

**PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DESA SIDOHARJO TEPUS GUNUNG  
KIDUL MELALUI PEMBERDAYAAN UKM DALAM PARIWISATA PANTAI  
SADRANAN GUNUNG KIDUL**

**Ayu Yanuar Danik R, Masruri**

Program Studi Administrasi Publik STISIP Kartika Bangsa

*Korespondensi penulis: Ayu.02.yanuar400@gmail.com, Ahmad.masruri1980@gmail.com*

**Abstrak**

Penelitian mengenai Pengembangan kewirausahaan desa Sidoharjo melalui Pemberdayaan UKM dalam Pariwisata Pantai sadranan ini untuk melihat Kewirausahaan yang dilaksanakan masyarakat desa Sidoharjo. Bagaimana pemerintah desa mengarahkan kegiatan perorangan atau kelompok membangun kegiatan yang menghasilkan. Apakah kegiatan yang ada dikembangkan secara mandiri ataupun bermitra dengan pihak lain. Seberapa besar kegiatan usaha yang ada ini telah memberikan pendapatan pada pemerintah desa ataupun pelaku usaha itu sendiri. Untuk meningkatkan kewirausahaan para pelaku usaha perlu lebih lagi digiatkan pengetahuan tentang ekonomi kreatif yang akan menumbuhkan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) yang beretika, memperkuat akses permodalan dan pemasaran produk, membangun image kawasan wisata dan budaya serta meningkatkan kesejahteraan anggota UKM. Dalam keterbatasan teknologi ditingkatkan kebersamaan usaha dalam menghadapi tantangan dan hambatan yang terjadi. Pemberdayaan dilakukan melalui peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pada produk yang dihasilkan. Melalui pemberdayaan yang dilakukan tersebut diharapkan akan meningkatkan ciri tertentu atau ke khasan yang memberi kesan mendalam pada produk-produk asli daerah dan akan meningkatkan ekonomi daerah itu sendiri. Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data terkait dengan kewirausahaan, dan pemberdayaan, dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam pada aparat desa, dan para pelaku bisnis dan dokumentasi dari buku-buku, catatan maupun dokumen terkait. Analisis data dilakukan dengan metode triangulasi untuk mendapatkan keabsahan datanya.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan; Pemberdayaan; Ekonomi Kreatif.

### ***Abstract***

*This research on the development of entrepreneurship in Sidohardjo village through the Empowerment of SMEs in Sadranan Beach Tourism is to see Entrepreneurship carried out by the Sidoharjo village community. How the village government directs individual or group activities to build productive activities. Are the existing activities developed independently or in partnership with other parties. How much of these existing business activities have provided income to the village government or the business actors themselves. To increase entrepreneurship, business actors need to be more active in knowledge about the creative economy which will foster an ethical entrepreneurial spirit, strengthen access to capital and product marketing, build the image of tourist and cultural areas and improve the welfare of SME members. Within the limitations of technology, business togetherness is increased in facing the challenges and obstacles that occur. Empowerment is carried out through increasing knowledge and skills in the products produced. Through the empowerment carried out, it is hoped that it will increase certain characteristics or characteristics that give a deep impression on indigenous regional products and will improve the regional economy itself. This research will use qualitative research with descriptive method. Data collection related to entrepreneurship and empowerment was carried out through observation, in-depth interviews with village officials, and business people and documentation from related books, records and documents. Data analysis was carried out using the triangulation method to obtain the validity of the data.*

***Keywords:*** *Entrepreneurship; Empowerment; Creative Economy.*

## A. Latar Belakang

Pantai Sadranan terletak di desa Sidoharjo Kecamatan Tepus Kabupaten Gunung Kidul. Pantai dengan hamparan pasir putih dengan panorama menarik ini memiliki pesona tersendiri diantara pantai-pantai lainnya di Gunung Kidul. Sebagai salah satu tujuan wisata pantai ini memiliki daya tarik seperti; pantai yang letaknya menjorok kedalam memiliki pasir putih, pemandangan alam yang indah, tenda untuk duduk-duduk menikmati pantai, tempat untuk menikmati matahari tenggelam (*sun set*), tempat menginap dan satu hal yang tidak ada dipantai lain, pengunjung dapat menikmati laut dengan snorkeling.

