Sibatik Journal
Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan
E-ISSN: 2809-8544

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DESTINASI PARIWISATA SUPER PRIORITAS LABUAN BAJO DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI LOKAL

STRATEGY FOR DEVELOPING MSMES IN SUPER PRIORITY TOURISM DESTINATIONS OF LABUAN BAJO IN IMPROVING LOCAL ECONOMIC COMPETITIVENESS AND SUSTAINABILITY

Zulham Adamy[1]*, Gunawan Wiradharma[2], Mario Aditya Prasetyo[3], Imelda Paulina Soko[4], Miftahunnisa' Igiriza[5]
Universitas Terbuka[1,2,4,5], Universitas Indonesia[3]
***Email Correspondence:** zulham@ecampus.ut.ac.id

Abstract

This research investigates the development strategy of MSMEs in Labuan Bajo as part of a premium tourist destination in Indonesia. The study aims to formulate appropriate development strategies for MSMEs in Labuan Bajo by identifying the strengths, vulnerabilities, opportunities, and threats (SWOT) of MSMEs. The research methodology employed is descriptive analysis, which is qualitative in nature. This research conducted in-depth interviews with MSME actors and relevant stakeholders in Labuan Bajo, NTT. Several primary strategies can be developed to enhance and promote the development process of Labuan Bajo as a major priority tourist destination in Indonesia, as a result of the SWOT analysis that has been conducted. The results show that MSMEs in Labuan Bajo have great potential supported by government policies, but face challenges in market access and technology. The main strategies proposed include HR capacity building, product diversification, and marketing digitalization. The implementation of this strategy is anticipated to foster local economic development and enhance the competitiveness of MSMEs through the tourism sector.

Keywords: *development strategy, MSMEs, super priority tourism destinations.*

Abstrak

Studi ini menyelidiki strategi pengembangan UMKM di Labuan Bajo sebagai bagian dari destinasi wisata premium di Indonesia. Studi ini bermaksud untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM yang tepat di Labuan Bajo dengan mengidentifikasi kekuatan, kerentanan, peluang, dan ancaman (SWOT) UMKM. Metodologi penelitian yang dipakai yakni analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Studi ini melakukan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dan pemangku kepentingan terkait di Labuan Bajo, NTT. Beberapa strategi utama bisa dikembangkan untuk meningkatkan dan mempromosikan proses pengembangan Labuan Bajo sebagai tujuan wisata prioritas utama di Indonesia, sebagai hasil dari analisis SWOT yang sudah dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Labuan Bajo punya potensi besar didukung oleh kebijakan pemerintah, tetapi menghadapi tantangan dalam akses pasar dan teknologi. Strategi utama yang diusulkan mencakup peningkatan kapasitas SDM, diversifikasi produk, dan digitalisasi pemasaran. Penerapan strategi ini diharapkan bisa mendorong pembangunan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing UMKM melalui sektor pariwisata.

Kata kunci: *strategi pengembangan, UMKM, destinasi pariwisata super prioritas.*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) termasuk salah satu upaya alternatif pemerintah guna mendorong pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan, dan pengurangan pengangguran. Pertumbuhan dan pengembangan UMKM merupakan satu-satunya komponen terpenting dalam pembangunan dan kemajuan ekonomi

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

suatu negara. Kemajuan ekonomi suatu negara akan dipengaruhi oleh pembangunan UMKM (Sulaiman, 2022). Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan karena kontribusinya yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi negara. Sektor UMKM sudah berperan dalam peningkatan produk domestik bruto (PDB) selama 5 tahun terakhir (Haryani and Fauzar 2021).

Pada tahun 2023, Labuan Bajo menjadi tuan rumah Asian Summit dan G20 Meeting. Hal ini tentu dimanfaatkan sebagai katalis bagi UMKM untuk terlibat dengan pasar global dan berpartisipasi. Penyediaan kebutuhan hotel, *homestay*, wisata alam, kuliner, dan *merchandise* termasuk lima sektor fokus produk UMKM yang mesti dioptimalkan (Humas Kementerian Koperasi dan UKM 2020).

Di antara destinasi wisata paling populer di Nusa Tenggara Timur dan Indonesia, Labuan Bajo terkenal akan keindahan alamnya, komodo purba, dan banyaknya pulau-pulau kecil di sekitarnya. Labuan Bajo mengalami peningkatan populasi setelah Pulau Komodo masuk dalam daftar Tujuh Keajaiban Dunia Baru. Sebagai destinasi kelas dunia, Labuan Bajo dipilih bersama dengan empat destinasi wisata lainnya: Borobudur, Mandalika, Likupang, dan Danau Toba. Dalam upaya guna meningkatkan serta memperluas distribusi pariwisata di Indonesia, serta untuk menciptakan kesempatan kerja dalam sektor pariwisata, pemerintah sudah melaksanakan program untuk mengidentifikasi lima lokasi wisata prioritas atau destinasi wisata premium (Ismowati 2022). Labuan Bajo sudah ditetapkan sebagai Badan Otoritas Pariwisata (BOP). Perpres BOP Labuan Bajo Flores No. 32 Tahun 2018, tertanggal 5 April 2018, menjadi dasar perubahan status ini. Labuan Bajo mengalami pertumbuhan yang cukup pesat sebagai dampak dari penetapannya sebagai destinasi global. Untuk memudahkan kunjungan wisatawan, berbagai fasilitas sudah disiapkan.

