

Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara

Riesmita Kustanti✉

Universitas Wahid Hasyim Semarang

riesmitakustanti@gmail.com

Abstract

This study aims to obtain information related to MSMEs based on the creative economy in Jepara Regency. Over the years, MSMEs have proven to be able to survive in times of economic crisis and thus have an important role in the national economy. Jepara Regency, whose prestige is known nationally and has a branding as a furniture-producing area because of its carvings, also has a small and medium-sized industrial center based on a creative economy and needs to be developed because of its potential. The government as an overshadowing party, and also as a policy maker in the regions has the responsibility as a facilitator for the growth of MSMEs in Jepara. Creativity creates a creative entrepreneur. Creative entrepreneurs create and support Indonesian government programs in the development of the creative economy. As it is known that the government of the Republic of Indonesia is serious about developing the Creative economy. Creativity also means the presence of a new idea. The creative economy is Indonesia's new strength that will develop creative people, as well as media that can encourage the distribution of knowledge and information to the public. Creative economy is an economic concept that intensifies information and creativity by relying on ideas and knowledge from human resources as the main production factor. business information, business information to financing where things such as human resources and financing are common problems faced by MSMEs. This container is the MSME Center which is located in the Jepara Trade & Tourism Center Building, Rengging Village, Pecangaan District, Jepara.

Keywords: Development, UMKM, Economy, Creative, Qualitative Research.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi berkaitan dengan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Jepara. Selama bertahun-tahun, UMKM telah terbukti mampu bertahan pada masa krisis ekonomi dan demikian memiliki peran yang penting dalam perekonomian nasional. Kabupaten Jepara yang pamornya telah dikenal secara nasional serta memiliki branding sebagai daerah penghasil meubel karena ukirannya, juga memiliki sentra industri kecil menengah yang berbasis ekonomi kreatif dan perlu untuk dikembangkan karena potensinya. Pemerintah sebagai pihak yang menaungi, dan juga sebagai pembuat kebijakan di daerah memiliki tanggung jawab sebagai fasilitator pertumbuhan UMKM di Jepara. Kreativitas menciptakan seorang wirausahawan yang kreatif. Wirausaha kreatif menciptakan dan mendukung program pemerintah Indonesia dalam pengembangan ekonomi kreatif. Seperti diketahui bahwa pemerintah Republik Indonesia serius mengembangkan ekonomi Kreatif. Kreativitas juga berarti hadirnya suatu gagasan baru. Ekonomi kreatif merupakan kekuatan baru Indonesia akan menumbukembangkan orang kreatif, serta media yang dapat mendorong distribusi serta pengetahuan dan informasi kepada masyarakat. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan daaari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama Dalam upayanya untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Jepara, pemerintah meresmikan sebuah wadah yang mencakup berbagai fasilitas yang dibutuhkan oleh UMKM seperti pendampingan usaha, informasi bisnis hingga pembiayaan yang mana hal seperti sumber daya manusia dan pembiayaan merupakan permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM. Wadah ini adalah UMKM Centre yang terletak di Gedung Jepara Trade & Tourism Center Desa Rengging Kecamatan Pecangaan Jepara.

Kata kunci: Pengembangan, UMKM, Ekonomi, Kreatif, Penelitian Kualitatif.

Jurnal Ekobistek is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah (UMKM) sebagai salah satu kategori skala usaha secara struktur menempati posisi yang amat penting [1]. Krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia pada tahun 1998 telah menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional kala itu. Banyak usaha-usaha skala besar di berbagai sektor termasuk industri perdagangan dan jasa yang mengalami stagnasi dan hambatan bahkan sampai terpaksa terhenti aktivitasnya. Namun, Usaha Mikro,

Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti dapat bertahan dan mampu menjadi pemulih perekonomian yang kala itu sedang terpuruk [2]. Pada tahun 2012, UMKM telah memberikan kontribusi sebesar Rp. 4.869,5 triliun atau 59,08% dari total PDB Indonesia dengan jumlah UMKM yang mencapai 56,53 juta unit usaha atau 99,99% terhadap total unit usaha di Indonesia (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2012) [3]. Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Kabupaten Jepara merupakan wilayah di

Indonesia yang memiliki branding sebagai daerah penghasil meubel dengan ukiran kayunya. Namun disamping itu, sektor industri lain juga menjadi kontributor penting yang menyumbang pada Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Jepara, terutama jumlah usaha kecil menengah yang terus meningkat setiap tahunnya menandakan bahwa UMKM di Kabupaten Jepara

sedang mengalami kemajuan dan demikian menjadi potensi daerah yang patut diperhatikan oleh pemerintah setempat.

Tabel 1. Industri Kecil Menengah dan Tenaga Kerja Kabupaten Jepara

Jenis Industri Kecil Menengah	Banyaknya Industri Kecil Menengah					
	Unit Usaha			Tenaga Kerja		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Furniture Kayu	5.993	5.870	5.471	77.187	75.603	72.524
Genteng	3.908	3.688	986	11.724	11.064	5.334
Makanan	2.865	2.788	2.653	13.534	13.171	12.533
Konveksi	2.083	2.043	1.824	11.781	11.555	10.316
Kerajinan Kayu	1.522	1.346	1.037	9.984	8.830	6.803
Kerajinan Rotan	857	846	792	4.726	4.665	4.367
Tenun Ikat	756	724	698	11.577	11.087	10.689
Monel	592	638	615	1.818	1.959	1.289
Bordir	318	318	315	1.924	2.012	1.993
Mainan Anak	249	228	201	1.760	1.612	1.421
Gerabah	117	94	60	452	363	232
Rokok Kretek	29	29	68	1.254	1.270	1.139
Jumlah	19.289	18.612	14.720	147.721	143.191	128.640

Berdasarkan data di atas dapat dilihat sumbangsih ukm dalam menyerap tenaga kerja. Setiap tahunnya, total unit usaha mengalami peningkatan sehingga dampaknya ada lebih banyak tenaga kerja yang terserap. Pada tahun 2014, ada total 14.720 unit UKM yang mampu menyerap sebanyak 128.640 tenaga kerja. Kemudian pada tahun 2015 jumlah UKM mengalami peningkatan menjadi total 18.612 dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 143.191 dan tahun 2016 memiliki total UKM 19.289 unit dengan tenaga kerja yang terserap sebanyak 147.731. Jika dilihat dari sektor industri ukm di Jepara, dapat digolongkan bahwa jenis industri yang ada merupakan industri ekonomi kreatif, di mana ukm tersebut merupakan unit usaha manufaktur yang dapat mengombinasikan ide dan melakukan inovasi terhadap produk-produknya, seperti pada industri furnitur kayu, genteng, makanan, konveksi, kerajinan kayu dan rotan, monel, bordir, mainan anak dan gerabah. Ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya [4]. Faktor terpenting dalam ekonomi kreatif adalah ide dan inovasi dari sumber daya manusia yang mampu mengkreasikan produk yang sudah ada sebelumnya dengan hal baru atau menciptakan hal yang sama sekali baru dengan memasukkan unsur ide di dalamnya [5].

Menurut Departemen Perdagangan, industri kreatif perlu untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi daerah [6], di antaranya adalah : 1) memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap PDB, 2) menciptakan iklim bisnis positif yang berdampak pada