Suasana ramai sebagai tujuan wisata telah membangunkan ide-ide dalam melengkapi pariwisata yang berkembang. Pemerintah desa Sidoharjo dan warganya telah membangun semangat kewirausahaannya dengan berbagai ide kreatifnya disekitar pariwisata pantai Sadranan ini sehingga menjadi kawasan menarik untuk dikunjungi. Usaha yang di kembangkan berupa menyajikan atau menjual makanan dan minuman, cinderamata, menyewakan; tikar, payung, tenda, alat *snorkeling*, kano, penginapan di kawasan pantai Sadranan tersebut.

Sebagai destinasi wisata pantai Sadranan telah memenuhi persyaratan untuk memberikan kepuasan pengunjung. Dalam Srtategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional disebutkan bahwa untuk menjadikan suatu tempat sebagai tujuan wisata terkait:

1. Pembangunan Daerah Tujuan Wisata;
  - Wisata Alam;
  - Wisata Budaya;
  - Wisata buatan
2. Aksesibilitas Pariwisata;
  - Sarana transportasi (moda transportasi angkutan jalan, sungai danau, penyeberangan, angkutan laut dan kereta api)
  - Prasarana Transportasi (pelabuhan laut, bandara, stasiun)
  - Sistem transportasi (informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda)
3. Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Pariwisata
  - Prasarana umum; (listrik, telekomunikasi, pengelolaan limbah)
  - Fasilitas Umum (keamanan, keuangan perbankan, bisnis, kesehatan, sanitasi dan kebersihan, khusus bagi penderita cacat fisik,

anak-anak dan lanjut usia, rekreasi, lahan parkir dan ibadah)

- Fasilitas Pariwisata (akomodasi, rumah makan/restoran, informasi dan pelayanan pariwisata, keimigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata, dan satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah-papan informasiwisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan

#### 4. Pemberdayaan Masyarakat

- Sadar wisata
- Pengembangan Kapasitas Masyarakat

#### 5. Investasi Pariwisata

- Profil invests
- Promosi investasi
- Forum bisnis

(Sumber Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025; PP 50/2011 pasal 7 ayat a).

Sebagai tujuan wisata yang baru berkembang tentu masih banyak daya tarik yang dapat dikembangkan sesuai lokasi dan kebutuhan wisatawan yang semakin meningkat. Banyak ide-ide kreatif dan jasa pendukung yang dapat di berdayakan agar nilai-nilai pariwisata selain keindahan, seni, peningkatan budaya tradisional, maupun religi lebih memiliki nilai jual wisata. Jasa

pendukung seperti fasilitas pariwisata; pelayanan pariwisata *e-tourism* kios, pengembangan seni, foto, video, *music*, cinderamata, dapat memberikan kesan pengunjung atas kawasan wisata ini. Pengunjung akan merasakan apa yang dilihat dan rasakan sebagai pengalaman dan merasa terkesan, pengunjung tidak hanya loyal terhadap perusahaan atau tempat wisata tetapi pengunjung akan menginformasikan produk perusahaan tersebut secara *word of mounth*. Melalui pengalamannya berkunjung kesuatu tujuan wisata dan memiliki kesan indah yang dibawanya pulang, maka semua kenangan yang berkesan tersebut akan mengulangnya kembali ke tempat tersebut, selain itu kesan indahnya juga akan diteruskannya pada orang lain agar berkunjung ketempat tersebut.

Semua sajian wisata dan jasa yang ada saat ini adalah atas kerjasama pemerintah desa dan warganya dalam membangun kehidupan wisata pantai Sadranan. Kewirausahaan yang berkembang ini adalah upaya-upaya pemerintah desa dalam pengarah dan pergerakan partisipasi warga, dan pembangunan jaringan dengan pihak swasta untuk meningkatkan kinerja yang menghasilkan.

