



Simbiosis Mutualisme UMKM dan Pariwisata Di Pekalongan

M. Shofiyuddin ^{1,a}

^a Universitas Pekalongan

Abstract. *The tourism sector has a very big role in improving people's welfare. Development of the tourism sector can also encourage business growth that is very beneficial for the state and society. The tourism sector will also provide a boost for the development of infrastructure development and other sectors that are unique to the business world, especially Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs), the creation of mutually beneficial symbiosis between the tourism sector and MSMEs will provide very good benefits. MSMEs strengthen the tourism sector as well as the tourism sector encourages MSMEs growth.*

Keywords: *The tourism, Micro Small and Medium Enterprises, Mutualism symbiosis*

Abstrak. Sektor pariwisata memiliki peranan yang sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pengembangan terhadap sector pariwisata pun dapat mendorong terjadinya pertumbuhan bisnis yang sangat menguntungkan bagi negara maupun masyarakat. Sektor pariwisata juga akan memberikan dorongan bagi perkembangan pembangunan infrastruktur dan sektor lainnya termasuk bagi dunia usaha khususnya UMKM. Terciptanya simbiosis Mutualisme yang saling menguntungkan antara sector pariwisata dan UMKM akan sangat memberikan manfaat yang baik. UMKM memperkuat sector pariwisata maupun sector pariwisata mendorong pertumbuhan UMKM.

Kata kunci: *Pariwisata, UMKM, Simbiosis Mutualisme*

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin meningkat dan diikuti dengan meningkatnya persaingan antar negara di era globalisasi dan perdagangan bebas, yang akan membawa dampak secara sosial maupun ekonomi, suatu negara. Globalisasi dan perdagangan besar akan menjadi tantangan yang sangat besar bagi suatu negara, oleh karena itu negara harus berbenah mengantisipasi berbagai kemungkinan yang akan muncul dari adanya globalisasi dan perdagangan bebas tersebut.

¹ **Korespondensi:** m.shofiyuddin@gmail.com

Sektor pariwisata dan UMKM sebagai sector yang diandalkan dalam mengantisipasi ancaman adanya globalisasi dan perdagangan bebas karena sector pariwisata akan mampu mengangkat sector bisnis lainnya. Demikian juga dengan UMKM tantangan yang semakin besar terhadap UMKM menuntut pelaku usaha lebih kreatif dan inovatif dalam mengantisipasi segala kemungkinan yang muncul sebagai dampak globalisasi dan perdagangan bebas tersebut.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamsyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam².

B. PEMBAHASAN

1. Sekilas Pekalongan

Kota Pekalongan terletak di dataran rendah pantai utara Pulau Jawa, dengan ketinggian kurang lebih 1 meter di atas permukaan laut dengan posisi geografis antara 6 50' 42" s.d. 6 55' 44" Lintang Selatan dan 109 37' 55" s.d. 109 42' 19" Bujur T imur serta dengan koordinat fiktif 510.00 – 518.00 Km membujur dan 517.75 – 526.75 Km melintang. Sedangkan batas wilayah secara administratif adalah sebelah Utara Laut Jawa, sebelah Timur Kabupaten Batang, sebelah Selatan Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang dan sebelah Barat Kabupaten Pekalongan.

Posisi ini menjadikan bahwa Kota Pekalongan sangat di topang dan diapit dua kabupaten dengan corak kondisi kekayaan alam yang hampir sama yang memperkaya keanekaragaman budaya dan alamnya. Keadaan tanah di Kota Pekalongan mempunyai Jarak terjauh dari Utara ke selatan ± 9 Km dan dari Barat ke Timur ± 7 Km. Luas Kota Pekalongan adalah sekitar 45.25 Km². Jarak dari Kota Pekalongan ke beberapa kota adalah Semarang 101 Km, Jakarta 384 Km 3, Bandung 266 Km 4, Surabaya 488 Km 5,

² Richardson and Fluker 2004



Yogyakarta 219 Km 6, Kajen 28 Km 7, Batang 8 Km, Pemalang 35 Km, Tegal 65 Km, Slawi 80 Km dan Brebes 78 Km (IPDS BPS, 2015: 4).

Secara administratif Kota Pekalongan terbagi dalam 4 kecamatan dengan luas wilayah 4.525 Ha, atau 0,14 % dari luas wilayah Jawa Tengah (Luas Jawa Tengah 3.254 ribu Ha). Kecamatan paling luas adalah Pekalongan Utara sekitar 33% dari luas Kota Pekalongan (1.488 Ha) dan kecamatan paling kecil adalah Pekalongan Timur sekitar 21% dari Kota Pekalongan 952 Ha

2. Pekalongan sebagai Kota wisata

Sebagai kota yang strategis yaitu tidak hanya terletak di jalur pantura, Pekalongan juga merupakan kota yang memiliki keunggulan, karena berdasarkan letaknya kota Pekalongan adalah kota pantai yang jaraknya tidak begitu jauh dengan daerah pegunungan hanya sekitar 2 jam menuju wilayah Banjarnegara.