Pemerintah berkomitmen mengembangkan lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP), termasuk Labuan Bajo, guna menjadikannya destinasi wisata berkualitas premium. Penetapan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata super prioritas diawali dengan penetapan kota tersebut sebagai "10 Bali Baru" tahun 2011. Selanjutnya, tahun 2016, Perpres No. 3/2016 tentang Percepatan Pelaksanaan Proyek Strategis Nasional mulai diberlakukan. Tahun 2016, Labuan Bajo ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Prioritas, dan tahun 2017 Pulau Flores ditetapkan sebagai Destinasi Pariwisata Premium. Tahun 2018, pemerintah membentuk lembaga khusus, yaitu Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF), yang termasuk satuan kerja di bawah Kemenparekraf RI. BPOLBF bertugas mengawal proses pengembangan pariwisata super prioritas di Labuan Bajo. Tahun 2019, Labuan Bajo ditetapkan sebagai "Destinasi Wisata Premium", dan tahun 2020, ditingkatkan menjadi "Destinasi Wisata Super Prioritas". Pembangunan infrastruktur fisik dan nonfisik termasuk komponen destinasi prioritas utama Labuan Bajo. Amenitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata termasuk tujuan utama pembangunan fisik. Sementara itu, pembangunan nonfisik meliputi pembinaan kompetensi SDM, pengembangan *travel pattern* untuk mendukung inisiatif promosi ekonomi kreatif di destinasi, dan promosi kesadaran pariwisata di kalangan masyarakat setempat untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan (Salukh et al., 2023).

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

BPOLBF mengidentifikasi faktor-faktor utama pengembangan pariwisata superprioritas berkelanjutan di Labuan Bajo: daya tarik, amenitas, aksesibilitas, kesadaran pariwisata, dan promosi akomodasi yang tersedia di pariwisata premium. Pemerintah melalui BPOLBF mengembangkan berbagai kebijakan pembangunan untuk mengatasi kelima faktor tersebut. Kebijakan yang diterapkan terkait dengan daya tarik, khususnya pengembangan *health tourism*, *yatch tourism*, dan *adventure tourism*. Kebijakan amenitas termasuk dalam jaringan 4G/5G untuk memfasilitasi pariwisata berbasis digital. Percepatan realisasi dukungan infrastruktur pariwisata, pemberdayaan UMKM, dan promosi akomodasi wisata sambil berinvestasi di *high-end tourism* termasuk komponen kebijakan aksesibilitas (Salukh et al., 2023).

Beberapa pelaku UMKM di Labuan Bajo, Manggarai Barat makin hari semakin berkembang pesat. Salah satunya didominasi oleh potensi industri pangan dan kerajinan souvenir. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Pemerintah Kabupaten Manggarai Barat sudah mengadakan Gerakan 100 Ribu UMKM *Online* Nasional tahun 2017. Faktor transportasi saat ini menjadi kendala pengembangan UMKM di Labuan Bajo. Pemasaran produk UMKM secara *online* terhambat oleh beberapa faktor. Misalnya, tidak semua orang gemar memanfaatkan internet, banyak yang tidak paham istilah-istilah yang digunakan di dunia *online*, atau kurangnya sinyal. Beberapa penelitian tentang UKM di masa pandemi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan UKM di daerah wisata karena berkurangnya pengunjung (Faidatimu et al., 2021). Pemberdayaan masyarakat disesuaikan dengan budaya lokal masyarakat setempat dan melibatkan berbagai pihak mulai dari generasi muda (Agustina 2020).

Pengembangan UMKM termasuk salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP). Hal ini mengingat kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat besar. Pengembangan UMKM sangat penting dilakukan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena potensinya yang besar dalam menggerakkan perekonomian dan menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar masyarakat (Ariani & Utomo, 2017).

Temuan studi terdahulu (Sri, 2011; Syahza, 2013) membuktikan bahwa beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya daya saing UMKM: (1) Pemasaran; (2) Permodalan dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemanfaatan bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, namun demikian, UMKM juga punya berbagai kelemahan dan tantangan yang harus diatasi agar bisa bersaing dalam skala global maupun domestik. Terlebih lagi, dampak Covid-19 semakin memperparah kondisi tersebut, terutama di destinasi wisata prioritas Indonesia. Kegiatan pariwisata tidak bisa dilakukan selama pandemi karena aspek fundamental pariwisata adalah mobilitas wisatawan dari tempat tinggal ke destinasi wisata. Hal ini berpotensi menjadi pemicu penularan Covid-19 (Gössling et al., 2020). Kurangnya kesiapan bencana oleh pengelola destinasi wisata menjadi penyebab utama dampak signifikan pandemi Covid-19 (Djalante et al., 2020; Gössling et al., 2020). Beberapa penelitian tentang UMKM di masa

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

pandemi juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan UMKM di daerah wisata karena berkurangnya pengunjung (Faidati et al., 2021). Dalam menghadapi permasalahan di atas sangat dibutuhkan suatu model strategi pengembangan untuk mengembalikan keberadaan pemain bisnis di sektor UMKM pascapandemi Covid-19.