Sebagaimana Osborne dan Ted Gabler (2014) dalam pemikirannya menyarankan perlu ada upaya-upaya terobosan untuk

mendapatkan hasil yang lebih baik khususnya dalam menghadapi tantangan kehidupan yang terus berkembang. Mendefinisikan ulang berbagai masalah dan menyusun berbagai sumberdaya untuk digunakan oleh yang lain dalam menghadapi masalah tersebut sementara pemerintah berperan sebagai fasilitator. Disisi lain penting peran pemerintah dalam menjalin sumberdaya nya dengan swasta untuk mencapai tujuan masyarakatnya.

Kewirausahaan dalam birokrasi atau Pemerintah wirausaha dalam otonomi daerah di Indonesia, pemerintah daerah dapat meningkatkan sumberdaya aparatnya dan meningkatkan potensi lokal yang ada di daerahnya. Pemerintah daerah yang memiliki potensi wisata khususnya dapat meningkatkan sumberdayanya lebih produktif, baik potensi alam, sumber daya manusia dan sumberdaya pemerintah untuk mengelola itu semua bagi kesejahteraan warganya.

Desa Sidoharjo dengan pantai Sadranan merupakan salah satu bagian dari pemerintah daerah kabupaten Gunung Kidul dengan potensi wisatanya yang luar biasa menjanjikan. Pemerintah desa Sidoharjo telah membangun kewirausahaan dalam wisata pantai yang berada di daerahnya tersebut. Untuk meningkatkan kewirausahaan yang telah ada ini pemberdayaan dengan ide-ide

kreatif dapat menambah pengetahuan dan ketrampilan pada perilaku usaha atau masyarakat yang sekaligus meningkatkan jumlah tenaga kerja yang terlibat.

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan paradigma wisata, produk-produk kreatif melalui sektor wisata mempunyai potensi yang lebih besar untuk dikembangkan. Ekonomi kreatif mulai merambah untuk di kembangkan agar dapat dinikmati melalui paket-paket wisata yang menawarkan pengalaman langsung dan interaksi dengan kebudayaan lokal, dan terciptalah produk-produk inovatif khas daerah.

Selama tahun 2014–2019 ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan 5,7%. Sub sektor yang tumbuh di atas rata-rata adalah periklanan, fashion, musik, desain interior, arsitektur dan seni pertunjukan. Selain itu ekonomi kreatif juga menyerap tenaga kerja yang meningkat, dari 14,2 juta orang menjadi 16 juta orang. Selain itu tampak sub sector ekonomi kreatif semakin dapat bersaing dan menembus pasar global (Retas,2019).

Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata memerlukan

sinergi antar stakeholder yang terlibat di dalamnya, yaitu pemerintah, cendekiawan, dan sektor swasta (bisnis). Dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang disampaikan oleh Dr. Mari Elka Pangestu, berhasil dirumuskan model sinergitas antar stakeholders ekonomi kreatif, khususnya pada sub sektor kerajinan. Sebagai catatan, sub sektor kerajinan merupakan bentuk ekonomi kreatif yang paling dekat dengan pengembangan wisata. Kerajinan termasuk pada pembuatan souvenir atau memorabilia yang memberikan “kenangan” pada wisatawan sehingga membuka peluang agar wisatawan tersebut kembali berkunjung di kesempatan lain.

## **B. Tujuan Penelitian**

1. Melihat upaya kewirausahaan yang dilakukan desa Sidoharjo; membangun ragam usaha, membangun pelaku usaha, membangun kemitraan.
2. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pelaku usaha.

