUS 2022**

IDENTITAS PENELITIAN

1	Judul Usulan	:	Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango
2	Ketua Peneliti	:	
	Nama Lengkap	:	Dr. Idris Yanto Niode, SPd.,MM
	Bidang Keahlian	:	Manajemen Strategi
	Jabatan Struktural	:	-
	Jabatan Fungsional	:	Lektor
	Unit Kerja	:	Fakultas Ekonomi
	Alamat	:	Jl. Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo
	Telfon	:	0852- 5639-2836
	MK Yang diampuh	:	1. Manajemen Strategi 2. Strategi Umkm & Keunggulan Bersaing 3. Technopreneur
3	a. Anggota Peneliti	:	Endi Rahman, SE.,MM
	Bidang Keahlian	:	Manajemen Pemasaran
	MK Yang diampuh	:	1. Manajemen Pemasaran 2. Hospitallity Manajemen 4. Pemasaran Internasional
	Unit Kerja/ Insitusi	:	Fakultas Ekonomi - UNG
	b. Anggota Peneliti	:	Kusno, S.Sos.,M.M
	Instansi/Unit Kerja	:	Dinas Pariwisata Pemuda & Olahraga
	Jabatan	:	Sekretaris Dinas Pariwisata Pemuda & Olahraga
	c. Anggota Peneliti	:	Tuti S. Situmeang (Mahasiswa)
	d. Anggota Peneliti	:	Dimas Eko Saputra (Mahasiswa)
	Alokasi Waktu/ Minggu	:	8 Jam/ Minggu (20 Minggu)
4	Obyek Penelitian	:	Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari
5	Masa Pelaksanaan Penelitian		
	Mulai	:	Maret 2022
	Berakhir	:	Juli 2022
7	Anggaran yang diusulkan	:	Rp. 50.000.000
8	Lokasi Penelitian	:	Kabupaten Bone Bolango
9	Hasil yang ditargetkan	:	1. Tersusunnya Laporan Penelitian 2. Hasil penelitian dipublikasi dalam jurnal internasional bereputasi 3. Haki

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PENUGASAN/ KELOMPOKDOSEN BLU FE

Judul Penelitian : Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis
Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai
Sektor Unggulan Daerah Kabupaten Bone Bolango

Ketua Peneliti

A. Nama Lengkap : Dr. Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM
B. NIDN : 0026107802
C. Jabatan Fungsional : Lektor
D. Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi – UNG
E. Nomor HP : 085256392836
F. Email : idris_niode@ung.ac.id

Anggota Peneliti

A. Nama Lengkap : Endi Rahman, SE.,M.M
B. NIDN : 0013068006
Lama Penelitian : 6 Bulan
Penelitian Tahun Ke : 1
Biaya Penelitian : Rp. 50.000.000,00
Biaya Tahun Berjalan
Diusulkan Kelembaga : Rp. 50.000.000,00
Dana Internal PT : -
Dana Institusi Lain : -

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Rafli Hineo, S.Pd., M.Si
NIP. 19730618 199903 1 001

Gorontalo, 1 Agustus 2022
Peneliti



Dr. Idris Yanto Niode, M.M
NIP. 19781026 200501 1 001

Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Negeri Gorontalo



Prof. Dr. Novri Youla Kandewangko, M.P
NIP. 19681110 199303 2 002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan desain pengembangan potensi umkm berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Mix Method Eksploratory* dimana untuk penguatan analisis kuantitatif menggunakan statistik deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah 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 menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD), penyebaran angket, wawancara serta observasi. Analisis data untuk kualitatif menggunakan pendekatan Miles dan Huberman dan untuk kuantitatif menggunakan analisis SWOT, analisis *Stakeholder* dan analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 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 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 & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelarator*), 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 dapat dioptimalkan melalui strategi integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango

Kata Kunci: UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif, Pariwisata Bahari, Kearifan Lokal

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah S.W.T., atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: **“Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango”**. Judul di atas dilatarbelakangi oleh pemikiran bahwa model dan desain pengembangan UMKM kreatif dan Pariwisata sangatlah potensial ditumbuhkembangkan dalam mendukung peningkatan PAD Daerah.

Dilihat dari peran kedua sector tersebut (UMKM Kreatif & Pariwisata) sangatlah penting dalam menopang perekonomian suatu daerah, dimana salah satunya adalah membantu pemerintah dalam mengatasi tingkat kemiskinan dan masalah pengangguran. Dimana melalui kedua sector tersebut akan meningkatkan proses dan model pemberdayaan masyarakat sekitar.

Akhirnya kami peneliti sadari bahwa tak ada gading yang tak retak, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian ini.

Gorontalo, Agustus 2022

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
IDENTITAS PENELITIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Khusus	3
1.3 Keutamaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Konsep Industri Kreatif	6
2.2 Konsep UMKM	10
2.3 Konsep Pariwisata	11
2.4 Studi Pendahuluan	12
2.4 Peta Jalan (<i>Road Map</i>) Penelitian	7
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Rancangan Penelitian	17
3.1.1 Analisis SWOT	17
3.1.2 Analisis Stake Holder	20
3.1.3 Analisis AHP	23
3.2 Tim dan Tugas Peneliti	25
3.3 Bagan Alur Penelitian	
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Penelitian	27
4.1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	27
4.1.2 Karakteristik Panelis	29
4.1.3 Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang mempengaruhi pengembangan UMKM Ekonomi kreatif dan Wisata Bahari sebagai sektor unggulan yang ada di Kabupaten Bone Bolango	31
4.1.4 Hasil SWOT pengembangan UMKM Ekonomi kreatif dan Wisata Bahari sebagai sektor unggulan yang ada di Kabupaten Bone Bolango	36

4.1.5 Peran <i>Stakeholder</i> dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango	45
4.1.6 Identifikasi AHP dalam Pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango	52
4.2 Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR LAMPIRAN	82
SURAT PERNYATAAN KERJASAMA MITRA	14

DAFTAR TABEL

2.1 Kajian Penelitian, Pengabdian dan Publikasi Yang Relevan	12
3.1 Ukuran Kuantitatif Terhadap Identifikasi Stake Holder	20
3.2 Skala Banding Secara Berpasangan	24
3.3 Tim Peneliti	25
4.1 Panelis Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.2 Klasifikasi Umur Penelis	30
4.3 Panelis Berdasarkan Pendidikan	31
4.4 Kriteria Analisis Deskripsi	32
4.5 Deskripsi Faktor Internal (Kekuatan)	33
4.6 Deskripsi Faktor Insternal (Kelemahan)	34
4.7 Deskripsi Faktor Eksternal (Peluang)	35
4.8 Deskripsi Faktor Eksternal (Ancaman)	36
4.9 Faktor-Faktor Nilai Rating Internal	37
4.10 Faktor-Faktor Nilai Rating Eksternal	39
4.11 Matrix SWOT Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah Di Kabupaten Bone Bolango	42
4.12 Koordinat Analisis Eksternal dan Internal	44
4.13 Capaian Skor Kepentingan dan Pebgaruh Stake Holder	46
4.14 Rangkuman Peran <i>Stakeholder</i> dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango	49

DAFTAR GAMBAR

2.1	Bagian Alir Roadmap Penelitian	16
3.1	<i>Stakeholder</i> matriks	22
3.2	Bagan Alur Penelitian	26
4.1	Peta Kabupaten Bone Bolango	
4.2	Diagram Analisis SWOT	44
4.3	<i>Stakeholder Grid</i> Desain Pengembangan Potensi Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango	48
4.4	Model dan Nilai AHP dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah	54
4.5	Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Dinas Pariwisata	57
4.6	Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Dinas Perindag & UMKM	58
4.7	Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Kelembagaan Pariwisata Bahari	59
4.8	Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Pihak akademisi Universitas	59
4.9	Elemen Faktor Berdasarkan Aktor BUMN/BUMS Perbankan	60
4.10	Rumusan Pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango	63
4.11	Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM) Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, usaha kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Peran ini dapat dilihat dalam hal penyediaan kesempatan usaha, lapangan kerja dan peningkatan ekspor. Dapat dilihat bahwa usaha kecil dan menengah lebih mampu untuk bertahan lebih lama dari krisis ekonomi, karena mempunyai karakteristik yang lebih fleksibel dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal sehingga bisa diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi (Asmarani, 2006).

Upaya pengelolaan dan pemanfaatan potensi wisata bahari secara optimal dapat disinergikan melalui pendekatan dan pembinaan usaha kecil, menengah dan mikro (UMKM) yang tentunya yang ada kaitannya dengan industry kreatif. Pembinaan dimaksud meliputi peningkatan kemampuan atau keahlian dengan mengadakan (mendatangkan) pelatihan secara berkala, dengan harapan dapat meningkatkan keahlian masyarakat setempat, sehingga akhirnya dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan pada akhirnya akan bermuara pada peningkatan PAD Daerah.

Pemahaman mendalam tentang dinamika perkembangan pariwisata mutlak diperlukan untuk mempersiapkan sektor pariwisata sebagai "*The Biggest Foreign Exchange Earner*". Pariwisata adalah salah satu industri baru yang mampu

menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan serta menstimulasi sektor-sektor lainnya (Hidayat, 2002). Beberapa jenis UMKM yang dapat dikembangkan dalam mendukung wisata bahari adalah:

1. Usaha wisata bahari berbasis laut seperti jasa penyewaan peralatan snorkling, diving, surfing, jet ski, game fishing dan boat.
2. Usaha wisata bahari berbasis pesisir atau daratan, seperti penginapan, kedai minuman dan restoran kecil, toko atau warung cindramata.
3. Usaha wisata bahari pendukung seperti jasa penyewaan sepeda, motor dan mobil, penyedia translater, warung internet, warung telepon, pedagang asongan, pedagang buah kelapa dan kegiatan ekonomi lainnya.

Disisi lain dalam menumbuh kembangkan industri pariwisata dan industri ekonomi kreatif (Ekraf) sebagai sektor yang sangat potensial dalam meningkatkan PAD daerah dibutuhkan sebuah keterlibatan kerjasama semua sektor yang dapat menunjang hal tersebut. Sebagai contoh adanya keterlibatan pengambil kebijakan (pemerintah), pelaku usaha dari kedua sector (pariwisata dan industri Ekraf), pihak swasta dan pihak lainnya sangat dibutuhkan dalam bersinergi dan berkolaborasi guna mengembangkan kedua sektor tersebut

Berdasarkan fenomena dan fakta dilapangan terungkap bahwa adanya ego sektoral dari masing-masing dinas/ OPD merupakan salah satu faktor penghambat majunya kedua industri (pariwisata & Industri Ekraf) tesebut, terkadang program yang dijalankan terkesan tidak bersinergi dan direncanakan secara parsial. Kesadaran masyakat akan pentingnya lingkungan yang bersih dan nyaman juga

belum menjadi perhatian. Disamping itu pembinaan terhadap pelaku usaha Ekraf dalam hal ini UMKM serta pembinaan terhadap kelompok yang dapat diandalkan dalam mengembangkan sector pariwisata (POKDARWIS) belum dimaksimalkan dan terkadang terlupakan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: *”Bagaimana Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango?”*

1.3. Tujuan Khusus

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal dalam rangka pengembangan UMKM Ekonomi kreatif dan Wisata Bahari sebagai sector unggulan yang ada di Kabupaten Bone Bolango.
2. Menganalisis mekanisme pengelolaan usaha mikro dan kecil ekonomi kreatif dalam rangka pemberdayaan masyarakat guna mencapai pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal yang lebih baik
3. Untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing berkelanjutan sector pariwisata yang ada di Kabupaten Bone Bolango.

4. Merumuskan Desain strategi pengembangan UMKM Ekonomi kreatif dan Wisata Bahari guna peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir serta peningkatan PAD Daerah Kabupaten Bone Bolango

1.4. Urgensi (Keutamaan) Penelitian

Sinergitas antara perkembangan UMKM yang bergerak dalam industri kreatif dan sector pariwisata bahari sangatlah menjanjikan dan mampu memicu munculnya kesempatan perekonomian masyarakat lokal dalam bentuk usaha-usaha kecil. Hal ini didasari oleh analisis motivasi usaha yang menyebutkan bahwa semakin berkembangnya wisatawan semakin banyak persentase pengusaha yang mendirikan usaha karena peluang pariwisata.

Kabupaten Bone Bolango yang memiliki daerah pesisir yang cukup besar dan berada di posisi/ 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 usahausaha mikro kecil dan menengah pendukung pariwisata seperti usaha indutri kreatif seperti cinderamata, makanan, dan minuman. Dalam perkembangannya komoditas yang dihasilkan UMKM sesuai dengan permintaan komoditas yang dibutuhkan para wisawatan, seperti penginapan, jasa sewa kendaraan, restaurant, dan sarana penunjang lainnya. Artinya pengembangan pariwisata akan memberi stimulus pada perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di sekitar kawasan wisata khususnya.

Akan tetapi dalam mengembangkan kedua sektor tersebut terkadang mengalami hambatan baik ditingkat masyarakat, Pemerintah dan unsur lainnya.

Melalui pendekatan kajian penelitian kali ini diharapkan dapat mendorong dan membantu masyarakat pesisir di Kawasan Teluk Tomini mengembangkan potensi desa melalui pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan Wisata bahari, serta berkontribusi sebagai sumbangsi pemikiran kepada pemerintah daerah terkait dengan potensi wilayah daerah wilayah pesisir teluk tomini yang dapat dikembangkan, dan menjalin kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat, yang pada akhirnya akan bermuara pada proses penguatan ekonomi masyarakat melalui desa binaan dan pendampingan.

BAB II STUDI PUSTAKA

2.1. Industri Kreatif

Menurut Departemen Perdagangan RI , Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu/kelompok untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penciptaan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memperdayakan kreasi dan daya cipta individu/kelompok tersebut. Ruang lingkup ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. Departemen Perdagangan juga mengidentifikasi sektor-sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu:

1. Periklanan

Bidang periklanan dalam ekonomi kreatif ialah kegiatan yang meliputi segala layanan iklan atau komunikasi satu arah menggunakan berbagai media. Bidang periklanan juga bertanggung jawab pada hal-hal seperti pembuatan, produksi, serta distribusi dari iklan yang dihasilkan.

Iklan yang ditampilkan bisa dalam berbagai bentuk media. Iklan dalam bentuk media cetak dapat berwujud seperti surat kabar, majalah, pamphlet, hingga brosur, sedangkan dalam bentuk media elektronik dapat berwujud audio visual yang ditampilkan di televisi atau radio.

2. Arsitektur;

Bidang arsitektur dalam ekonomi kreatif meliputi dengan jasa, desain, perencanaan biaya, konstruksi, hingga pengawasan konstruksi pembangunan. Hal ini juga berlaku untuk konstruksi dari tingkat makro seperti perencanaan

kota, desain perkotaan, dan arsitektur lanskap hingga tingkat mikro seperti detail konstruksi, arsitektur taman, serta desain pedalaman.

3. Pasar Barang Seni

Bidang pasar seni dalam ekonomi kreatif meliputi segala kegiatan kreatif dalam perdagangan barang-barang unik, langka, otentik, dan memiliki nilai estetika yang tinggi. Penjualan berbagai barang seni ini juga biasanya melalui lelang, galeri, hingga internet. Produk-produk yang didagangkan seperti misalnya alat musik, kerajinan tangan, lukisan, serta film dokumenter.

4. Kerajinan (*handicraft*)

Bidang kerajinan dalam ekonomi kreatif ialah kegiatan dengan berbagai penciptaan, produksi, serta distribusi produk-produk dari para pengrajin. Produk-produk yang dipasarkan tersebut sebagian besar memiliki nilai estetika yang tinggi. Beberapa produk kerajinan dari para pengrajin biasanya berasal dari material yang terbuat dari kulit, rotan, serat alami, batu permata, kaca, porselen, kayu, bambu, tanah liat, marmer, dan lain-lain.

5. Desain

Bidang desain dalam ekonomi kreatif meliputi segala kegiatan kreatif dalam hal desain, mulai dari grafis, interior, produk, industri, hingga desain untuk pemasaran produk. Dalam bidang desain, diperlukan ide dan nilai kreativitas yang tinggi.

6. Fashion

Bidang mode dalam ekonomi kreatif meliputi segala penciptaan produksi pakaian, alas kaki, dan berbagai aksesoris mode lainnya. Tidak hanya

memproduksi, bidang mode dalam ekonomi kreatif juga meliputi konsultasi dan distribusi produk-produk *fashion*.

7. Film, video, dan fotografi

Bidang perfilman, video, dan fotografi dalam ekonomi kreatif termasuk salah satu bidang yang cukup besar. Berbagai proses dalam produksi video atau film, jasa fotografi, termasuk juga dalam hal penulisan skrip film, sulih suara, sinematografi, dan pameran film.

8. Permainan interaktif

Bidang game interaktif dalam ekonomi kreatif meliputi kegiatan penciptaan, produksi, hingga distribusi berbagai video game dengan beragam tema. Penciptaan video game ini memiliki tujuan utama sebagai media yang sifatnya hiburan dan pendidikan. Seseorang yang memainkan video game memiliki tujuan untuk hiburan, namun secara tidak langsung bisa mendapatkan berbagai pembelajaran dari isinya

9. Musik

Bidang industri musik dalam ekonomi kreatif meliputi berbagai kegiatan dan proses dalam penciptaan, reproduksi, serta distribusi rekaman suara dan lagu. Industri musik sendiri diisi dengan tokoh-tokoh pemusik seperti penyanyi, penulis lagu, hingga komponis

10. Seni pertunjukan

Bidang seni drama dalam ekonomi kreatif meliputi berbagai kegiatan dalam seni pertunjukan drama. Tokoh-tokoh yang berkecimpung dalam bidang seni drama ini meliputi para pengembang konten, produser pertunjukan seperti

drama, musik tradisional, teater, opera, dan lain-lain, serta desainer panggung, kostum, dan pencahayaan.

11. Penerbitan dan percetakan

Bidang penerbitan dan pencetakan dalam ekonomi kreatif berkaitan erat dengan perbukuan. Beberapa proses di dalam penerbitan dan percetakan meliputi penerbitan buku, jurnal, surat kabar, tabloid, kegiatan kantor berita, dan pencari berita.

12. Layanan komputer dan piranti lunak

Bidang layanan komputer dan perangkat lunak atau aplikasi dalam ekonomi kreatif meliputi berbagai kegiatan terkait pengembangan teknologi informasi, seperti pemrosesan data, integrasi sistem, pengembangan *software*, hingga analisis sistem.

13. Radio dan Televisi

Bidang penyiaran radio dan televisi dalam ekonomi kreatif meliputi penciptaan dan produksi berbagai program di televisi seperti acara game, kuis, acara ragam, hingga *infotainment*. Tidak hanya meliputi berbagai produksi acara televisi, bidang ini juga termasuk dalam kegiatan stasiun dan radio televisi di dalamnya.

14. Riset dan Pengembangan.

Bidang penelitian dan pengembangan (litbang) dalam ekonomi kreatif meliputi kegiatan penemuan sains dan teknologi serta berbagai penerapannya dengan tujuan menciptakan produk dan meningkatkan kualitas suatu produk.

Tidak hanya meliputi bidang teknologi, penelitian juga dapat terkait dengan humaniora dalam pengembangan bahasa dan sastra.

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

2.2. Konsep UMKM

Rumusan terhadap definisi UMKM berbeda antara satu negara lainnya dan berbeda pula definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga dunia. Tidak ada suatu kesepakatan terhadap definisi UMKM. Umumnya UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan ciri yang dapat berupa jumlah tenaga kerja yang di pergunakan, jumlah capital dan omzet dari kegiatan yang di hasilkan, serta dapat pula di definisikan berdasarkan karakteristik UMKM, seperti skala usaha, teknologi yang di gunakan, organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan lain sebagainya.

Tambunan (2017: 1) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

Menurut UU nomor 9 tahun 1995, usaha kecil didefinisikan sebagai:

- a. Usaha produktif milik warga negara Indonesia yang berbentuk badan usaha perorangan badan usaha yang tidak berbadan hokum, atau badan usaha berbadan hukum, termasuk koperasi.

- b. Anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan usaha menengah atau besar tidak termasuk dalam kategori usaha kecil.
- c. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100 juta per tahun.

2.3. Konsep Pariwisata

I Gusti Ngurah Widyatama (2017) menyatakan perencanaan pengembangan kepariwisataan pada dasarnya adalah mencari titik temu antara sisi permintaan (*demand side*) dan sisi penawaran (*supply side*) atau dengan kata lain dapat terwujudnya kesesuaian antara kebutuhan dari sisi permintaan/pasar dan dukungan pengembangan dari sisi penawaran/produk wisata atau destinasi wisata. Terkait dengan prinsip keseimbangan tersebut maka aspek pasar memiliki posisi yang sangat strategis yang akan menjadi dasar pijakan pengembangan produk atau destinasi. Menurut Gamal Suwanto (2004) unsur pokok dalam upaya pengembangan pariwisata di suatu daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi 4 unsur, antara lain; Objek dan Daya Tarik Wisata, Sarana dan Prasarana Wisata, Infrastruktur, dan Masyarakat /Lingkungan

Sinaga (2010), Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata.