Pengembangan UMKM di destinasi pariwisata super prioritas punya signifikansi yang strategis. Dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata super prioritas di Indonesia, UMKM harus meningkatkan daya saing mereka dalam memberi layanan kepada para wisatawan yang mengunjungi destinasi tersebut. Sebab itu, sangat penting untuk menetapkan strategi pengembangan usaha bagi UMKM yang bisa menjadi sumber daya bagi pemerintah dan pemangku kepentingan terkait dalam pengembangan kebijakan pemberdayaan UMKM di destinasi pariwisata prioritas utama Indonesia.

Berdasarkan konteks tersebut, rumusan masalah penelitian adalah bagaimana strategi pengembangan UMKM di destinasi pariwisata super prioritas Labuan Bajo? Tujuan studi ini adalah untuk mendapatkan strategi pengembangan UMKM di destinasi prioritas utama Labuan Bajo yang bisa diadaptasi oleh UMKM lain guna meningkatkan efektivitas bisnis dan daya saing mereka. Pengembangan UMKM Pariwisata Super Prioritas di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Bara diharapkan akan dipengaruhi secara positif oleh keberhasilan pengembangan pariwisata di Labuan Bajo.

METODE

Penelitian ini memanfaatkan metodologi penelitian deskriptif kualitatif. Untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM di salah satu destinasi pariwisata prioritas, yaitu kawasan Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur, kegiatan penelitian dilaksanakan guna menghimpun informasi mengenai tantangan yang dihadapi UMKM dalam upaya meningkatkan daya saing. Penelitian deskriptif dirancang untuk menguraikan fenomena atau realitas sosial yang relevan dengan isu yang diteliti, khususnya kebijakan Sektor Pariwisata di Labuhan Bajo.

Data primer dan sekunder dikumpulkan untuk memperoleh informasi. Wawancara dan survei digunakan sebagai metode pengumpulan data primer untuk mendapatkan informasi tentang UMKM di Labuan Bajo NTT. Penelitian ini akan memanfaatkan informan yang punya pengetahuan tentang UMKM, meliputi pegawai Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Provinsi NTT, pelaku UMKM, pengusaha wisata, dan wisatawan yang pernah berkunjung atau sedang berada di Labuan Bajo. Selanjutnya, data sekunder bersumber dari berbagai jurnal, situs web, dan buku tentang pertumbuhan UMKM di lima daerah tujuan wisata Indonesia. Metode deskriptif dipakai guna menganalisis data yang terkumpul guna memperoleh gambaran tentang tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Tahap selanjutnya adalah merumuskan serta menyusun strategi pengembangan UMKM dengan memanfaatkan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) berdasarkan hasil analisis deskriptif (Rianse, 2008).

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

HASIL DAN PEMBAHASAN

NTT termasuk salah satu daerah tujuan wisata yang punya prospek yang menjanjikan karena keunikan budaya dan daya tarik alamnya. Provinsi NTT punya 566 pulau, 246 di antaranya sudah punya nama. Provinsi ini terbagi menjadi empat pulau besar, yaitu Flores, Sumba, Timor, dan Alor (Flobamora), serta sejumlah pulau kecil, seperti Adonara, Babi, Lomblen, Pamana Besar, Panga Batang, Parmahan, Rusah, Samhila, Solor, Rote, dan masih banyak lagi (Rukendi 2021). Seperti halnya yang terjadi di Provinsi NTT, pemerintah pusat dan daerah harus terus menggenjot pembangunan secara menyeluruh jika ingin mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan mendongkrak pendapatan asli daerah. Di NTT, pemerintah provinsi dan kabupaten/kota berupaya memanfaatkan sumber daya yang tepat untuk manajemen di berbagai industri. Harapannya, masyarakat bisa segera merasakan hasilnya.

Selain berbagai keajaiban alam, wilayah ini juga punya keragaman budaya yang unik, meliputi alat musik tradisional, pakaian tradisional, rumah adat, dan bahasa daerah. Dengan bantuan program pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Labuan Bajo, pemerintah Indonesia juga telah berjanji untuk menjadikan Labuan Bajo sebagai salah satu tempat wisata paling populer di negara ini. Infrastruktur, investasi, dan pengembangan SDM semuanya siap untuk diuntungkan dari upaya tersebut.

Dalam upaya percepatan pembangunan infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi di wilayah Labuan Bajo, pemerintah Indonesia sudah melaksanakan Program Pembangunan KEK Labuan Bajo. KEK Labuan Bajo ditetapkan berdasarkan Perpres No. 80 Tahun 2019. Tujuan utama KEK Labuan Bajo adalah untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik Labuan Bajo sebagai destinasi wisata unggulan, serta menumbuhkan sektor ekonomi lainnya. Menurut situs resmi Sekretariat Kabinet RI, Presiden Indonesia sudah mengeluarkan tujuh arahan terkait "destinasi pariwisata super prioritas" di Labuan Bajo. Arahan tersebut meliputi: Pengamanan Pariwisata, Penataan Wilayah, Peningkatan Infrastruktur, Penyiapan SDM dan UMKM, Pengelolaan Sampah, Ketersediaan Air Baku, dan Promosi Terpadu (Setkab 2022). Pemerintah menggunakan pendekatan berkelanjutan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi dan pariwisata Labuan Bajo melalui program KEK Labuan Bajo. Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, penciptaan lapangan kerja, pembangunan ekonomi, dan investasi.

