

PENGEMBANGAN POTENSI UMKM WISATA BERBASIS MINAT PENGUNJUNG

Dewi Pudji Rahayu^{1)*}

¹⁾Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

ABSTRACT - This research aims to study the impact of tourism potential to SME and its effect toward Local Own-Sources Revenue (LOSR) in Blora County. Besides, this reasearch also wants to know SME potency that has to be developed according to visitors' preference. Metodology used in this research is mix method. The quantitative methode used to measure correlation of tourism potency to SME and SME to LOSR, andthe effect of tourism potency to LOSR. In other hand, qualitative method (konstruktivism) used to look at preference of 41 visitors respondent who are visiting to Blora. This research concluded that there is no correlationbetween number of tourists to SME, number of SME to LOSR, and number of visitors to LOSR. Based on interview, favorite gift from the Blora in sequence are kripik tempe (tempe chips), sambel pecel (sauce nut spicy), hand made from jati wood, soy sauce, and kawisa syrup. While enjoyable culinary tour are chicken satae, pecel rice and tahu lontong. Preferable distinations are alun-alun Blora, Tempuran swimming pool and lake, and Goa Terawang. Visitor'saverage intencityto back to Blora of five times in one year.While, average expenditure during visiting is IDR 433.000,00. From this study it is recommended to further pure qualitative study include to examine correlation between SME and LOSS because data presented was not reliable.

Keywords: Development, SME, Tourism Potency, LOR, Blora

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu industri primadona di Indonesia karena Indonesia memiliki alam tropis yang eksotis. Banyak wisata alam dan budaya yang muncul, yang berderet dari Sabang sampai Merauke. Kabupaten Blora salah satunya. Kabupaten Blora adalah Kabupaten di daerah Jawa Tengah yang paling timur, yang berbatasan dengan Kabupaten Bojonegara Jawa Timur. Memiliki luas daerah 182.058.797 hektar yang terbagi dalam 16 kecamatan. Kegiatan industri terbesar di Kabupaten Blora adalah industri rumah tangga seperti industri anyaman, industri krupuk dan tempe. Jika dilihat perkembangannya, jumlah industri rumah tangga pada tahun 2014 (sebanyak 10.471 buah) lebih tinggi dibanding tahun 2013 (sebanyak 10.414 buah) namun masih lebih rendah jika dibandingkan tahun 2012 (sebanyak 10.619 buah).

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) suatu daerah. PAD sendiri menjadi indikator kemandirian daerah terhadap ketergantungan pemerintah pusat. PAD diartikan sebagai penerimaan dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri, yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku. Pengembangan potensi ekonomi yang berbasis pada Usaha Kecil Menengah Mikro

* Dewi Pudji Rahayu, email: dewirahayu@uhamka.ac.id

(UMKM) menjadi penopang PAD yang tidak bisa dianggap kecil. UMKM yang jumlahnya biasanya sangat besar di tiap daerah akan menjadi pendongkrak ekonomi daerah. UMKM yang maju, juga akan mampu menyerap tenaga kerja yang besar. UMKM berupa pedagang makanan, pembuat souvenir, handycraf, produksi dan pedagang oleh-oleh termasuk menempati jumlah yang besar untuk strata UMKM. Para UMKM tersebut bergantung pada potensi wisata dan kunjungan wisatawan pada suatu daerah. Dukungan sektor wisata alam, wisata situs kuno maupun wisata belanja menjadi penting untuk pengembangan UMKM ini, karena dengan dukungan wisata akan mendatangkan para wisatawan yang akan membeli oleh-oleh maupun cendera mata.

Potensi pariwisata di Kabupaten Blora besar tahun 2012 berjumlah 31 tempat pariwisata, tahun 2012 ada 34 dan pada tahun 2014 ada 32 tempat wisata. Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Blora meliputi wisata budaya dan wisata alam. Namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, dimana saat ini masih terbatas pada wisatawan lokal yang berkunjung. Beberapa obyek wisata yang ada di Kabupaten Blora antara lain : 6 buah makam, 3 buah pemandian, 3 buah goa, 1 bumi perkemahan, 2 wana wisata, 4 buah bendungan dan 3 buah wisata geologi, disamping itu terdapat 10 macam upacara adat yang biasanya diminati wisatawan. Sepanjang tahun 2014, wisata pemandian, wisata bendungan serta wisata religi berupa makam merupakan objek wisata yang paling diminati wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Blora. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pemandian tercatat sebanyak 3.850 orang pengunjung, objek wisata bendungan sebanyak 3.650 orang pengunjung serta objek wisata religi berupa makam sebanyak 2.750 orang pengunjung, sehingga total wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Blora selama tahun 2014 tercatat sebanyak 14.200 orang pengunjung.

Potensi wisata yang besar terkait dengan wisata belum dikembangkan dengan baik oleh Kabupaten Blora, dan jumlahnya terus menurun dari waktu ke waktu hal ini dibuktikan dari data kunjungan wisata yang terus menurun, dengan data sebagai berikut:

Tabel 1. Kunjungan Objek Wisata Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2014

Objek Wisata	Jumlah Objek	Pengunjung
Makam	6	
Pemandian	3	
Gua	3	
Bumi Perkemahan	1	
Wana Wisata	2	
Bendungan/telaga	4	
Upacara adat	10	
Geologi	3	
Jumlah 2012	32	14.200
Jumlah 2013	34	25.000
Jumlah 2014	31	928.360

Sumber Blora Dalam Angka, 2015

Semakin menurunnya tingkat kunjungan wisata tersebut akan mengurangi pula tingkat penerimaan PAD dari sektor wisata. Bila potensi wisata bisa ditingkatkan maka PAD Kabupaten Blora juga akan meningkat. Tapi hal ini tidak sebanding dengan realisasi belanja dari sektor pariwisata yang masih 0%. Sehingga wajar potensi pariwisata belum bisa berkembang baik, dan belum memiliki kontribusi kepada PAD yang signifikan. Dari keterpurukan wisata tersebut tentunya akan mengganggu sinergisitas dengan sektor UMKM maupun dari sisi tingkat penyerapan tenaga kerja di Blora.

