

---

---

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) PADA SEKTOR PARIWISATA DI PROVINSI GORONTALO

Yusrin Isima <sup>1</sup>  
Fahrudin Zain Olilingo <sup>2</sup>  
Frahmawati Bumulo <sup>3</sup>

<sup>123</sup>Univeristas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

Email: [yusrinisima22@gmail.com](mailto:yusrinisima22@gmail.com)<sup>1</sup>

---

***Abstract:** This study aims to determine the government's strategy in developing Small and Medium Enterprises (SMEs) in the tourism sector in Gorontalo Province. This study uses data from 5 regencies and one city (District of Gorontalo, Regency of Bone Bolango, Regency of North Gorontalo, Regency of Boalemo, Regency of Pohuwato and City of Gorontalo) from 2016 through 2020 sourced from the Provincial Tourism Office. Gorontalo and SMEs. Data Reduction, Data Display, and Conclusion Drawing are the analysis techniques used. Based on the results of the research conducted, it can be concluded that the strategy for developing small and medium enterprises (SMEs) in Gorontalo Province can be said to be good because the government has carried out various coaching and mentoring activities for business actors as a strategy for developing businesses owned and business actors (SMEs) in multiple fields. The sector has started to run and build its business through various ideas, creativity and innovations it has obtained through the government's training and development of SMEs.*

***Keywords:** Strategy” SMEs” Tourism*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemerintah dalam mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sektor pariwisata di Provinsi Gorontalo. Penelitian ini menggunakan data dari 5 kabupaten dan satu kota (Kabupaten Gorontalo, Kabupaten Bone Bolango, Kabupaten Gorontalo Utara, Kabupaten Boalemo, Kabupaten Pohuwato dan Kota Gorontalo) pada tahun 2016 hingga tahun 2020 yang bersumber dari Dinas Pariwisata Provinsi. Gorontalo dan UKM. Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan merupakan teknik analisis yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Provinsi Gorontalo dapat dikatakan baik karena pemerintah telah melakukan berbagai kegiatan pembinaan dan pendampingan bagi para pelaku usaha sebagai pelaku usaha. strategi pengembangan usaha milik dan pelaku usaha (UKM) di berbagai bidang. Sektor ini mulai menjalankan dan membangun usahanya melalui berbagai ide, kreativitas dan inovasi yang diperoleh melalui pelatihan dan pengembangan UKM yang dilakukan pemerintah.

**Kata Kunci:** Strategi; UKM; Pariwisata

### PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah atau disingkat dengan (UKM) sebagai Usaha Kecil dan Menengah sejak waktu ke waktu (UKM) mengalami perkembangan yang begitu meningkat. Para pelaku usaha dapat memproduksi beberapa jenis produk yang dihasilkan. Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu terobosan yang meningkat pada suatu pertumbuhan ekonomi saat ini untuk dapat mencapai pada angka kesejahteraan hidup memadai. Usaha Kecil dan Menengah merupakan sebuah penopang perekonomian di Negara kita sekarang. Dikarenakan dapat membantu pertumbuhan perekonomian kalangan masyarakat. Kemandirian masyarakat contohnya para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ini diharapkan agar dapat mengurangi angka pada pengangguran saat ini, jika melihat fakta-fakta dilapangan pekerjaan semakin terbatas dan jumlah tenaga kerja yang belum begitu terserap akan terus bertambah.

Dengan berbagai macam jenis produk dihasilkan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang mempunyai kualitas. Hal ini disebabkan adanya keinginan mereka untuk mampu bersaing dalam pasar. Alasan para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) harus mempertimbangkan sebuah aspek-aspek yang bermutu dengan kualitas tentu dari salah satunya dikarenakan kesadaran mereka terhadap pada konsumen dan calon konsumen yang lebih selektif sebelum melakukan keputusan dari pembelian.

Selain itu keberadaan pada pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memberikan yang cukup signifikan untuk pembangunan perekonomian. Dalam hal ini usaha yang mereka bangun dapat menyerap tenaga kerja di daerah masing-masing. Hal ini dapat membantu pada pemerintah dalam mengupayakan untuk mengurangi angka pada pengangguran serta pemberantasan kemiskinan. Diharapkan agar perkembangan bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sejak waktu ke waktu mengalami peningkatan yang stabil. Tetapi, di dalam sebuah perjalanan agar berkembang lebih maju, para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tidak lepas dari sebuah Kendala-kendala. Sebagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia sudah memberikan kontribusi pada penyerapan tenaga kerja dari total serapan nasional serta memberikan kontribusi pada (PDB) berkisar Rp. 1.013.5 triliun atau 56,73%. Besarnya kontribusi ini menunjukkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. (Prawirokusumo, 2001). Meskipun secara ekonomi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi, tetapi dalam pengembangannya akan menghadapi berbagai masalah.