Strategi pemerintah adalah menetapkan Labuan Bajo sebagai salah satu tuan rumah penyelenggaraan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-42 pada tahun 2023. Menurut Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF), pemerintah bermaksud membangun berbagai fasilitas pariwisata di atas lahan kewenangan tersebut, termasuk *cultural space*, *tourist information*, dan sejumlah hotel tambahan, guna memenuhi total permintaan kamar hotel di kawasan Labuan Bajo yang mencapai 2.000 kamar. Penyelenggaraan KTT ASEAN ke-42 juga dilakukan di Labuan Bajo dengan berbagai alasan. Salah satunya adalah sebagai katalis promosi pariwisata Labuan Bajo dan keindahan alamnya yang luar biasa kepada masyarakat global. Selain itu, Labuan Bajo termasuk salah satu dari Lima Destinasi Super Prioritas Indonesia yang dirancang untuk menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara, serta wisatawan dari negara-negara ASEAN.

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

Implementasi program KEK oleh pemerintah meliputi penyelenggaraan *SME's HUB ASEAN Summit*, yaitu *side event ASEAN Summit* yang menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk memamerkan karya kreatif dan menjual produk unggulannya kepada para delegasi. Acara ini menampilkan berbagai produk unggulan UMKM, seperti kerajinan tangan dan makanan khas daerah. Produk tersebut antara lain kerajinan mutiara, anyaman bambu, kain tenun, kerajinan berbahan dasar goni, kipas lukis, dan berbagai produk makanan khas Lombok (Fauzi et al., 2023). Momentum ini tepat bagi UMKM untuk memperkenalkan beragam produknya ke pasar global, sehingga meningkatkan daya saingnya di pasar global. Hal ini sejalan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) karena pemerintah terus berupaya mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif dengan memberi pendampingan dan dukungan intensif kepada UMKM binaannya untuk meningkatkan pangsa pasar dengan menunjukkan kualitas produknya di pasar internasional.

Pemberdayaan dan UMKM di Kawasan Wisata Super Prioritas (KSPN) Labuan Bajo

Pemberdayaan adalah suatu proses yang melibatkan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kekuatan atau pemberdayaan kelompok rentan dalam masyarakat, seperti mereka yang mengalami kemiskinan. Pemberdayaan adalah suatu tujuan, tetapi juga menunjukkan kondisi atau hasil yang diinginkan dari suatu perubahan sosial, khususnya masyarakat yang berdaya. Definisi pemberdayaan sebagai suatu tujuan sering digunakan untuk menentukan keberhasilan pemberdayaan sebagai suatu proses. Dari hasil penelitian didapatkan beberapa aspek, keadaan pembedayaan masyarakat khususnya pelaku UMKM di wilayah wisata KSPN Labuan Bajo sebagai berikut.

a. Permodalan

Berbagai narasumber UMKM di Labuan Bajo mengungkapkan tantangan yang mereka hadapi terkait permodalan karena sebagian besar menggunakan modal sendiri dan tidak menerima bantuan finansial dari pemerintah daerah meskipun ada skema pinjaman ringan dari BRI. Bu Latifah dari Indolatifa menyatakan bahwa meski awalnya hanya bermodal satu juta, kini omset bulanannya rata-rata mencapai 20 juta dengan bantuan BRI selama pandemi sebesar 2,4 juta. Bu Wati dari Forla Tenun menyatakan meski tidak ada bantuan langsung, mereka difasilitasi untuk bermitra dengan BRI untuk mendapatkan dana KUR. Sementara itu, Bastian dari UMKM souvenir resin dan Bu Yeni dari Haybajo juga mengandalkan modal pribadi untuk mengembangkan usaha mereka. bisa disimpulkan pelaku UMKM ini secara umum berasal dari modal pribadi. Masih belum banyak diadakan bantuan modal dari pemerintah. Akan tetapi, terdapat model bantuan dengan skema KUR yang dibiayai BRI.

b. Peran pemerintah

Pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai Barat di bawah Perumda Bidadari melakukan pembinaan terhadap pelaku UMKM. Akan tetapi, hanya 40 pelaku UMKM yang dibina. Hal ini disebabkan keterbatasan anggaran dan SDM yang dimiliki Perumda Bidadari. Hasil wawancara narasumber UMKM di Labuan Bajo juga menjelaskan peran penting pemerintah dalam mendukung usaha mereka selama pandemi. Bu Latifah dari Indolatifa mengungkapkan meskipun banyak usaha menurun, UMKM tetap berjalan

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

berkat bantuan dan bimbingan dari pemda serta promosi yang baik. Sejak 2015, usahanya terbantu oleh dinas dan sering mengikuti pameran. Baru satu tahun terakhir ini ia menerima bantuan dari Perumda Bidadari dan Kemenparekraf RI, termasuk kemasan produk sebanyak seribu lembar. Bu Wati dari Forla Tenun menambahkan bahwa kelompok binaannya di Manggarai, yang terdiri dari 20-25 orang per kelompok, mendapat pembinaan dari pemerintah untuk memenuhi keinginan konsumen dengan kualitas tinggi. Selain itu, Bastian dari souvenir resin menyebutkan ia pernah mengalami kendala perizinan dengan dinas, tetapi mendapat bantuan dari Kemenparekraf RI. Kesimpulannya yakni pemerintah pusat, dalam hal ini Kemenparekraf RI, sudah berperan melakukan pendampingan dan bantuan nyata berupa bantuan kemasan produk dan pameran. Begitu juga pemerintah daerah khususnya Perumda Bidadari sudah melakukan pendampingan bagi UMKM, tetapi belum maksimal karena keterbatasan anggaran maupun SDM yang dimiliki.