2.4. Studi Pendahuluan

Beberapa studi pendahuluan/ penelitian yang pernah dilakukan Tim peneliti sebelumnya dalam menunjang penelitian kali ini dapat diuraikan melalui tabel 2.1 berikut ini

Tabel 2.1
Kajian Penelitian, Pengabdian dan Publikasi Terdahulu yang Relevan

Nama Peneliti, Waktu dan Tempat	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Niode, I. Y., 2012, Gorontalo	Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor UKM di Kota Gorontalo (Studi Industri Meubel Kayu & Rotan	Strategi meraih keunggulan bersaing industri di Kota Gorontalo dapat dilakukan secara agresif dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk dan menjangkau akses pasar yang lebih luas.
Niode, I. Y. & Raflin Hinel. 2020. Kabupaten Gorontalo	<i>The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency. Journal of Community</i>	Hasil penelitian menunjukkan (1) Secara simultan brand image produk IKM, investasi melalui bantuan modal pemerintah dan zakat rutin secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk olahan makanan IKM di Kabupaten Gorontalo. (2) secara parsial citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk olahan makanan IKM di Kabupaten Gorontalo. (3).Investasi melalui bantuan modal pemerintah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk olahan makanan IKM di Kabupaten Gorontalo. (5). Zakat rutin berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk makanan olahan IKM di Kabupaten Gorontalo
Rahman, Endi., Meiske Ahmad. 2021. Kabupaten Boalemo	<i>Development of Community Based Touris Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency, INDONESIA</i>	Berdasarkan hasil pembahasan penulis terkait dengan penelitian pengembangan pariwisata berbasis masyarakat bolihutuo pantai, kecamatan Botumoito yaitu melibatkan masyarakat anggota dalam memberikan masukan dalam hal peningkatan wisata pantai bolihutuo berjalan dengan baik dimana Dinas Pariwisata dan pemerintah desa dalam hal ini

		selalu melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, Adanya Kepastian Masyarakat Lokal Menerima Manfaat dari Kegiatan Pariwisata. Pengelolaan objek wisata pantai bolihutuo memberikan manfaat langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat, Menjamin Kelestarian Lingkungan, Menjaga Keunikan Karakter dan Budaya Lokal Bolihutuo
Andi Y. Mendo & Idris Y Niode. 2021. Kabupaten Bone Bolango	<i>Economic Potential By MSMEs At Coastal Area: Evidence Of Bone Balango Regency In Indonesia</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango dapat dioptimalkan melalui strategi Ability Mindset & Increising Networtking (AMIN) yang merupakan sebuah upaya dalam peningkatan kapasitas dan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan manajemen pada produksi, operasional, tata kelola amdinistrasi, modernisasi digitalisasi dan keuangan serta jejaring pemasaran yang akan berimplikasi secara nyata dalam peningkatan kinerja UMKM (kinerja keuangan, kinerja operasional dan kinerja administrasi), peningkatan pangasa pasar dan pembentukan loyalitas pelanggan atas produk dan
Wasilu M. B, Idris Y. N & Sri Indriyani S. Dai. 2022. Kabupaten Boalemo	<i>Empowerment Strategy of Micro, Small, and Medium Enterprises in Bone Bolango Regency</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bone Bolango dapat dilakukan oleh stakeholder pengembangan UMKM dan para pelaku UMKM dengan 3 cara utama yakni Strategi pengembangan kapasitas (program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM), strategi pemberdayaan menyeluruh (program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM) dan strategi perlindungan (program penciptaan iklim usaha yang kondusif).
Niode, I.Y dan Mopangga, H. 2014. Gorontalo	Penguatan Produksi dan Pemasaran Stik Jagung Ikan Gorontalo	Program IbM efektif membantu kegiatan produksi atas dasar inovasi produk, memperoleh sertifikasi kelayakan dan kehalalan produk, promosi onlinedan pemasaran stik jagung ikan UKM Cahaya Bintang Cakrawala dan UKM Putri di Kota Gorontalo dan sekitarnya

2.5. Peta Jalan (*Roadmap*) Penelitian

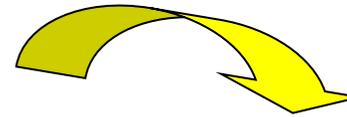
Guna mewujudkan implementasi program tridharma perguruan tinggi dalam hal ini adalah penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, maka yang menjadi prioritas kajian tim peneliti kali ini adalah dengan memfokuskan pada bagaimana desain model pengembangan potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari dalam menunjang Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango. Potensi kedua sektor tersebut (UMKM Berbasis Ekonomi kreatif & Pariwisata bahari) sengaja dipilih karena merupakan salah satu sektor yang dijadikan unggulan daerah Kabupaten Bone Bolango dalam menunjang PAD daerah yang saat ini menjadi perhatian dan semakin ditingkatkan. Ketertarikan dan prioritas penanganan masalah rendahnya partisipasi pelaku usaha dalam mendukung program pariwisata juga sebaliknya sector pariwisata yang ada belum mampu bersinergi dengan pihak pelaku usaha ekonomi kreatif menjadi perhatian Ketua dan Anggota pengusul penelitian ini yang tampak pada berbagai penelitian & publikasi yang dilakukan selama ini seperti terlihat dalam uraian berikut:

1. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 2. Februari 2012. hal. 91-101. ISSN. 1979-7192
2. *Empowerment Strategy of Micro, Small, and Medium Enterprises in Bone Bolango Regency*. Proceedings The 2st International Conference in Social Science. University of Merdeka Malang, November 5-6, 2021

3. *Development of Community Based Touris Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency, INDONESIA*. International Journal of Innovative Science and Research Technology. Volume 6, Issue 10, October – 2021
4. *Economic Potential By MSMEs At Coastal Area: Evidence Of Bone Balango Regency In Indonesia*. Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science. Volume 3, Issue 1, October 2021. E-ISSN : 2686-6331, P-ISSN : 2686-6358
5. Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo, dalam Jurnal Oikos – Nomos. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG Vol. 7 No. 3 September 2014 hal 209-220 ISSN 1979-1607
6. *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 (2020)
7. *Management Model of Village Fund Allocation in Enhancing the Village's Productive*. Journal Economic Activities. Business and Economic Research. Vol. 8, No. 4 (2018)
8. *Improvement of Village Productive Economy Through Village Funds Financing*. International Journal of Applied Business & International Management, Vol. 4 No. 3 (2019)

Penelitian Yang Sudah Dilakukan Tim Peneliti Terkait Dengan Usulan Penelitian Tahun 2012 s.d 2021

<i>Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo.</i> Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 2. Februari 2012. hal. 91-101. ISSN. 1979-7192	Penulis Tunggal
<i>Empowerment Strategy of Micro, Small, and Medium Enterprises in Bone Bolango Regency.</i> Proceedings The 2st International Conference in Social Science. University of Merdeka Malang, November 5-6, 2021	Penulis Ke 2
<i>Development of Community Based Touris Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency, INDONESIA.</i> International Journal of Innovative Science and Research Technology. Volume 6, Issue 10, October – 2021	Penulis Petama
<i>Economic Potential By MSMEs At Coastal Area: Evidence Of Bone Balango Regency In Indonesia.</i> Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science. Volume 3, Issue 1, October 2021. E-ISSN : 2686-6331, P-ISSN : 2686-6358	Penulis Kedua
Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo, dalam Jurnal Oikos – Nomos. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG Vol. 7 No. 3 September 2014 ISSN 1979-1607	Penulis Pertama
<i>The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency.</i> Journal of Community Development In Asia JCDA). Vol.2 No.2 (2020)	Penulis Pertama
<i>Management Model of Village Fund Allocation in Enhancing the Village's Productive.</i> Journal Economic Activities. Business and Economic Research. Vol. 8, No. 4 (2018)	Penulis Kedua
<i>Improvement of Village Productive Economy Through Village Funds Financing.</i> International Journal of Applied Business & International Management, Vol. 4 No. 3 (2019)	Penulis Kedua
<i>Sustainable Tourism</i> Pada Pemasaran Pariwisata desa di Provinsi Gorontalo. Seminar Hasil Disertasi. Pascasarjana Ilmu Manajemen FE Univ. Samratulangi. 2022	Penulis Tunggal

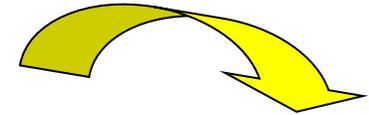


Yang Akan dilakukan 2022

“Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bola”

Dengan Tahapan:

- Observasi, Identifikasi Isu & Permasalahan
- FGD Melibatkan Stakeholder Untuk mengidentifikasi & Menentukan langkah strategis Pengembangan Model
- Pengumpulan data, distribusi angket & Dokumentasi
- Pengolahan Data (SWOT, AHP & Analisis Stake Holder), analisis & Interpretasi



Hasil Yang Diharapkan 2022

- Tersusunnya Laporan Penelitian
- 1.HAKi** Draf Desain Model pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif & Pariwisata Bahari
- 2.**Hasil Penelitian diPublikasikan dalam **Jurnal Internasional bereputasi/ SINTA 2**

Gambar 2.1
Bagan alir Roadmap Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi dalam rangka Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango, maka untuk menganalisis hal tersebut dapat dilakukan dengan pendekatan analisis SWOT, analisis AHP serta menggunakan analisis stake holder

3.1.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi/kegiatan atau usaha yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi peniaian terhadap faktor kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (Opportunity) dan tantangan (Threath). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Langkah-langkah analisis SWOT yang ditempuh:

- a. Bobot setiap jawaban mempunyai alternatif pemberian nilai antara 1-4, semakin penting pengaruh faktor, maka semakin tinggi bobot yang akan diberikan;

- b. Setiap nomor pertanyaan yang dijawab responden dijumlahkan rata-rata baris;
- c. Semua nomor jawaban diakumulasikan secara total dalam nilai baris, lalu dijumlahkan menjadi jumlah kolom dan dibagi dengan jumlah baris maka disebut jumlah kolom;
- d. Nilai rata-rata baris yang lebih besar dari rata-rata kolom adalah kekuatan dan peluang. Sedangkan nilai rata-rata baris yang lebih kecil dari rata-rata kolom adalah kelemahan dan ancaman.

Untuk mentransfer pemikiran-pemikiran peserta diskusi ke dalam matrik SWOT, harus diklasifikasi hasilnya pada empat versi besar (Rangkuti, 2006), penyusunan strategi tersebut, yaitu: (1) strategi SO, mengandalkan seluruh kekuatan guna memanfaatkan peluang yang ada; (2) strategi WO, mengandalkan peluang yang ada untuk menekan kelemahan; (3) strategi ST, mengandalkan kekuatan yang ada untuk mengantisipasi ancaman; (4) strategi WT, berusaha menekankan kelemahan guna mencegah munculnya ancaman. Penjabaran analisis swot tersebut disajikan berikut ini:

a. *External Strategy factor Analysis (EFAS)*

EFAS matrik digunakan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi dan informasi tentang persaingan di pasar industri di mana perusahaan berada.

b. *Internal strategy factor Analysis (IFAS)*

Langkah penyimpulan dalam mengelola lingkungan internal dapat dipakai dalam menyusun IFAS matrik. Alat perumusan strategi ini menyimpulkan dan

mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang besar dalam daerah fungsional perusahaan dan juga memberikan suatu basis bagi pengidentifikasian dan pengevaluasian hubungan di antara daerah-daerah tersebut. *Intuitive judgement* sangat diperlukan dalam penggunaan IFAS matrik ini.

c. Matrik SWOT

Matrik SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi keempat faktor yang tercakup dalam analisis yang menggambarkan kecocokan paling baik diantaranya. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matrik SWOT digunakan untuk mengembangkan empat tipe alternatif strategi yaitu SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Terdapat empat tahapan dalam membentuk matrik SWOT yaitu:

- 1) Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO.
- 2) Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO.
- 3) Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST.
- 4) Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman dan mencatat resultan strategi WT.

3.1.2 Analisis Stakeholder

Metode untuk mengkategorisasi *stakeholders* dilakukan berdasarkan analisis kepentingan (*interest*) dan pengaruh *stakeholders* melalui *matriks klasifikasi stakeholders*. Selanjutnya, analisis *stakeholders* dilakukan dengan penafsiran matriks nilai penting dan pengaruh *stakeholders*. Kriteria yang digunakan untuk mengukur nilai penting *stakeholders* dilakukan berdasarkan relevansi kepentingannya. Menurut (Abbas, 2005) pengaruh *stakeholders* tersebut berupa *condign power*, *compensatory power*, *conditioning power*, dan *organisation power*, nilai penting dan pengaruh *stakeholders* ditetapkan melalui skoring yaitu pengukuran data berjenjang 5 (lima). Sedangkan prosedur pengukuran bagi tugas pokok dan fungsi (Tupoksi), dalam aturan kelembagaan dan peraturan perundangan dengan menginterpretasikan jawaban deskriptif *stakeholder*.

Tabel 3.1
Ukuran Kuantitatif Terhadap Identifikasi Stakeholder

Skor	Nilai	Kriteria	Keterangan
Kepentingan Stakeholder			
5	17-20	Sangat tinggi	Sangat bergantung pada keberadaan sumberdaya
4	13-16	Tinggi	Ketergantungan tinggi pada keberadaan sumberdaya
3	9-12	Cukup tinggi	Cukup bergantung pada keberadaan sumberdaya
2	5-8	Kurang tinggi	Ketergantungan pada keberadaan sumberdaya kecil
1	0-4	Rendah	Tidak tergantung pada keberadaan sumberdaya
Pengaruh Stakeholder			
5	17-20	Sangat tinggi	Jika respondennya berpengaruh nyata terhadap aktivitas <i>stakeholder</i> lain
4	13-16	Tinggi	Jika respondennya berpengaruh besar terhadap aktivitas <i>stakeholder</i> lain
3	9-12	Cukup tinggi	Jika respondennya cukup berpengaruh terhadap aktivitas <i>stakeholder</i> lain

Skor	Nilai	Kriteria	Keterangan
2	5-8	Kurang tinggi	Jika respondennya berpengaruh kecil terhadap aktivitas <i>stakeholder</i> lain
1	0-4	Rendah	Jika respondennya tidak berpengaruh terhadap aktivitas <i>stakeholder</i> lain

Sumber: Abbas, 2005

Nilai skor dari jawaban *stakeholders* terhadap nilai penting dan pengaruh dijumlahkan dan nilainya dipetakan ke dalam matriks klasifikasi *stakeholders*. Matriks klasifikasi *stakeholders* terdiri dari empat kuadran. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis *stakeholder*, analisis konten (*content analysis*) dan analisis deskriptif. (Reed *et al*, 2009 dalam Ramadhita, 2016), tahapan melakukan analisis data meliputi identifikasi *stakeholder* dan analisis isi Tupoksi, aturan kelembagaan dan peraturan perundangan

Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi aktivitas *stakeholder* kunci dan melakukan penilaian terhadap perannya, tingkat pengaruh/kekuatannya. Hal tersebut menggambarkan kepentingan *stakeholder* dalam hubungan dengan aktivitas yang direncanakan. Alat analisis yang digunakan adalah *stakeholder grid* menurut (Abbas, 2005) dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Hasil analisis diilustrasikan pada (gambar 3) dimana *stakeholder* dikategorikan menurut tingkat kepentingan dan pengaruhnya. Data jawaban terhadap tingkat kepentingan dan pengaruh masing-masing *stakeholder* (skor) dikelompokkan menurut jenis indikatornya yang kemudian disandingkan sehingga membentuk koordinat. Selanjutnya diterjemahkan ke dalam bentuk *stakeholder* matriks yang mengidentifikasi *stakeholder* dalam 4 (empat) kuadran.

Menurut (Reed *et.al.*, 2009 dalam Ramadhita, 2016), berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh, *stakeholder* akan diklasifikasikan menjadi 4 (empat)

bagian di dalam kuadran (gambar 3) yaitu : Key players, Subject, Context Setter, Crowd (Gambar 2). Adapun keterangan mengenai keempat klasifikasi menurut (Friedman, 1983, Mandala Zeji dkk, 2013 *dalam* Susatyo, et.al 2017), matrik *stakeholder* berdasarkan kepentingan dan pengaruh adalah sebagai berikut :

- a) *Key players* : Kepentingan Tinggi (*high importances*) dan pengaruh tinggi (*high influence*) *Stakeholder* ini yang paling perlu dilibatkan untuk bekerjasama dalam pelaksanaan program kegiatan.
- b) *Subject* : Ketertarikan/kepentingan Tinggi (*high interest /importance*) dan pengaruh rendah (*low influence*). *Stakeholder* ini menghendaki adanya inisiatif untuk dilibatkan agar kepentingan mereka terlindungi
- c) *Context Setter* : Ketertarikan/kepentingan rendah (*low interest /importance*), rendah (*low interest/importance*), pengaruhnya tinggi (*high influence*). *Stakeholder* Tersebut dapat mempengaruhi dampak dari pelaksanaan program kegiatan
- d) *Crowd* : Ketertarikan/kepentingan rendah (*Low Interest/importance*). pengaruhnya rendah (*low influence*). *Stakeholder* tersebut perlu dipertimbangkan untuk dilibatkan dalam pelaksanaan program kegiatan
- e)

Kepentin;	<i>Subject</i>	<i>Key players</i>
	<i>Crowd</i>	<i>Context Setter</i>
	Pengaruh	

Gambar 3.1 Stakeholder matriks (Reed et.al 2009 dalam Ramadhita, 2016)

3.1.3 Analisis AHP

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). Analytical Hierarchy Process (AHP) Adalah metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur kedalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Proses pengambilan keputusan pada dasarnya adalah memilih suatu alternatif yang terbaik. Seperti melakukan penstrukturan persoalan, penentuan alternatif-alternatif, penentuan nilai kemungkinan untuk variabel aleatori, penetapan nilai, persyaratan preferensi terhadap waktu, dan spesifikasi atas resiko. Betapapun melebarnya alternatif yang dapat ditetapkan maupun terperinci penjajagan nilai kemungkinan, keterbatasan yang tetap melingkupi adalah dasar perbandingan berbentuk suatu kriteria yang tunggal.

Peralatan utama Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah memiliki sebuah hirarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Dengan hirarki, suatu masalah kompleks dan tidak terstruktur dipecahkan ke dalam kelompok-kelompoknya dan diatur menjadi suatu bentuk hirarki. Langkah-langkah AHP yakni:

1. Memdefinisikan permasalahan dan penentuan tujuan. Jika AHP digunakan untuk memilih alternatif atau menyusun prioritas alternatif, pada tahap ini dilakukan pengembangan alternatif.

2. Menyusun masalah kedalam hierarki sehingga permasalahan yang kompleks dapat ditinjau dari sisi yang detail dan terukur.
3. Penyusunan prioritas untuk tiap elemen masalah pada hierarki. Proses ini menghasilkan bobot atau kontribusi elemen terhadap pencapaian tujuan sehingga elemen dengan bobot tertinggi memiliki prioritas penanganan. Prioritas dihasilkan dari suatu matriks perbandingan berpasangan antara seluruh elemen pada tingkat hierarki yang sama.
4. Melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap tingkat hierarki.