sektor lain, 3) membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon Nasional, membangun warisan budaya, dan nilai lokal, 4) berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreatifitas, 5) menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, 6) dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial. Namun tak jarang dalam usaha pengembangannya para pelaku UMKM mengalami hambatan terutama pada aspek sumber daya manusia dan pemodal [7]. Sebagai unit usaha yang berskala kecil dan menengah, UMKM biasanya memiliki sumber daya manusia dengan kualifikasi pengetahuan mengenai pengembangan usaha yang terbatas [8]. Berbeda dengan industri besar yang cenderung berasal dari kalangan profesional yang telah menempuh berbagai pendidikan formal [9]. Hal inilah yang menjadikan UMKM memerlukan bimbingan baik dari pemerintah ataupun pegiat UMKM [10]. Dalam praktiknya, pemerintah Kabupaten Jepara telah melakukan berbagai upaya untuk membantu mengakselerasi agar unit usaha kecil di Jepara yang berbasis ekonomi kreatif dapat berkembang semakin pesat. Namun gaung mengenai sentra industri kreatif di Kabupaten Jepara yang demikian beragam masih minim terdengar terutama dari masyarakat luar daerah, padahal hal yang amat potensial dan mampu memberikan keuntungan bagi unit usaha bersangkutan dan juga pemerintah daerah itu sendiri apabila industri kreatif ini memiliki pamor dan pasar yang luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum mengenai perkembangan UMKM kreatif di Kabupaten Jepara, mengidentifikasi hambatan dan permasalahan yang dihadapi serta bagaimana peran pemerintah Jepara dalam membantu pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara.

UMKM

UMKM merupakan sector yang cukup penting dalam memerankan berbagai kepentingan ekonomi secara riil dalam pembangunan nasional, terutama bagi penciptaan usaha dan lapangan pekerjaan baru [11]. Terdapat definisi yang berbeda mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam literatur yang bersumber dari UU dan Badan Pusat Statistik. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 membagi kriteria UMKM berdasarkan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) membagi kriteria UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja.

Berikut merupakan kriteria UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008:

1. Usaha Mikro : Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000.
2. Usaha Kecil : Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 sampai paling banyak Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000.
3. Usaha Menengah : Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 sampai paling banyak Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000.

Sementara itu, Rahmana (2009) mengungkapkan bahwa batasan pengertian UMKM yang ditetapkan oleh BPS berdasarkan jumlah tenaga kerja, untuk usaha kecil berjumlah sampai dengan sembilan belas orang, usaha menengah antara dua puluh sampai dengan sembilan puluh sembilan tenaga kerja.

Ekonomi Kreatif

Kreativitas menciptakan seorang wirausahawan yang kreatif. Wirausaha kreatif menciptakan dan mendukung program pemerintah Indonesia dalam pengembangan ekonomi kreatif [12]. Seperti diketahui bahwa pemerintah Republik Indonesia serius mengembangkan ekonomi Kreatif [13]. Kreativitas juga berarti hadirnya suatu gagasan baru [14]. Ekonomi kreatif merupakan kekuatan baru Indonesia akan menumbukembangkan orang kreatif, serta media yang dapat mendorong distribusi serta pengetahuan dan informasi kepada masyarakat. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan daari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama [15]. Era ekonomi kreatif merupakan pergeseran dari era ekonomi pertanian, era industrialisasi dan era informasi [16]. Ekonomi kreatif

sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas [17]. Pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif [18]. Oleh karena itu, Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif [19]. industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut [20].

2. Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan metodologi penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks social secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Alamiah disini mempunyai arti bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam lingkungan yang alami tanpa adanya intervensi atau perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Sangat tidak dibenarkan untuk memanipulasi atau mengubah latar penelitian. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data di balik yang teramati). Penelitian kualitatif lebih menekankan untuk memahami makna secara mendalam dari suatu gejala. Makna adalah data yang sesungguhnya di balik data yang tampak, makna adalah hasil interpretasi dari suatu data yang tampak (melihat orang mengail ikan belum tentu mencari ikan, tetapi untuk hiburan. Penulis menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel penelitian. Teknik ini mempunyai arti yaitu dengan memilih subjek penelitian dan lokasi penelitian dengan tujuan untuk mempelajari atau memahami permasalahan pokok yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini bukan dikatakan sebagai responden, melainkan lebih tepatnya sebagai informan penelitian. Informan dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM kreatif di Kabupaten Jepara yang bergerak di bidang manufaktur dimana mereka mengolah barang mentah menjadi barang jadi, dinas terkait (dinas Koperasi dan UMKM Tenagakerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara), serta pihak akademisi pengamat UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Jepara memiliki wilayah seluas 100.413,189 ha atau 1.004,132 km², menempati 3,09% dari wilayah Provinsi Jawa Tengah dengan batas-batas wilayah Kabupaten Jepara secara administratif adalah Sebelah Utara : Laut Jawa, Sebelah Selatan : Kabupaten Demak, Sebelah Barat : Laut Jawa, Sebelah