c. Distribusi

Strategi pemasaran dan penjualan UMKM di Labuan Bajo juga punya kendala. Dari hasil wawancara, menurut Bu Latifah dari Indolatifa, sejak 2015 penjualan produknya hanya di Labuan Bajo dengan bantuan dinas dan sering mengikuti pameran untuk memperkenalkan produknya. Bu Wati dari Forla Tenun menyebutkan selain penjualan langsung, mereka juga memanfaatkan penjualan *online* dan promosi melalui tamu-tamu yang pernah berkunjung dengan membagikan kartu nama. Meski ada penurunan omset di awal pandemi, penjualan di galeri stabil kembali pada awal 2022. Mereka juga memasarkan produk melalui media sosial dan bekerja sama dengan Ibu Gubernur NTT sebagai *supplie*r untuk butik. Sementara itu, Bastian dari UMKM souvenir resin mengungkapkan bahwa penjualan langsung lebih menguntungkan dibandingkan *online*. Dia masih ragu untuk masuk ke *online shop* karena ingin mempersiapkan diri lebih matang. Namun, dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh Kemenparekraf RI dan pemerintah, omset penjualannya meningkat. Dapat disimpulkan untuk distribusi sebagian besar dilakukan sendiri. Terdapat bantuan dari pemerintah pusat Kemenparekraf RI dan Dinas daerah berupa ikut serta pameran-pameran sehingga membantu promosi UMKM Labuan Bajo. UMKM kain tenun sudah diberdayakan masyarakat kampung sebagai penenun. Di lain sisi, UMKM makanan belum berdampak karena hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal.

Analisis SWOT Pengembangan UMKM Labuan Bajo

Analisis *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (ancaman) atau yang lebih dikenal dengan Analisis SWOT dalam Pengembangan UMKM Labuan Bajo sebagai Destinasi Wisata Super Premium adalah sebagai berikut.

a. Kekuatan

1. Kawasan Komodo termasuk salah satu keajaiban dunia (*World Heritage Site*) di mana masih terdapat habitat komodo yang termasuk binatang langka;

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

2. Memiliki destinasi wisata yang lengkap, seperti destinasi wisata bahari dan desa adat (Todo dan Waerebo);
3. Memiliki panorama dan pemandangan laut dan pantai yang menarik;
4. Memiliki makanan khas dengan rasa yang enak dengan pengemasan yang menarik sehingga bisa dijadikan souvenir, seperti Sei, Kompiang, dan Cicinggo;
5. Memiliki hotel dan penginapan yang banyak dan beragam fasilitas, baik standar lokal maupun internasional;
6. Usaha jasa yang ditawarkan beragam dan unik untuk mendukung pariwisata, seperti hotel dan penginapan, penyewaan motor, kafe, travel (wisata bahari, wisata alam, hingga wisata desa adat);
7. *Tour guide* travel dan kru kapal yang bisa berbahasa Inggris sehingga wisatawan asing bisa terlayani dengan baik;
8. Memiliki warisan budaya yang khas, yang menjadikannya tujuan menarik bagi pengunjung domestik dan internasional;
9. Semakin mantapnya pelaksanaan otonomi daerah;
10. Banyak kerajinan dan kuliner khas yang bisa menjadi nilai jual UMKM Labuan Bajo;
11. Bantuan dan bimbingan dari pemda serta kerja sama dengan Kemenparekraf RI dalam bentuk pameran dan promosi produk untuk meningkatkan eksposur UMKM;
12. Kerja sama RI dengan tokoh-tokoh lokal, seperti Ibu Gubernur NTT melalui pembinaan kelompok tenun serta memperkuat jaringan pemasaran dan distribusi.
13. Fokus pada kualitas tinggi dalam produk tenun dan souvenir agar bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi UMKM.

b. Kelemahan

1. Harga makanan dan souvenir tergolong mahal sehingga tidak terjangkau untuk semua kalangan;
2. Beberapa *travel agent* tidak menyediakan fasilitas dokumentasi sehingga perjalanan wisatawan ketika mengabadikan moment harus dilakukan secara pribadi, tidak dikoordinasikan oleh pihak travel. Selain itu, travel tidak menyediakan kegiatan ketika berada di suatu destinasi wisata sehingga travel tersebut terkesan hanya sebagai pengantar wisatawan ke destinasi wisata, tidak melayani wisatawan dengan baik.
3. Sumber daya manusia yang kurang mendukung pengembangan pariwisata. Hal ini terlihat dari data Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kabupaten Manggarai Barat yang pada tahun 2019 masih tergolong rendah yakni sebesar 63,50. Angka tersebut berada di bawah IPM Nasional yang sebesar 71,92 dan IPM Provinsi NTT yang pada tahun 2019 sebesar 65,23;
4. Banyak UMKM masih bergantung pada modal pribadi dan belum sepenuhnya didukung secara finansial oleh pemerintah;
5. Beberapa pelaku UMKM masih ragu dan kurang siap untuk memasuki pasar *online* sehingga membatasi jangkauan pemasaran mereka;
6. Kendala dalam proses perizinan yang bisa menghambat perkembangan dan ekspansi UMKM;