Hasil perbandingan dari masing-masing elemen akan berupa angka dari 1 sampai 9 yang menunjukkan perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen. Apabila suatu elemen dalam matriks dibandingkan dengan dirinya sendiri maka hasil perbandingan diberi nilai 1. Skala 9 telah terbukti dapat diterima dan bisa membedakan intensitas antar elemen. Hasil perbandingan tersebut diisikan pada sel yang bersesuaian dengan elemen yang dibandingkan. Skala perbandingan perbandingan berpasangan dan maknanya yang diperkenalkan oleh Saaty bisa dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Skala Banding Secara Berpasang

Intensitas Kepentingan	Definisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sangat penting	Dua elemen mempunyai pengaruh sama besar
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai tidak jauh berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
5	Elemen yang satu sangat penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai Kuat berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
7	Elemen yang satu jelas lebih penting	Satu elemen sangat lebih disukai dibandingkan elemen lainnya

Intensitas Kepentingan	Definisi	Penjelasan
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting	Satu elemen secara pasti menempati urutan tertinggi dalam tingkatan preferensi
2,4,6,8	Nilai Kompromi atas nilai-nilai di atas	Penilaian kompromi secara numeris dibutuhkan semenjak tidak ada kata yang tepat untuk menggambarkan tingkat preferensi
Kebalikan	Jika untuk aktivitas i mendapat satu angka dibanding dengan aktivitas j, maka j mempunyai nilai kebalikannya dibanding dengan i	

Sumber: Saaty, 1993

3.2 Tim & Tugas Peneliti

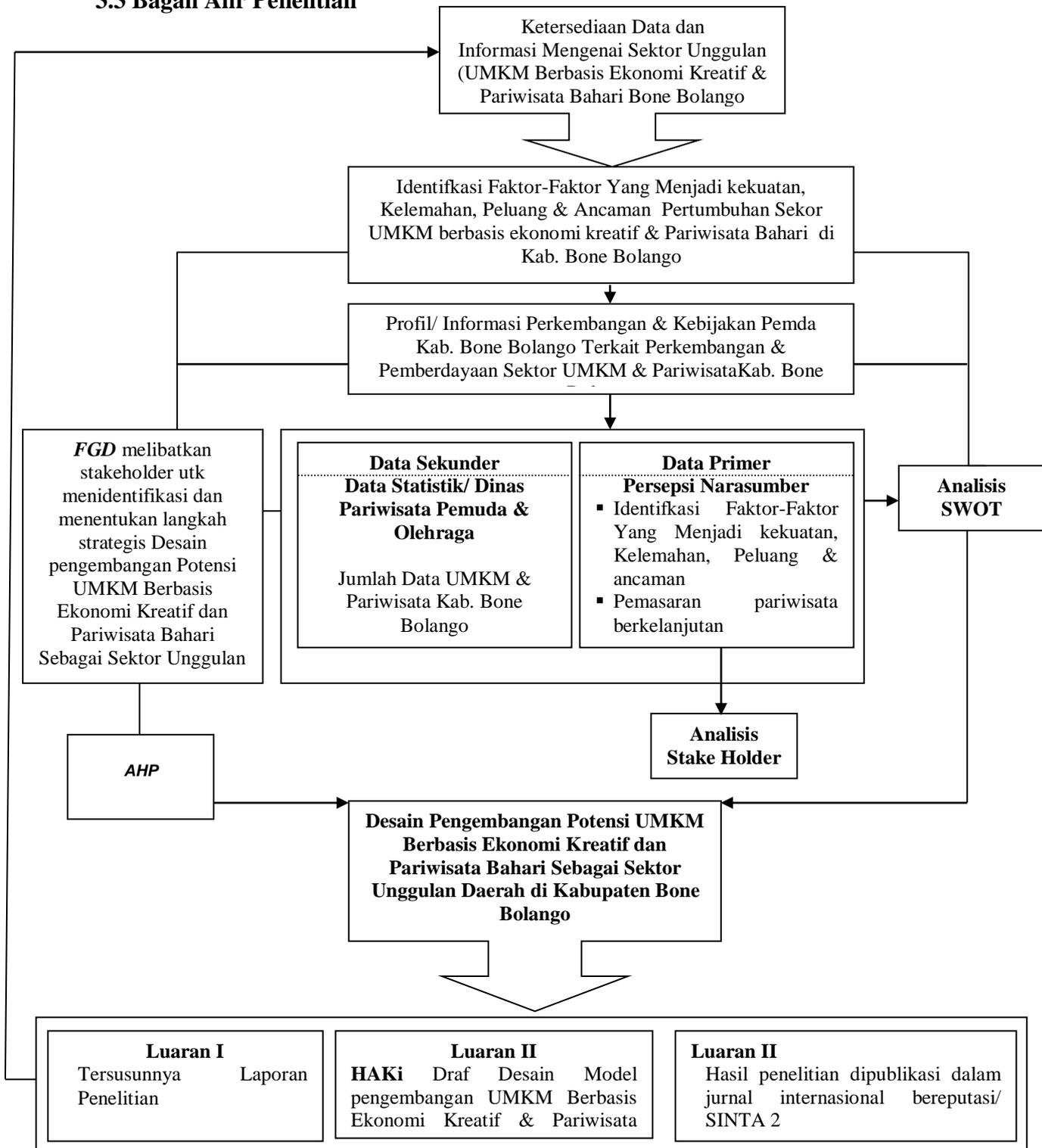
Tim Peneliti yang tergabung dalam penelitian dengan judul "Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango" ini terdiri dari olaborasi para peneliti yang berasal dari unsur perguruan tinggi (Universitas Negei Gorontalo sebanyak 2 orang) dan dari Pihak Pemda Kabupaten Bone Bolango (Dinas Pariwisata Pemuda & Olahraga sebanyak 1 orang)

Tabel 3.3.
Tim Peneliti

No	Jabatan	Tugas dan Tanggung Jawab	Jumlah
1	Ketua Tim (Dr. Idris Yanto Niode, SPd.,MM)	Bertugas mempersiapkan seluruh anggota tim peneliti, mengatur pembagian tugas dan wewenang anggota, materi kajian, analisis penelitian serta kelengkapan administrasi lainnya.	1 Orang
2	Anggota Tim (Endi Rahman, SE.,MM)	Membantu Ketua mempersiapkan seluruh anggota tim peneliti, mengatur pembagian tugas dan wewenang anggota, materi kajian, analisis penelitian serta kelengkapan administrasi lainnya.	1 Orang
3	Anggota Tim (Kusno, S.Sos.,MM)	Bertugas mempersiapkan bahan-bahan informasi, Data tentang UMKM & Obyek Pariwisata di Kab. Bone Bolango yang ada di Dinas Pariwisata Pemuda & Olahraga serta kesiapan pelaksanaan FGD Lintas Sektoral/ Unit kerja di lingkungan Pemda Bone Bolango	1 Orang

ENUMERATOR			
1	(.....)	Bertugas mempersiapkan & menyebarkan kuisioner/ angket, mempersiapkan bahan-bahan kajian yang terkait semua aspek analisis	3 Orang

3.3 Bagan Alir Penelitian



Gmb. 3.2 Bagan Alir Penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian

Dalam rangka peningkatan penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, dan pelayanan kemasyarakatan di Kabupaten Bone Bolango yang mempunyai luas wilayah $\pm 5.338,98$ km² perlu dibentuk Kabupaten Bone Bolango yang terdiri atas 4 (empat) Kecamatan, yaitu Kecamatan Tapa, Kecamatan Kabila, Kecamatan Suwawa, dan Kecamatan Bone Pantai dengan luas wilayah keseluruhan $\pm 1.984,31$ km². Dengan luas wilayah, persebaran dan pertumbuhan penduduk serta dinamika kehidupan masyarakat sebuah provinsi baru, perlu diatasi dengan memperpendek rentang kendali pemerintahan melalui pembentukan daerah otonom baru. Hal itu sejalan dengan kebijakan nasional dalam rangka percepatan pembangunan Kawasan Timur Indonesia, khususnya di Provinsi Gorontalo.

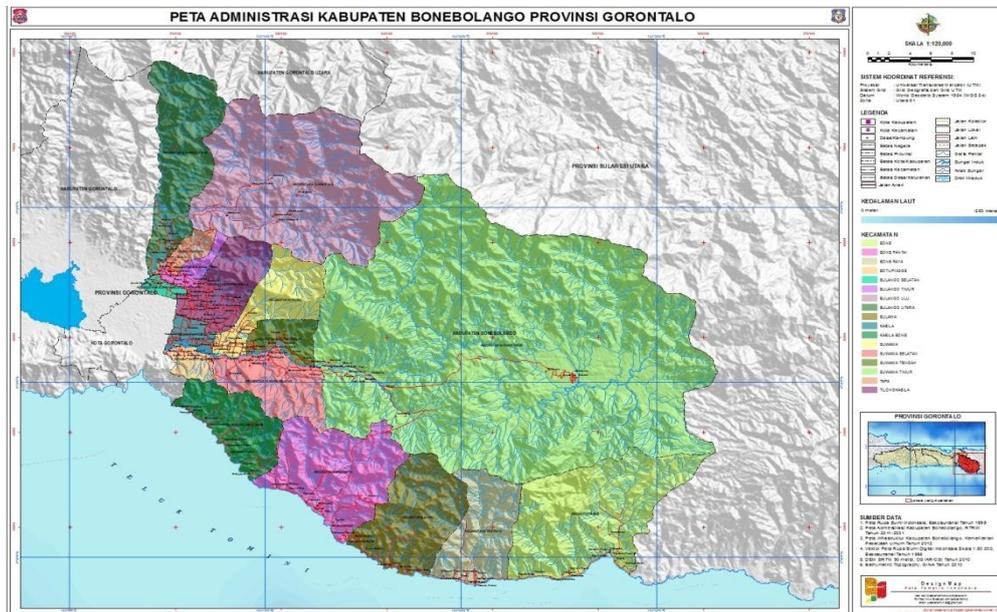
Berdasarkan hal tersebut di atas dan memperhatikan aspirasi masyarakat yang selanjutnya dituangkan dalam Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bone Bolango Nomor 01 Tahun 2002 tanggal 17 Januari 2002 tentang Rekomendasi/Pernyataan Sikap Mendukung Pembentukan Kabupaten Baru, dan Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Gorontalo Nomor 14 Tahun 2002 Tanggal 27 Februari 2002 tentang Rekomendasi/Persetujuan Pembentukan Kabupaten Baru Bone Bolango. Dengan terbentuknya Kabupaten Bone Bolango, sebagai daerah otonom, Pemerintah Provinsi Gorontalo, Pemerintah Kabupaten Bone Bolango, berkewajiban membantu dan memfasilitasi

terbentuknya kelembagaan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, perangkat daerah yang efisien dan efektif sesuai kebutuhan dan kemampuan, pengaturan dan penyelesaian aset daerah yang dilakukan dengan pendekatan musyawarah dalam semangat saling membantu untuk kepentingan kesejahteraan rakyat Kabupaten Bone Bolango dan Kabupaten Bone Bolango

Bertitik tolak Amanah Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah melalui Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 serta mengingat Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2000 tanggal 22 Desember yang mengatur Tentang Pembentukan Provinsi Gorontalo yang kala itu hanya memiliki tiga daerah, sementara idealnya minimal harus memiliki lima Kabupaten/Kota, maka atas semangat dan aspirasi seluruh kalangan masyarakat di empat Kecamatan di Kabupaten Bone Bolango masing-masing Kecamatan Suwawa, Kabila, Tapa dan Bonepantai dibentuklah Komite Solidaritas Pembentukan Kabupaten Baru (KSPKB) yang berusaha, berjuang menjadikan empat kecamatan ini untuk menjadi suatu daerah Kabupaten. Tepat tanggal 6 Mei 2003 diresmikanlah Kabupaten Bone Bolango sebagai Kabupaten yang keempat di Provinsi Gorontalo sesuai amanat Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2003 Tentang Pembentukan Kabupaten Bone Bolango dan Kabupaten Pohuwato di Provinsi Gorontalo.

Sampai saat ini Kabupaten Bone Bolango mengalami banyak proses pemekaran kecamatan dan desa/kelurahan, sehingga jumlah kecamatan dan desa/kelurahan menjadi banyak, yaitu 18 kecamatan, 154 desa dan 5 kelurahan.

Adapun peta dari Kabupaten Bone Bolango dapat disajikan dalam Gambar berikut:



Gambar 4.1: Peta Kabupaten Bone Bolango (Sumber BPS)

4.1.2 Karakteristik Panelis

Demografi panelis dalam penelitian ini yakni hanya pada panelis untuk kepentingan analisis deskriptif yang terdiri dari . Adapun karakteristik panelis dijabarkan berikut ini:

1. Demografi Berdasarkan Jenis kelamin

Adapun gambaran umum panelis di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan Jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Gambaran Umum Panelis Berdasarkan Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	11	55.0	55.0	55.0
Valid Perempuan	9	45.0	45.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel di atas dari 20 panelis, sebanyak 11 orang panelis berjenis kelamin laki-laki atau persentasenya sebesar 55,00%. Kemudian panelis yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 9 orang atau sebesar 45,00%. Dari hasil ini bahwa panelis perempuan lebih dominan dibandingkan panelis laki-laki.

2. Klasifikasi Umur Panelis

Adapun gambaran umum panelis di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan umur disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Klasifikasi Umur Panelis

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
31-40 Tahun	6	30.0	30.0	30.0
41-50 Tahun	9	45.0	45.0	75.0
Valid 51-60 Tahun	4	20.0	20.0	95.0
> 60 Tahun	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel di atas umur dari panelis terdapat empat kategori, umur yang dominan yakni panelis yang berumur 41-50 tahun sebanyak 9 orang atau sebesar 45,00%. Kemudian frekuensi berdasarkan umur yang terendah yakni pada umur > 60 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 5,00%.

3. Demografi Berdasarkan Pendidikan

Adapun gambaran umum panelis di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan pendidikan disajikan pada Tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3: Gambaran Umum Panelis Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP/Sederajat	1	5.0	5.0	5.0
SMA/Sederajat	3	15.0	15.0	20.0
Diploma	2	10.0	10.0	30.0
Valid Sarjana	8	40.0	40.0	70.0
Magister	4	20.0	20.0	90.0
Doktoral	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel di atas, terdapat enam kategori pendidikan dari panelis, dimana yang dominan adalah yang berpendidikan sarjana sebanyak 8 orang atau sebesar 40,00%. Sedangkan yang paling rendah frekuensinya adalah yang berpendidikan SMP/ sederajat sebanyak 1 orang atau sebesar 5,00%.

4.1.3 Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang mempengaruhi pengembangan UMKM Ekonomi kreatif dan Wisata Bahari sebagai sektor unggulan yang ada di Kabupaten Bone Bolango

Penelitian ini dilaksanakan pada dengan sasaran yakni Dinas Pariwisata, Dinas Perindag & UMKM, Universitas, Perbankan, Pokdarwis, Media, UMKM Kreatif, Wisatawan, Praktisi UMKM dan Perusahaan (Non Perbankan) yang masing-masing diambil 2 orang sebagai perwakilan sebagai panelis. Sehingga hasil perhitungan jawaban panelis disajikan berikut ini:

- a. Max = $5 \times 20 = 100$ (100%)
- b. Min = $1 \times 20 = 20$ (20,00%)
- c. Range = $(100-20)/5 = 20$ (20,00%)

Sehingga berdasarkan rentang skala tersebut dibuat penilaian (mengacu pada Narimawati, 2007) sebagaimana terlihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabe 4.4: Daftar Kriteria Analisis Deskriptif

No	Persentase Skor	Kriteria
1	20,01%-40,00%	Sangat Tidak (Baik/Efektif)
2	40,01%-60,00%	Tidak (Baik/Efektif)
3	60,01%-80,00%	Kurang (Baik/Efektif)
4	80,01%-100,00%	Baik/Efektif

Sumber: Data Olahan, 2022

Penjabaran mengenai item faktor internal dan faktor eksternal untuk desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango sebagai berikut :

a. Faktor Internal

1) Analisis Faktor Kekuatan

Hasil jawaban responden mengenai faktor internal (kekuatan) dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango disajikan pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 : Hasil Deskriptif Faktor Internal (Kekuatan)

No	SKOR PERNYATAAN						Kriteria		
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual		Ideal	%
1	0	1	2	4	13	89	100	89.00%	Baik
2	0	1	15	4	0	63	100	63.00%	Cukup Baik
3	0	3	3	13	1	72	100	72.00%	Cukup Baik
4	1	1	9	7	2	68	100	68.00%	Cukup Baik
5	1	1	7	8	3	71	100	71.00%	Cukup Baik
6	0	0	4	8	8	84	100	84.00%	Baik
7	0	0	0	5	15	95	100	95.00%	Baik
8	0	0	5	8	7	82	100	82.00%	Baik

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
9	0	0	2	12	6	84	100	84.00%	Baik
Total	2	7	47	69	55	708	900	78.67%	Cukup Baik

Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil jawaban dari responden ditemukan bahwa keseluruhan item mengenai kekuatan dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango berada pada kategori yang baik. Hal ini memberi makna bahwa pengembangan pariwisata dengan mengkombinasikan dengan berbagai ekonomi kreatif dalam keadaan yang belum begitu maksimal dimana hal ini membutuhkan peran dari berbagai pemangku kepentingan. Faktor yang telah ideal untuk dijadikan sebagai kekuatan adalah pariwisata di Kabupaten Bone Bolango merupakan kawasan strategis dari pengembangan Teluk Tomini, sedangkan kekuatan yang paling rendah yakni lokasi obyek wisata yang strategis & prasarana jalan mudah diakses, dimana hal ini terjadi karena adanya jalan yang cukup ekstrim menuju wisata di Kabupaten Bone Bolango terutama yang wisata Olele.

2) Analisis Faktor Kelemahan

Hasil jawaban responden mengenai faktor internal (kelemahan) dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dapat disajikan berikut ini:

Tabel 4.6 : Hasil Deskriptif Faktor Internal (Kelemahan)

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	0	0	3	5	12	89	100	89.00%	Lemah
2	0	0	1	5	14	93	100	93.00%	Lemah
3	0	1	3	6	10	85	100	85.00%	Lemah
4	0	0	3	6	11	88	100	88.00%	Lemah
5	0	1	4	8	7	81	100	81.00%	Lemah
6	0	0	2	7	11	89	100	89.00%	Lemah
7	0	0	2	6	12	90	100	90.00%	Lemah
8	0	0	1	6	13	92	100	92.00%	Lemah
Total	0	2	19	49	90	707	800	88.38%	Lemah

Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil jawaban dari responden ditemukan bahwa untuk kelemahan dari desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango didominasi oleh hasil yang lemah yang artinya bahwa pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango cenderung banyak aspek yang masih harus dibenahi terutama permasalahan belum tersedianya produk unggulan UMKM panganan & aksesoris souvenir (Cenderamata) lokal dan kurangnya pelatihan dalam mengembangkan kapasitas pelaku usaha UMKM dalam mendukung sector pariwisata bahari.

b. Faktor Eksternal

1) Analisis Faktor Peluang

Hasil jawaban responden mengenai faktor eksternal (peluang) dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dapat disajikan berikut ini:

Tabel 4.7 : Hasil Deskriptif Faktor Eksternal (Peluang)

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	0	1	2	7	10	86	100	86.00%	Tinggi
2	0	0	4	8	8	84	100	84.00%	Tinggi
3	0	1	2	9	8	84	100	84.00%	Tinggi
4	0	0	3	12	5	82	100	82.00%	Tinggi
5	0	0	2	9	9	87	100	87.00%	Tinggi
6	0	0	2	7	11	89	100	89.00%	Tinggi
Total	0	2	15	52	51	512	600	85.33%	Tinggi

Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil jawaban dari responden ditemukan bahwa untuk faktor peluang didominasi oleh jawaban tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya peluang dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango, dimana peluang ini sangatlah berpotensi untuk menjadi program pemerintah dalam sektor pariwisata menjadi lebih berhasil. Peluang yang tertinggi yakni mengenai terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan sektor Pariwisata dengan minat khusus yang semakin berkembang dan semakin diminati. Sementara itu peluang yang terendah yakni mengenai animo wisatawan Lokal & manca Negara dalam mengunjungi lokasi wisata bahari, dimana hal ini karena *Brand Image* wisata yang masih begitu maksimal.

2) Analisis Faktor Ancaman

Hasil jawaban responden mengenai faktor eksternal (ancaman) dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dapat disajikan berikut ini:

Tabel 4.8: Hasil Deskriptif Faktor Eksternal (Ancaman)

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	1	3	4	8	4	71	100	71.00%	Cukup Beresiko
2	1	3	4	9	3	70	100	70.00%	Cukup Beresiko
3	3	5	3	4	5	63	100	63.00%	Cukup Beresiko
4	2	5	6	4	3	61	100	61.00%	Cukup Beresiko
Total	7	16	17	25	15	265	400	66.25%	Cukup Beresiko

Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil jawaban dari responden ditemukan bahwa ancaman dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango cenderung cukup beresiko. Hal ini menunjukkan bahwa ancaman dari desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango masih dapat direduksi dengan adanya berbagai peluang yang terus di rumuskan oleh pemerintah dan berbagai stakeholder dalam sektor pariwisata. Ancaman yang tertinggi dalam pengembangan pariwisata yang dikombinasikan dengan ekonomi kreatif yakni mengenai kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga & melestarikan keberadaan obyek wisata.

4.1.4 Hasil SWOT pengembangan UMKM Ekonomi kreatif dan Wisata Bahari sebagai sektor unggulan yang ada di Kabupaten Bone Bolango

4.1.4.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Adapun penjabaran hasil analisis SWOT dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

a. Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths* and *weakness* (S and W). Analisis internal terdiri dari 2 jenis yakni

1) Kekuatan

Sebuah kekuatan organisasi adalah sumber daya dan kemampuan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan *competitive advantage*.

2) Kelemahan

Kelemahan adalah sesuatu yang menyebabkan satu organisasi kalah bersaing dengan organisasi lain. Dalam beberapa kasus, kelemahan bagi satu organisasi mungkin merupakan suatu kekuatan bagi organisasi lainnya.

Adapun yang menjadi faktor strategi internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango sebagai berikut :

Tabel 4.9: Faktor-Faktor Nilai Rating Internal (Kekuatan Dan Kelemahan)

No	Uraian	Poin 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 teluk Tomini	84.25	0.060	4.750	0.284
8	Kerjasama 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	Belum 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	Pengetahuan masyarakat yang terbatas	88.60	0.063	4.450	0.280

No	Uraian	Poin Aktual	Bobot	Rating	Skor
7	Kurangnya kegiatan promosi	88.30	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		1.408.80	1.000		
Skor IFAS					-0.229

Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa untuk faktor internal diperoleh skor kekuatan sebesar 1,979 sementara untuk skor kelemahan sebesar 2,208. Sehingga nilai-nilai tersebut dapat diketahui selisih dari faktor internal dan eksternal yakni negatif sebesar -0,229 dimana kelemahan lebih besar nilai skornya dibandingkan dengan kekuatan yang berarti 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 dilakukan, baik kapasitas sumber daya manusia, kapasitas industri kreatif dan kapasitas wisata dengan berbagai fasilitas yang lebih memadai.

4.1.4.2 Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Faktor eksternal merupakan faktor dari luar 5 untuk mengoptimalkan strategi pengembangan ayam buras. Faktor eksternal terdiri dari 2 aspek yakni:

1) Peluang

Peluang merupakan suatu faktor katalisator yang berasal dari luar yang dapat meningkatkan kemampuan suatu organisasi. Analisis lingkungan eksternal dapat membuahkan peluang baru bagi sebuah organisasi untuk meraih keuntungan dan pertumbuhan.

2) Ancaman

Perubahan dalam lingkungan eksternal juga dapat menghadirkan ancaman bagi organisasi.

Adapun yang menjadi faktor strategi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango sebagai berikut.

Tabel 4.10. Faktor-faktor nilai rating eksternal (peluang dan ancaman)

No	Uraian	Poin Aktual	Bobot	Rating	Skor
1	Tempat sarana pemasaran & promosi	77.00	0.105	4.300	0.453
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	Animo 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 dari 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 4.10 menunjukkan bahwa nilai faktor peluang yang dimiliki oleh desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango yakni 2,674 serta faktor ancaman yang sebesar 1,242. Sehingga jika dibandingkan maka faktor peluang jauh lebih besar dibandingkan dengan skor dari ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peluang yang besar bagi seluruh elemen dalam pengembangan 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 dapat mereduksi kelemahan yang ada. Dengan memanfaatkan peluang ini maka pariwisata di Kabupaten Bone Bolango akan memiliki keunggulan kompetitif maupun keunggulan komparatif yang baik.