## **C. Metodologi Penelitian**

### **C.1 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis Kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata

tertulis atau lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati demikian Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010). Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama yakni aparat desa, pelaku bisnis (UKM), tokoh masyarakat. Data ini diperoleh melalui riset lapangan (*field research*) dengan metode wawancara mendalam (*depth interview*). Informasi yang diperoleh 1) Kewirausahaan yang dikembangkan, 2) peran pemerintah desa dan kebijakannya dalam pengembangan kewirausahaan, 3) jumlah dan jenis out put yang dihasilkan, 4) Pemberdayaan yang dilakukan terkait ide-ide kreatif.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari tinjauan pustaka, catatan, dokumen dari instansi yang terkait dan dapat mendukung penelitian.

### **C.2 Metode Pengambilan Data**

Pengambilan data dilakukan melalui; Observasi, Wawancara dan Dokumentasi; 1) observasi atau pengamatan pada kewirausahaan di Pariwisata Pantai Sadranan yang menjadi wilayah desa Sidoharjo. 2) wawancara pada aparat desa, pelaku usaha, tokoh masyarakat dan 3) dokumentasi wilayah penelitian melalui pustaka, catatan, dokumen,

peraturan yang terkait dengan Kewirausahaan, ekonomi kreatif dan Pemberdayaan.

### **C.3 Metode Analisis Data**

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis adalah sebagai berikut:

#### **a. Pengumpulan Data**

Penulis melakukan pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Data-data tersebut penulis kumpulkan menjadi satu untuk dilakukan pemilihan data.

#### **b. Pemilihan Data/Reduksi Data**

Setelah data-data yang dikumpulkan diperoleh, maka penulis melakukan pemilihan data dengan menyesuaikan sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti.

#### **c. Penyajian Data**

Langkah selanjutnya adalah proses penyajian data, dalam tahap ini penulis melakukan analisis data dengan menjabarkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan sesuai dengan apa yang didapat. Untuk mendapat kan keabsahan data dilakukan teknik triangulasi yakni membandingkan apa yang dikatakan orang yang diwawancara dengan sumber-sumber lainnya seperti keadaan lapangan atau kenyataan dan teori yang digunakan.

#### **d. Menarik Kesimpulan dan Saran**

Dalam tahap ini penulis menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian. Selain memberikan kesimpulan penulis juga memberikan saran atau rekomendasi penelitian.

## **D. Hasil dan Pembahasan**

### **D.1 Hasil**

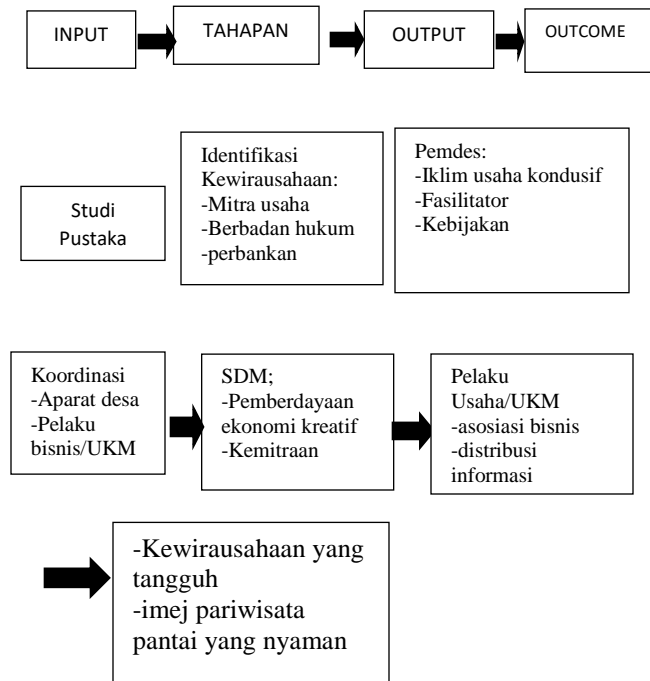
Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pemerintah desa sudah memberi wewenang untuk mengembangkan UKM secara mandiri dan berdaya guna kepada masyarakat.