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

7. Kapasitas produksi yang masih bergantung pada tenaga kerja manual dan sumber daya lokal membatasi jumlah produk yang bisa dihasilkan;
8. Rendahnya kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan alam;
9. Belum optimalnya pengelolaan agrowisata;
10. Kelangkaan solar menyebabkan harganya cenderung mahal padahal solar sangat dibutuhkan sebagai bahan bakar kapal-kapal sewaan untuk menjelajahi pulau-pulau di sekitar Labuan Bajo;
11. Kebersihan objek wisata Labuan Bajo belum dikelola dengan baik oleh masyarakat dan pemerintah daerah setempat.

c. Peluang

1. Banyak wisatawan mancanegara yang tertarik mengunjungi Labuan Bajo;
2. Penetapan Labuan Bajo sebagai Destinasi Wisata Super Premium dan menjadi prioritas pemerintah pusat hingga daerah;
3. Konsentrasi pengembangan teknologi untuk mendukung pariwisata sebagai media promosi dan sumber informasi;
4. Tren kunjungan setiap tahun yang selalu meningkat;
5. Partisipasi dalam program-program pemerintah, seperti KUR dan bantuan kemasan dari Kemenparekraf RI yang bisa memberi dukungan tambahan;
6. Kesempatan untuk mengikuti pameran dan kegiatan nasional maupun internasional bisa meningkatkan eksposur dan menarik pembeli potensial;
7. Kolaborasi dengan sektor pariwisata seperti hotel dan agen perjalanan bisa membuka peluang penjualan baru;
8. Letak geografis NTT yang berdekatan dengan Australia memungkinkan dibukanya penerbangan langsung dari Australia ke Labuan Bajo;
9. Lokasi Labuan Bajo yang dekat dengan NTB dan Bali memungkinkan perjalanan panjang bagi wisatawan dari Bali, Lombok, dan Labuan Bajo;
10. Peningkatan layanan terkait pariwisata;
11. Pelatihan UMKM yang terus ditingkatkan oleh pemerintah.

d. Ancaman

1. Penurunan jumlah wisatawan dan pembatasan perjalanan bisa berdampak negatif pada penjualan UMKM;
2. Meningkatnya jumlah pelaku UMKM dan variasi produk bisa menciptakan persaingan yang lebih ketat;
3. Ketergantungan yang tinggi pada sektor pariwisata membuat UMKM rentan terhadap fluktuasi jumlah wisatawan;
4. Keterbatasan dalam akses dan penggunaan teknologi bisa menghambat efektivitas pemasaran dan efisiensi operasional UMKM;
5. Perubahan kebijakan pemerintah terkait perizinan, pajak, dan bantuan finansial bisa mempengaruhi stabilitas usaha UMKM.

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

Berlandaskan analisis SWOT sebelumnya dirumuskan beberapa strategi utama yang bisa diterapkan untuk meningkatkan dan mendorong proses pengembangan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata super prioritas.

1. Pemanfaatan Lokasi Strategis dan Produk Unik. Hal ini bisa dilakukan dengan memaksimalkan potensi wisata Labuan Bajo dengan mempromosikan produk lokal khas seperti makanan, tenun ikat, dan souvenir resin sebagai bagian dari pengalaman wisata. Implementasinya adalah dengan bekerja sama dengan hotel, restoran, dan agen wisata untuk menjual produk UMKM serta membangun gerai khusus di lokasi wisata utama dan bandara.
2. Peningkatan Kapasitas Produksi dan Kualitas. Dalam meningkatkan kapasitas produksi dan mempertahankan kualitas produk bisa dilakukan melalui pelatihan dan penyediaan teknologi. Adapun implementasinya dengan mengadakan pelatihan rutin tentang teknik produksi, manajemen kualitas, dan penggunaan teknologi modern. Selain itu, bisa juga UMKM bisa disediakan akses ke mesin dan peralatan yang lebih efisien.
3. Pemasaran dan Branding Digital. UMKM bisa memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital dan branding produk yang kuat. Dengan mendirikan *platform e-commerce* khusus untuk produk UMKM Labuan Bajo dan mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan konten yang menarik dan kampanye iklan *online*. Selain itu, juga dilakukan pembangunan merek yang kuat dengan cerita unik dari setiap produk dan pembuatnya.
4. Diversifikasi Produk dan Inovasi. Mendorong diversifikasi produk dan inovasi termasuk kebutuhan utama untuk mendorong pasar yang dinamis. Implementasinya adalah mengadakan kompetisi inovasi untuk produk UMKM. bisa juga menyediakan insentif bagi UMKM yang berhasil mengembangkan produk baru serta mengadakan lokakarya tentang tren pasar dan inovasi produk.
5. Kemitraan dengan Pemerintah dan Swasta. Memperkuat kemitraan dengan pemerintah dan sektor swasta untuk mendapatkan dukungan finansial dan logistik. Hal yang bisa dilakukan adalah membangun kemitraan dengan bank untuk skema pembiayaan mikro. UMKM juga bisa melibatkan perusahaan swasta dalam program CSR yang mendukung pengembangannya. Selain itu, UMKM bisa berkolaborasi dengan instansi pemerintah untuk program pelatihan dan bantuan teknis.