4.1.4.3 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis situasi dengan kelebihan mampu memberikan hasil atau implementasi yang sangat beragam jika diaplikasikan oleh satu pihak dengan pihak yang lain meskipun dengan faktor-faktor yang sama. Selain itu, matrik SWOT juga menghasilkan banyak alternatif strategi yang layak sesuai dengan kondisi internal, dapat untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, mengurangi kelemahan dan ancaman, dan adanya keleluasaan pengguna untuk mengintegrasikan berbagai sumber informasi yang terkait

1. Strategi S-O = Kuadran 1

Ini merupakan situasi yang sangat paling menguntungkan. Organisasi tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategi).

2. Strategi S-T = Kuadran 2

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman. Strategi ini dipakai untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

3. Strategi W-O = Kuadran 3

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Organisasi menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak harus menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Cara yang efektif adalah dengan peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan untuk atau dengan menawarkan produk-produk baru.

4. Strategi W-T = Kuadran 4

Strategi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana organisasi harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Kegiatan ini bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

Berdasarkan data yang di dapat oleh peneliti dilapangan tentang faktor-faktor internal dan eksternal desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dalam meningkatkan pendapatan peternak maka selanjutnya dapat menggunakan matriks SWOT untuk menyusun alternatif strategi dengan menggunakan empat strategi yakni *Strengths* (kekuatan), *Opportunities* (peluang), *Weaknesses* (kelamahan), *Threats* (ancaman). 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 di sajikan pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11 : Matriks SWOT Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah Di Kabupaten Bone Bolango

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan(Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
	Keanekaragaman hayati dan biota laut	Belum adanya wisata kuliner
	Lokasi strategis & jalan mudah diakses	Produk panganan & aksesoris souvenir (Cenderamata) lokal
	Tarif masuk yang terjangkau	Kegiatan/ even atraksi pendamping (seni & budaya)
	Jumlah pemandu selam dan pemandu wisata yang tersertifikasi	Ketersediaan fasilitas air bersih/ WC
	Fasilitas penginapan (Villa)	Pengelolaan fasilitas dilakukan secara perorangan/ pribadi
	Keunikan dan keindahan objek wisata	Pengetahuan masyarakat yang terbatas
	Kawasan strategis teluk Tomini	Kurangnya kegiatan promosi
	Kerjasama dan koordinasi lintas sektoral	Kurangnya pelatihan
	Ketersediaan fasilitas perahu nelayan yang disewakan	
	Peluang (Opportunities)	SO
Tempat sarana pemasaran & promosi	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan pelatihan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif Melakukan pelatihan bagi masyarakat untuk menjadi penyelam profesional dan tour gate 	<ol style="list-style-type: none"> Membuat kegiatan perlombaan rutin bagi UMKM yang produknya berbahan dasar hasil laut dan perikanan serta ekonomi kreatif fashion karawo Menyediakan stand yang menjual makanan khas Gorontalo agar lebih menarik minat pengunjung Membuat miniatur artefak sejarah Gorontalo bahkan membuat sebuah wadah (poster) berbagai cerita sejarah di Gorontalo
Pemanfaatan Dana CSR		
Adanya political will pemerintah daerah		
Animo wisatawan Lokal & manca Negara		
Terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar		
Sektor Pariwisata dengan minat khusus		
Ancaman (Threats)	ST	WT
Kurangnya kesadaran masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan mitigasi resiko pariwisata dan melakukan inovasi Melakukan kerja sama lintas sektoral dengan ivent tahunan yang lebih menarik minat pengunjung 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan tambahan kombinasi produk pariwisata dengan sektor lainnya Melakukan inovasi seperti pariwisata yang berbasis privat premium
Adanya persaingan dari daerah lain		
Pencemaran lingkungan sekitar pantai & laut		
Terjadinya bencana/ gangguan alam		

Sumber : Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan 4 (empat) sel strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango yaitu strategi S-O (*Strength-Opportunities*), strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*), strategi S-T (*Strength-Threatsh*), dan strategi W-T (*Weaknesses-Threatsh*). Namun untuk pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah lebih idealnya menggunakan strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*) karena adanya keadaan dimana besarnya kelemahan yang dapat direduksi dengan besarnya peluang dalam upaya integrasi dan optimalisasi pariwisata berbasis ekonomi kreatif yang berdasarkan kearifan lokal.

4.1.4.4 Diagram Analisis SWOT

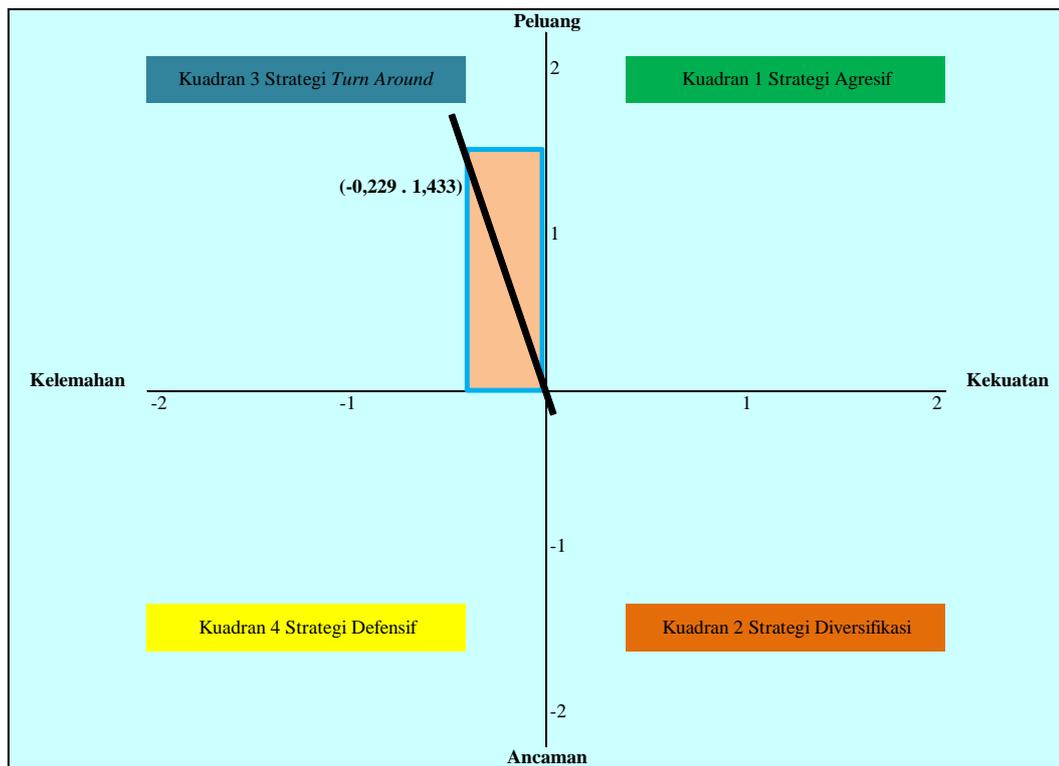
Maksud utama penerapan pendekatan ini adalah untuk mengidentifikasi satu dari empat pola yang bersifat khas dalam keselarasan situasi internal dan eksternal yang dihadapi oleh Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango. Berdasarkan factor internal dan eksternal di atas, maka dapat disusun titik koordinat dari diagram SWOT seperti pada Tabel 4.12 :

Tabel 4.12 : Koordinat Analisis Eksternal dan Internal

No	Uraian		Skor
1	Faktor Internal		
	a.	Kekuatan	1.979
	b.	Kelemahan	2.208
	Selisih		-0.229
2	Faktor Eksternal		
	a.	Peluang	2.674
	b.	Ancaman	1.242
	Selisih		1.433
Titik Koordinat X,Y			(-0,229 . 1,433)

Sumber Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 terlihat gambaran mengenai letak kuadran strategi tersebut disajikan dalam gambar berikut ini:

**Gambar 4.2. Diagram Analisis SWOT**

Gambar 4.2 menunjukkan 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 pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dapat difokuskan pada pemanfaatan berbagai peluang untuk mengubah kelemahan dimana hal-hal yang perlu dilakukan 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 serta (4) mengadakan event pagelaran seni & budaya di beberapa lokasi obyek wisata secara berkesinambungan yang menampilkan hasil produk-produk kerajinan dan produk ekraf lainnya.

4.1.5 Peran *Stakeholder* dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango

Peran atau fungsi utama pemangku kepentingan atau *stakeholder* adalah membantu membuat suatu kebijakan, aturan, atau proyek agar sesuai dan tercapai dengan arah pengembangan organisasi. *Stakeholder* sebagai perencana pelestarian dan pengelola aset aktif dalam pertemuan kegiatan pelestarian namun *stakeholder* sebagai pengguna aset kurang aktif dalam pertemuan kegiatan pengembangan. Pemangku (*stakeholder*) adalah aktor/institusi yang bisa/mampu mempengaruhi proses pencapaian hasil dan tujuan program, atau pihak-pihak yang terkena dampak dari implementasi program.

Terdapat beberapa pemangku (*stakeholder*) yang terlibat dalam suatu upaya pelestarian diantaranya adalah 1) *Government* (pihak pemerintah sebagai pemeran utama dalam pemegang kebijakan); 2) *Private Philanthropy* (pihak swasta / investor); 3) *Cultural Elite* (para intelektual yang berperan dalam mempromosikan kawasan atau objek pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata); 4) *Local Community* (masyarakat lokal yang memiliki kepentingan dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata); serta 5) *Tour Operators* (pihak yang membantu dalam mempromosikan kawasan atau objek pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata).

Hasil mengenai peran *Stakeholder* dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango yang diklasifikasikan setiap *stakeholder* berdasarkan kepentingan dan pengaruh stakeholder disajikan berikut ini:

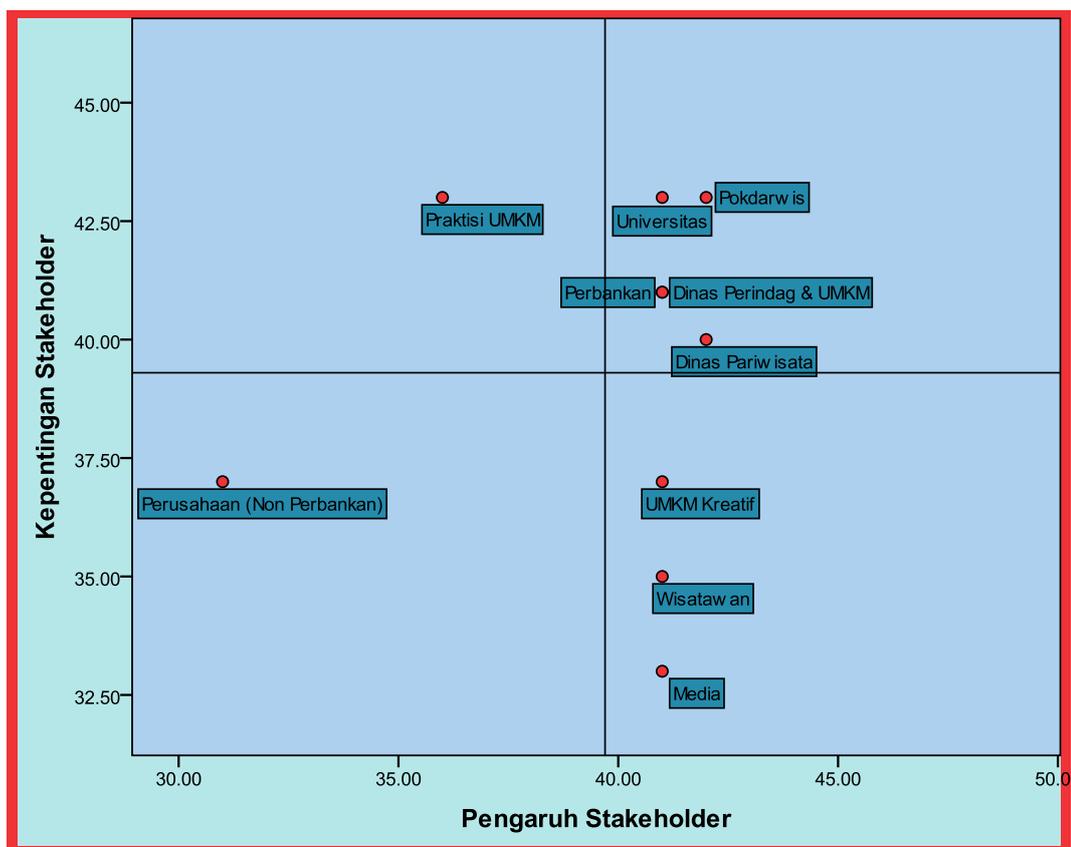
Tabel 4.13: Capaian Skor Kepentingan dan Pengaruh Stakeholder

No	Stakeholder	Kepentingan (Harapan)	Kinerja (Kenyataan)	Efektivitas	
				% Capaian	Kriteria
1	Dinas Pariwisata	40.00	42.00	105.00%	Efektif
2	Dinas Perindag & UMKM	41.00	40.50	98.78%	Cukup Efektif
3	Universitas	42.50	40.50	95.29%	Cukup Efektif
4	Perbankan	40.50	41.00	101.23%	Efektif
5	Pokdarwis	42.50	42.00	98.82%	Cukup Efektif
6	Media	33.00	40.50	122.73%	Efektif
7	UMKM Kreatif	37.00	41.00	110.81%	Efektif
8	Wisatawan	34.50	41.00	118.84%	Efektif
9	Praktisi UMKM	42.50	36.00	84.71%	Kurang Efektif
10	Perusahaan (Non Perbankan)	37.00	31.00	83.78%	Kurang Efektif
Rata-Rata		39.05	39.55	102.00%	Efektif

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa 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 maupun 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 yang berarti bahwa dominannya stakeholder dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango mampu untuk mengoptimalkan kinerjanya dibandingkan dengan tingkat kepentingan atau harapan dalam proses perencanaan yang telah dilakukan.

Hasil analisis peran *stakeholder* dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh kehadiran *stakeholder* disajikan berikut ini:



Gambar 4.3: Stakeholder Grid Desain Pengembangan Potensi Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa berdasarkan 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 dapat disajikan secara keseluruhan dalam tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.14: Rangkuman Peran *Stakeholder* dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango

K e p e n t i n g a n	<i>Subject</i>	<i>Key players</i>
		Praktisi UMKM
	<i>Crowd</i>	<i>Context Setter</i>
	Perusahaan (Non Perbankan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media 2. UMKM Kreatif 3. Wisatawan
	Pengaruh	

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dijabarkan hasil analisis peran *stakeholder* sebagai berikut ini:

a. *Key players*

Kategori *Key players* merupakan kriteria dengan keadaan bahwa 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 peran berdasarkan tingkat kepentingan tinggi dan pengaruh tinggi yakni Dinas Pariwisata, Dinas Perindag & UMKM, Universitas, Perbankan dan Pokdarwis atau kelembagaan pariwisata bahari. Hal ini 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.

b. *Context Setter*

Kategori *Context Setter* merupakan kriteria dengan keadaan bahwa Ketertarikan/kepentingan rendah (*low interest /importance*), rendah (*low interest/importance*), pengaruhnya tinggi (*high influence*). *Stakeholder* Tersebut dapat mempengaruhi dampak dari pelaksanaan program kegiatan. *Stakeholder* yang masuk dalam kriteria ini peran berdasarkan tingkat kepentingan rendah dan pengaruh tinggi yakni media, UMKM Kreatif dan wisatawan. Hal ini 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 sangatlah dirasakan terutama dalam upaya untuk menciptakan *Brand Image* dan *Brand Awareness* untuk produk-produk ekonomi kreatif.

c. *Subject*

Kategori *Subject* merupakan kriteria dengan keadaan bahwa 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 peran berdasarkan tingkat kepentingan tinggi dan pengaruh rendah yakni praktisi UMKM. Hal ini 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 dilakukan kurang memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango. Hal ini karena sebagian besar kegiatan yang dilakukan hanya pada tahap edukasi dan sosialisasi.

d. Crowd

Kategori *Crowd* merupakan kriteria dengan keadaan bahwa Ketertarikan/kepentingan rendah (*Low Interest/importance*). pengaruhnya rendah (*low influence*). *Stakeholder* tersebut perlu dipertimbangkan untuk dilibatkan dalam pelaksanaan program kegiatan. *Stakeholder* yang masuk dalam kriteria ini peran berdasarkan tingkat kepentingan rendah dan pengaruh rendah yakni perusahaan (Non Perbankan). Hal ini 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.

Berdasarkan hasil di atas maka aktor (*stakeholder*) penting dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango yakni Dinas Pariwisata, Dinas Perindag & UMKM, Kelembagaan pariwisata bahari, pihak

akademisi Universitas dan BUMN/BUMS yang kegiatan utamanya sebagai pemberi pinjaman/modal yakni perbankan. Sementara aspek pendukung adalah 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.

4.1.6 Identifikasi AHP dalam Pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango

Proses perumusan kebijakan pengembangan menggunakan menggunakan proses hierarki analitik atau AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan representasi dari permasalahan yang rumit menjadi sebuah struktur yang memiliki level, dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari alternatif. Sehingga dengan menyusun hirarki-hirarki tersebut akan diperoleh gambaran mengenai strategi dan aktor suatu strategi dapat diketahui dengan lebih terperinci.

Model AHP desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi 4 level yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Level 1 (fokus)

Fokus dalam penelitian ini yakni bagaimana strategi yang menjadi andalan dan mudah diterapkan dalam upaya untuk pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah dengan melibatkan aktor, faktor serta rumusan strategi yang tepat.

2. Level 2 (aktor)

Aktor merupakan pelaku yang berperan yang mampu menjadi stimulus dalam dinamika pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango. berdasarkan hasil uji analisis *Stakeholder* diperoleh aktor utama yang berperan dalam konsep dan desain ini yakni Dinas Pariwisata, Dinas Perindag & UMKM, Kelembagaan pariwisata bahari, pihak akademisi Universitas dan BUMN/BUMS perbankan

3. Level 3 (faktor)

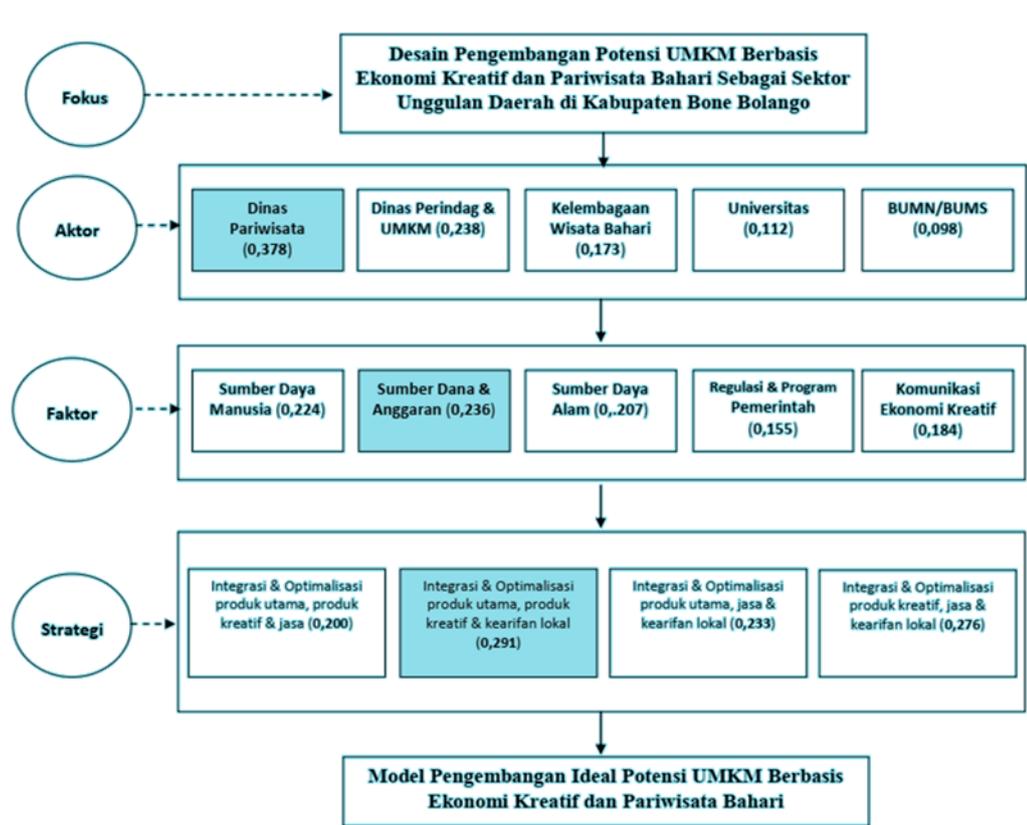
Faktor merupakan level yang menggambarkan bagaimana hal-hal yang berkaitan dengan desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah yang dalam hal ini mampu untuk meningkatkan maupun menurunkan capaian dari desain pengembangan tersebut. Adapaun faktor penting dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah yakni sumber daya manusia, sumber dana dan anggaran, sumber daya alam, regulasi dan program pemerintah serta komunikasi & kerjasama ekonomi kreatif.

4. Level 4 (strategi)

Strategi merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau fokus. Adapun strategi yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah (1) integrasi dan optimalisasi produk utama, produk kreatif dan jasa pendukung pariwisata, (2) integrasi dan optimalisasi produk utama, produk kreatif dan kearifan lokal, (3) integrasi dan optimalisasi produk

utama, jasa pendukung pariwisata dan kearifan lokal dan (4) integrasi dan optimalisasi produk kreatif, jasa pendukung pariwisata dan kearifan lokal.