Timur : Kabupaten Kudus dan Pati. Dengan jumlah penduduk 1.153.213 orang pada tahun 2016 dan mayoritas beragama Islam kondisi sosial budaya Kabupaten Jepara terbilang hampir sama dengan kabupaten- kabupaten yang lainnya, hanya saja Kabupaten Jepara mempunyai hal yang menarik dalam penetapan hari libur bekerja. Hari libur masyarakat Kabupaten Jepara kebanyakan adalah hari Jum'at entah secara kebetulan atau tidak hari Jum'at merupakan hari yang identik dengan hari umat Islam karena bertepatan dengan pelaksanaan Sholat Jum'at.

Kabupaten Jepara memiliki beberapa sektor industri sebagai penopang perekonomian daerahnya. Menurut data BPS, jika dilihat dari PDRB Kabupaten Jepara menurut harga konstan pada tahun 2014 sampai 2016, PDRB Kabupaten Jepara terus meningkat. Pada tahun 2014, PDRB Kabupaten Jepara adalah sebesar Rp16.374.715,00 sedangkan pada tahun 2016 mencapai angka Rp17.210.366,00 dan pada tahun 2016 PDRB Kabupaten Jepara yaitu sebesar Rp18.080.635,00. Melihat dari pertumbuhan UMKM, unit usaha ini pun turut memberikan kontribusi yang baik menurut perkembangannya yang pesat.

Keragaman unit usaha ukm jepara yang kebanyakan merupakan manufaktur dengan corak hasil produk lokal, hal ini memberikan potensi pengembangan yang baik; mengingat produk-produk seperti ukir, tenun, gerabah dan bordir tersebut dapat dikreasikan berdasarkan kreativitas masyarakat lokal sehingga menarik minat pasar yang lebih luas. Di Jepara sendiri terdapat sentra industri terhadap UMKM yang diharapkan akan mendorong mengalirnya para pembeli ke sentra-sentra industri yang nantinya akan meningkatkan penjualan UMKM yang ada sehingga berdampak pada keberlangsungan hidup UMKM. Sentra merupakan unit kecil kawasan yang memiliki ciri tertentu di mana didalamnya terdapat kegiatan proses produksi dan merupakan area yang lebih khusus untuk suatu komoditi kegiatan ekonomi yang telah terbentuk secara alami dan ditunjang oleh sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil, menengah. Berikut merupakan daftar lokasi sentra UMKM di Jepara:

No	Nama Sentra UMKM	Lokasi
1	Sentra Kerajinan Ukir Gebyok	Desa Blimbingrejo, Kecamatan Nalumsari
2	Sentra Kerajinan Mainan Anak-anak	Desa Karanganyar, Kecamatan Welahan
3	Sentra Kerajinan Kreneng (Alat Memasak Tradisional)	Desa Gidangelo, Kecamatan Welahan
4	Sentra Kerajinan Anyaman Bambu	Desa Kendensidialit dan Sidigede, Kecamatan Welahan
5	Sentra Industri Batu Bata	Desa Kalipucang Kulon, Kecamatan Welahan
6	Sentra Kerajinan Rotan	Desa Telukwetan, Kecamatan Welahan
7	Sentra Kerajinan Gerabah	Desa Mayong Lor, Kecamatan Mayong
8	Sentra Kerajinan Genteng	Desa Mayong Kidul, Kecamatan Mayong
9	Sentra Konveksi	Desa Sendang, Desa Jebol, Desa Pendorawalan, Kecamatan Kalinyamatan
10	Sentra Kerajinan Perhiasan Emas	Desa Margoyoso, Kecamatan Kalinyamatan
11	Sentra Kerajinan Monel	Desa Kriyan, Kecamatan Kalinyamatan
12	Sentra Kerajinan Tenun Ikat Troso	Desa Troso, Kecamatan Pecangan
13	Sentra Industri Telur Asin	Desa Gerdu, Kecamatan Pecangan
14	Sentra Industri Ikan Kering	Desa Kedungmalang, Kecamatan Kedung
15	Sentra Kerajinan Ukir Patung	Desa Mulyoharjo, Kecamatan Jepara
16	Sentra Kerajinan Ukir Seni Relief	Desa Senenan, Kecamatan Tahunan
17	Sentra Kerajinan Ukir Meubel Minimalis	Desa Petekeyan, Kecamatan Tahunan
18	Sentra Kerajinan Ukur Bambu	Desa Suwawal Tmur, Kecamatan Pakis Aji
19	Sentra Kerajinan Batik Jepara	Desa Slagi, Kecamatan Pakis Aji
20	Sentra Industri Benang Sutra	Desa Damarwulan, Kecamatan Keling

Hambatan UMKM Kabupaten Jepara

Hambatan bagi para pelaku usaha ukm di Jepara sama dengan kebanyakan pelaku ukm pada umumnya, adalah permasalahan pada sumber daya manusia, pembiayaan dan masalah pada pengelolaan usaha. Hambatan yang penulis temukan pada pengembangan ukm Kabupaten Jepara akan diuraikan secara ringkas berikut ini:

a. SDM

Sumber daya manusia adalah kunci dari sebuah keberhasilan atau kegagalan suatu usaha, karena hal tersebut bergantung pada bagaimana sumber daya manusia yang ada mengelola usahanya. Pengelolaan yang kurang baik karena pengetahuan dan keterampilan yang terbatas akan mengakibatkan suatu

usaha yang dikelola sulit untuk berkembang. Pada beberapa titik ekstrem, sumber daya manusia yang tidak capable dalam mengelola usahanya bahkan dapat menyebabkan kerugian yang besar bagi pemiliknnya. Pada kebanyakan pelaku ukm, unit usaha dikelola oleh sumber daya manusia yang kurang profesional, sehingga pengelolaannya kurang baik. Hal ini yang mungkin menjadi hambatan terbesar bagi pengembangan UMKM dari segi Sumber Daya Manusia. Selain itu dalam penciptaan produk yang berkualitas, biasanya para pelaku ukm kurang dapat memenuhinya. Sehingga jika ada kompetitor lain dari sektor industri yang lebih besar, produk-produk ukm akan mudah tergantikan. Hal inilah mengapa, UMKM perlu mendapatkan bimbingan dan perhatian dari pemerintah. Sisi lain dari hambatan sumber daya manusia berdampak pada pemasaran masih menggunakan cara tradisional seperti pamflet dan

brosur, sehingga cakupan pasar para pelaku usaha di jepara juga hanya pada lingkup domestik atau dari daerah tersebut. Dalam era digitalisasi ini, sudah waktunya para pelaku umkm memasarkan bisnisnya melalui pemanfaatan media sosial sehingga memiliki jangkauan yang luas, produk akan dikenal masyarakat nasional bahkan internasional. Cara pemasaran yang masih menggunakan cara tradisional ini dimungkinkan karena adanya cultural gap pada masyarakat lokal di kabupaten jepara, yaitu adanya kesenjangan teknologi dan kemampuan orang-orang untuk mengikutinya mengingat bebrapa pemilik umkm adalah masyarakat desa yang telah berusia lanjut.