Pariwisata adalah menjadi salah satu primadona bagi Negara-negara dalam meningkatkan sebuah sumber pendapatan diluar dari migas dan pajak. Saat ini Indonesia merupakan negara berkembang dari mempromosikan negaranya guna untuk menarik pandangan mata pada dunia lain, hal ini dimaksudkan agar Indonesia semakin terkenal pada warga/penduduk asing dalam berkunjung di Indonesia. Promosi yang telah dilakukan ialah menjual keberagaman wisata dan budaya Indonesia, hal inilah yang ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari berbagai mancanegara yang telah berkunjung ke Indonesia.

Negara Indonesia yang memiliki berbagai keragaman budaya serta wisata yang melimpah itu mampu dapat mengatasi masalah-masalah yang mendasar dengan penguatan ekonomi dari penerimaan devisa/pendapatan daerahnya dengan itulah sebagai Negara yang memiliki keragaman melimpah Indonesia bisa mengembangkan potensinya, contohnya pada segi pariwisata disebabkan wisatawan yang telah berkunjung di Indonesia dapat mencari atau menikmati keindahan yang dimiliki oleh Indonesia sehingga dapat memberikan efek yang domino bagi dalam maupun luar negeri, apabila dari luar negeri Negara kita semakin terkenal maka bagi dalam negeri Negara kita dapat menambah devisa guna untuk mengangkat kesejahteraan masyarakat yang ada pada saat ini. Pariwisata juga memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional. Selain itu dapat menghasilkan pendapatan serta penghasil devisa, pada sektor pariwisata yang berkaitan erat pada penanaman modal asing.

Usaha pariwisata merupakan kegiatan untuk bertujuan untuk menyelenggarakan jasa-jasa pariwisata atau menyediakan usaha objek serta daya tarik wisata, usaha barang pariwisata ialah suatu susunan organisasi baik pemerintah maupun swasta, terkait untuk pengembangan produksi dan pemasaran produk pada layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sedang berpergian.

Pariwisata di daerah sangatlah banyak jika mampu dalam memanfaatkan pada potensi-potensi yang ada, pemerintah serta masyarakat daerah saling membantu untuk pengembangannya. Sehingga mengangkat segi ekonomi, budaya, serta pendidikan di daerah itu sendiri. Pariwisata sangatlah mampu dalam segi mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional.

Dalam sebuah pengembangan pariwisata tidak hanya pemerintah yang melakukannya sendiri tetapi pihak lainnya ikut serta dalam pembangunan infrastruktur pendamping, ini guna untuk meningkatkan suatu pendapatan dari sektor ekonominya. Menurut Charles Kaiser Jr. Dan Larry E. Helber dalam buku tersebut menjelaskan suatu tingkat perencanaan pada pariwisata dimulai dari pengembangan pariwisata daerah dalam mencakup pembangunan objek dan atraksi wisata. Setelah itu dilakukan wisatawan dapat melihat bagaimana perkembangan jumlah kunjungan wisatawan apabila mengalami target yang telah ditetapkan selanjutnya akan memikirkan system prioritas pengembangan perlu adanya pendekatan organisasi pariwisata yang ada pada pihak yang terkait diharapkan agar dapat mendukung kelanjutan pembangunan pariwisata daerah tersebut.

Berbicara mengenai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada sektor Pariwisata, penulis menjadikan Provinsi Gorontalo sebagai lokasi penelitian. Provinsi Gorontalo merupakan Provinsi yang kerap dijuluki dengan '*Serambi Madinah*' menjadi salah satu provinsi yang dianugerahi alam hijau nan memukau. Provinsi Gorontalo yang baru berdiri pada tahun 2000 dan mengikuti aturan-aturan tentang pemekaran wilayah administratif.

Provinsi Gorontalo terletak pada Semenanjung Gorontalo di Sulawesi Utara. Luas wilayah Provinsi berkisar 12.435 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sekitar 1.133.237 jiwa dari data tahun 2016. Tempat wisata di Gorontalo yang menarik sangatlah banyak tempat wisata di Provinsi Gorontalo yang bisa dijadikan pilihan untuk liburan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73) mengemukakan penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antara kegiatan.

Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi ataupun mengubah pada variable-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang akan diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang akan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ini diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam mengenai ucapan, tulisan, bahkan perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu.

## HASIL PENELITIAN

Eksistensi UMKM di Provinsi Gorontalo mempunyai potensi untuk dapat lebih tumbuh dan berkembang. Hal ini berangkat dari fakta-fakta empirik yang menunjukkan adanya tingkat perkembangan dari waktu ke waktu. Pada masa krisis hingga saat ini, sektor UMKM menjadi alternatif pemenuhan kesempatan kerja bagi sekian banyak tenaga kerja yang ada. Selain itu, UMKM dapat dijadikan sebagai katup pengaman terhadap kondisi ekonomi yang selalu berubah dan terdapat resistensi kondisi ekonomi. Untuk mengetahui strategi pengemangan UKM pada sektor pariwisata di Provinsi Gorontalo dilakukan wawancara dengan beberapa informan berikut:

**Tabel 4.2 Informan/ Narasumber Penelitian**

No	Informan	Keterangan
1.	Suprianto Kusnaldi, S.St., M.Sc.	Kepala Dinas Pariwisata Prov. Gorontalo
2.	Samsudin	Wisatawan
3.	Mardiah	Wisatawan
4.	Intan Hamidah	Pelaku Usaha UKM Kuliner
5.	Rislah	Pelaku Usaha UKM Kerajinan
6.	Apriyanti Adam	Pelaku Usahak UKM Fashion

Maka dari itu, sangat dibutuhkan adanya suatu usaha untuk lebih mengembangkan potensi sektor UMKM baik dari sisi kuantitas maupun kualitasnya. Dalam usaha pengembangan UMKM, pada umumnya mengalami berbagai hambatan-hambatan. Antaralain pada kualitas SDM yang masih rendah, keterbatasan biaya, dan juga terbatasnya kemampuan dalam hak pemasaran. Pemerintah melalui dinas koperasinya dan UKM kota makassar mempunyai tanggung jawab teknis bagi perkembangan UMKM. Strategi perkuatan, perlindungan, dan pemberdayaan. Strategi tersebut kemudian diimplementasikan melalui pelaksanaan beberapa program tersebut, diharapkan eksistensi sektor UMKM di Provinsi Gorontalo yang akan di kembangkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di Kantor Dinas Pariwisata Provinsi Gorontalo Kepala Bidang Pengembangan Ekonomi Kratif menyampaikan bahwa:

“Strategi yang pemerintah lakukan dalam sektor pariwisata ada beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu, bagaimana dinas pariwisata memperluas pasar pada pelaku ekonomi baik dipasar domestik dan eksp, biasanya bagian yang kita ambil adalah melakukan pendampingan melalui pelatihan yang bekerja sama dengan BANK Indonesia. Pelatihan dan pendampingan ini terus dilakukan agar pelaku UKM dapat bersaing didalam dan diluar daerah. Selanjutnya, Dinas Pariwitasa juga melakukan berbagai event kreatif, melalui festival ekonomi keratif yang dilaksanakan dan bekerja sama dengan BI serta unsur-unsur terkait” **(Supriyanto Kusnaldi, S. St, M.Sc., 08 Februari 2022)**

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa banyak sekali langkah dan strategi pemerintah Provinsi Gorontalo melalui dinas pariwisata Provinsi dalam menjalankan dan melakukan pengembangan UKM yang ada didaerah agar bisa berlaku kratif, inovatif dan mampu bersaing didalam dan diluar daerah. Ini merupakan strategi dan langkah dalam pengembangan usaha kecil dan menengah di daerah.