Kinerja perwakilan salah satu warga dalam mengembangkan UKM ini benar-benar bertujuan mensejahterakan bersama kelompoknya dengan segala aktivitas dan strateginya dalam memanfaatkan sumber daya alam yang ada.

Bersama-sama mencegah dan meminimalisir adanya masalah dalam pengembangan UKM sehingga energy yang tercurah semata mendapatkan penghasilan yang lebih untuk kesejahteraan bersama dan keluarga

Pemerintah Desa ikut berperan besar dalam mendesentralisasikan wewenang dalam menjalankan manajemen partisipasi dan mengikuti mekanisme pasar.

## Gambar



## D.2 Pembahasan

Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, kota Pariwisata, dan Kota budaya. Pariwisata Pantai Yogya meliputi; pantai Glagah, pantai Baron, pantai Drini, pantai Sadranan, pantai Ngobaran, pantai Siung, pantai Kesirat, pantai Jogas, pantai Indrayanti. Melalui kawasan wisata yang ada ini sesungguhnya kewirausahaan dapat dikembangkan dengan subur. Ide pengelolaan sumberdaya yang ada tersebut tergantung pula pada kemampuan pemerintah setempat dalam mengarahkannya. Bagaimana upaya menggerakkan keterlibatan warga untuk mengembangkan diri, membuat jaringan dan

membangun kawasan yang produktif. Pengembangan ide-ide kreatif dapat meningkatkan ragam sajian yang menarik dan mengembangkan pula ekonomi kreatif pada masyarakat yang mampu sebagai penampung tenaga kerja. Telah pula disebutkan diatas bahwa ekonomi kreatif mampu menyerap tenaga kerja yang meningkat. Ini artinya dengan pemberdayaan yang terus menerus dilaksanakan pada masyarakat dengan hasil kreatifitasnya yang menghasilkan, akan meneguhkan kewirausahaan yang dikembangkannya.

Pariwisata pantai Sadranan berkembang tidak luput dari adanya sentuhan warga sekitar. Pemerintah desa Sidoharjo dengan kaawasan pantai yang ada di wilayahnya ini membangun kewirausahaan melalui sumberdaya alam tersebut, mengembangkan kreasi-kreasi yang disajikan untuk dapat dinikmati wisatawan yang berkunjung. Mulai dari rekreasi alam, alat rekreasi berupa kano atau perahu, alat untuk snorkeling, tenda, makanan, minuman dan penginapan. Dari kegiatan yang ada ini dapat terlihat perkembangan pelaku bisnis yang terlibat, baik dari warga masyarakat sekitar maupun pihak swasta.

Perkembangan pariwisata pantai di daerah Gunung Kidul sangat menjajikan dan



setiap daerah membawa kekhasannya masing-masing. Wisatawan yang berkunjung ke pantai Sadranan ini umumnya tertarik untuk dapat menikmati pantai dengan snorkeling.

Dari fenomena yang ada tersebut timbul keinginan peneliti untuk mengetahui lebih jauh mengenai pengembangan kewirausahaan dari sumberdaya alam dan sumberdaya manusia untuk menumbuhkan kembangkan ekonomi kreatif yang merupakan warisan budaya yang akan dapat meningkatkan pariwisata dan kesejahteraan pada masyarakat.

Melalui pemberdayaan baik berupa pengetahuan maupun ketrampilan akan dapat meningkatkan motivasi seseorang atau kelompok untuk berusaha. Seiring dengan berkembangnya pariwisata akan berkembang pula tuntutan kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Ide-ide kreatif untuk menciptakan kegiatan baru yang dapat memberikan kepuasan pengunjung perlu terus dikembangkan. Beberapa kegiatan kreatif ini antara lain fotografi, kerajinan, fesyen, pasar seni, pertunjukan music, dan lain-lain sesuai kebutuhan para wisatawan. Industri kreatif yang berkembang akan melahirkan ekonomi kreatif yang berperan dalam peningkatan ekonomi pada masyarakat setempat khususnya

Ekonomi kreatif telah dikembangkan di berbagai negara dan menampilkan hasil positif yang signifikan, antara lain berupa penyerapan tenaga kerja, penambahan pendapatan daerah, hingga pencitraan wilayah di tingkat internasional. Pencitraan wilayah muncul ketika suatu wilayah menjadi terkenal karena produk kreatif yang dihasilkannya. Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut.