Dari keempat level yang kita gunakan pada penelitian ini maka bisa digambarkan pada suatu model struktur pengembangan pada AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Dari Hasil perhitungan menggunakan teknik AHP (*Analytical Hierarchy Process*) ditunjukkan bahwa yang menjadi prioritas desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah pada masing masing level adalah seperti pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4. Model dan Nilai AHP dalam Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah

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

1. Tingkat Peranan Elemen Aktor

Berdasarkan Tabel 4.20, 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 sebesar 0,378. Hal ini menjadi aktor yang memiliki dampak besar karena Dinas Pariwisata Kabupaten Bone Bolango menjadi stimulus utama dalam sebuah kebijakan dimana banyak program yang dilakukan oleh instansi ini, baik dilakukan secara mandiri maupun 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 sebesar 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.

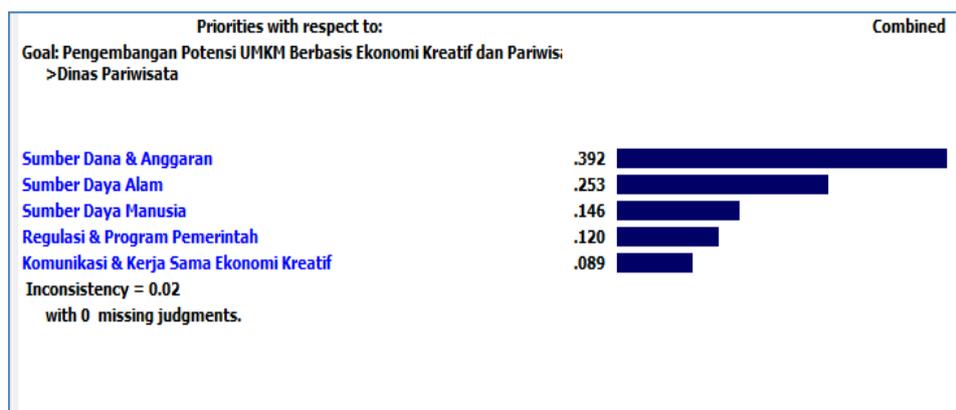
Pada posisi ketiga yakni kelembagaan wisata bahari dengan bobot kepentingan sebesar 0,173 yang menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang

sadar akanj priwisata 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 sebesar 0,112. Pengabdian masyarakat untuk pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan yang dilakukan 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 sebesar 0,098 yang dalam hal ini 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:

a. Dinas Pariwisata

Penjabaran elemen faktor berdasarkan aktor Dinas Pariwisata disajikan dalam gambar berikut ini:

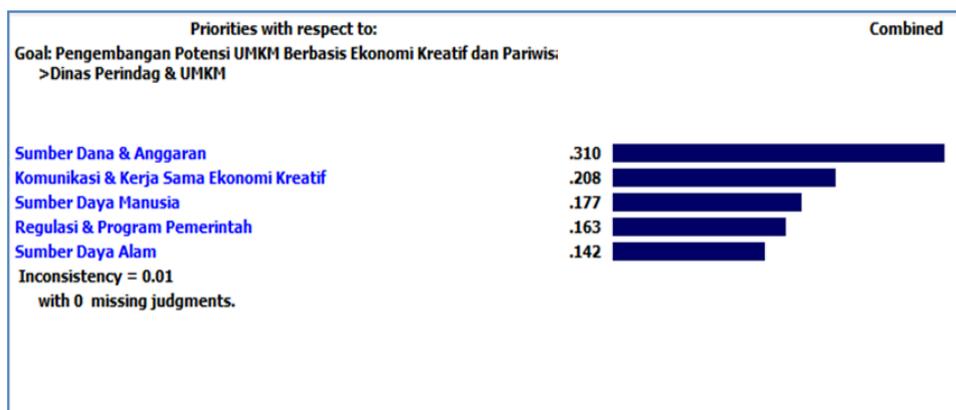


Gambar 4.5: Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Dinas Pariwisata

Berdasarkan gambar di atas dapat 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.

b. Dinas Perindag & UMKM

Penjabaran elemen faktor berdasarkan aktor Dinas Perindag & UMKM disajikan dalam gambar berikut ini:

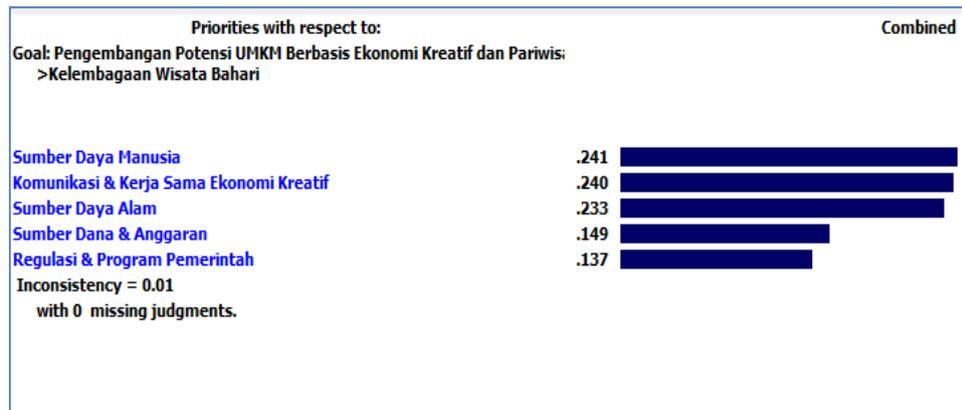


Gambar 4.6: Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Dinas Perindag & UMKM

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa faktor yang penting bagi Dinas Perindag & UMKM Kabupaten Bone Bolango yakni mengenai anggaran dalam APBD yang dikhususkan untuk pengembangan UMKM yang fokus pada makanan dan kerajinan sehingga dengan produk mereka dapat menjadi ciri khas ekonomi kreatif di Kabupaten Bone Bolango sebagai Kota Kreatif. Adanya kerja sama dan koordinasi yang dilakukan oleh Dinas Perindag & 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.

c. Kelembagaan Pariwisata Bahari

Penjabaran elemen faktor berdasarkan aktor Kelembagaan pariwisata bahari disajikan dalam gambar berikut ini:

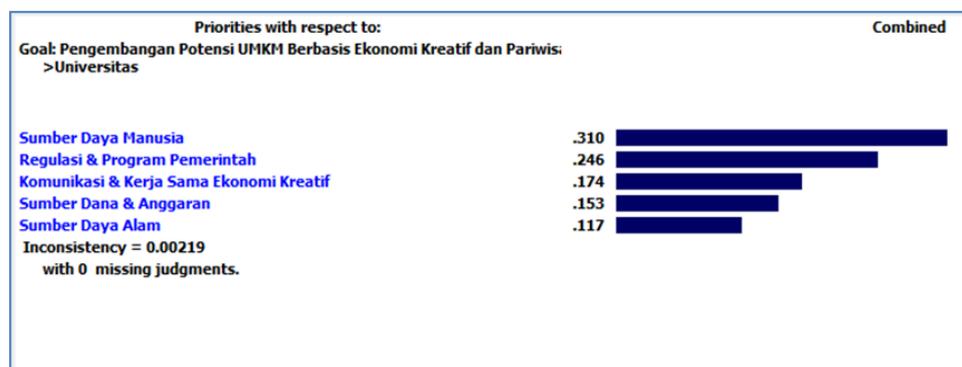


Gambar 4.7: Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Kelembagaan Pariwisata Bahari

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa faktor penting bagi kelembagaan pariwisata bahari yakni sumber daya manusia, 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 ini dapat dioptimalkan dengan pusat ekonomi kreatif di Kabupaten Bone Bolango.

d. Pihak Akademisi Universitas

Penjabaran elemen faktor berdasarkan aktor pihak akademisi Universitas disajikan dalam gambar berikut ini:

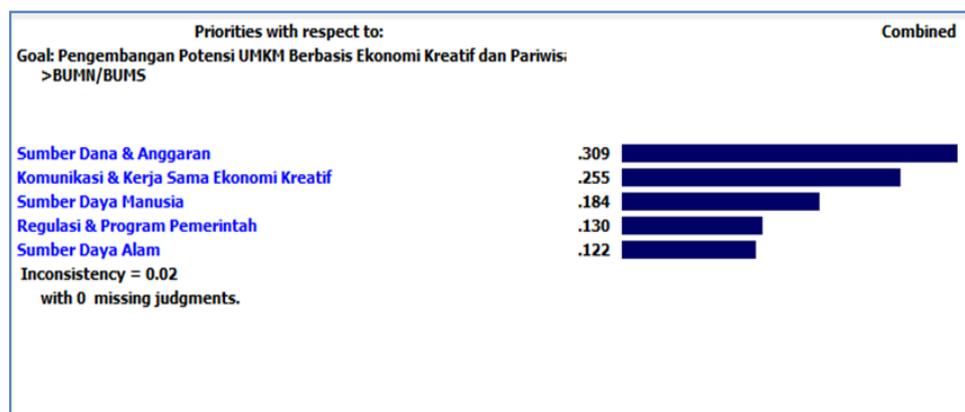


Gambar 4.8: Elemen Faktor Berdasarkan Aktor Pihak akademisi Universitas

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa faktor penting bagi pihak akademisi Universitas yakni sumber daya manusia, dimana melalui konsep dan pelatihan yang dilakukan Universitas sebagai pengabdian kepada masyarakat maka 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 maupun administratif serta program evaluasi pada program pemerintah tersebut.

e. BUMN/BUMS Perbankan

Penjabaran elemen faktor berdasarkan aktor BUMN/BUMS perbankan disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 4.9: Elemen Faktor Berdasarkan Aktor BUMN/BUMS Perbankan

Berdasarkan gambar di atas dapat 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.

2. Tingkat Peranan Elemen Faktor

Berdasarkan Tabel 4.20, tingkat peranan 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. Faktor yang menjadi prioritas dalam upaya pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah yakni sumber dana dan anggaran dengan bobot sebesar 0,236 yang berarti 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 dilakukan.

Faktor kedua yakni faktor sumber daya manusia dengan bobot sebesar 0,224 yang berarti bahwa sumber daya manusia masih harus lebih inovatif dalam rangka untuk menciptakan berbagai keunggulan dari ekonomi kreatif yang dijalankan yang terintegrasi dengan pariwisata bahari. Faktor sumber daya manusia ini dapat dioptimalkan melalui peran dari universitas dalam berbagai program pengabdian dan inisiasi program lainnya serta peran dari kelembagaan

dimana dalam hal ini perbankan khususnya Bank Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kapasitas SDM. Faktor ketiga yakni sumber daya alam dengan bobot sebesar 0,207 yang berarti 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.

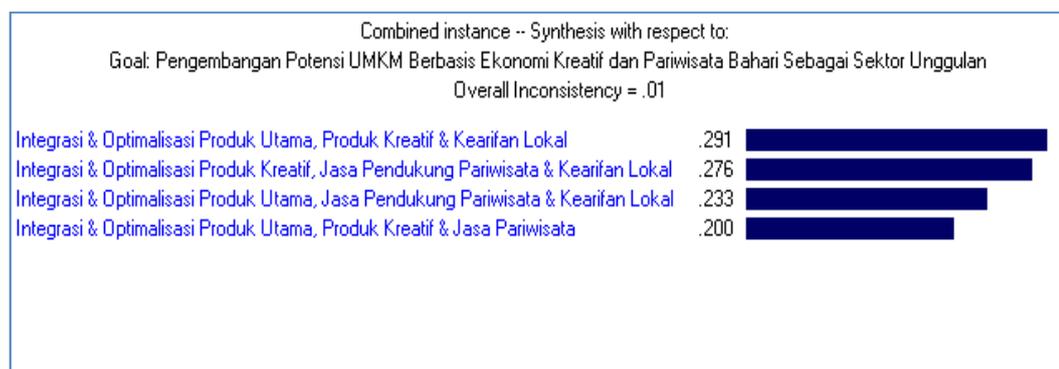
Faktor keempat yakni faktor komunikasi dan kerja sama ekonomi kreatif dengan bobot sebesar 0,184 yang berarti bahwa kerja sama lintas sektor dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah cukup penting untuk dilakukan, karena suatu kebijakan 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. Faktor terakhir yakni regulasi dan program pemerintah dengan bobot sebesar 0,155 yang berarti 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.

3. Tingkat Peranan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor

Berdasarkan Tabel 4.21, tingkat peranan elemen strategi terhadap elemen faktor ditemukan bahwa strategi yang menjadi prioritas dalam upaya pengembangan desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif

dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango yakni peningkatan kapasitas pelaku usaha dengan bobot sebesar 0,171 dan penguatan modal Sosial berbasis kearifan lokal dengan bobot 0,137. Kedua strategi ini menjadi prioritas karena peningkatan kapasitas pelaku usaha ini akan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan komitmen pelaku UMKM dalam produksi dan manajemen keuangan sehingga masalah-masalah krusial secara internal dapat diatasi sementara untuk penguatan modal Sosial berbasis kearifan lokal menjadi sebuah modal untuk membangun jejaring kerjasama dalam upaya untuk mengoptimalkan pemasaran atas produk dan jasa dari usaha

Kemudian hasil dari strategi secara keseluruhan dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah seperti pada gambar 4.10 berikut ini:



Gambar 4.10. Rumusan Pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango dapat dioptimalkan melalui strategi integrasi

dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango.

4.2 Pembahasan

Pariwisata mempunyai *multiplier effect* yang luas, sehingga mampu meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak daerah dan retribusi juga dapat meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin meluasnya kegiatan ekonomi oleh masyarakat dan pendatang (wisatawan) bukan hanya di lokasi pariwisata itu saja, tetapi juga kegiatan ekonomi di luar pariwisata (Ni'mah, 2016). Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari parawisatawan Negara yang berkunjung adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengembangan keparawisataan semakin esensial atau penting terlebih untuk perekonomian misalnya dalam hal penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan usaha baru yang pada gilirannya akan berimbas pada meningkatnya perekonomian masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa 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 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 & 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 Heksa 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.

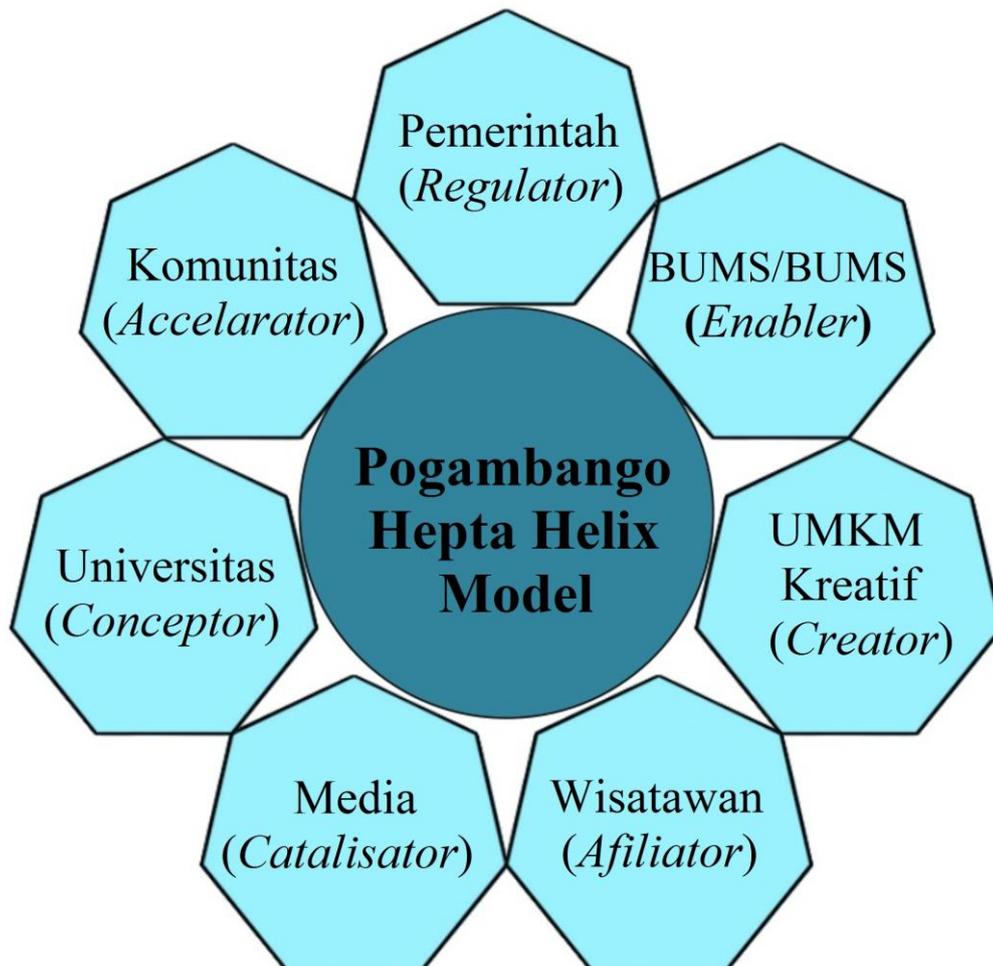
Pemilihan kata “Pogambango” dalam model ini berdasarkan filosofinya sebagaimana dikutip dari pendapat Tuloli (1993) bahwa Pogambango merupakan seorang ahli (Talenga) pada masa pemerintahan Raja Suwawa, dimana ketika

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 adalah Raja Mooduto.

Makna yang dapat diambil dari cerita tersebut sehingga 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) merupakan hal yang sangat perlu dilakukan 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 pendpaatan 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. 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 berikut ini:



Gambar 4.11: Pogambango-Hepta Helix Model (PHHM) Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango

Berdasarkan gambar di atas dapat dijabarkan bahwa integrasi dan optimalisasi dapat dilakukan 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 (*Accelarator*), Universitas (*Conceptor*), 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 dapat dioptimalkan melalui strategi integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango yang dilakukan dengan upaya yakni:

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 menggunakan metode ecoprint dengan memanfaatkan sumber daya 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.

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 adalah 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 dapat selaras dengan apa yang dibutuhkan wisatawan. Sehingga wisatawan dapat memperoleh kepuasan, dan kedepannya berencana mengulangi kunjungannya atau merekomendasikan pada orang lain bahwa Wisata bahari di Kabupaten Bone Bolango sebagai salah satu destinasi pariwisata yang menarik dikunjungi. Parasuraman et al (1991) mengatakan bahwa apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten, sehingga dapat mempengaruhi citra yang dibentuk oleh pelanggan dalam hal ini adalah wisatawan.

Kepuasan wisatawan tentunya bukan karena ditentukan oleh fasilitas, daya tarik atau keindahan yang ada di tempat wisata, tetapi kepuasan wisatawan dapat dirasakan sejak wisatawan itu menuju ketempat wisatawan, seperti kemudahan akses menuju ketempat wisata, peyunjuk dari letak tempat wisata serta dan lain sebagainya. Wisatawan dianggap penting dalam menilai suatu destinasi wisata, karena wisatawan adalah pemikat atau penikmat jasa yang ada di tawarkan oleh destinasi pariwisata. Wisatawan menilai suatu destinasi melalui persepsi dan kepercayaan yang dirasakan wisatawan yang kemudian disebut dengan citra destinasi. Menurut (Zhang, Fu, Cai, & Lu, 2014) citra destinasi afektif dinilai dari pengalaman emosional wisatawan seperti kebahagiaan dan kegembiraan yang ditimbulkan oleh tujuan pengalaman. Pengalaman tersebut dapat diwujudkan dengan faktor-faktor yang dirasakan baik oleh wisatawan seperti pada akses, fasilitas, kondisi alam dan sosial budaya masyarakat setempat.

Sukses atau keberhasilan jangka panjang pariwisata sangat tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan dari komunitas lokal. Karena itu, untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata di suatu tempat dapat dikelola dengan baik dan berkelanjutan, maka hal mendasar yang harus diwujudkan untuk mendukung tujuan tersebut adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata. Suwanto dalam Masroruh dan Nurhayati (2016) mengatakan bahwa pariwisata sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk kegiatan yang menghasilkan upah. Sehingga pariwisata adalah

perjalanan untuk memenuhi hasrat dan keingintahuan akan kepentingan yang berhubungan dengan kesenangan. Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau berkunjung ke tempat tersebut.