PAD Kabupaten Blora pada tahun 2014 walaupun mengalami peningkatan sebesar 49,61 milyar rupiah dari tahun 2013, namun proporsinya hanya sebesar 9,55 persen dari total pendapatan. Dana perimbangan dari pemerintah pusat masih menjadi modal utama menggerakkan roda pemerintahan. Proporsi dana perimbangan mencapai 85,14 persen dari total pendapatan, dan proporsi dana perimbangan mengalami kenaikan dibanding tahun 2013 yang mencapai 43,1 persen. Meningkatnya tingkat kemandirian Kabupaten Blora perlu terus ditingkatkan dengan meningkatkan penerimaan dari sumber PAD. Untuk itu perlu strategi untuk meningkatkan kunjungan wisata yang akan meningkatkan pula tingkat ekonomi UMKM.

Salah satu cara untuk meningkatkan PAD adalah melalui program pengembangan potensi pariwisata (Spillane, 1987). Dalam UU No 28 tahun 2009 tentang Pendapatan Daerah dan Retribusi Daerah (PDRD), menyebutkan bahwa jenis pajak yang bisa dipungut oleh pemerintah daerah adalah pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan dan pajak minerba. Pajak Hotel, Restoran dan hiburan dipengaruhi oleh tingkat kunjungan wisatawan ke Blora. Salah satu bentuk retribusi daerah adalah pelayanan parkir yang dikelola oleh Pemerintah Daerah.

Penelitian ini ingin memberikan kontribusi kepada Kabupaten Blora untuk meningkatkan sektor pariwisata dengan jalan memanfaatkan informasi dari para pendatang yang akan membelanjakan uangnya untuk datang ke tempat wisata, membeli souvenir dan oleh-oleh juga tempat wisata kuliner Blora. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana potensi wisata mempengaruhi potensi UMKM dan akhirnya mempengaruhi PAD Kabupaten Blora. Dan dengan basis data wisatawan akan diketahui UMKM apa yang diutamakan untuk dikembangkan.

Dari uraian di atas akan disajikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada korelasi antarjumlah kunjungan tempat pariwisata dan jumlah UMKM di Kabupaten Blora?
2. Apakah ada korelasi antara jumlah UMKM dan jumlah PAD di Kabupaten Blora?
3. Apakah ada korelasi antara jumlah kunjungan tempat pariwisata dan jumlah PAD di Kabupaten Blora?
4. UMKM pendukung pariwisata apa yang perlu dibesarkan?
5. Potensi tempat wisata apa yang perlu dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Blora?
6. Berapa nilai rata-rata belanja wisatawan yang bisa meningkatkan pendapatan sektor wisata?
7. Bagaimana pengembangan sektor wisata untuk meningkatkan PAD dari sektor.

Kajian Pustaka

Potensi Pariwisata dan Pengembangan UMKM Berbasis Pariwisata untuk Meningkatkan PAD

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan menjadi 4 kelompok yaitu *livelihood activities* (pedagang kaki lima), *micro enterprise* (pengrajin yang belum memiliki sifat kewirausahaan), *small dynamic enterprise* (UMKM yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan eskpor), *fast moving enterprise* (UMKM yang melakukan transformasi menjadi usaha besar). Adanya pembangunan pariwisata akan muncul para pelaku UMKM yaitu pedagang yang termasuk kelompok *livelihood activities* (pedangan kaki lima), pengrajin yang termasuk kelompok *micro enterprise* (pengrajin yang belum memiliki sifat kewirausahaan), pengusaha *homestay* dan penjual oleh-oleh di seputaran objek wisata yang akan dikembangkan tersebut. Faktor yang menjadi sangat penting dalam sektor pariwisata adalah objek wisata itu sendiri dan wisatawan, karena wisatawan merupakan konsumen

atau pengguna produk dan layanan, yang menginginkan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka dan berdampak langsung pada kebutuhan wisatawan. Wisatawan menjadipihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata (Damanik dan Weber,2006).Dari pernyataan tersebut ada kaitannya antara jumlah wisata yang berkunjung dengan pengembangan UMKM pendukung wisata.

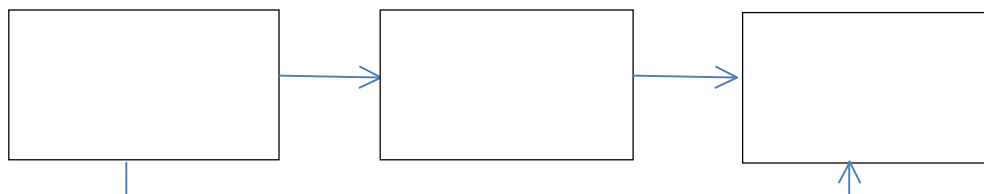
Penelitian yang dilakukan oleh Tim Peneliti Balitbang Provinsi Jateng tahun 2007, menyebutkan bahwa kegiatan pariwisata menimbulkan dampak positif terhadap pendapatan masyarakat sekitar. Kegiatan ekonomi yang banyak dilakukan oleh masyarakat di sekitar obyek wisata, antara lain berdagang souvenir dan warung makan/minum. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, diketahui bahwa telah banyak program maupun kegiatan yang dilaksanakan di sekitar obyek wisata yang tujuannya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam hal ini UMKM berbasis wisata sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat di sekitaran objek wisata.

Bila potensi wisata ditingkatkan maka potensi UMKM juga akanmeningkat sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Leiper (1990) industri pariwisata merupakan kumpulan dari usaha-usaha yang mendukung kegiatan pariwisata. Dan dengan adanya pariwisata dapat berdampak pada pendapatan dan terbentuknya kesempatan tenaga kerja di sektor lokasi pariwisata.Salah satunya usaha yang bergerak di bidang cinderamata, makanan minuman. Dalam penelitian Arini dan Arif (2016) juga disebutkan bahwa pengembangan potensi wisata akan meningkatkan potensi UMKM di wilayah tersebut.