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi baru yang dianggap setiap pelakunya, bukan hanya sebagai pencari pekerjaan, tetapi mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Ekonomi kreatif diimplementasikan menjadi model pengembangan ekonomi atas legitimasi terbitnya INRES Nomor 6/2009 menjadi landasan dan batu pijakan bagi Kementerian Perdagangan Indonesia untuk menyusun strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dijabarkan pada Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2025 demi mewujudkan tercapainya visi dan misi pembangunan ekonomi Indonesia untuk

bangkit, maju dan unggul dalam persaingan ekonomi global. Sub sektor industri kreatif Indonesia meliputi;

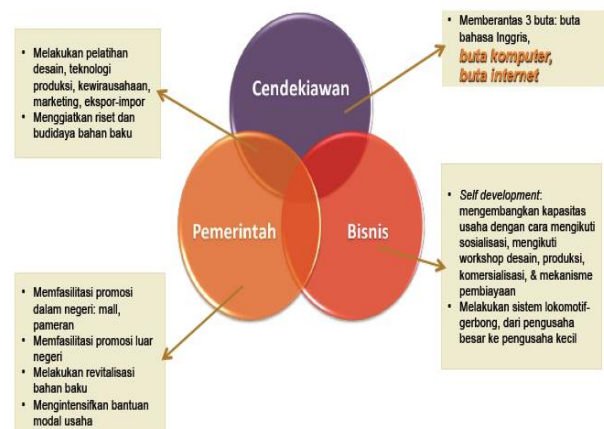
1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar barang seni
4. Kerajinan
5. Desain
6. Fasion
7. Film, Video, & fotografi
8. Permainan interaktif
9. Musik
10. Seni Pertunjukan
11. Penerbitan & Percetakan
12. Laynan Komputer & Piranti Lunak
13. Radio & Televisi
14. Riset & Pengembangan

Pembentukan ruang kreatif diperlukan untuk dapat merangsang munculnya ide-ide kreatif, karena manusia yang ditempatkan dalam lingkungan yang kondusif akan mampu menghasilkan produk-produk kreatif bernilai ekonomi. Festival budaya, merupakan salah satu bentuk penciptaan ruang kreatif yang sukses mendatangkan wisatawan.

Pada gambar berikut dapat dilihat bahwa ada 3 aspek sinergi antara Pemerintah, Cendekiawan dan Bisnis. Pemerintah memfasilitasi promosi dalam negeri misalnya melalui pameran. Memfasilitasi promosi luar negeri, melakukan revitalisasi bahan baku dan mengintensifkan bantuan modal usaha.

Pemerintah juga melakukan pelatihan desain, teknologi produksi, kewirausahaan, marketing, ekspor-impor dan menggiatkan riset dan budidaya bahan baku. Kaum cendekiawan memberantas 3 buta yaitu buta bahasa inggris, buta komputer dan buta internet. Sedangkan aspek bisnis mengembangkan self development dengan mengembangkan kapasitas usaha dengan cara mengikuti sosialisasi, mengikuti workshop desain, produksi, komersialisasi dan mekanisme pembiayaan. Melakukan sistem lokomotif gerbong dari pengusaha besar dari pengusaha besar ke pengusaha kecil.