b. Pembiayaan

UMKM sulit mengembangkan usahanya karena keterbatasan pada dana yang dimiliki. Tak sedikit UMKM yang bahkan sulit untuk mendapatkan pinjaman bank karena terikat pada berbagai persyaratan yang rumit, mau tidak mau, unit usaha umkm stagnan pada tingkat produksi yang sama selama bertahun-tahun. Dan untuk biaya pemasaran pun sederhana sehingga hal ini juga semakin menghambat produk untuk semakin dikenal oleh masyarakat luas. Hambatan ini juga dialami oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, sehingga pengembangan usahanya pun terhambat.

Upaya Pemerintah Kabupaten Jepara dalam Pengembangan UMKM

Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM. Pemerintah menyadari bahwa Jepara merupakan daerah yang memiliki potensi ekonomi tinggi, hal ini didukung oleh sejarah Jepara itu sendiri yang telah dikenal oleh masyarakat nasional dengan baik sebagai kota Kartini juga brandingnya sebagai kota ukir yang telah menjadi karakteristik daerah tersebut. Dengan demikian pemerintah telah melakuakn upaya-upaya pendampingan untuk mengekselerasi unit-unit usaha kecil menengah di daerah tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Salah satu upaya pemerintah yang dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM di Kabupaten Jepara adalah dengan meresmikan UMKM Centre. UMKM Centre merupakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah Kabupaten Jepara di bawah pengelolaan Dinas Koperasi UMKM Tenagakerja dan Transmigrasi untuk meningkatkan daya saing Koperasi dan UMKM melalui penyediaan informasi bisnis, pendampingan usaha, fasilitas pembiayaan, pusat promosi, galeri pemasaran dan pengembangan jaringan usaha. UMKM Centre ini bertempat di Gedung Jepara Trade & Tourism Center Desa Rengging Kecamatan Pecangaan Jepara dengan kegiatan pokoknya yaitu informasi

bisnis, pelatihan dan konsultasi, fasilitas permodalan, pusat promosi, galeri pameran dan kontes kreatif. Adanya UMKM center ini juga sekaligus dapat mengcover dan memfasilitasi keterbatasan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Jepara, yaitu dari sisi sumber daya manusia melalui pendampingan usaha dan pembiayaan.

4. Kesimpulan

UMKM kreatif di Kabupaten Jepara memiliki potensi yang tinggi untuk dikembangkan mengingat produk yang diciptakan merupakan bentuk produk lokal yang memiliki peminat tersendiri baik konsumen lokal dan internasional. Hal yang perlu ditingkatkan dari UMKM di Kabupaten Jepara adalah pada peningkatan kualitas sumber daya manusia sehingga pengelolaan usaha dapat maksimal dengan penciptaan produk yang berkualitas. Kota Jepara yang telah terkenal karena sejarahnya dan karena brandingnya sebagai kota ukir menjadikan hal ini sebagai keuntungan bagi pelaku UMKM karena lebih mudah mencari pangsa pasar dalam kegiatan pemasaran. Berbeda dengan daerah lain yang mungkin tidak begitu dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian, pelaku UMKM perlu untuk mengubah teknik pemasaran tradisional menjadi teknik pemasaran modern dengan mengombinasikan dan memanfaatkan media digital dan internet untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam hal menghadapi hambatan, pemerintah Kabupaten Jepara telah melakukan usaha untuk mengekselerasi pertumbuhan UMKM di Kabupaten Jepara dengan membentuk UMKM Center, di mana di dalamnya mencakup dan telah mampu mengcover berbagai kebutuhan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM itu sendiri, di antaranya adalah pendampingan usaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, informasi bisnis, sampai dengan pembiayaan.