Berhubungan dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti di Dinas Provinsi Gorontalo, pendapat yang disampaikan oleh Kepala Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Gorontalo juga didukung oleh salah satu wisatawan Torisaji Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo dalam hasil wawancara berikut ini:

“Sepertinya pariwisata di Kabupaten Pohuwato ini salah satunya wisata diatas air torsiaje sudah mulai ada peningkatan dari segi fasilitas dan keamanan wisatawan dalam berkunjung, pemerintah daerah dan provinsi sudah melakukan berbagai upaya dalam peningkatan kualitas dan pengembangan usaha di daerah ini sehingga minat dan ketertarikan pengunjung semakin banyak dan bisa dikenal didalam maupun diluar daerah” **(Samsudin, 27 Februari 2022)**

Hasil wawancara juga didukung oleh beberapa wisatawan lain yang berkunjung di tempat tersebut melalui hasil wawancara berikut:

“Strategi pemerintah dalam pengembangan usaha di Torsiaje semakin berkembang melalui promosi destinasi wisata yang menarik, periklanan parwisata yang berbasis digital serta fasilitas pariwisata yang memadai sehingga minat dan daya tarik penguunjung termasuk saya semakin tinggi dalam berwisata.” **(Mardiah, 27 Februari 2022)**

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa strategi pengembangan pariwisata di daerah mulai dikembangkan dan dikenalkan pada masyarakat lokal melalui iklan yang dipasang di papan iklan dan pengenalan masyarakat diluar daerah melalui periklanan berbasis digital.

Selain melakukan wawancara pada wisatawan daerah, peneliti juga melakukan wawancara pada pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Kuliner dalam hasil wawancara berikut ini:

“Wisata kuliner yang saya bangun ini berawal dari tahun 2018 dan dalam melakukan usaha ini ada kendala serta resiko yang saya hadapi hingga tahun ini khususnya selama masa pandemi. Tetapi, usaha yang saya bangun ini sudah bekerja sama dengan pemerintah, dimana pemerintah melakukan pelatihan serta bagaimana agar suatu usaha tersebut bisa dikembangkan, dalam melakukan usaha ini saya memiliki strategi agar suatu usaha yang saya jalani bisa berkembang dan bertahan dengan baik. Strategi yang saya lakukan adalah memperkenalkan cita rasa agar konsumen bisa menikmati kuliner yang dibuat, memperinah dan

mempresentasikan hidangan makanan untuk menarik minat konsumen serta adanya promosi melalui media sosial, namun dalam melakukan usaha tersebut ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi usaha ini seperti; kurangnya modal dalam menjalankan usaha, banyak saingan, serta kesalahan dalam pemilihan menu makanan. **(Intan Hamidah, 26 Februari 2022)**

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa pemerintah juga telah berhasil memberikan pelatihan dan pengembangan pada UKM Kuliner di Desa Trikora Kecamatan Popayato Provinsi Gorontalo, melalui hasil wawancara diatas disampaikan bahwa pelaku usaha kuliner tersebut telah mengimplementasikan ilmu yang diberikan pemerintah dalam menjalankan usahanya sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan minat konsumen.

Hasil wawancara bersama salah satu pelaku UKM Kerajinan juga dilakukan peneliti melalui wawancara berikut:

“UKM Karawo Nur'ain sejak awal 2018, dalam kerajinan karawo ini telah mengikuti pelatihan dari pemerintah baik dalam keahlian maupun skill yang diperoleh dari pendampingan tersebut dan tidak lupa pula dalam pelatihan tersebut dilakukan uji uji kemampuan dalam membuat karawo. Kemudian saya mengembangkan usaha ini dengan berbagai strategi seperti, mengubah motif karawo setiap tahunnya dan tetap mengembangkan motif-motif yang ada sebagai inovasi pembuatan motif terbaru serta dalam menarik minat dibuatkan motif seperti bunga-bunya yang cantik dan indah, selain itu mempertahankan usaha ini dengan mempromosikan melalui media sosial agar penjualan bisa meningkat, mendirikan stand pada pameran yang diadakan oleh pemerintah daerah, membuat berbagai macam kerajinan karawo bukan hanya baju saja, tetapi ada juga meja makan, alas meja, alas kasur, bantal, guling dan masih banyak lagi”, serta dalam usaha kerajinan tersebut ada beberapa factor yang menjadi penghambat dalam usaha ini seperti; keterbatasan modal, kegagalan produk masuk dalam pasar, dan kualitas gagasan yang kurang baik. **(Rislah, 12 Maret 2022)**

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menemukan bahwa media promosi seperti media sosial saat ini sangat marak digunakan oleh UKM yang ada di Provinsi Gorontalo, melihat bahwa potensi dari UKM dapat meningkat karena melalui media sosial masyarakat diluar dan didalam daerah bisa mengenal dan membeli produk-produk kerajinan yang ada di daerah Gorontalo sehingga dapat meningkatkan kenaikan jumlah pembeli kerajinan. Selain itu, strategi pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan oleh pemerintah juga dinilai cukup berhasil dalam mengembangkan UKM yang ada di Provinsi Gorontalo, hal ini dapat dilihat dari penyampain hasil wawancara oleh pelaku usaha yang terus mengembangkan skill dan keahlian mereka guna mempertahankan UKM yang mereka bangun.