Gambar 1.1: Bagan Model Sinergitas Stakeholders Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kerajinan



(sumber: Departemeni Perdagangan Republik Indonesia, 2018)

Konektivitas antara ekonomi kreatif diperlukan untuk mempermudah rantai produksi. Konektivitas atau linkage antara ekonomi kreatif dan wisata dapat berbentuk outlet penjualan yang terletak di daerah wisata. Dengan kata lain, wisata menjadi venue bagi ekonomi kreatif untuk proses produksi, distribusi, sekaligus pemasaran

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang dilakukantersebut

Untuk mencapai kemandirian masyarakat diperlukan sebuah proses belajar, melalui tahapan proses tersebut akan diperoleh kemampuan/daya dari waktu ke waktu. Dengan demikian akan terakumulasi kemampuan yang memadai, untuk mengantarkan kemandirian mereka.

Salah satu bentuk pemberdayaan lainnya dan bermanfaat untuk meningkatkan segi pemasaran adalah melalui Kemitraan. Sulistyani memberikan definisi Kemitraan dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata partnership dan berasal dari kata partner (pasangan, jodoh, sekutu/kompanyon). Partnership diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian. Kemitraan;

sebagai suatu bentuk persekutuan antara dua belah pihak atau lebih yg membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas disuatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

Aspek kelembagaan dalam hal kemitraan antar skala usaha, jenis usaha, pasar barang, dan pasar input produksi. Ketiga aspek kelembagaan ini penting untuk ditangani dalam rangka pemberdayaan ekonomi rakyat. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama dimana yang besar akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Perhatian terhadap pengusaha kecil akan mempermudah arus investasi, permodalan, manajemen dan teknologi, merupakan suatu keharusan untuk membuat keseimbangan dengan pengusaha besar yang padat modal, teknologi-tinggi, dengan manajemen yang efisien.

Menurut Keputusan Presiden RI no.99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan

perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usahayang tidak sehat.

Usaha Kecil Menengah berperan besar dalam perkembangan ekonomi Indonesia, telah terbukti bahwa UKM mampu bertahan ketika krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1998. Oleh karenanya pemerintah berupaya untuk terus meningkatkan kegiatan-kegiatan UKM sampai dengan saat ini. Seiring dengan berkembangnya kepariwisataan sector ini mampu untuk mengembangkan kegiatannya dengan industri kreatif sesuai dengan tuntutannya.

## **E. Penutup**

### **E.1 Kesimpulan**

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa upaya-upaya kewirausahaan yang dilakukan oleh Desa Sidoharjo dalam membangun ragam usaha penuh inovasi dan kreatif. Serta dalam membangun pelaku usaha juga terbukti berhasil hal ini ditandai dengan banyaknya partisipasi dari masyarakat yang ikut berinovasi mengembangkan usahanya. Kemudian dalam membangun kemitraan, pemerintah juga berperan memfasilitasi UKM dalam hal permodalan dan pengembangan usaha.

Selanjutnya dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha

dapat disimpulkan sangat efektif hal ini terbukti dengan banyaknya ragam usaha yang menarik minat pengunjung untuk datang dan membeli barang yang mereka jual.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

Departemeni Perdagangan Republik Indonesia, 2018, *Bagan Model Sinergitas Stakeholders Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kerajinan*

Osborne David. Gaebler Ted, 2014, *Mewirusahaakan Birokrasi*, PPPM Jakarta

Kementrian Pariwisata; Rapat koordinasi Nasional Akselerasi Pembangunan Kepariwisataa Dalam Rangka Pencapaian Target 12 juta wisman dan 260 juta Wisnu 2016

Moleong Lexy.L,2010, *Metode penelitian Kaulitatif*, Rosdakarya, Bandung

Retas vol 1, 2016, *Kebangkitan Ekonomi Kreatif Berpotensi Menjadi Tulang Paunggung Perekonomian Indonesia*

Sulistiyani, AT, 2004, *Kemitraan dan Model-model pemberdayaan*, Gava Media yogyakarta

### **Dokumen Pemerintah**

UU No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil

Keputusan Presiden RI No.99 Tahun 1998 *tentang Bidang/Usaha yang dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan* Inpres no 6 Tahun 2009 *Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.*