Daftar Rujukan

- [1] Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- [2] Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Ardianingsih, A. (2019). Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan. *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 33(2), 34. <https://doi.org/10.31941/jurnalpena.v33i2.900>
- [3] Putri, R. D. (2020). Strategi komunikasi rumah kreatif sleman dalam upaya pengembangan UMKM di era ekonomi digital. *COMMICAST*, 1(1), 14. <https://doi.org/10.12928/commicast.v1i1.2412>
- [4] Widodo, S., & Ovita, A. (2021). Determinan Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bantul. *INVENTORY: JURNAL AKUNTANSI*, 5(2), 87. <https://doi.org/10.25273/inventory.v5i2.10650>
- [5] Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>

- [6] Herlin, F., & Basri, H. (2018). MODEL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM INDUSTRI KREATIF UNGGULAN BERBASIS POTENSI LOKAL DI KOTA JAMBI. *Journal Development*, 6(2), 159–167. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i2.108>
- [7] Wiagustini, N. L. P., Meydianawthi, L. G., Mustanda, I. K., & Abundanti, N. (2017). Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. <https://doi.org/10.24843/jekt.2017.v10.i02.p06>
- [8] Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SEKTOR UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRUSAHAAN*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- [9] Sumar'in, S., Andiono, A., & Yuliansyah, Y. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.26418/jebik.v6i1.20721>
- [10] Surur, F. (2019). PENGEMBANGAN JALUR EKONOMI KREATIF DI KORIDOR JALAN TRANS SULAWESI BERBASIS SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS. *TEKNOSAINS: MEDIA INFORMASI SAINS DAN TEKNOLOGI*, 13(1). <https://doi.org/10.24252/teknosains.v13i1.9617>
- [11] Siringoringo, E. D. M., & Yunus, M. (2022). Analisis Revitalisasi Desa Wisata dengan Mengoptimalkan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Berbasis Digital Pada Desa Sigapiton. *Owner*, 6(4), 3751–3760. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1135>
- [12] Wibowo, H. (2021). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DESA MELALUI BADA USAHA MILIK DESA (BUMDES) MENUJU KOPERASI BERBASIS IT. *An Nawawi*, 1(1), 53–70. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v1i1.9>
- [13] El Hasanah, L. L. N. (2018). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- [14] Kusnadi, I. H., Nuraida, N., & Furqoni, W. (2021). Implementasi Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada UMKM Olahan Kayu di Kabupaten Subang. *The World of Public Administration Journal*, 69–83. <https://doi.org/10.37950/wpaj.v3i1.1080>
- [15] Arivetullatif, A., & Ardina, G. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA PARIAMAN. *Ensiklopedia of Journal*, 4(4), 364–371. <https://doi.org/10.33559/eoj.v4i4.888>
- [16] Hanidah, I.-I., Mulyono, A. T., Moody, S. D., Aprilani, R. D., & Setiasih, I. S. (2018). PEMBERDAYAAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DI PESISIR PANTAI CIMALAYA – SUBANG JAWA BARAT. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 3(2). <https://doi.org/10.24198/agricore.v3i2.15480>
- [17] Haryati, S. R. (2018). KAJIAN DESAIN EMBUNG DI TEPIAN KOTA YANG MENGARAH PADA PENGEMBANGAN EKOWISATA BERBASIS EKONOMI KREATIF. *Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan (JUARA)*, 1(2), 134–148. <https://doi.org/10.31101/juara.v1i2.785>
- [18] Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2021). Pemberdayaan Kelompok UMKM Terdampak Covid Melalui Pendampingan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(2), 295–304. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i2.15374>
- [19] Listiyaningrum, A., Rustiana, A., & Saeroji, A. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN BATIK BERBASIS EKONOMI KREATIF KAMPUNG BATIK KAUMAN PEKALONGAN. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 116–127. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i2.41012>
- [20] Sururi, A. (2017). Inovasi Model Pengembangan Kebijakan Ekonomi Kreatif Provinsi Banten. <https://doi.org/10.31227/osf.io/uq6wb>