Wawancara juga dilakukan pada UKM Fashion yang berada di Kelurahan Liluwo Kota Tengah Kota Gorontalo melalui hasil wawancara berikut ini:

“Usaha fashion rumah jahit apri ini didirikan pada tahun 2016, dalam usaha ini kami menerima jasa pembuatan baju dan celana. Usaha jahit baju dan celana pun semakin banyak. Ada beberapa strategi yang dilakukan dalam mengembangkan usaha fashion ini seperti, menciptakan ide dan kreatifitas dalam mendesain pakaian agar semakin menarik, selalu update trend fashion, gemar melakukan promosi di media sosial dan memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen”, adapun yang menjadi factor penghambat dalam usaha ini seperti; konsumen masih mengunjungi toko fisik, persaingan dengan brand luar negeri, serta beredarnya produk fashion tiruan. **(Apriyanti Adam, 4 Maret 2022)**

Selain kreatif, hal lain yang diperlukan dalam berwirausaha adalah inovatif. Dengan inovasi, wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Hal ini sudah diterapkan dalam pengembangan UKM yang ada di Provinsi Gorontalo baik dari pemerintah secara langsung maupun dari pelaku usaha sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan beberapa informan peneliti melihat pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Provinsi Gorontalo dapat dikatakan baik karena pemerintah telah melakukan berbagai kegiatan pembinaan dan pendampingan pada pelaku-pelaku usaha sebagai strategi pengembangan usaha yang dimiliki serta pelaku usaha (UKM) diberbagai sektor sudah mulai menjalankan dan mengembangkan usahanya melalui berbagai ide, kreatifitas dan inovasi yang didapatkannya melalui pelatihan dan pengembangan UKM yang dilaksanakan pemerintah walaupun memiliki factor penghambat pada setiap pelaku usaha namun itu tidak menjadi penghalang mereka menjalankan usaha mereka. Selain itu strategi pengembangan UKM di Provinsi Gorontalo juga dikembangkan promosi periklanan secara digital melalui sosial media yang dapat dilihat dari kenaikan jumlah pengunjung wisata dan peminat produk kerajinan daerah Provinsi Gorontalo

Cara mengembangkan inovasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang pertama adalah wirausahawan tersebut harus mengenali hubungan. Banyak penemuan dan inovasi lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan baru dan berbeda antara objek, proses, bahan, teknologi dan orang. Untuk membantu kreatifitas, kita dapat melakukan cara pandang kita terhadap hubungan kita dengan lingkungan alam sekitar. Orang yang kreatif akan memiliki hubungan intuisi tertentu untuk dapat mengembangkan dan mengenali hubungan yang baru.

## **PEMBAHASAN**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dari perekonomian suatu bangsa dan daerah tak terkecuali di Indonesia. Indonesia memiliki sejarah krisis yang cukup panjang pada masa-masa pertumbuhan ekonomi bangsa dimana pada tahun 1997-1998. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Usaha kecil dan informal telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sejarah telah menunjukkan bahwa UKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang dengan adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1997, bahkan UKM menjadi penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa ini.

Pengembangan UKM ini menjadikan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, peranan pemerintah serta masyarakat sangat penting dalam peningkatan pengembangan UKM ini. Untuk mengembangkan UKM yang ada di Indonesia berbagai kegiatan dan program dilaksanakan oleh Pemerintah pusat maupun daerah. Dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan dan mengembangkan UKM yang ada. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional.

Dalam Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan terhadap usaha Mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Pengembangan usaha dapat meliputi fasilitasi dan pelaksanaan pengembangan usaha. Pemerintah Pusat dan daerah memprioritaskan pengembangan Usaha mikro, usaha kecil dan menengah dengan berbagai cara. Menurut PP No. 17 tahun 2013 ada beberapa cara dalam memberdayakan UKM yaitu, pemberian kesempatan untuk ikut serta dalam pengadaan barang dan jasa Pemerintah dan Pemerintah Daerah, pencadangan usaha bagi Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah melalui pembatasan bagi Usaha Besar, kemudahan perizinan penyediaan pembiayaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan fasilitasi teknologi dan informasi.