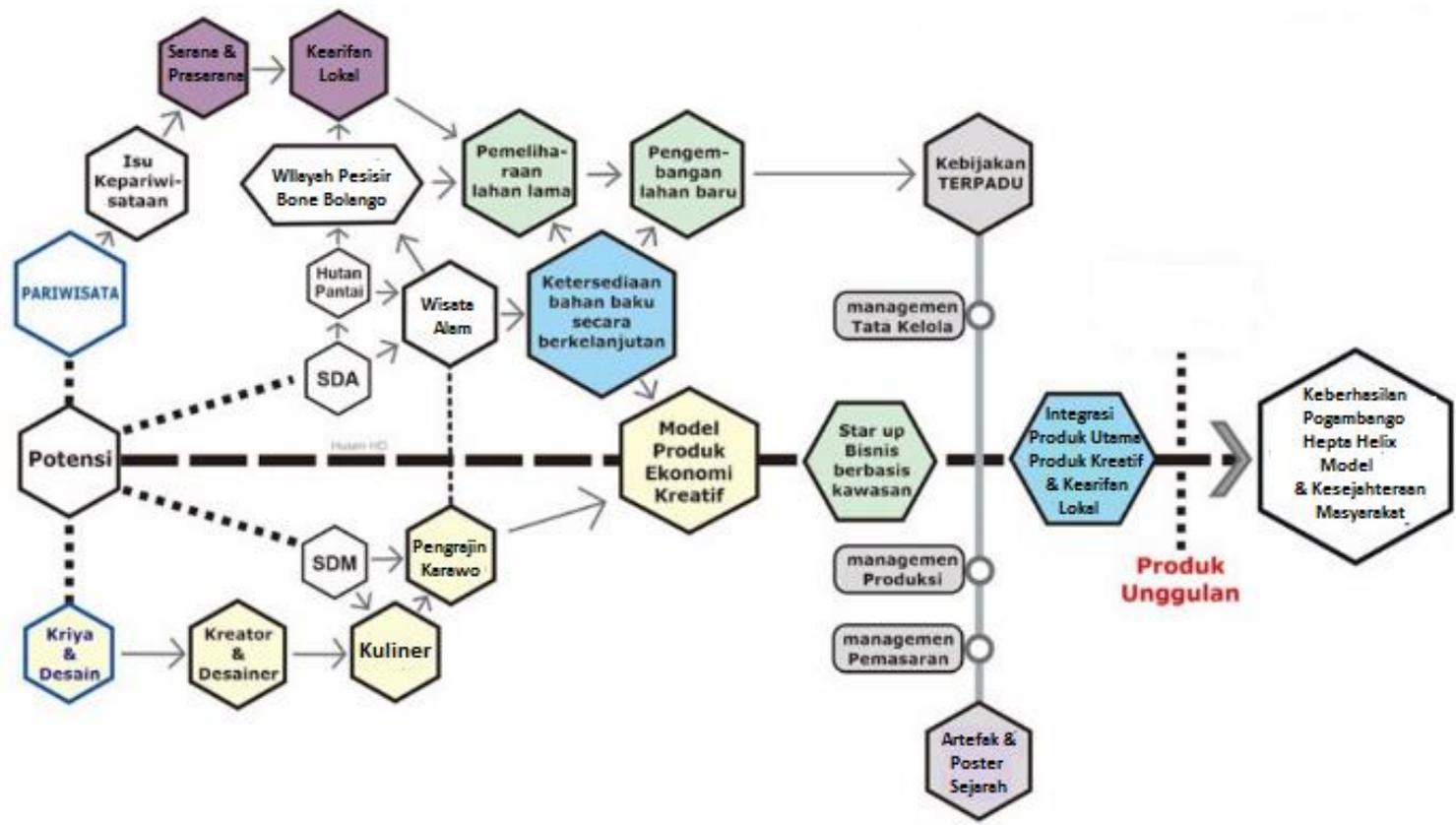
Penguatan kelembagaan untuk wisata sangatlah penting terutama suatu wisata yang dikelola secara kelembagaan oleh BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan wisata bahari di Kabupaten Bone Bolango. Hal ini sebagaimana menurut Meiske (2014), upaya peningkatan daya guna dan hasil guna bantuan pembangunan desa telah mendorong bahkan menggerakkan swadaya gotong royong serta menumbuhkan otoaktivitas masyarakat dalam pembangunan desa, bantuan ini sangat penting dan bermanfaat untuk pembangunan, ternyata rangsangan riil telah membawa dampak positif bagi masyarakat desa, terutama dalam hal memobilisasi potensi desa seperti dana, tenaga, dan pikiran yang dimiliki masyarakat. BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan wisata bahari sebagai lembaga sosial berpihak kepada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyediaan pelayanan sosial, sedangkan sebagai lembaga komersial bertujuan mencari keuntungan untuk meningkatkan pendapatan dan ekonomi masyarakat desa. Hal yang sama juga diungkapkan oleh bahwa Suwondo (2016), bumdes ini diharapkan juga mampu menstimulasi dan menggerakkan roda perekonomian di pedesaan, aset ekonomii yang ada di desa harus dikelola sepenuhnya oleh masyarakat desa, substansi dan filosofi BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan wisata bahari harus dijiwai dengan semangat kebersamaan dan upaya memperkuat aspek ekonomi kelembagaannya.

Pembangunan sebuah lokasi wisata yang tidak disertai dengan kemampuan dalam merencanakan, mengelola serta mengoperasikan dengan baik akan sulit bagi pihak pengelola untuk mencapai tujuan dari didirikannya wisata tersebut, seperti minimnya kunjungan wisatawan karena obyek wisata dan atraks wisata yang dikembangkan kurang menarik, hal ini dapat mempengaruhi laba yang diperoleh pihak pengelola wisata. Untuk itu strategi pengembangan untuk membuat konsep wisata sangatlah penting dalam mengembangkan tempat wisata agar selalu diminati oleh wisatawan dan tertarik dengan obyek wisata tersebut serta mau membeli/mencoba produk yang dimiliki.

Hal ini sebagaimana menurut Yoeti (2013: 4) bahwa pembangunan sebuah lokasi wisata yang tidak disertai dengan kemampuan dalam merencanakan, mengelola serta mengoperasikan dengan baik akan sulit bagi pihak pengelola untuk mencapai tujuan dari didirikannya wisata tersebut, seperti minimnya kunjungan wisatawan karena obyek wisata dan atraks wisata yang dikembangkan kurang menarik, hal ini dapat mempengaruhi laba yang diperoleh pihak pengelola wisata. Untuk itu strategi pengembangan untuk membuat konsep wisata sangatlah penting dalam mengembangkan tempat wisata agar selalu diminati oleh wisatawan dan tertarik dengan obyek wisata tersebut serta mau membeli/mencoba produk yang dimiliki. Wisata yang terus berkembang akan mampu mempertahankan intensitas kunjungan dari masyarakat yang sudah mengenal wisata tersebut.

Strategi dalam pembangunan yang berbasis komunitas merupakan strategi pembangunan masyarakat yang memberi peran dominan kepada masyarakat pada tingkat komunitas untuk mengelola proses pembangunan, khususnya dalam

mengontrol dan mengelolah sumber daya produktif. (Soetomo, 2010) dengan demikian, strategi ini mengarah kepada penguatan mekanisme dalam pengelolaan sumber daya agar lebih efektif terutama dalam rangka pemenuhan kebutuhan local. Obyek wisata ini memunculkan sebuah tantangan pada generasi sekarang, Agar kiranya mampu mengembangkan dan mengelola potensi wisata tersebut. Sehingga tempat wisata tersebut dapat dijadikan sebagai sarana pendapatan bagi masyarakat setempat. Wisata pantai di Desa Botutonuo adalah wisata yang hanya di kelola oleh masyarakat tanpa campur tangan dari pihak pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dan hal demikian dapat membuat peluang besar untuk mengelola wisata pantai tersebut dan meniptakan lapangan kerja , dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat (Maku, D. & Pariono, A. 2018)



BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan Pembahasan maka dapat dijabarkan simpulan bahwa desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menghasilkan suatu model intergrasi 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 & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelarator*), 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 dapat dioptimalkan melalui strategi integrasi dan optimalisasi produk utama

pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal Kabupaten Bone Bolango yang dilakukan dengan upaya yakni:

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 menggunakan 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.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlunya pemerintah Kabupaten Bone Bolango melakukan langkah strategi yang dilakukan berdasarkan proses manajemen terpadu pada pengembangan wisata seperti melibatkan semua pihak dalam proses perencanaan,

pengorganisasi, pelaksanaan dan evaluasi dalam rangka pengembangan wisata, dimana Pemerintah dan masyarakat harus lebih optimal dalam komunikasi dan pemanfaatan teknologi informasi terutama media sosial dalam rangka untuk mempromosikan wisata dengan berbagai kelebihan alat promosi yang ada dalam media sosial.

2. Penting bagi masyarakat perlu menjaga dan meningkatkan komitmen dalam pengembangan wisata dan meningkatkan kemauan untuk lebih kreatif dalam membuat produk atau jasa yang mendatangkan manfaat ekonomi masyarakat dan meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat dengan terus melakukan inovasi pada produk kreatif baik fashion maupun kerajinan tangan sebagai cendera mata.
3. Pemerintah perlu menawarkan konsep keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat yang berbasis budaya dan ekonomi kreatif dengan mengacu pada upaya-upaya mempromosikan destinasi secara bertanggung jawab (responsible) yang tujuannya adalah memaksimalkan benefit bagi masyarakat lokal dan berkelanjutan. Dalam hal ini pemasaran suatu destinasi tidak hanya diorientasikan pada meraih kunjungan yang sebesar-besarnya tetapi juga memperhitungkan daya dukung lingkungan dan sumberdaya yang tersedia 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 Hlm 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*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118.
- Asmarani, Dinda Estika. 2006. Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Empirik pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso Jepara). *Tesis*. Universitas Diponegoro Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/15482/>
- David, Fred R. & Forest R. David 2017. *Strategic Management*. Ichsan Setiyo Budi (Penterjemah). Manajemen Strategi. Salemba Empat. Jakarta.
- Florita, Aina; Jumiati & Adil Mubarak. 2018. Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* Vol.1 No.1 Halaman 143-153
- Hapsari, Pradnya Paramita; Abdul Hakim, dan Saleh Soeaidy. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). *Jurnal Wacana*– Vol. 17, No. 2 Hlm 88-96. <https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/308>
- Haryadi, 2016. Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah. Gajah Mada University Pres Yogyakarta.
- Hambali, I dan Idris Y. Niode. 2018. *Management Model of Village Fund Allocation in Enhancing the Village's Productive*. *Journal Economic Activities. Business and Economic Research*. Vol. 8, No. 4 (2018)
- Hambali, I dan Idris Y. N. (2019). *Improvement of Village Productive Economy Through Village Funds Financing. International Journal of Applied Business & International Management*, Vol. 4 No. 3. 2019

- I Ketut Suwena dan I Gusti Ngurah Widyatama. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press
- Maku, D., & Pariono, A. (2018) Peran Kepala Desa Dalam Menyelesaikan Konflik Di Obyek Wisata Pantai Botutonuo Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango Vol.5 No.2 78-86. <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/27>
- Manullang, Sastrawan. 2018. *Analisis Stakeholder ((Teori dan Teknik) Untuk Manajemen Proyek, Organisasi, Bisnis, Kajian Isu/Kebijakan, Politik dan Keseharian Anda*. Bogor: IPB Press
- Masruroh, Rina & Neni Nurhayati. 2016. Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan. *Jurnal SENIT*. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/prosiding/article/view/369>
- Mendo, Andi Yusniar., Idris Niode., Rahmawaty Daud., & Vivin R Daud. 2021. *Economic Potential By MSMEs At Coastal Area: Evidence Of Bone Balango Regency In Indonesia*. *Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science*. Volume 3, Issue 1, October 2021. E-ISSN : 2686-6331, P-ISSN : 2686-6358
- Najiyati. 2005. *Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut*, Bogor: Wetlands International
- Niode. I. Y dan Raflin H. 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 (2020)
- Niode, I. Y. 2012. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 4 No. 2. Februari 2012. FE-UNESA. Surabaya
- Niode, I. Y., & Herwin Mopangga. 2014. *Penguatan Produksi dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*, *Jurnal Oikos-Nomos* Vol. 7 No. 3 September 2014
- Nugraha, Hari Susanta Rabith Jihan Amaruli, dan Darwanto. 2017. Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik* Volume 2 Nomor 1 Halaman 30-43. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/dialektikapublik/article/view/225>
- 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, halaman 91-99. <https://e-journal.unair.ac.id/jlm/article/view/20348>

- Rahman, Endi., Meiske Ahmad., & Juldin Gobel. 2021. *Development of Community Based Touris Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency, INDONESIA*. International Journal of Innovative Science and Research Technology. Volume 6, Issue 10, October – 2021
- Supriyanto. 2016. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Vol. 3, No,1: 1-16. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/627>
- Sinaga, Supriono. 2010. “Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah”. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suwena, I Ketut & I Gusti Ngurah Widyatama. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali: Udayana University Press
- Suwondo, Sulistia. 2021. Analisis Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan SAK EMKM (Studi Kasus pada UMKM CV. NELL’Q PERSADA MANDIRI). AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 2 Nomor 1. <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/akunsika/article/view/2284/2389>
- Tuloli, Nani. 1993. *Cerita Rakyat Kepahlawanan Gorontalo*. Gorontalo: STKIP Gorontalo
- Tambunan, Tulus T.H. 2017. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Ghalia Indosnesia. Bogor
- Tanjung, M Azrul. 2017. Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indosnesia. Erlangga. Jakarta
- Wasilu, M. Bahctiar., Idris Y. Niode., & Indri S. Dai. 2021. *Empowerment Strategy of Micro, Small, and Medium Enterprises in Bone Bolango Regency*. Proceedings The 2st International Conference in Social Science. University of Merdeka Malang, November 5-6, 2021

**LAMPIRAN 1 : INSTRUMEN SWOT
KUESIONER PENELITIAN**



**KUESIONER
DESAIN PENGEMBANGAN POTENSI UMKM BERBASIS EKONOMI
KREATIF DAN PARIWISATA BAHARI SEBAGAI SEKTOR
UNGGULAN DAERAH DI KABUPATEN BONE BOLANGO**

OLEH
Dr. Idris Yanto Niode, SPd.,M.M
0026107802
Endi Rahman, SE.,M.M
0013068006

Desa :
Kecamatan :
Tanggal Sebar :2022

UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2022

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :
 Umur :
 Jenis Kelamin :
 Instansi :
 Bidang :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ibu diminta untuk mengisi skor rentang 1-100 pada tiap pernyataan angket kemudian memberikan tanggapan seberapa penting aspek tersebut dalam struktur SWOT dengan memberikan tanda cek list (\surd) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda dalam kolom adalah sebagai berikut:

No	Kenyataan	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Sesuai (SS)	5	1
2	Sesuai (S)	4	2
3	Cukup Sesuai (CS)	3	3
4	Kurang Sesuai (KS)	2	4
5	Tidak Sesuai (TS)	1	5

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. KEKUATAN

No	Pertanyaan	Skor	Pilihan Jawaban				
			SS	S	CS	KS	TS
1	Keanekaragaman hayati dan biota laut yang Terpelihara dengan baik (Terumbu karang, Taman bawah laut, Panorama pantai, Kualitas air laut)						
2	Lokasi obyek wisata yang strategis & prasarana jalan mudah diakses						
3	Taruf biaya masuk ke tempat wisata yang terjangkau						
4	Jumlah pemandu selam dan pemandu wisata yang tersertifikasi						
5	Tersedianya fasilitas penginapan (Villa)						

	dibeberapa obyek wisata pantai						
6	Keunikan dan keindahan objek wisata dari masing-masing obyek wisata bahari yang ditawarkan						
7	Merupakan kawasan strategis dari pengembangan teluk Tomini						
8	Adanya kerjasama dan koordinasi lintas sektoral dalam mendukung produk industry kreatif (UMKM) & sector pariwisata						
9	Ketersediaan fasilitas perahu nelayan yang disewakan						

2. KELEMAHAN

No	Pertanyaan	Skor	Pilihan Jawaban				
			SS	S	C S	K S	T S
1	Belum adanya wisata kuliner menjadi pelengkap wisata pantai.						
2	Belum tersedianya produk unggulan UMKM panganan & aksesoris souvenir (Cenderamata) lokal						
3	Tidak adanya kegiatan/ even atraksi pendamping (seni & budaya)						
4	Kurangnya ketersediaan fasilitas air bersih/ WC						
5	Pada bagian tertentu pengelolaan fasilitas dilakukan secara perorangan/ pribadi						
6	Pengetahuan masyarakat yang terbatas dalam hal pengembangan obyek wisata						
7	Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan pihak pengelola maupun pihak pemerintah daerah						
8	Kurangnya pelatihan dalam mengembangkan kapasitas pelaku usaha UMKM dalam mendukung sector pariwisata bahari.						

3. PELUANG

No	Pertanyaan	Skor	Pilihan Jawaban				
			SS	S	C S	K S	T S
1	Tempat sarana pemasaran & promosi pengenalan produk kerajinan dan kuliner UMKM						
2	Pemanfaatan Dana CSR perusahaan BUMN/ BUMS dalam mengembangkan produk						

	ekonomi kreatif dan penyediaan fasilitas obyek wisata						
3	Adanya political will pemerintah daerah untuk mengembangkan obyek wisata bahari dan produk industri kreatif (UMKM) dalam menunjang sector pariwisata						
4	Animo wisatawan Lokal & manca Negara dalam mengunjungi lokasi wisata bahari						
5	Terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar						
6	Sektor Pariwisata dengan minat khusus yang semakin berkembang dan semakin diminati						

4. ANCAMAN

No	Pertanyaan	Skor	Pilihan Jawaban				
			SS	S	C S	K S	T S
1	Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga & melestarikan keberadaan obyek wisata						
2	Adanya persaingan dari daerah lain dalam mengembangkan jenis wisata sejenis						
3	Pencemaran lingkungan sekitar pantai & laut						
4	Terjadinya bencana/ gangguan alam						

Setelah mengisi kuesioner SWOT tersebut, bapak/ibu diminta untuk memberikan saran mengenai:

1. Produk apa yang sebaiknya dihadirkan untuk menjadi ciri khas wisata (produk kerajinan) di Kabupaten Bone Bolango?
2. Bagaimana saran langkah yang sebaiknya dilakukan pemerintah atau instansi bapak/ibu dalam pengembangan potensi umkm berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata bahari sebagai sektor unggulan daerah?

LAMPIRAN 2 : INSTRUMEN STAKEHOLDER KUESIONER *ANALISIS STAKEHOLDER*

“DESAIN PENGEMBANGAN POTENSI UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DAN PARIWISATA BAHARI SEBAGAI SEKTOR UNGGULAN DAERAH DI KABUPATEN BONE BOLANGO”

A. IDENTITAS RESPONDEN :

Nama Responden :

Instansi/Organisasi :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

B. DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

Isilah daftar pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda cek list (\surd) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda dalam kolom adalah sebagai berikut:

Pernyataan	Kenyataan	Skor	
		Positif	Negatif
Sangat Penting (SP)	Sangat Sesuai (SS)	5	1
Penting (P)	Sesuai (S)	4	2
Cukup Penting (CP)	Cukup Sesuai (CS)	3	3
Kurang Penting (KP)	Kurang Sesuai (KS)	2	4
Tidak Penting (TP)	Tidak Sesuai (TS)	1	5

1. Instansi atau organisasi anda aktif dalam mengadakan pelatihan untuk pengembangan SDM pada UMKM di pesisir pantai ataupun pengembangan pariwisata

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak Penting		Dilakukan tidak rutin	
Kurang Penting		Dilakukan kurang rutin	
Cukup Penting		Dilakukan cukup rutin	
Penting		Dilakukan rutin	
Sangat Penting		Dilakukan sangat rutin	

2. Menumbuhkan sikap dan komitmen dalam pengembangan modal sosial antara UMKM dengan masyarakat pelaku pariwisata

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak Penting		Dilakukan tidak rutin	
Kurang Penting		Dilakukan kurang rutin	
Cukup Penting		Dilakukan cukup rutin	
Penting		Dilakukan rutin	
Sangat Penting		Dilakukan sangat rutin	

3. Instansi anda mengalokasikan sejumlah dana untuk aksesibilitas ke lokasi wisata

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak dianggarkan		Tidak Sesuai Harapan	
Sedikit anggaran		Kurang Sesuai Harapan	
Cukup besar anggaran		Cukup Sesuai Harapan	
Anggaran memadai		Sesuai Harapan	
Anggaran sangat memadai		Sangat Sesuai Harapan	

4. Instansi anda mengalokasikan sejumlah dana untuk sarana dan prasarana lokasi wisata

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak dianggarkan		Tidak Sesuai Harapan	
Sedikit anggaran		Kurang Sesuai Harapan	
Cukup besar anggaran		Cukup Sesuai Harapan	
Anggaran memadai		Sesuai Harapan	
Anggaran sangat memadai		Sangat Sesuai Harapan	

5. Instansi anda menganggarkan sejumlah dana untuk bantuan sosial produktif UMKM di pesisir pantai Bone Bolango

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak dianggarkan		Tidak Sesuai Harapan	
Sedikit anggaran		Kurang Sesuai Harapan	
Cukup besar anggaran		Cukup Sesuai Harapan	
Anggaran memadai		Sesuai Harapan	
Anggaran sangat memadai		Sangat Sesuai Harapan	

6. Instansi anda memberikan pendampingan untuk terciptanya produk kreatif UMKM pada wisata bahari

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak Penting		Tidak tercipta	
Kurang Penting		Tercipta, masih kurang	
Cukup Penting		Tercipta, cukup baik	
Penting		Tercipta, sudah baik	
Sangat Penting		Tercipta, sangat baik	

7. Program kerja instansi atau organisasi anda mampu memberikan sumbangan yang besar dalam peningkatan integrasi UMKM dan wisata

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Menyumbang $\leq 20\%$		Menyumbang $\leq 20\%$	
Menyumbang 21-40%		Menyumbang 21-40%	
Menyumbang 41-60%		Menyumbang 41-60%	

Menyumbang 61-80%		Menyumbang 61-80%	
Menyumbang > 80%		Menyumbang > 80%	

8. Instansi anda aktif kerja sama dengan instansi lainnya untuk pariwisata lebih baik

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak Penting		Dilakukan tidak rutin	
Kurang Penting		Dilakukan kurang rutin	
Cukup Penting		Dilakukan cukup rutin	
Penting		Dilakukan rutin	
Sangat Penting		Dilakukan sangat rutin	

9. Instansi anda aktif dalam melakukan promosi produk UMKM dan pariwisata

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak Penting		Dilakukan tidak rutin	
Kurang Penting		Dilakukan kurang rutin	
Cukup Penting		Dilakukan cukup rutin	
Penting		Dilakukan rutin	
Sangat Penting		Dilakukan sangat rutin	

10. Instansi anda ikut andil ketika ada perencanaan pembangunan kapasitas pariwisata ketika menjadi prioritas nasional

Kepentingan		Pengaruh (Capaian Kinerja)	
Pilihan	Centang	Pilihan	Centang
Tidak Penting		Tidak Sesuai Harapan	
Kurang Penting		Kurang Sesuai Harapan	
Cukup Penting		Cukup Sesuai Harapan	
Penting		Sesuai Harapan	
Sangat Penting		Sangat Sesuai Harapan	

LAMPIRAN 3 : INSTRUMEN AHP



KUESIONER PENELITIAN
DESAIN PENGEMBANGAN POTENSI UMKM BERBASIS
EKONOMI KREATIF DAN PARIWISATA BAHARI SEBAGAI
SEKTOR UNGGULAN DAERAH DI KABUPATEN BONE
BOLANGO

Profil Responden

Tanggal Pengisian :

Nama Responden :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Alamat :

No Tlp. :

Pekerjaan :

Dengan hormat,

- Dalam rangka Penelitian untuk menyusun penelitian kami yang berjudul “Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango”, maka dengan ini mohon Bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan Jawaban atas pertanyaan dengan jujur dan apa adanya.
- Seluruh data yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan analisis dalam rangka penyelesaian penelitian Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Gorontalo (UNG) dan perumusan kesimpulan penelitian serta dijamin tidak akan digunakan untuk kepentingan Kantor Pajak dan atau Pungutan/Iuran lainnya.
- Kami Sampaikan banyak terimakasih atas bantuan dan kesediaannya untuk mengisi Kuisisioner ini.