Rekomendasi Arah Kebijakan Pengembangan Inovasi dan Kreativitas UMKM Labuan Bajo

Keajaiban dunia, Komodo, hadir di Labuan Bajo dan Flores, yang bagaikan harta karun tersembunyi yang sebenarnya termasuk anugerah dalam hal budaya dan keanekaragaman hayati. Berdasarkan potensi dan permasalahan tersebut di atas, maka perlu ditetapkan suatu kebijakan yang mencakup:

1. Untuk mendorong inovasi di kalangan UMKM, kebijakan insentif sangat diperlukan. Pemerintah bisa memberi insentif fiskal dan nonfiskal kepada UMKM yang menunjukkan inovasi dalam produk dan proses produksi. Insentif tersebut bisa berupa potongan pajak atau subsidi bagi UMKM yang berinovasi. Selain itu, kompetisi inovasi

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

dengan hadiah yang menarik bisa diadakan untuk mendorong kreativitas serta menghasilkan produk-produk baru yang punya daya saing tinggi di pasar.

2. Akses terhadap teknologi modern dan pelatihan termasuk kunci untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk UMKM. Pemerintah perlu menyediakan pusat pelatihan teknologi dan bisnis yang bisa diakses oleh UMKM. Bantuan atau pinjaman untuk pembelian teknologi dan peralatan produksi juga perlu disediakan untuk memastikan UMKM punya alat yang diperlukan untuk berkembang. Dengan akses yang lebih baik terhadap teknologi, UMKM bisa meningkatkan kapasitas produksi mereka dan menciptakan produk dengan kualitas unggul.
3. Pengembangan ekosistem kreatif yang mendukung kolaborasi antara UMKM, desainer, dan pelaku industri kreatif lainnya juga penting. Mendirikan *creative hub* (infrastruktur fisik yang berfungsi sebagai wadah kreatif bagi para pelaku ekonomi kreatif) atau inkubator bisnis bisa menjadi langkah awal dalam menciptakan ekosistem ini. Kolaborasi antara UMKM dan sekolah atau desainer lokal akan menghasilkan ide-ide baru dan produk inovatif yang bisa menarik perhatian pasar. Ekosistem inovatif ini akan mendorong pertumbuhan dan perkembangan UMKM.
4. Strategi promosi terpadu yang mencakup pemasaran digital dan partisipasi dalam pameran internasional juga harus menjadi fokus kebijakan. Pemerintah perlu membangun platform promosi digital yang kuat dan mendukung UMKM untuk berpartisipasi dalam pameran lokal dan internasional. Penggunaan *influencer* dan media sosial juga penting untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan strategi promosi yang efektif, produk-produk UMKM Labuan Bajo bisa dikenal lebih luas, baik di pasar domestik maupun internasional.
5. Terakhir, kolaborasi antar wilayah perlu didorong untuk memperkuat jaringan UMKM. Pemerintah bisa mengadakan forum atau pertemuan rutin antar UMKM dari berbagai daerah untuk berbagi pengalaman dan strategi. Jaringan distribusi bersama juga bisa dibangun untuk memperluas jangkauan produk ke pasar yang lebih luas. Dengan kolaborasi yang baik antar UMKM di berbagai wilayah, mereka bisa saling mendukung dan mengatasi tantangan yang dihadapi bersama.

Dengan implementasi kebijakan-kebijakan tersebut, UMKM di Labuan Bajo bisa meningkatkan inovasi dan kreativitas mereka, serta berkontribusi lebih besar dalam menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata premium yang populer di dunia.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini memberi wawasan mendalam tentang kondisi UMKM di Labuan Bajo, yang termasuk di antara destinasi wisata super prioritas di Indonesia. UMKM di Labuan Bajo punya potensi besar untuk berkembang dan memberi kontribusi substansial terhadap ekonomi lokal, seperti yang ditunjukkan oleh temuan penelitian. Hal ini dibuktikan dengan beragamnya inisiatif pengembangan dan promosi pemerintah, serta daya tarik alam dan budayanya yang khas. Namun, UMKM di daerah ini juga menghadapi sejumlah tantangan yang cukup signifikan. Tantangan-tantangan tersebut termasuk keterbatasan sumber daya

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

manusia yang terampil, kendala dalam memperoleh perizinan, serta kesulitan dalam mengakses pasar *online*.

Analisis SWOT yang dilakukan dalam studi ini mengkaji sejumlah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM di Labuan Bajo. Kekuatan utama UMKM terletak pada kualitas produk lokal yang khas serta dukungan kuat dari pemerintah. Namun, kelemahan yang perlu diatasi mencakup keterbatasan dalam akses pasar dan teknologi, serta kurangnya sumber daya manusia yang punya keterampilan memadai. Peluang besar datang dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Labuan Bajo serta berbagai program dukungan dari pemerintah. Di sisi lain, ancaman yang dihadapi termasuk persaingan yang semakin ketat dan ketergantungan yang tinggi pada sektor pariwisata.