Bella (2015), meneliti tentang implementasi pembangunan pariwisata dalam meningkatkan UMKM di lokasi sekitar tempat wisata, menghasilkan penelitian bahwa pembangunan wisata akan memiliki dampak semakin sejahteranya masyarakat sekitar dengan banyaknya UMKM baru yang muncul. Strategi pengembangan wisata yang dilakukan di daerah wisata adalah dengan membangun UMKM dan pihak pemangku kebijakan terkait yaitu Dinas Koperasi dan UMKM menstimulus pengembangan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Arif (2014) menyebutkan adanya beberapa faktor terkait dengan wisata yang meningkatkan PAD daerah.Adapun faktor yang mempengaruhi PAD adalah jumlah objek wisata, jumlah wisata dan tingkat hunian hotel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PAD daerah Tulungagung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susiana (2003) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi PAD dari sektor wisata yang meliputi jumlah wisatawan, tingkat hunian hotel, pajak hotel, pajak restoran, retribusi wisata. Hasilnya faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap PAD.

Adapun model yang ingin dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian
 Sumber: berbagai sumber yang diolah.

Dari uraian di atas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H01: Ada korelasi positif antara jumlah kunjungan wisatawan dengan peningkatan UMKM.
- H02: Ada korelasi positif antara jumlah UMKM dengan peningkatan Jumlah PAD.
- H03: Ada korelasi positif antara jumlah kunjungan wisatawan dengan peningkatan Jumlah PAD.

Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Minat Wisatawan

Dalam suatu sistem pariwisata terdapat tiga elemen pendukung yaitu elemen wisatawan sebagai aktor dalam perjalanan wisata, elemen geografis yang terdiri atas *treveler generating region*, *transit route region*, dan *tourist destination region* serta elemen terakhir yaitu industri pariwisata (Arini dan Arif, 2015). Maka yang perlu diperhatikan dalam sektor pengembangan wisata adalah pengunjung/wisatawan, akses ke tempat wisata dan destinasi wisatanya. Dan untuk pengembangan wisata harus diketahui apa yang disukai dan tidak disukai wisatawan, baik dari sisi destinasi maupun oleh-olehnya. Hal ini menjadi dasar pengembangan wisata supaya pengunjung lebih banyak lagi yang berkunjung. Setelah itu maka jalan menuju lokasi harus bagus juga terjangkau. Setelah sampai lokasi wisata tempatnya harus bersih, dan memiliki sarana prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan. Dan terkait masalah 2 terakhir bukan termasuk materi yang akan dikaji dan diteliti.

Wisatawan adalah variabel terpenting pada industri wisata harus dilibatkan sebagai pihak yang akan memberikan respon terhadap pengembangan wisata di Kabupaten Blora. Atau disebut sebagai pengembangan wisata berbasis konsumen. Hal ini dilakukan karena hal ini akan memiliki dampak positif terhadap pengembangan pariwisata. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari penyelenggara layanan yang berkualitas sehingga membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Misbakhul dan Muhammad (2012) menyebutkan bahwa pentingnya pembuat klasifikasi dan pemetaan potensi wisata sehingga Pemerintah Daerah bisa memprioritaskan pengembangan potensi wisata mana yang difokuskan. Sehingga bisa terlihat hasilnya apalagi dengan anggaran yang dimiliki tidak besar untuk membangun semua tempat wisata.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran pendekatan kuantitatif dan kualitatif atau *mixed-method* (Creswell dan Vicki L., 2008). Analisis kuantitatif dan kualitatif dilakukan untuk saling melengkapi informasi satu sama lain. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mendapatkan informasi yang luas mengenai suatu populasi (Sugiyono, 2012). Sementara itu analisis kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji daripada rincinya menjadi variabel-variabel yang saling terkait (Sugiyono 2012). Harapannya ialah diperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena untuk selanjutnya dihasilkan sebuah teori. Karena tujuannya berbeda dengan penelitian kuantitatif, maka prosedur perolehan data dan jenis penelitian kualitatif juga berbeda. Analisis kualitatif terutama didasarkan pada informasi yang diperoleh dari berbagai narasumber.