Petunjuk Pengisian :

1. Landasan Utama Pengisian kuisisioner ini adalah struktur Hirarki keputusan dengan komponen-komponen lengkap yang disusun berdasarkan literature, hasil observasi dan pendapat pihak terkait
2. Responden yang menjawab adalah tokoh kunci seperti:
3. Responden memberikan **tanda centang(√)** pada jawaban yang paling sesuai
4. Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk membandingkan tingkat kepentingan antar hierarki yang ada. Berdasarkan pendapat dan kepentingan Bapak/Ibu/Saudara/I harap memberikan penilaian terhadap pilihan tersebut relative terhadap pilihan yang lain. Perbandingan didasarkan pada tingkat kepentingan setiap strategi terhadap strategi lainnya dengan aturan pemberian nilai tersaji pada tabel berikut:

Intensitas Kepentingan	Definisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sangat penting	Dua elemen mempunyai pengaruh sama besar
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai tidak jauh berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
5	Elemen yang satu sangat penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai Kuat berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
7	Elemen yang satu jelas lebih penting	Satu elemen sangat lebih disukai dibandingkan elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting	Satu elemen secara pasti menempati urutan tertinggi dalam tingkatan preferensi
2,4,6,8	Nilai Kompromi atas nilai-nilai di atas	Penilaian kompromi secara numeris dibutuhkan semenjak tidak ada kata yang tepat untuk menggambarkan tingkat preferensi

A. PERBANDINGAN ELEMEN AKTOR TERHADAP ELEMEN FOKUS

Dari beberapa elemen berikut ini, manakah menurut Bapak/ibu strategi yang paling prioritas dalam rangka Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah di Kabupaten Bone Bolango

Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan Daerah
Dinas Pariwisata																		Dinas Perindag & UMKM
Dinas Pariwisata																		Kelembagaan Wisata Bahari
Dinas Pariwisata																		Universitas
Dinas Pariwisata																		BUMN/BUMS
Dinas Perindag & UMKM																		Kelembagaan Wisata Bahari
Dinas Perindag & UMKM																		Universitas
Dinas Perindag & UMKM																		BUMN/BUMS
Kelembagaan Wisata Bahari																		Universitas
Kelembagaan Wisata Bahari																		BUMN/BUMS
Universitas																		BUMN/BUMS

Setelah mengisi jawaban prioritas mengenai Perbandingan Elemen Aktor Terhadap Elemen Fokus, selanjutnya tuliskan pendapat singkat bapak/ibu mengenai seperti apa peran dari :

1. **Dinas Pariwisata**
2. **Dinas Perindag & UMKM**
3. **Kelembagaan Wisata Bahari**
4. **Universitas**
5. **BUMN/BUMS**

B. PERBANDINGAN ELEMEN FAKTOR TERHADAP ELEMEN AKTOR

1. Perbandingan Elemen Faktor terhadap elemen Aktor (Dinas Pariwisata)

Dinas Pariwisata	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Dinas Pariwisata
Sumber Daya Manusia																		Sumber dana & Anggaran
Sumber Daya Manusia																		Sumber daya alam
Sumber Daya Manusia																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber Daya Manusia																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber dana & Anggaran																		Sumber daya alam
Sumber dana & Anggaran																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber dana & Anggaran																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber daya alam																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber daya alam																		Komunikasi ekonomi kreatif
Regulasi dan program pemerintah																		Komunikasi ekonomi kreatif

2. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Dinas Perindag & UMKM)

Dinas Perindag & UMKM	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Dinas Perindag & UMKM
Sumber Daya Manusia																		Sumber dana & Anggaran
Sumber Daya Manusia																		Sumber daya alam
Sumber Daya Manusia																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber Daya Manusia																		Komunikasi ekonomi kreatif

Sumber dana & Anggaran																				Sumber daya alam
Sumber dana & Anggaran																				Regulasi dan program pemerintah
Sumber dana & Anggaran																			Komunikasi ekonomi kreatif	
Sumber daya alam																			Regulasi dan program pemerintah	
Sumber daya alam																			Komunikasi ekonomi kreatif	
Regulasi dan program pemerintah																			Komunikasi ekonomi kreatif	

3. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Kelembagaan Wisata Bahari)

Kelembagaan Wisata Bahari	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kelembagaan Wisata Bahari
Sumber Daya Manusia																		Sumber dana & Anggaran
Sumber Daya Manusia																		Sumber daya alam
Sumber Daya Manusia																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber Daya Manusia																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber dana & Anggaran																		Sumber daya alam
Sumber dana & Anggaran																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber dana & Anggaran																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber daya alam																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber daya alam																		Komunikasi ekonomi kreatif
Regulasi dan program pemerintah																		Komunikasi ekonomi kreatif

4. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Universitas)

Univesritas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Univesritas
Sumber Daya Manusia																		Sumber dana & Anggaran
Sumber Daya Manusia																		Sumber daya alam
Sumber Daya Manusia																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber Daya Manusia																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber dana & Anggaran																		Sumber daya alam
Sumber dana & Anggaran																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber dana & Anggaran																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber daya alam																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber daya alam																		Komunikasi ekonomi kreatif
Regulasi dan program pemerintah																		Komunikasi ekonomi kreatif

5. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (BUMN/BUMS)

BUMN/BUMS	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	BUMN/BUMS
Sumber Daya Manusia																		Sumber dana & Anggaran
Sumber Daya Manusia																		Sumber daya alam
Sumber Daya Manusia																		Regulasi dan program pemerintah
Sumber Daya Manusia																		Komunikasi ekonomi kreatif
Sumber dana & Anggaran																		Sumber daya alam
Sumber dana & Anggaran																		Regulasi dan program pemerintah

- c. Program wajib bagi OPD berkegiatan di wisata bahari (....)

5. Komunikasi ekonomi kreatif

Urutkan aspek terpenting dari 3 aspek sumber dana dan anggaran berikut ini:

- a. Kerja sama antar stakeholder (....)
 b. Peran promosi stakeholder (....)
 c. Koordinasi sustainability UMKM binaan (....)

C. PERBANDINGAN ELEMEN STRATEGI TERHADAP ELEMEN FAKTOR

1. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Sumber Daya Manusia)

Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sumber Daya Manusia
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal

Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sumber Daya Manusia
Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal

2. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Sumber dana dan anggaran)

Sumber dana dan anggaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sumber dana dan anggaran
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal

3. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (sumber daya alam)

Sumber daya alam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sumber daya alam
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal

4. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (regulasi dan program pemerintah)

Regulasi dan program pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Regulasi dan program pemerintah
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal

Regulasi dan program pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Regulasi dan program pemerintah
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal

5. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (komunikasi ekonomi kreatif)

Komunikasi ekonomi kreatif	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Komunikasi ekonomi kreatif
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal

Komunikasi ekonomi kreatif	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Komunikasi ekonomi kreatif
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & jasa																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, produk kreatif & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal
Integrasi & Optimalisasi produk utama, jasa & kearifan lokal																		Integrasi & Optimalisasi produk kreatif, jasa & kearifan lokal

Setelah mengisi jawaban prioritas mengenai Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor, selanjutnya tuliskan pendapat singkat bapak/ibu mengenai:

1. Produk Utama

Urutkan aspek terpenting dari 3 aspek **produk utama** UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari berikut ini:

- Produk makanan (....)
- Minuman kemasan (....)
- Minuman sehat buah (....)

2. Produk Kerajinan

Urutkan aspek terpenting dari 3 aspek **produk kerajinan** UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari berikut ini:

- a. Produk kerajinan tangan ciri khas (....)
- b. Produk sablon outfit (....)
- c. Produk kerajinan tangan bukan ciri khas (....)

3. Jasa

Urutkan aspek terpenting dari 5 aspek **Jasa** UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari berikut ini:

- a. Koteks wisata (....)
- b. Penginapan (....)
- c. Wahana bermain (....)
- d. Fasilitas menikmati keindahan laut, perahu dll (....)
- e. Jasa pemandu wisata (....)

4. Kearifan Lokal

Urutkan aspek terpenting dari 2 aspek **kearifan lokal** UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari berikut ini:

- a. Pagelaran budaya rutin (....)
- b. Pagelaran acara keagamaan (....)

-----Terima Kasih-----

LAMPIRAN 4 : INPUT DATA PENELITIAN (SWOT)

1. KEKUATAN

No	KEKUATAN									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
R1	50	70	30	50	70	70	90	70	70	570
	3	3	2	3	4	4	5	4	4	32
R2	90	89	70	95	78	90	90	85	87	774
	4	3	3	5	3	5	5	4	4	36
R3	95	87	82	79	90	90	90	92	90	795
	5	3	4	3	4	5	4	4	4	36
R4	90	80	90	75	75	85	95	75	80	745
	5	3	5	3	3	4	5	3	4	35
R5	70	70	90	70	80	90	100	100	80	750
	2	2	4	2	3	4	5	5	3	30
R6	100	100	80	100	80	80	100	100	80	820
	5	3	4	3	4	4	4	4	4	35
R7	70	90	90	70	50	70	90	70	90	690
	3	3	4	3	2	3	4	3	4	29
R8	80	80	70	70	65	60	85	85	75	670
	5	4	4	4	4	3	5	4	3	36
R9	60	60	55	50	50	80	80	80	80	595
	4	3	3	4	4	5	5	5	5	38
R10	90	80	80	80	90	70	80	80	80	730
	5	3	4	4	5	3	4	4	4	36
R11	90	90	85	90	90	90	90	90	90	805
	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
R12	90	80	80	80	70	80	80	75	90	725
	5	3	4	4	3	4	4	3	4	34
R13	90	90	85	85	70	70	95	75	80	740
	5	4	4	4	3	3	5	3	4	35
R14	85	90	80	70	70	90	95	80	80	740
	4	3	4	3	3	4	5	4	4	34
R15	100	80	60	40	40	80	100	100	100	700
	5	3	2	1	1	4	5	5	5	31
R16	100	100	80	80	100	100	80	80	100	820
	5	3	3	3	4	5	5	3	4	35
R17	100	100	80	80	100	100	80	80	100	820
	5	3	2	4	4	5	5	4	5	37
R18	100	100	80	80	100	100	80	80	100	820
	5	3	4	3	3	5	5	5	5	38

No	KEKUATAN									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
R19	90	90	80	85	80	95	90	90	85	785
	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
R20	80	85	80	55	95	80	90	90	95	750
	4	3	4	3	5	4	5	5	5	38
F1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	
F2	1	1	3	1	1	0	0	0	0	
F3	2	15	3	9	7	4	0	5	2	
F4	4	4	13	7	8	8	5	8	12	
F5	13	0	1	2	3	8	15	7	6	
Total	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Jumlah	1,630	1,621	1,442	1,399	1,473	1,600	1,685	1,602	1,652	
Rata-Rata	81.50	81.05	72.10	69.95	73.65	80.00	84.25	80.10	82.60	
Jumlah	89	63	72	68	71	84	95	82	84	
Rata-Rata	4.45	3.15	3.60	3.40	3.55	4.20	4.75	4.10	4.20	

2. KELEMAHAN

No	KELEMAHAN								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
R1	80	90	80	80	90	80	90	90	680
	3	5	3	3	5	3	4	4	30
R2	98	100	95	80	85	100	99	100	757
	5	5	4	3	3	5	4	5	34
R3	100	100	99	100	99	100	100	100	798
	5	5	4	5	4	5	5	5	38
R4	100	100	100	100	95	100	100	100	795
	5	5	5	5	4	5	5	5	39
R5	100	100	90	100	90	100	90	110	780
	5	5	3	5	3	5	3	5	34
R6	100	100	100	100	100	100	100	100	800
	5	4	5	5	5	5	5	5	39
R7	92	92	92	74	74	100	100	100	724
	5	5	5	4	4	5	5	5	38
R8	100	90	100	100	80	100	90	80	740
	5	4	5	5	4	5	5	3	36
R9	85	85	90	90	100	90	90	80	710

No	KELEMAHAN								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
	5	4	5	5	5	5	5	5	39
R10	100	100	90	100	95	100	100	100	785
	5	5	4	5	3	4	5	5	36
R11	85	85	85	85	85	85	85	85	680
	4	4	4	4	4	4	4	4	32
R12	90	90	90	100	90	90	100	90	740
	4	4	4	5	4	4	5	4	34
R13	80	100	100	60	100	100	60	80	680
	4	5	5	3	5	5	3	4	34
R14	60	100	90	100	70	85	100	90	695
	3	5	3	5	3	4	5	4	32
R15	86	86	98	100	89	86	94	94	733
	3	3	2	5	2	3	4	4	26
R16	92	92	92	74	92	92	74	92	700
	5	5	5	4	5	5	4	5	38
R17	90	95	100	90	90	90	90	90	735
	4	5	5	4	5	4	5	5	37
R18	92	100	92	74	74	74	74	100	680
	5	5	5	4	4	4	4	5	36
R19	100	100	95	100	95	100	100	100	790
	5	5	4	5	4	5	5	5	38
R20	100	90	90	90	100	100	90	90	750
	4	5	5	4	5	4	5	5	37
F1	0	0	0	0	0	0	0	0	
F2	0	0	1	0	1	0	0	0	
F3	3	1	3	3	4	2	2	1	
F4	5	5	6	6	8	7	6	6	
F5	12	14	10	11	7	11	12	13	
Total	20	20	20	20	20	20	20	20	
Jumlah	1,750	1,795	1,768	1,737	1,693	1,772	1,766	1,791	
Rata-Rata	87.50	89.75	88.40	86.85	84.65	88.60	88.30	89.55	
Jumlah	89	93	85	88	81	89	90	92	
Rata-Rata	4.45	4.65	4.25	4.40	4.05	4.45	4.50	4.60	

3. PELUANG

No	PELUANG						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
R1	70	70	70	70	70	70	420
	4	4	4	4	3	4	23
R2	80	80	85	85	85	90	505
	4	4	4	4	4	5	25
R3	89	89	89	89	90	85	531
	4	4	4	4	5	4	25
R4	90	80	80	70	90	80	490
	5	4	4	3	5	4	25
R5	100	90	90	90	100	100	570
	5	4	4	4	5	5	27
R6	100	100	100	100	100	100	600
	5	5	5	4	5	5	29
R7	57	57	76	76	57	57	380
	3	3	4	4	3	3	20
R8	90	80	70	75	70	60	445
	5	4	3	4	4	4	24
R9	80	80	75	70	85	80	470
	4	4	4	4	4	4	24
R10	45	60	80	80	80	80	425
	2	3	4	4	4	3	20
R11	90	90	90	90	85	90	535
	5	5	5	5	4	5	29
R12	80	80	70	70	80	80	460
	4	4	3	3	4	4	22
R13	70	70	85	80	80	90	475
	3	3	4	4	4	5	23
R14	90	80	60	70	90	90	480
	4	3	2	3	5	5	22
R15	9	9	9	9	9	9	54
	5	5	5	5	5	5	30
R16	95	95	95	95	95	95	570
	5	5	5	5	5	5	30
R17	100	100	100	100	100	100	600
	5	5	5	5	5	5	30
R18	95	95	95	76	76	95	532
	5	5	5	4	4	5	28
R19	85	90	90	85	85	85	520

No	PELUANG						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
	4	5	5	4	4	4	26
R20	95	95	95	95	95	90	565
	5	5	5	5	5	5	30
F1	0	0	0	0	0	0	
F2	1	0	1	0	0	0	
F3	2	4	2	3	2	2	
F4	7	8	9	12	9	7	
F5	10	8	8	5	9	11	
Total	20	20	20	20	20	20	
Jumlah	1,540	1,520	1,519	1,495	1,542	1,536	
Rata-Rata	77.00	76.00	75.95	74.75	77.10	76.80	
Jumlah	86	84	84	82	87	89	
Rata-Rata	4.30	4.20	4.20	4.10	4.35	4.45	

4. ANCAMAN

No	ANCAMAN				TOTAL
	1	2	3	4	
R1	50	70	50	30	200
	3	4	3	2	12
R2	80	89	89	86	344
	4	4	4	4	16
R3	89	78	95	95	357
	4	3	5	5	17
R4	95	80	90	70	335
	5	4	5	3	17
R5	90	90	70	80	330
	4	4	2	3	13
R6	100	100	100	100	400
	3	3	3	3	12
R7	76	57	76	76	285
	4	3	4	4	15
R8	100	90	90	90	370
	5	5	5	5	20
R9	60	65	70	75	270
	2	2	2	2	8
R10	80	85	45	45	255

No	ANCAMAN				TOTAL
	1	2	3	4	
	3	4	2	2	11
R11	30	30	30	30	120
	1	1	1	1	4
R12	80	70	70	90	310
	4	3	3	4	14
R13	80	60	60	50	250
	4	2	2	2	10
R14	40	40	40	60	180
	2	2	2	3	9
R15	95	76	19	19	209
	5	4	1	1	11
R16	95	95	95	57	342
	5	5	5	3	18
R17	70	85	45	45	245
	2	4	1	2	9
R18	57	76	76	57	266
	3	4	4	3	14
R19	80	85	80	80	325
	4	4	4	4	16
R20	80	80	75	75	310
	4	5	5	5	19
F1	1	1	3	2	
F2	3	3	5	5	
F3	4	4	3	6	
F4	8	9	4	4	
F5	4	3	5	3	
Total	20	20	20	20	
Jumlah	1,447	1,441	1,305	1,260	
Rata-Rata	72.35	72.05	65.25	63.00	
Jumlah	71	70	63	61	
Rata-Rata	3.55	3.50	3.15	3.05	

LAMPIRAN 5 : INPUT DATA PENELITIAN (STAKEHOLDER)

1. KEPENTINGAN

No	Stakeholder	KEPENTINGAN STAKEHOLDER										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
R1	Dinas Pariwisata	3.00	4.00	3.00	4.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	40.00
R2	Dinas Pariwisata	5.00	4.00	5.00	5.00	2.00	3.00	5.00	5.00	3.00	3.00	40.00
R3	Dinas Perindag & UMKM	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	41.00
R4	Dinas Perindag & UMKM	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	41.00
R5	Universitas	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	42.00
R6	Universitas	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	43.00
R7	Perbankan	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	39.00
R8	Perbankan	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	42.00
R9	Pokdarwis	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	40.00
R10	Pokdarwis	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	45.00
R11	Media	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	31.00
R12	Media	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	35.00
R13	UMKM Kreatif	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	34.00
R14	UMKM Kreatif	5.00	3.00	5.00	4.00	3.00	2.00	5.00	5.00	4.00	4.00	40.00
R15	Wisatawan	4.00	4.00	3.00	1.00	4.00	4.00	5.00	1.00	4.00	3.00	33.00
R16	Wisatawan	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	1.00	1.00	36.00
R17	Praktisi UMKM	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	46.00
R18	Praktisi UMKM	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	39.00

No	Stakeholder	KEPENTINGAN STAKEHOLDER										Total
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
R19	Perusahaan (Non Perbankan)	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	32.00
R20	Perusahaan (Non Perbankan)	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	42.00
		Frekuensi Jawaban Responden										
	F1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	
	F2	4	0	0	0	3	2	2	1	0	0	
	F3	5	3	7	2	6	2	1	4	3	4	
	F4	7	16	9	11	9	10	5	4	10	12	
	F5	4	1	4	6	2	6	12	10	6	3	
	Total	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
	Skor	71	78	77	81	70	80	87	81	80	76	

2. KINERJA

No	Stakeholder	PENGARUH (KINERJA) STAKEHOLDER										Total
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
R1	Dinas Pariwisata	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	42.00
R2	Dinas Pariwisata	5.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	42.00
R3	Dinas Perindag & UMKM	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	40.00
R4	Dinas Perindag & UMKM	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	41.00
R5	Universitas	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	5.00	5.00	3.00	4.00	38.00
R6	Universitas	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	43.00
R7	Perbankan	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	40.00
R8	Perbankan	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	42.00
R9	Pokdarwis	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	38.00
R10	Pokdarwis	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	46.00
R11	Media	3.00	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	38.00
R12	Media	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	43.00
R13	UMKM Kreatif	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	3.00	4.00	5.00	3.00	39.00
R14	UMKM Kreatif	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	43.00
R15	Wisatawan	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	40.00
R16	Wisatawan	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	42.00
R17	Praktisi UMKM	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	5.00	34.00
R18	Praktisi UMKM	3.00	4.00	4.00	3.00	2.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	38.00
R19	Perusahaan (Non Perbankan)	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	31.00