Sebagai Kota Batik yang sudah dikenal oleh dunia internasional, Kota Pekalongan juga masuk sebagai jaringan kota kreatif UNESCO dalam kategori *Craft & Folk Art* yaitu di tahun 2014 , dengan city branding *World's city of Batik* semakin menguatkan diri sebagai kota batik yang telah dikenal oleh dunia internasional.

Berbicara tentang pariwisata di Pekalongan tentu akan sangat terkait dengan Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang karena wilayahnya yang bersebelahan dan memiliki histori yang sama. Obyek wisata di Pekalongan selain wisata batik yang menjadi unggulan kota Pekalongan, Terdapat beberapa destinasi wisata yang menarik di Pekalongan yaitu : Museum Batik Pekalongan, Pasar Grosir Setono, pantai Pasir Kencana, Pantai Slamaran, Mangrove Park, Wisata bahari PPNP, Kampung Batik Pesindon, Kampong Batik kauman dan wisata religi di makam habib Ahmad di Sapuro dan sebagainya.

Sedangkan di Kabupaten pekalongan ada Linggo Asri, kalipaingan, Watu Ireng di Kandangserang, Curug Bajing di Petungkriyono, Curug Bidadari Jolotigi di talun, Puncak Tugu Petungkriyono, Bukit Bintang Kutorojo kajen, Gerbengkong Hills di Ujung Negro Kesesi, Bukit Pawuluhan Kandangserang, dan sebagainya.

Di Kabupaten Batang terdapat destinasi wisata pantai Sigandu , pantai Ujung negro, Perkebunan Teh Pagilaran di Blado, Bukit Sri Gunung di Limpung, Rumah

Pohon di Bandar, Kembang langit, Wisata AGRO Selopajang di Selopajang Timur dan masih banyak lagi.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pekalongan

Sebelum membahas bagaimana UMKM dapat saling menopang atau bersinergi dengan industri pariwisata sehingga dapat terjadi simbiosis yang saling menguntungkan, kita bahas dulu tentang apa yang dimaksud dengan UMKM, Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang sering kita kenal dengan istilah UMKM terdapat berbagai definisi tentang UMKM diantaranya adalah :

Menurut UU No 20 Tahun 2008 Pasal I bab I mengenai UMKM, yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Berdasarkan Undang-undang tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil dan menengah adalah usaha perorangan atau Badan usaha Perorangan yang sesuai dengan kriteria tersebut diatas.

Sedangkan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang ada BPJS membedakan UMKM menjadi 4 macam: Indutri Rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja 1 - 4 orang,



Industri kecil dengan jumlah tenaga kerja 5 – 19 orang, industry menengah dengan jumlah tenaga kerja 20 sampai 99 orang, dan industry besar dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Menurut Ariani, Muhammad Nur Utomo,UMKM di Indonesia mempunyai ciri-ciri: kegiatan usaha tidak terorganisasikan secara baik, karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas atau kelembagaan yang tersedia, tidak mempunyai ijin usaha, pola kegiatan usaha tidak teratur, baik dalam arti lokasi maupun jam kerja. Pada umumnya kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai kesektor ini, dan umumnya UKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan yang menghambat usahanya, hambatan tersebut diantaranya kesulitan pemasaran, kesulitan finansial, keterbatasan SDM berkualitas, masalah bahan baku, keterbatasan teknologi, infrastruktur pendukung dan rendahnya komitmen pemerintah.

UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam menggerakkan dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Dan UMKM juga menjadi sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat khususnya di Kota pekalongan dan sekitarnya.

Menilik definisi UMKM menurut Undang – undang No. 20 Tahun 2008 tersebut diatas maka di Kota Pekalongan banyak terdapat jenis UMKM baik yang bergerak dibidang Batik, Sablon, Handycraft, dan kerajinan tangan lainnya, maupun makanan-makanan ringan seperti emping, keripik dan berbagai makanan olahan lain yang merupakan ciri khas masing masing daerah di wilayah Pekalongan dan sekitarnya. Peluang pengembangan UMKM di Kota Pekalongan dan sekitarnya menjadi sangat strategis. Munculnya berbagai macam destinasi wisata di daerah di harapkan juga akan dapat mendongkrak pertumbuhan UMKM, artinya diharapkan akan dapat terjadi simbiosis yang saling menguntungkan.

Berdasarkan banyaknya potensi UMKM dan pariwisata yang menarik dan memiliki potensi untuk dikembangkan di Pekalongan maka sudah seharusnya pemerintah perlu menaruh perhatian yang lebih terhadap kedua sector tersebut.

4. Simbiosis UMKM dengan Industri Pariwisata

Terdapat beberapa motivasi yang mendorong seseorang untuk berwisata antar lain : escape motive, relaxation, prestige, family and friends togetherness, knowledge,

sport motivations, adventure, enjoying natural resources, desire for sex, motivation of alcohol, consumption³. Dengan beberapa alasan itulah maka wisatawan memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat untuk berwisata.

Sebagai upaya menciptakan simbiosis yang saling menguntungkan, maka pemerintah di harapkan untuk senantiasa memberikan dorongan kedua sector tersebut yaitu Industri pariwisata dan UMKM, upaya pengembangan pariwisata perlu selalu di perbaiki dan ditingkatkan agar dapat mendorong gairah wisata masyarakat pekalongan dan sekitarnya maupun masyarakat dari luar pekalongan.