Cara inilah yang akan membantu UKM dapat berkembang dan tumbuh sehingga Kontribusi UKM dapat terasa dan terlihat. UKM mampu menjadi penyelamat pemulihan ekonomi Indonesia karena memiliki peran kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, penyedia lapangan kerja yang terbesar, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi serta sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Selama ini Dinas Pariwisata Provinsi Gorontalo melakukan pembinaan dengan berbagai pelatihan dan sosialisasi yang berkelanjutan terhadap UKM binaan seperti kegiatan pelatihan secara berkala untuk mengembangkan pelaku usaha yang lama ataupun pemula. Sistem informasi dan komunikasi yang terus berkesinambungan dan segala bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan merupakan upaya dan strategi pemerintah Provinsi dalam mengembangkan UKM di berbagai sektor.

Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian melalui wawancara dengan beberapa pelaku usaha di Provinsi Gorontalo menjelaskan strategi pengembangan pariwisata di daerah mulai dikembangkan dan dikenalkan pada masyarakat lokal melalui iklan yang dipasang di papan iklan dan pengenalan masyarakat diluar daerah melalui periklanan berbasis digital. Pelaku usaha kuliner tersebut telah mengimplementasikan ilmu yang diberikan pemerintah dalam menjalankan usahanya sebagai salah strategi untuk meningkatkan minat konsumen.

Selain itu jiwa kreatif merupakan hal lain yang diperlukan dalam berwirausaha adalah inovatif. Dengan inovasi, wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Hal ini sudah diterapkan dalam pengembangan UKM yang ada di Provinsi Gorontalo baik dari pemerintah secara langsung maupun dari pelaku usaha sendiri.

Menurut Tjiptono (2008) Kreativitas belajar seringkali dianggap sebagai sesuatu ketrampilan yang didasarkan pada bakat alam, dimana hanya mereka yang berbakat saja yang bisa menjadi kreatif. Anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar, walaupun dalam kenyataannya terlihat bahwa orang tertentu memiliki kemampuan untuk menciptakan ide baru dengan cepat dan beragam. Sesungguhnya kemampuan berpikir kreatif pada dasarnya dimiliki semua orang.

Menurut Tjiptono (2008) kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberi gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan baru antara unsur yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas seseorang dapat dilihat dari tingkah laku atau kegiatannya yang kreatif. Menurut Slameto bahwa yang penting dalam kreativitas bukanlah penemuan sesuatu yang belum pernah diketahui orang sebelumnya, melainkan bahwa produk kreativitas merupakan sesuatu yang baru bagi diri sendiri dan tidak harus merupakan sesuatu yang baru bagi orang lain atau dunia pada umumnya.

Dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan sosialisasinya untuk meningkatkan keuangan UKM dapat tetap survive, tetap eksis serta pemasarannya dapat lebih berkembang. Aturan diberlakukan kepada UKM agar database pelaku usaha terdata bahwa binaan yang bersurat untuk mendaftar jadi binaan sehingga data tersebut adalah data pertimbangan yang layak mendapatkan bantuan. Masa pandemi untuk UKM yang masih baru hanya diberikan arahan dan materi pemasaran produk dalam menunjang kemajuan produk, fasilitas belum bisa diberikan untuk pelaku usaha yang masih baru jadi binaan.

Promosi melalui media sosial juga adalah strategi yang dilakukan dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di daerah tersebut. Pembuatan informasi terpadu berupa bantuan produktif disebar dimedia sosial yang direkomendasikan oleh Dinas Pariwisata setempat. Selama ini Dinas Pariwisata melakukan pembinaan dengan berbagai pelatihan dan sosialisasi yang berkelanjutan terhadap UKM binaan seperti untuk mengembangkan pelaku usaha yang lama ataupun pemula. Sistem informasi berupa penyebaran iklan disosial media.

Menurut Boyd (2007) Pada dasarnya media sosial telah mengubah cara konsumen berinteraksi dan perusahaan di dalam memasarkan produk, meskipun di Indonesia trennya masih tergolong kecil, tapi pertumbuhannya cukup pesat. Adanya situs jejaring sosial ini dijadikan peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang akan dijual. Banyak kelebihan yang dapat diambil dari pemasaran lewat jejaring sosial ini diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek. Pelaku bisnis lebih mudah memasarkan produknya melalui jejaring sosial karena sasaran pertama bisnis ini adalah orang yang dikenal, sehingga mudah untuk melakukan komunikasi. Diawali dari komunikasi dari satu teman ke teman yang lain hingga akhirnya menyebar dan membuka jaringan peluang bisnis baru. Selain memberikan banyak peluang, bisnis ini juga memiliki beberapa resiko yang akan dihadapi para pebisnis UKM.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Provinsi Gorontalo dapat dikatakan baik, Berikut kesimpulan dari hasil penelitian adalah:

1. Pemerintah telah melakukan berbagai kegiatan pembinaan dan pendampingan pada pelaku-pelaku usaha sebagai strategi pengembangan usaha yang dimiliki.