a. Metode Pengumpulan Data

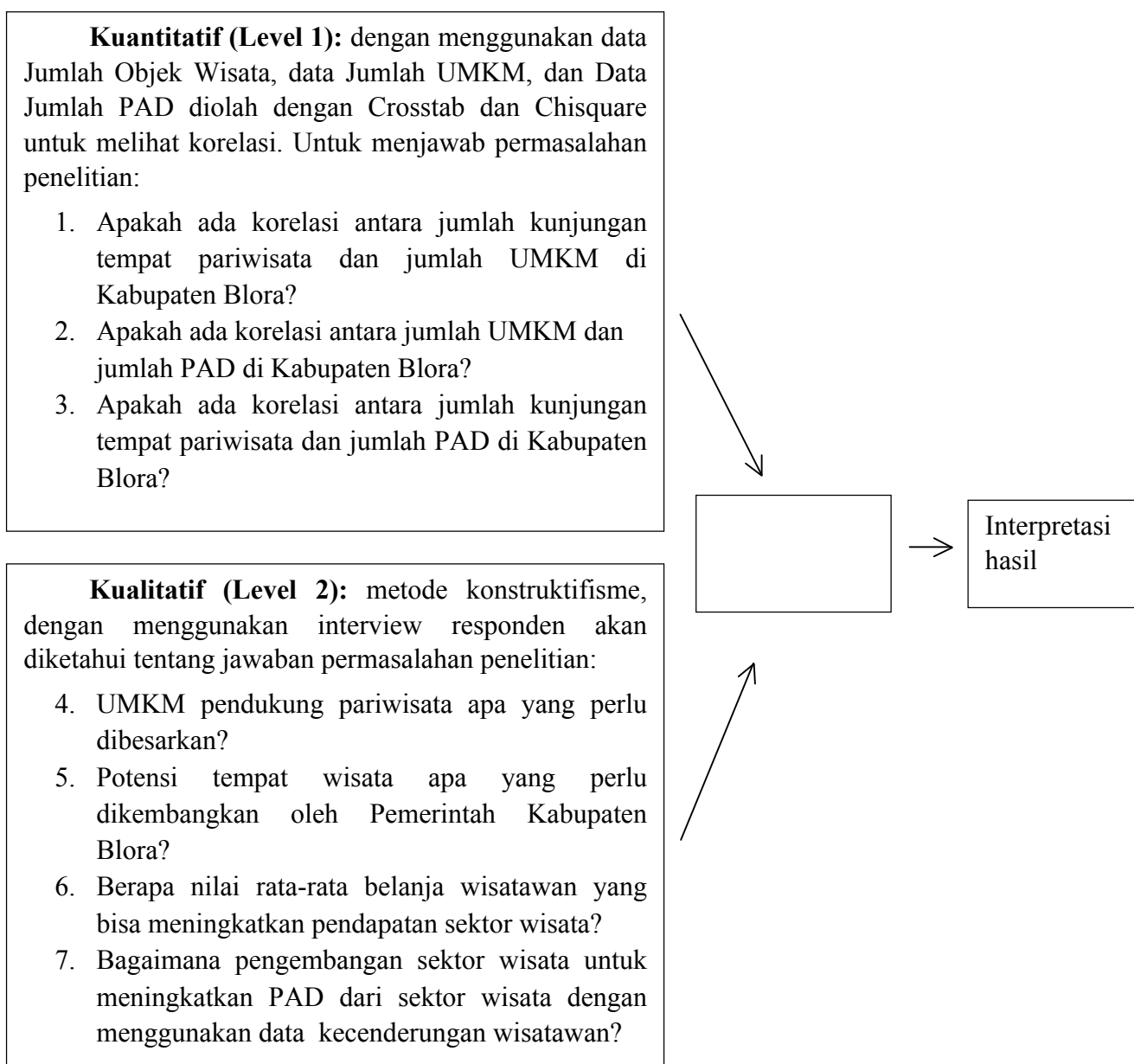
Pengumpulan data dilakukan dengan pengumpulan data sekunder dan primer. Data sekunder diperoleh dari data literatur, buku, dan data yang diolah oleh BPS maupun data yang disajikan oleh pihak Pemerintah Kabupaten Blora. Sedangkan data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada para pengunjung/wisatawan di Blora. Dengan pemilihan

sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Yaitu wisatawan yang berkunjung di Blora, dengan pilihan respondenya adalah alumni SMA 1 Blora angkatan Tahun 1997 yang setahun terakhir ini berkunjung ke Blora.

b. *Metode Analisis Data*

Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif yaitu statistik deskriptif yang ditunjukkan dalam bentuk penyajian tabel, grafik, gambar. Statistik deskriptif digunakan untuk memberi gambaran populasi dari hasil kuisisioner. Selain itu dilakukan analisis korelasi data nominal ordinal dengan metode crosstab dan chisquare. Analisis dilakukan untuk melihat korelasi faktor pariwisata terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha.

Analisis selanjutnya yang dilakukan adalah analisis kualitatif. Metode yang digunakan yaitu konstruktifisme. Analisis ini bertujuan untuk melengkapi hasil analisis kuantitatif dengan menemukan fenomena sosial yang terjadi dari data yang tidak dapat dijelaskan secara rigid dengan analisis kuantitatif untuk memahami kondisi lapangan secara menyeluruh (Creswell dan Vicki L., 2008).



Gambar 2. Model *Triangulation Mixed Methods* (Cresswell dan Vicky L., 2008)

Hasil dan Pembahasan

Adapun untuk menjawab pertanyaan terkait dengan data kuantitatif yaitu yang ada di tujuan penelitian nomor 1-3. Menggunakan alat uji chisquare dalam SPSS. Adapun data variabel yang diuji adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perbandingan Antara Jumlah Obyek Wisata, UMKM dan PAD Kabupaten Blora Tahun 2010-2015

Tahun	Jumlah Wisata	Jumlah Kunjungan Wisatawan	Jumlah UMKM	Produktivitas UMKM (Rp)	PAD (Rp)	Retribusi Daerah (Rp)
2010	32	137.642	11.096	465.289.116.000	47.087.584.059.000	23.935.158.129
2011	32	29.680	11.060	487.256.337.000	67.021.769.902.000	8.746.660.794
2012	31	214.690	11.785	543.750.660.000	81.987.007.133.000	8.817.557.815
2013	34	59.998	11.601	576.992.400.000	95.192.786.972.000	11.847.744.920
2014	32	14.200	11.664	605.534.923.000	144.798.225.775.000	15.366.765.092
2015	29	141.250	11.710	450.428.563.000	169.256.241.630.000	9.787.397.317

Sumber: Blora Dalam Angka, 2011-2016

Adapun hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Uji Korelasi Antara Jumlah kunjungan Objek Wisata terhadap Jumlah UMKM di Kabupaten Blora dengan menggunakan Chi-Square menghasilkan angka signifikan 0,224 dengan Alfa= 95% maka hasil ini tidak signifikan dan diperoleh kesimpulan bahwa H0 tidak mampu diterima, sehingga tidak ada korelasi antara jumlah objek wisata (kunjungan wisata) terhadap Jumlah UMKM (produktivitas UMKM). Adapun hasil uji chi square adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Chisquare Jumlah Objek Wisata Terhadap Jumlah UMKM

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.000 ^a	25	.224
Likelihood Ratio	21.501	25	.664
N of Valid Cases	6		

a. 36 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Sumber: SPSS 23.