Dalam konteks memasarkan kedua produk tersebut maka harus diperhatikan strategi yang diperlukan, salah satunya adalah dengan pendekatan bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah marketing mix, dimana marketing mix terdiri dari price (harga), Place (distribusi produk) Product (produk), Promotion (promosi), dimana hal tersebut akan sangat menentukan kesuksesan dari strategi pemasaran tersebut dengan tujuan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen⁴. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar baik berupa barang ataupun jasa, Price adalah harga atau sejumlah uang yang dikorbankan untuk dapat menikmati produk tersebut, Place adalah distribusi produk tersebut atau dapat juga diartikan sebagai tempat bertemunya pelanggan terhadap produk tersebut, sedangkan promosi adalah upaya untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen,

untuk produk berbentuk jasa terdapat tambahan 3p yaitu People (orang) atau orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang maupun jasa tersebut, proses adalah bagaimana proses adalah proses terhadap barang dan jasa tersebut sampai pada konsumen, dan physical Evidence adalah karakter dari bisnis tersebut.

Dalam pengembangan bisnis pariwisata dan UMKM berkaitan dengan pemasaran produk inilah terdapat simbiosis mutualisme diantara sector industry pariwisata dan UMKM tersebut, dimana jika industri pariwisata di daerah tersebut dapat meningkat maka diharapkan tingkat penjualan dari produk yang dihasilkan oleh UMKM pun akan mengalami peningkatan pula.

³ Alghamdi, Abdulraheem, 2007 , *Explicit and Implicit Motivation Towards Outbound Tourism: A study of Saudi Tourist*

⁴ Kotler dan Keller 2007



Kunjungan para wisatawan dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk asli daerah yang memiliki ciri khas yang berbeda dengan daerah lain, misalkan souvenir, makanan khas daerah, makanan atau jajanan yang dapat digunakan untuk oleh – oleh atau pun kaos dengan gambar yang mencirikan daerah dan tempat wisata tersebut, disamping.

Di pekalongan terdapat makanan khas yang sangat dikenal di masyarakat pekalongan antara lain Nasi Megono, Tauto khas Pekalongan, Pindang Tetel, ada emping didaerah batang, aneka keripik dan makanan ringan lainnya. Geliat pariwisata ini dapat dimanfaatkan juga untuk menarik wisatawan mengenal makanan dan cinderamata khas pekalongan. Sinergi antara pariwisata dan UMKM dapat diciptakan dengan menempatkan sentra oleh – oleh dan makan khas pekalongan yang berdekatan dengan lokasi wisata, sehingga wisatawan yang datang ke lokasi wisata akan sekaligus dapat menikmati dan membeli makanan dan cinderamata khas pekalongan tersebut. Penataan seperti ini sudah banyak dilakukannya di daerah, maka demi mengembangkannya sektor pariwisata dan UMKM ini tidak ada salahnya Pekalongan mengadopsi model penataan tersebut.

C. PENUTUP

1. Simpulan

Industri pariwisata memiliki pengaruh yang sangat besar bagi peningkatan pendapatan daerah dan juga dalam peningkatan pendapatan masyarakat. Terwujudnya simbiosis mutualisme diantara industri pariwisata dan UMKM akan dapat terwujud jika pemerintah dan masyarakat memberikan perhatian dan dukungan terhadap kedua sektor ini karena keduanya akan dapat berjalan searah dan saling melengkapi antara industri pariwisata dan UMKM.

2. Saran

Banyak potensi pariwisata dan UMKM di Pekalongan oleh karena itu Pemerintah perlu meningkatkan perhatian terhadap industri pariwisata dan UMKM tersebut, karena kedua sektor industri ini banyak menyumbang pada peningkatan pendapatan masyarakat dan tentunya juga pada peningkatan Pendapatan asli daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghamdi, Abduraheem, (2007), *Explicit and Implicit Motivation Towards Outbound Tourism: A study of Saudi Tourist*
- Ariani, Muhammad Nur Utomo, (2017), *Kajian strategi pengembangan UMKM di Kota Tarakan, Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volumen 13 Nomor 2, September, 99-118*
- Boyd, Walker, Larreche. (1996). *Marketing Management: A strategy Approach with Global Orientation*, Edisi terjemahan, Erlangga
- Michael E. Porter. (1994). *Keunggulan Bersaing*, Jakarta, Binarupa Aksara
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat, *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil ,Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang) Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6 , Hal. 1286 -1295*
- <https://nyero.id/tempat-wisata-hits-di-pekalongan/>
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* Jakarta: Prentice Hall, Salemba Empat
- Seksi Integrasi Pengolahan dan Diseminasi Statistik. Kota Pekalongan Dalam Angka Tahun 2014. Pekalongan: Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan, 2015 hal. 3
- Seksi Integrasi Pengolahan dan Diseminasi Statistik. Kota Pekalongan Dalam Angka Tahun 2014. Pekalongan: Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan, 2015 hal. 5.
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systematic Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Undang - undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.