2. Pelaku usaha (UKM) diberbagai jenis usaha sudah mulai menjalankan dan mengembangkan usahanya melalui berbagai ide, kreatifitas dan inovasi yang didapatkannya melalui pelatihan dan pengembangan UKM yang dilaksanakan oleh pemerintah.
3. Strategi pengembangan UKM di Provinsi Gorontalo juga dikembangkan promosi periklanan secara digital melalui sosial media yang dapat dilihat dari kenaikan jumlah pengunjung wisata dan peminat produk kerajinan daerah Provinsi Gorontalo.

#### **SARAN**

Adapun saran yang diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Sebaiknya pemerintah dan stakeholder terkait untuk lebih meningkatkan atensinya terhadap Pengawasan dan binaan secara sinergis kepada pelaku usaha.
2. Melakukan koordinasi dan memperbanyak/perekrutan tenaga ahli (SDM yang berkompeten, jujur dan adil) dalam proses pelatihan dan pengembangan UKM
- 3.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Agusetyaningrum, Verniaputri. DKK. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner". Jurnal Administrasi Bisnis. Tahun 2016. Vol. 38 No. 2

Aisyah, Nur, dan Sabilar Rosyad. "Strategi Pemasaran UMKM Di Desa Prijekengablak Pada Masa New Normal."

Ali, Baginda Syah. "Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut".Diss. Universitas Pendidikan Indonesia, 2015.

Boyd, D. M., & Ellison, N.B. (2007) :*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Dipetik Agustus 25 2015, dari Journal of Computer- Mediated Communication

Chen, Jia. (2006). Development of Chinese small and medium-sized enterprises.*Journal of Small Business and Enterprise Development*.13, 140-146.

Damayanti, Maya. Dan Latifa. "Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik".Jurnal Pengembangan Kota.Tahun 2015. Vol.3 No.2

Destiana, Riska dan Astuti, Retno Sunu. "Pengembangan Parwisata Halal D i Indonesia".Tahun 2019.Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.Tahun 2019. Vol.1 No.1

Fibriyanti Yenni, Noer Zulyanti, DKK. " Pengembangan Umkm Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan" . Jurnal Program Studi Akuntansi.Desember 2020.Vol 4.Nomor 3.

Halim, Abdul. " Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju". Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan. Tahun 2020.Vol 1.Nomor 2.

Hardianto, Willy Tri. DKK. "Upaya Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Potensi Parwisata". Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik.Tahun 2020. Vol. 2 No. 2

Hendariningrum Retno, Susilo Edy. "Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi". Jurnal Ilmu Komunikasi. Agustus 2008.Vol 6.Nomor 2.

Prasetyo, Bagus dan Suryoko Sri. "Dampak Pengembangan Parwisata Terhadap Perkembangan UMKM Pada Kawasan Wisata Dieng".Diponerogo. Juornal Of Social And Politic. Tahun 2018.

Rahmana, Arief. DKK. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil, Menengah Sektor Industri Pengolahan". Jurnal Teknik Industri. Tahun 2012.Vol, 13.Nomor 1.

Rani, Deddy Prasetya Maha. "Pengembangan Potensi Parwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)". Jurnal Politik Muda. Agustus-Desember 2014. Vol, 3. Nomor, 3.

Saifudin, Muh Chusnul. "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam." *At Tujjar* 7.2 (2019): 19-40.

Setiawan, Achma Hendra. "Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah". Desember 2004. Vol, 1. Nomor, 2.

Sulistiyastuti, Dyah Ratih. "Dinamika Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001". Jurnal Ekonomi Pembangunan. Tahun 2004. Vol, 9. No, 2.

Syarifuddin Didin, Chairil, DKK. "Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung". Jurnal Pengabdian Masyarakat. Februari 2018. Vol 1. Nomor 1.

Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta.

Utami Mundandar. Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2012), h. 25