2. Uji Korelasi Antara Jumlah UMKM terhadap Jumlah PAD di Kabupaten Blora dengan menggunakan Chi-Square menghasilkan angka signifikan 0,224 dengan Alfa= 95% maka hasil ini tidak signifikan dan diperoleh kesimpulan bahwa H0 tidak mampu diterima. sehingga tidak ada korelasi antara Jumlah UMKM (produktivitas UMKM) terhadap PAD (retribusi Daerah) . Adapun hasil uji chi square adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Chisquare Jumlah UMKM Terhadap Jumlah PAD

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.000 ^a	25	.224
Likelihood Ratio	21.501	25	.664
N of Valid Cases	6		

a. 36 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Sumber: SPSS 23

3. Uji Korelasi Antara Jumlah Objek Wisata Terhadap Jumlah PAD di Kabupaten Blora dengan menggunakan Chi-Square menghasilkan angka signifikan 0,224 dengan Alfa= 95% maka hasil ini tidak signifikan dan diperoleh kesimpulan bahwa H03 tidak dapat mampu diterima sehingga tidak ada korelasi antara Jumlah Objek Wisata (Kunjungan Wisata) terhadap Jumlah PAD (Retribusi daerah). Adapun hasil uji chi square adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Chisquare Jumlah UMKM Terhadap Jumlah PAD

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.000 ^a	25	.224
Likelihood Ratio	21.501	25	.664
N of Valid Cases	6		

a. 36 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

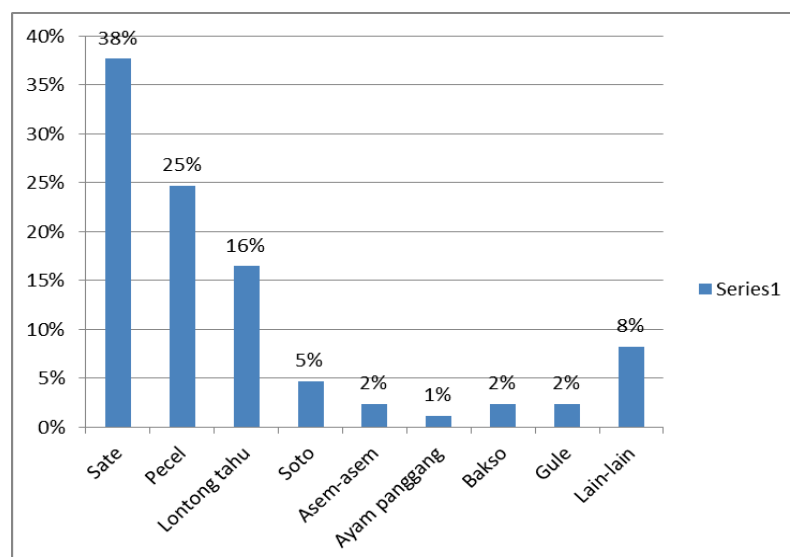
Sumber: SPSS 23

4. UMKM pendukung pariwisata yang perlu dibesarkan
 Dari data wawancara yang dilakukan maka di dapatkan beberapa data sebagai berikut:

Tabel 6. Wisata Kuliner yang Sering di Kunjungi

Jenis Makanan	Jumlah	%
Sate	32	38%
Pecel	21	25%
Lontong tahu	14	16%
Soto	4	5%
Asem-asem	2	2%
Ayam panggang	1	1%
Bakso	2	2%
Gule	2	2%
Lain-lain	7	8%

Sumber : Hasil Wawancara Responden



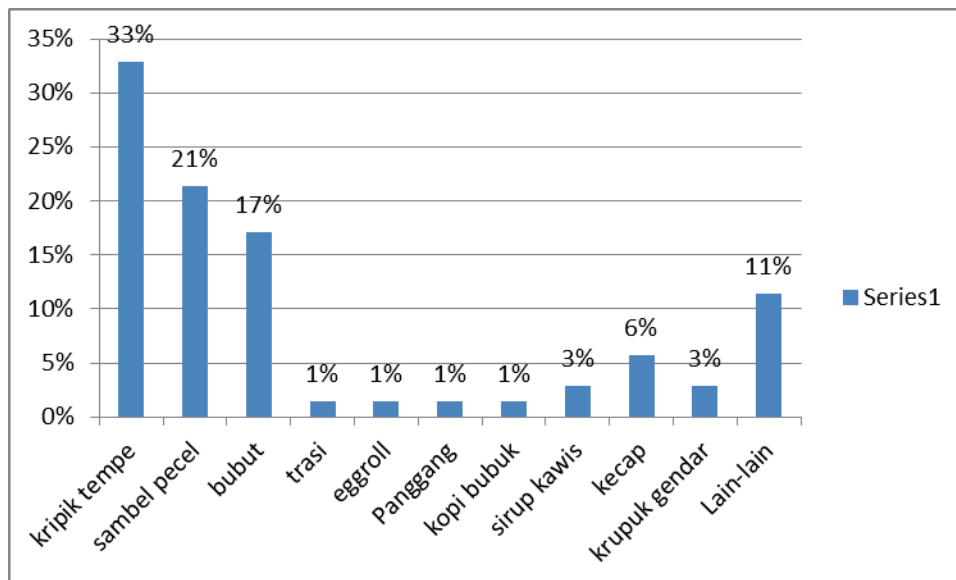
Gambar 3. Wisata Kuliner yang Sering di Kunjungi
Sumber : Hasil Wawancara Responden

Dari hasil di atas bisa disimpulkan bahwa 3 wisata kuliner yang sering dikunjungi berturut-turut adalah sate Blora, nasi pecel, lontong tahu. Jadi tiga wisata kuliner tersebut yang perlu fokus dikembangkan dengan memberikan fasilitas wisata yang memadai memberikan stimulus munculnya wisata kuliner serupa ke depan.