Untuk menjawab rumusan masalah mengenai strategi pengembangan UMKM di Labuan Bajo, penelitian ini merekomendasikan sejumlah strategi utama. Peningkatan kapasitas SDM lewat pelatihan dan pendidikan menjadi prioritas utama untuk memastikan UMKM bisa beroperasi secara lebih efisien dan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Selain itu, peningkatan akses ke modal dan pasar sangat penting yang bisa dicapai melalui kerja sama dengan pihak swasta dan pemerintah. Selain itu, penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM dan memperluas jangkauan pasar dengan mengoptimalkan pemasaran digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberi panduan strategis yang komprehensif bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan yang bisa mendukung pengembangan UMKM di Labuan Bajo. Implementasi strategi-strategi yang diusulkan diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, memperkuat kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah, dan mendukung pencapaian Labuan Bajo sebagai destinasi wisata premium yang berkelanjutan. UMKM di Labuan Bajo bisa terus berkembang dan memberi lebih banyak keuntungan bagi masyarakat dan perekonomian setempat dengan mengambil langkah-langkah yang tepat.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Terbuka yang sudah membiayai kegiatan penelitian ini pada tahun 2024. Selain itu, terima kasih pula kepada narasumber di destinasi pariwisata Labuan Bajo.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Eka Putri. 2020. “Community Empowerment in the Development of Mangrove Tourism in Batu Karas of Pangandaran, West Java.” In *GeoJournal of Tourism and Geosites Year XIII*, 31:972–78.

Ariani, A., & Utomo, M. N. 2017. “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan.” *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* 13 (2): 99–118.

Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., ... & Warsilah, H. 2020. “Review and Analysis of Current Responses to COVID-19 in

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

Indonesia: Period of January to March 2020." *Progress in Disaster Science* 6:100091.

Faidati, N., Khozin, M., & Mahendra, G. K. 2021. "Community Empowerment Program Model For MSMEs' Actors Affected by Covid-19 in Special Region of Yogyakarta." *Jurnal Studi Pemerintahan*, 169–92.

Faidati, N., Khozin, M., & Mahendra, G. K., Nur Faidatimu, Muhammad Khozin, and Gerrykaton Mahendra. 2021. "Community Empowerment Program Model for MSMEs' Actors Affected by Covid-19 in Special Region of Yogyakarta." *Jurnal Studi Pemerintahan* 12 (2): 169–92.

Fauzi, Reza, Dan Denik, and Iswardani Witarti. 2023. "NATIONAL BRANDING PARIWISATA LABUAN BAJO PADA KONFERENSI TINGKAT TINGGI (KTT) ASEAN Ke-42." *Jurnal CommLine* 08 (02): 133–44.

Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. 2020. "Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19." *J. Sustain. Tour*, 1–20. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/09669582.2020.

Haryani, DS, and S. Fauzar. 2021. "Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Chacha Flowers." *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang* 4 (1): 12–20.

Humas Kementerian Koperasi dan UKM. 2020. "UMKM Eksis Dan Mampu Beradaptasi Pada Masa Pandemi Covid-19." KemenkopUKM. 2020. https://www.kemenkopukm.go.id/read/umkm-eksis-dan-mampu-beradaptasi-pada-masa-pandemi-covid-19.

Ismowati, Marry. 2022. "Partisipasi Masyarakat Dalam Upaya Memaksimalkan Potensi Ekonomi Dan Pariwisata Kawasan Super Prioritas Nasional (KPSN) Labuan Bajo Di Kabupaten Manggarai Barat." *Reformasi Administrasi : Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 9 (1): 41–49.

Rianse Usman, Abdi. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi (Teori Dan Aplikasi)*. Edisi Pert. Bandung: Alfabeta.

Rukendi, C. 2021. "Katalog Wisata Tangguh Bencana Provinsi Nusa Tenggara Timur." In *Katalog Wisata Tangguh Bencana Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Jakarta: Kemenparekraf.

Salukh, Jelianti Yunita, David B W Pandie, and Apriana H J Fanggidae. 2023. "Analisis Evaluasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Super Prioritas Berkelanjutan Di Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur." *Jurnal Ilmiah Multidisipline* 1 (7): 191–214. https://doi.org/10.5281/zenodo.8205683.

Setkab. 2022. "Tujuh Arahan Presiden Dan Transformasi Labuan Bajo Sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas." Sekretariat Kabinet. 2022. https://setkab.go.id/tujuh-arahan-presiden-dan-transformasi-labuan-bajo-sebagai-destinasi-pariwisata-super-prioritas/.

Sri., Hamid Edy Suandi & Susilo Y. 2011. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 12 (1): 45–55.

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

Sulaiman, Angga, Mary Ismowati, Cyntia Dewi Anggraini, Anisa Hairani, Ares Wahyu Triadi, Rifa Arifiananingtyas, Bambang Prabowo, and Administrasi Publik. 2022. "Upaya Pemberdayaan Masyarakat Dalam Membangun UMKM Di Kawasan Super Prioritas Nasional (KSPN) Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat." *Res Publica: Journal of Social Policy Issues* 1 (2): 1–14.

Syahza, Almasdi. 2013. "Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Untuk Percepatan Peningkatan Ekonomi Daerah Di Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau, Pusat Pengkajian Koperasi Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat." Universitas Riau Pekanbaru.