No	Stakeholder	PENGARUH (KINERJA) STAKEHOLDER										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
R20	Perusahaan (Non Perbankan)	3.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	31.00
		Frekuensi Jawaban Responden										
	F1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	F2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	
	F3	6	4	3	8	6	5	4	2	4	3	
	F4	9	14	13	8	11	9	8	8	12	12	
	F5	3	1	4	4	1	6	8	10	4	5	
	Total	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
	Skor	73	75	81	76	71	81	84	88	80	82	

LAMPIRAN 6 : HASIL SPSS DEMOGRAFI RESPONDEN**1. JENIS KELAMIN****Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	11	55.0	55.0	55.0
	Perempuan	9	45.0	45.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

2. USIA**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	31-40 Tahun	6	30.0	30.0	30.0
	41-50 Tahun	9	45.0	45.0	75.0
	51-60 Tahun	4	20.0	20.0	95.0
	> 60 Tahun	1	5.0	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

3. TINGKAT PENDIDIKAN**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP/Sederajat	1	5.0	5.0	5.0
	SMASederajat	3	15.0	15.0	20.0
	Diploma	2	10.0	10.0	30.0
	Sarjana	8	40.0	40.0	70.0
	Magister	4	20.0	20.0	90.0
	Doktoral	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

LAMPIRAN 7 : HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

1. KEKUATAN

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	0	1	2	4	13	89	100	89.00%	Baik
2	0	1	15	4	0	63	100	63.00%	Cukup Baik
3	0	3	3	13	1	72	100	72.00%	Cukup Baik
4	1	1	9	7	2	68	100	68.00%	Cukup Baik
5	1	1	7	8	3	71	100	71.00%	Cukup Baik
6	0	0	4	8	8	84	100	84.00%	Baik
7	0	0	0	5	15	95	100	95.00%	Baik
8	0	0	5	8	7	82	100	82.00%	Baik
9	0	0	2	12	6	84	100	84.00%	Baik
Total	2	7	47	69	55	708	900	78.67%	Cukup Baik

2. KELEMAHAN

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	0	0	3	5	12	89	100	89.00%	Lemah
2	0	0	1	5	14	93	100	93.00%	Lemah
3	0	1	3	6	10	85	100	85.00%	Lemah
4	0	0	3	6	11	88	100	88.00%	Lemah
5	0	1	4	8	7	81	100	81.00%	Lemah
6	0	0	2	7	11	89	100	89.00%	Lemah
7	0	0	2	6	12	90	100	90.00%	Lemah
8	0	0	1	6	13	92	100	92.00%	Lemah
Total	0	2	19	49	90	707	800	88.38%	Lemah

3. PELUANG

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	0	1	2	7	10	86	100	86.00%	Tinggi
2	0	0	4	8	8	84	100	84.00%	Tinggi
3	0	1	2	9	8	84	100	84.00%	Tinggi
4	0	0	3	12	5	82	100	82.00%	Tinggi
5	0	0	2	9	9	87	100	87.00%	Tinggi
6	0	0	2	7	11	89	100	89.00%	Tinggi
Total	0	2	15	52	51	512	600	85.33%	Tinggi

4. ANCAMAN

No	SKOR PERNYATAAN								Kriteria
	TS	KS	CS	S	SS	Aktual	Ideal	%	
1	1	3	4	8	4	71	100	71.00%	Cukup Beresiko
2	1	3	4	9	3	70	100	70.00%	Cukup Beresiko
3	3	5	3	4	5	63	100	63.00%	Cukup Beresiko
4	2	5	6	4	3	61	100	61.00%	Cukup Beresiko
Total	7	16	17	25	15	265	400	66.25%	Cukup Beresiko

LAMPIRAN 8 : HASIL ANALISIS SWOT

1. IFAS

No	Uraian	Poin 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 teluk Tomini	84.25	0.060	4.750	0.284
8	Kerjasama 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	Belum 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	Pengetahuan masyarakat yang terbatas	88.60	0.063	4.450	0.280
7	Kurangnya kegiatan promosi	88.30	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		1,408.80	1.000		
Skor IFAS					-0.229

2. EFAS

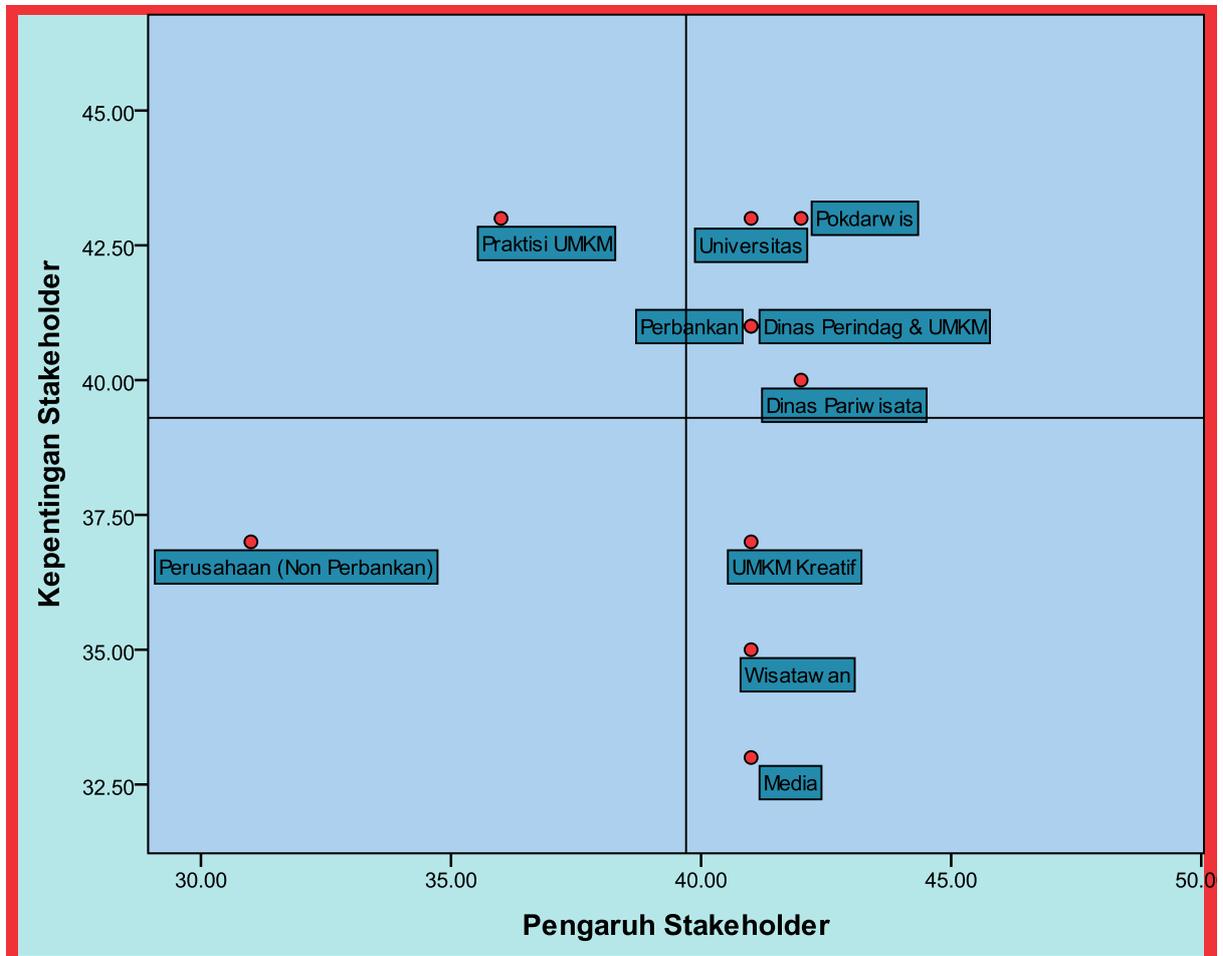
No	Uraian	Poin Aktual	Bobot	Rating	Skor
1	Tempat sarana pemasaran & promosi	77.00	0.105	4.300	0.453
2	Pemanfaatan Dana CSR	76.00	0.104	4.200	0.437
3	Adanya political will pemerintah daerah	75.95	0.104	4.200	0.437
4	Animo wisatawan Lokal & manca Negara	74.75	0.102	4.100	0.420
5	Terbukanya lapangan kerja 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 dari 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

LAMPIRAN 9 : HASIL ANALISIS STAKEHOLDER

1. EFEKTIVITAS

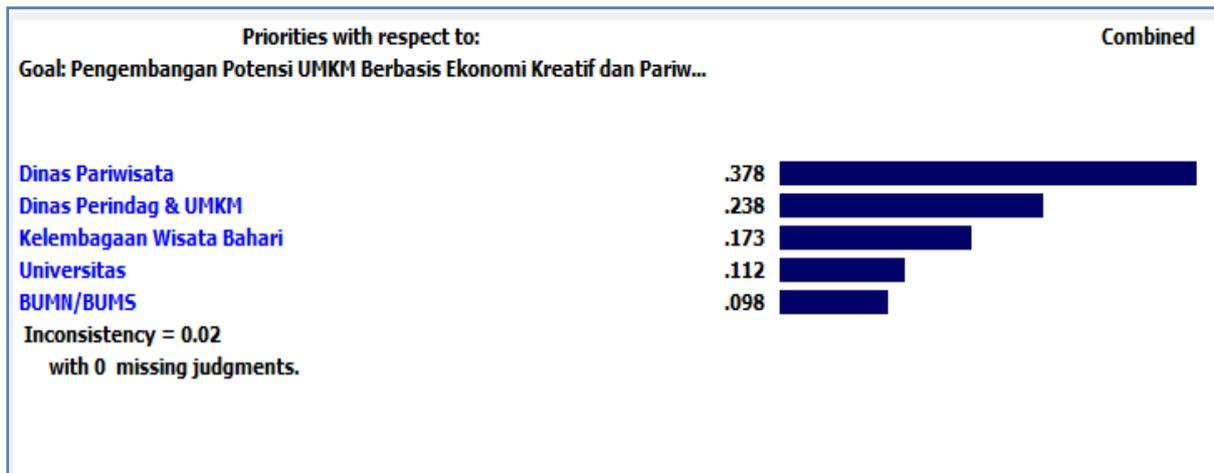
No	Stakeholder	Kepentingan (Harapan)	Kinerja (Kenyataan)	Efektivitas	
				% Capaian	Kriteria
1	Dinas Pariwisata	40.00	42.00	105.00%	Efektif
2	Dinas Perindag & UMKM	41.00	40.50	98.78%	Cukup Efektif
3	Universitas	42.50	40.50	95.29%	Cukup Efektif
4	Perbankan	40.50	41.00	101.23%	Efektif
5	Pokdarwis	42.50	42.00	98.82%	Cukup Efektif
6	Media	33.00	40.50	122.73%	Efektif
7	UMKM Kreatif	37.00	41.00	110.81%	Efektif
8	Wisatawan	34.50	41.00	118.84%	Efektif
9	Praktisi UMKM	42.50	36.00	84.71%	Kurang Efektif
10	Perusahaan (Non Perbankan)	37.00	31.00	83.78%	Kurang Efektif
Rata-Rata		39.05	39.55	102.00%	Efektif

2. KUDRAN STAKEHOLDER



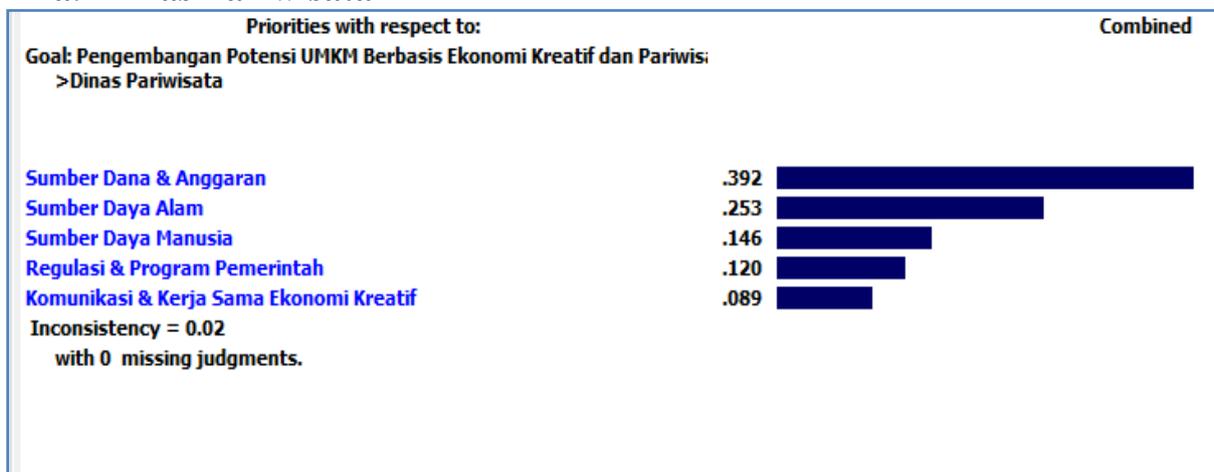
LAMPIRAN 10 : INPUT & HASIL ANALISIS AHP

1. PERBANDINGAN ELEMEN AKTOR

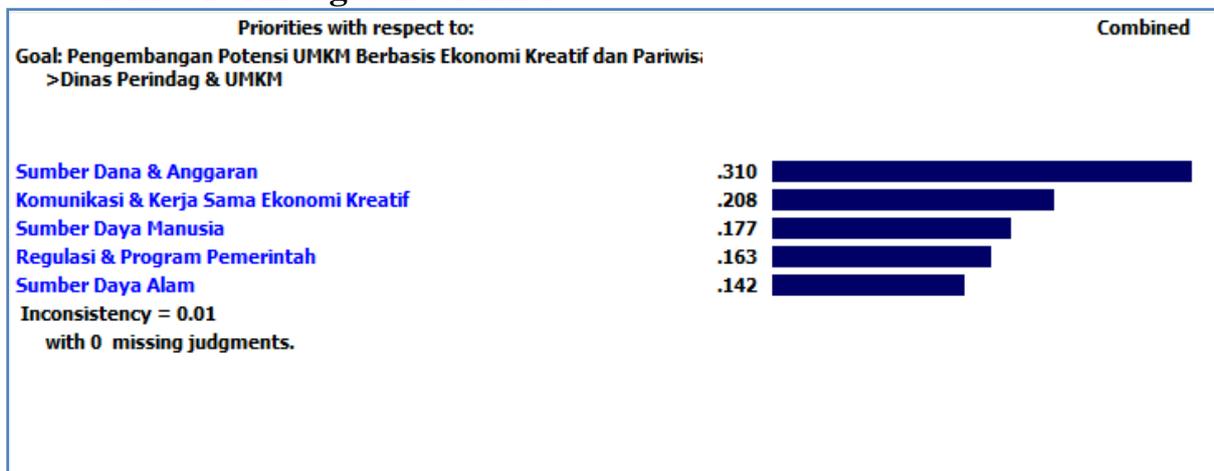


2. PERBANDINGAN ELEMEN FAKTOR BERDASARKAN AKTOR

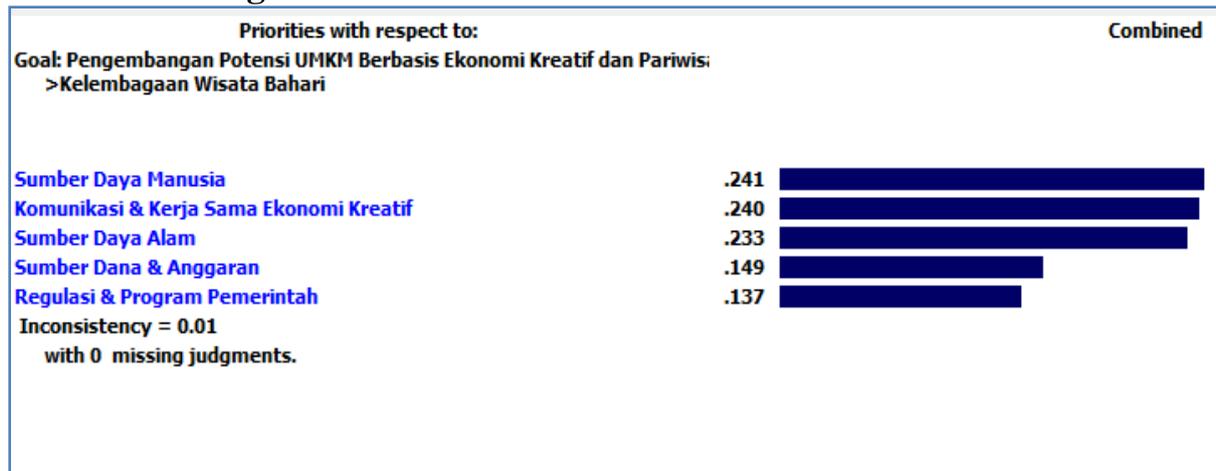
a. Dinas Pariwisata



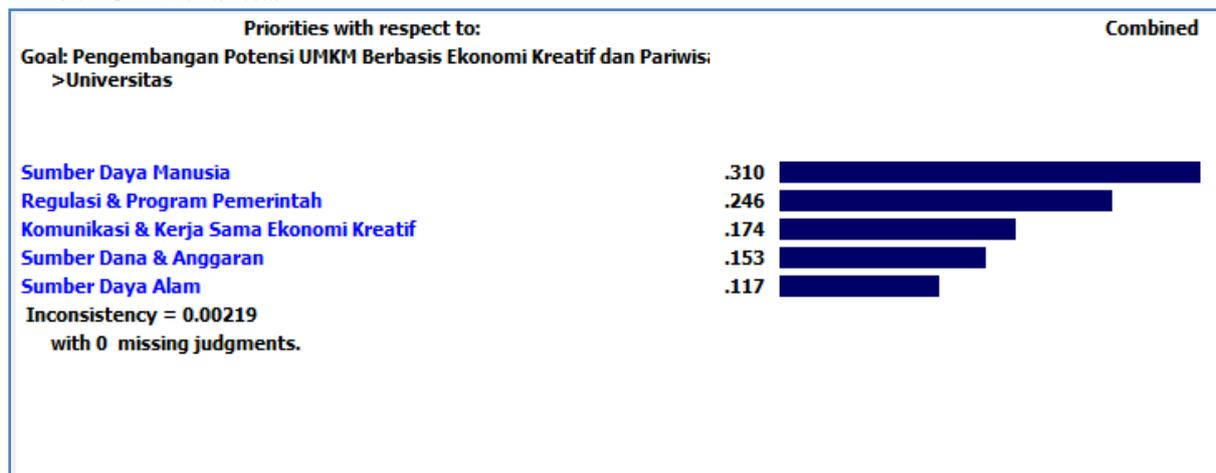
b. Dinas Perindag dan UMKM



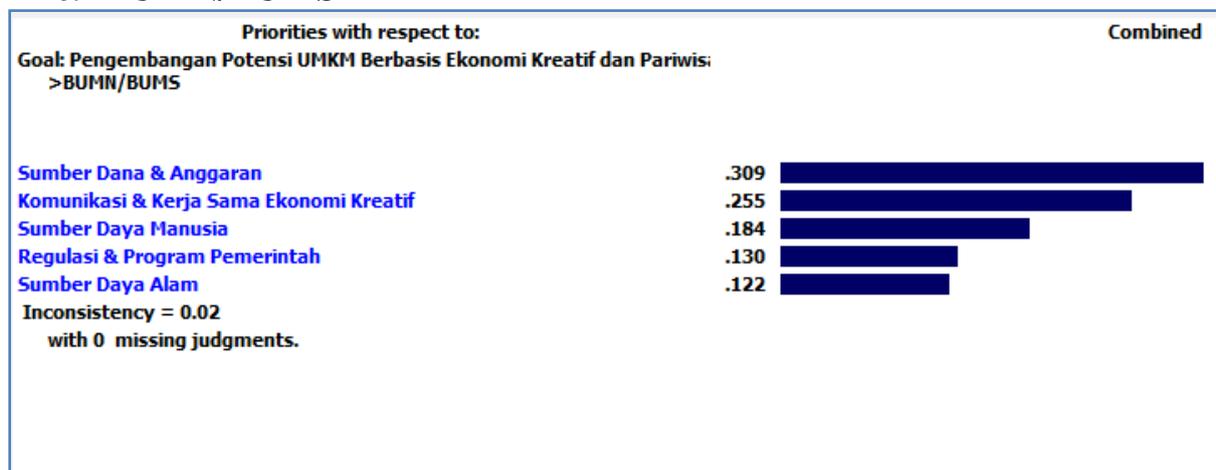
c. Kelembagaan Sadar Wisata



d. Universitas



e. BUMN/BUMS



3. PERBANDINGAN ELEMEN STRATEGI

Combined instance -- Synthesis with respect to:		
Goal: Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari Sebagai Sektor Unggulan		
Overall Inconsistency = .01		
Integrasi & Optimalisasi Produk Utama, Produk Kreatif & Kearifan Lokal	.291	
Integrasi & Optimalisasi Produk Kreatif, Jasa Pendukung Pariwisata & Kearifan Lokal	.276	
Integrasi & Optimalisasi Produk Utama, Jasa Pendukung Pariwisata & Kearifan Lokal	.233	
Integrasi & Optimalisasi Produk Utama, Produk Kreatif & Jasa Pariwisata	.200	