Tabel 7. Oleh-oleh Yang Sering Dibeli

Jenis Oleh-oleh	Jumlah	%
kripik tempe	23	33%
sambel pecel	15	21%
Bubut	12	17%
Trasi	1	1%
eggroll	1	1%
Panggang	1	1%
kopi bubuk	1	1%
sirup kawis	2	3%
kecap	4	6%
krupuk gendar	2	3%
Lain-lain	8	11%

Sumber : Hasil Wawancara Responden



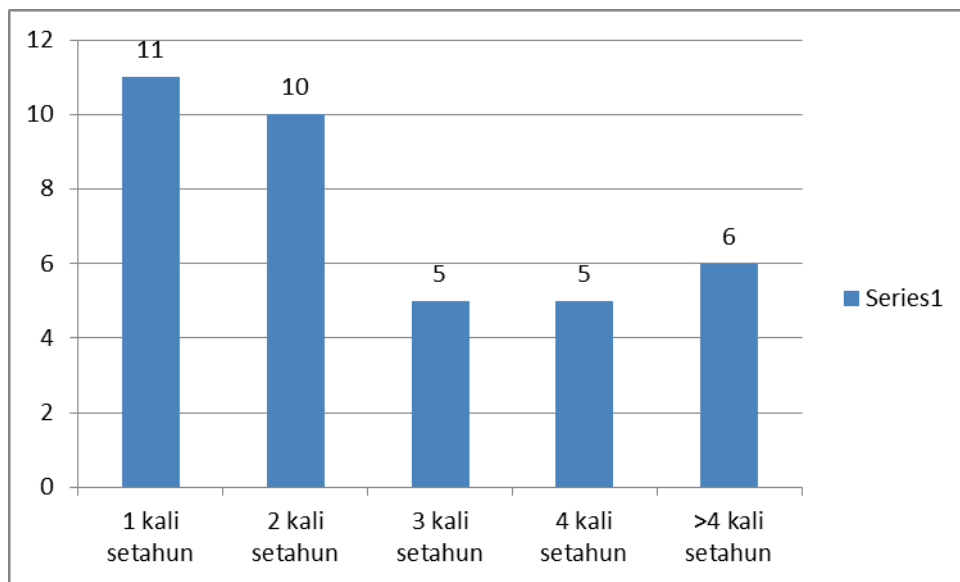
Gambar 4. Oleh-oleh yang Sering Dibeli
 Sumber : Hasil Wawancara Responden

Dari hasil di atas bisa disimpulkan bahwa 3 oleh-oleh yang sering dibeli wisatawan berturut-turut adalah kripik tempe, sambel pecel dan bubut jati. Jadi tiga oleh-oleh tersebut yang perlu fokus dikembangkan dengan memberikan fasilitas wisata yang memadai memberikan stimulus munculnya wisata kuliner serupa ke depan.

Tabel 8. Intensitas Kunjungan Wisatawan

Jumlah Kunjungan setiap Tahun	Jumlah
1 kali setahun	11
2 kali setahun	10
3 kali setahun	5
4 kali setahun	5
>4 kali setahun	6
Rata-rata	4,695122

Sumber : Hasil Wawancara Responden



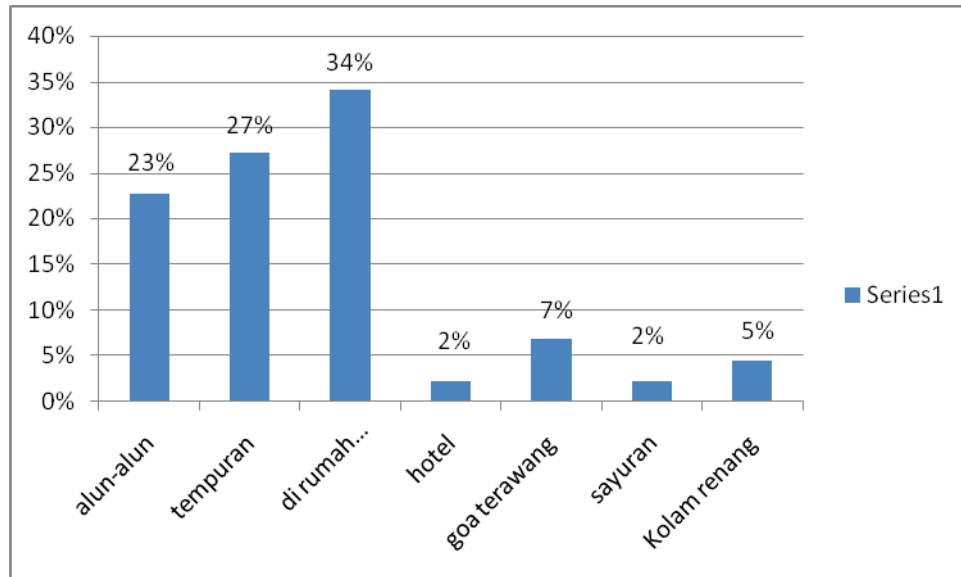
Gambar 4. Intensitas Kunjungan Wisatawan
 Sumber : Hasil Wawancara Responden

Dari hasil di atas bisa disimpulkan bahwa rata-rata kunjungan 4,6 kali dalam setahun yang dihitung dari total jumlah kunjungan responden dalam setahun yaitu 192 kali dibagi dengan jumlah responden 41 orang. Hal ini menunjukkan bahwa animo masyarakat datang ke Blora setahun sekitar 5 kali, ini menandakan bahwa wisatawan cukup sering datang ke Blora.

Tabel 8. Tempat Wisata yang Sering Dikunjungi

Tempat Wisata	Jumlah	%
alun-alun	10	23%
tempuran	12	27%
di rumah sodara	15	34%
hotel	1	2%
goa terawang	3	7%
sayuran	1	2%
Kolam renang	2	5%

Sumber : Hasil Wawancara Responden



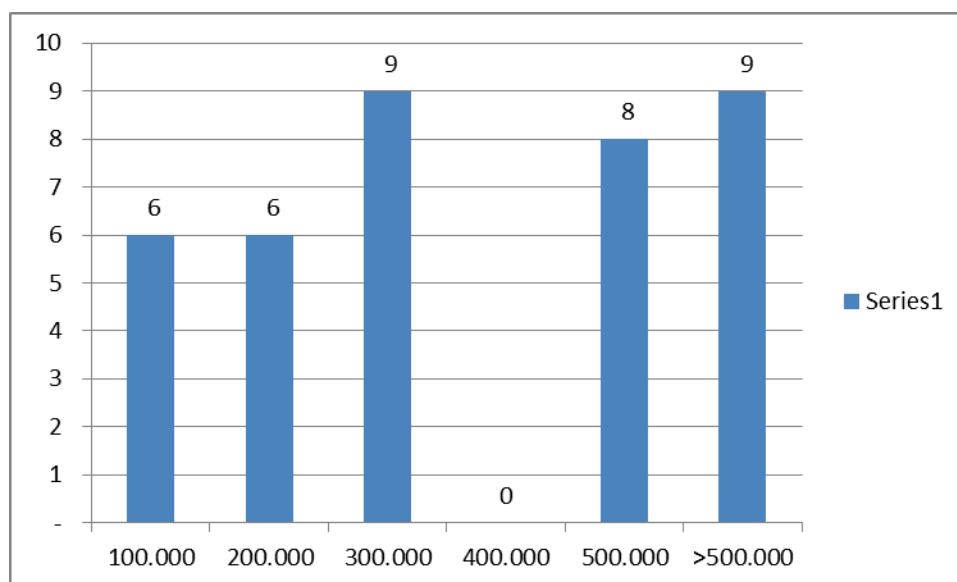
Gambar 5. Tempat Wisata yang Sering Dikunjungi

Sumber : Hasil Wawancara Responden

Dari hasil di atas bisa disimpulkan bahwa 3 tempat wisata yang sering dikunjungi wisatawan berturut-turut adalah goa terawang, pemandian dan waduk Tempuran dan Alun-alun. Dan pilihan hanya ke rumah sodara sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa banyak pengunjung yang kurang tahu atau tidak tertarik mengunjungi tempat wisata yang ada terbukti dari 32 tempat wisata yang ada 5 tempat wisata yang sering dikunjungi. Dengan adanya fakta tersebut ada beberapa faktor yang mungkin perlu diperbaiki yaitu akses jalan ke lokasi, fasilitas wisata, sosialisasi baik melalui dunia maya maupun *offline*.

Tabel 9. Jumlah Belanja Wisatawan

Jumlah Belanja Wisatawan (Rp)	Jumlah	%
100.000	6	16%
200.000	6	16%
300.000	9	24%
400.000	0	0%
500.000	8	21%
>500.000	9	24%
Rata-rata	432.927	



Gambar 6. Jumlah Belanja Wisatawan

Dari hasil di atas bisa disimpulkan bahwa rata-rata belanja Rp 433.000 saat berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa animo wisatawan untuk membelanjakan uangnya saat berkunjung cukup tinggi. Hal ini secara tidak langsung akan menunjukkan tingkat kesejahteraan para UMKM yang semakin baik bila banyak wisatawan banyak berkunjung ke Blora dan diharapkan mereka lebih banyak lagi membelanjakan dengan aneka produk yang ditawarkan UMKM.

Simpulan

Dari hasil dan pembahasan penelitian di atas maka bisa disimpulkan beberapa temuan penelitian sebagai berikut:

1. Tidak terdapat korelasi yang positif antara jumlah objek wisata (jumlah kunjungan) dengan Jumlah UMKM (produktivitas UMKM), antara jumlah UMKM (produktivitas UMKM), dengan jumlah PAD (jumlah retribusi daerah) dan antara jumlah objek wisata (jumlah kunjungan) dengan jumlah PAD (jumlah retribusi daerah). Angka tersebut semuanya memiliki rata-rata korelasi yang lebih besar dari 0,05 dengan Alfa= 95%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andyta (2013) dalam penelitian variabel jumlah wisatawan, hunian hotel, pajak hotel, pajak restoran dan retribusi obyek pajak tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan pajak hiburan memiliki pengaruh yang signifikan.
2. Dari hasil di atas bisa disimpulkan bahwa 3 wisata kuliner yang sering dikunjungi berturut-turut adalah sate Blora, nasi pecel, lontong tahu dan 3 oleh-oleh yang sering dibeli wisatawan berturut-turut adalah kripik tempe, sambel pecel dan bubut jati. Dari hasil di atas bisa disimpulkan pula bahwa rata-rata kunjungan 4,6 kali dalam setahun dan 3 tempat wisata yang sering dikunjungi wisatawan berturut-turut adalah goa terawang, pemandian dan waduk Tempuran dan Alun-alun. Dan pilihan hanya ke rumah sodara sangat tinggi serta rata-rata belanja wisatawan adalah Rp 433.000 saat berkunjung
3. Maka dari temuan di atas bisa disimpulkan bahwa UMKM yang perlu dikembangkan secara terfokus karena disukai oleh wisatawan. Untuk wisata kuliner yang sering dikunjungi berturut-turut adalah sate Blora, nasi pecel, lontong tahu. Dari produk UMKM berupa oleh-oleh yang sering dibeli wisatawan adalah kripik tempe, sambel pecel dan bubut jati. Dari keenam UMKM tersebut perlu difasilitasi untuk tempat

jualan yang representatif juga pengembangan UMKM supaya banyak lagi varian oleh-oleh maupun kuliner di Kota Blora.

4. Destinasi wisata yang sering dikunjungi adalah goa terawang, pemandian dan waduk Tempuran dan Alun-alun. Dan pilihan hanya ke rumah saudara sangat tinggi. Hal ini perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan penyebab kurang menariknya pengunjung untuk ke wisata lain yang jumlahnya masih banyak lagi, hanya wisata dalam kota saja yang banyak diminati. Perlu dilihat akses, fasilitas wisata, juga faktor sosialisasi.
5. Jika rata-rata kunjung wisatawan berkunjung rata-rata setahun 5 kali, dan bila sekali berkunjung rata-rata belanja wisata yang dihabiskan adalah Rp 433.000. Maka jika dalam data rata-rata kunjungan 5 tahun dari tahun 2010-2015 adalah sekitar 99.577 wisatawan yang berkunjung maka rata-rata total penerimaan UMKM berbasis wisata berjumlah Rp 43.116.696.667 (Empat Puluh Tiga Milyar Seratus Enam Belas Juta Enam Ratus Sembilan Puluh Enam Ribu Enam Ratus Enam Puluh Tujuh Rupiah). Sedangkan dari data yang ada, rata-rata penerimaan pendapatan seluruh UMKM sebesar Rp 521.541.999.833 (Lima Ratus Dua Puluh Satu Milyar Lima Ratus Empat Puluh Satu Juta Sembilan Ratus Sembilan Puluh Sembilan Ribu Delapan Ratus Tiga Puluh Tiga Rupiah). Artinya UMKM berbasis wisata memiliki sumbangan kontribusisebesar 8,26% terhadap produktivitas seluruh UMKM di Kabupaten Blora. Angka UMKM berbasis wisatawan ini masih cukup kecil dibanding total UMKM yang ada. Untuk itu pemerintah perl membuat strategi untuk meningkatkan penerimaan sektor wisata, karena dari jumlah 32 destinasi baru 5 destinasi yang banyak dikunjungi. Adapun dengan kondisi kurang besarnya anggaran yang dimiliki PEMKAB Kabupaten Blora perlu diprioritaskan dulu untuk pembangunan wisata dan prasarana penunjang juga UMKM berbasis wisata dengan data yang ada di temuan nomor 2 di atas.

Saran

1. Dari penelitian ini ditemukan beberapa data dari Blora Dalam Angka antar tahun yang tidak konsisten. Misalnya adanya data PAD tahun 2012 yang jumlahnya berbeda antara tahun 2012 yang ada di Blora dalam Angka Tahun 2013 dan 2014. Hal ini yang menimbulkan pertanyaan peneliti angka mana yang benar, Dan setelah ada permintaan ulang data Bapeda akan tetapi angkanya juga berbeda. Sehingga peneliti memberi rekomendasi bahwa sebaiknya data angka yang digunakan dalam uji korelasi perlu divalidasi. Atau dipastikan dengan teknik wawancara ke pelaku UMKM.
2. Setelah ditanyakan ke pihak lapangan banyak areal parkir wisata yang belum terkelola baik oleh PEMKAB dan sebagian masih berupa parkir liar. Untuk itu PAD dalam hal ini retribusi parkir belum bisa menunjukkan korelasi terkait banyak kunjungan wisatawan. Dan disarankan PEMKAB untuk mengelola dengan baik misal dengan konsorsium bila belum mampu mengelola sendiri.
3. UMKM yang dimaksud dalam penelitian ini masih UMKM secara umum, bukan UMKM yang ada di sekitar tempat wisata untuk itu perlu dicari data di lapangan lebih lanjut dengan metode kualitatif.
4. Ditemukan adanya budget wisata selama 6 tahun berturut-turut masih dengan angka 0%, dalam hal ini perlu ada validasi angka lebih lanjut. Dan bila anggarannya terlalu kecil ke depan perlu dibudgetkan untuk pembangunan fasilitas wisata dengan lebih baik lagi.
5. Dalam hal ini butuh dilakukan peneliti ulang dengan variabel faktor dan responden yang lebih banyak lagi.

6. PEMKAB Blora harus serius menyajikan data dalam angka sehingga data tersebut bisa dipakai membuat keputusan strategis.

Daftar Pustaka

- Andyta Widiyanto (2013). Analisis Optimalisasi Penerimaan Daerah Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya, *Skripsi-Unpublish*, Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Arif Wahyudi I. (2014), Studi Potensi Ekonomi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tulungagung, *Skripsi-Unpublish*, Malang: FEB Unibraw.
- Arini Shofi E. dan Arief Rosyidie (2015). Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota A SAPPK V4N3:965, ITB Bandung.
- Band. WA. (1991). Creating Value for Customers, Design and Implementating A Total Corporate Strategy. John Wiley and Sons Inc: New York. Creswell, John W. and Vicki L. Plano Clark (2008). Designing and conducting mixed methods research. London : Sage Publications.
- Bella Novitasari (2015). Implementasi Kebijakan Pembangunan Pariwisata Dalam Peningkatan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Objek Wisata Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi, *Skripsi-Unpublish*, Bali: Universitas Udayana.
- Damanik, J dan Weber, J. Helmut (2006). Perencanaan Ekowisata dari Teori dan Aplikasi, CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Kotler T. Philip. And Armstrong. Gary (2014). Principle of Marketing 15th edition, Pearson: USA.
- Leiper, Neil. (1990). Tourism System: An Interdisciplinary Perspective. Department of Management System. Business Studies Faculty, Massey University Palmerston, North, New Zealand.
- Misbakhul Munir Z. dan M. Taufik (2012). Pengembangan Potensi Wisata Alam Tulungagung dengan Sistem Informasi Geografis, <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Undergraduate-12512-Paper.pdf> : ITS Surabaya.
- Spillane, J. James. (1989). *Ekonomi Pariwisata*. C.V. Kanisius : Bandung
- Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono (1981). *Ekonomi Pembangunan*. Medan: Borta Gorat
- Susiana (2003), Analisis Faktor yang mempengaruhi Penerimaan Daerah Sektor Pariwisata Kota Surakarta (1985-2000), *Disertasi- Unpublish*, Universitas Diponegoro Semarang.
- _____, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>.
- _____, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, http://www.djpk.depkeu.go.id/attach/post-no-28-tahun-2009-tentang-pajak-daerah-dan-retribusi-daerah/UU-427-973-UU_28_Tahun_2009_Ttg_PDRD.pdf.
- _____(2009), Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, <http://maritim.go.id/wp-content/uploads/2016/01/UU-No.-10-Tahun-2009-Tentang-Kepariwisata.pdf>.

- _____ (2004), Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Jakarta
- _____ (2007), Penelitian Dampak Kegiatan Pariwisata pada Tingkat Pendapatan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Unggulan di Jawa Tengah, Jawa Tengah: Tim Peneliti Balitbang Jawa Tengah.
- _____ (2012).Data Blora Dalam Angka 2012, Bappeda Kabupaten Blora.
- _____ (2013).Data Blora Dalam Angka 2013, Bappeda Kabupaten Blora.
- _____ (2014).Data Blora Dalam Angka 2014, Bappeda Kabupaten Blora.
- _____ (2015).Data Blora Dalam Angka 2015, Bappeda Kabupaten Blora.
- _____ (2016).Data Blora Dalam Angka 2016, Bappeda Kabupaten Blora