

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENDUKUNG PARIWISATA BERKELANJUTAN DI DESA SEPUTIH, KABUPATEN JEMBER

Firda Diartika¹, Uystka Hikmatul Kamiliyah NH², Milawaty³, Hablana Rizka⁴, Lely Dian Utami⁵
¹²³⁴⁵Jurusan Bahasa, Komunikasi dan Pariwisata, Politeknik Negeri Jember

firda_diartika@polije.ac.id
uystka.hikmatul@polije.ac.id
milawaty@polije.ac.id
hablana@polije.ac.id
lely.dian@polije.ac.id

Abstract

Seputih Village, located in Mayang District, Jember Regency, is an emerging sustainable tourism village that possesses natural and cultural tourism potential, supported by six leading MSMEs: teak wood crafts, rattan crafts, cassava chips production, coffee processing, tobacco packaging, and roasted peanut production. This study aims to identify the spatial distribution of these leading MSMEs and formulate development strategies to support sustainable tourism. The data analysis methods employed include spatial analysis using QGIS (Quantum Geographic Information System) to map the distribution of MSMEs. Furthermore, SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, & Threats) was conducted to identify internal and external factors, followed by a QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) analysis to objectively determine priority development strategies. The results indicate that the leading MSMEs in Seputih Village are concentrated in two hamlets: Pandean and Tetelan. Based on the SWOT and QSPM results, the selected development strategies include an S–O strategy comprising capacity building for production and digital promotion based on local potential, followed by a W–O strategy consisting of innovation training and product certification. Priority strategies are directed toward strengthening digital branding, enhancing product innovation, and fostering cross-sector partnerships to expand market access and establish a competitive creative economy ecosystem.

Keywords: MSMEs, Sustainable Tourism, SWOT, QSPM

INTRODUCTION

Desa Seputih yang terletak di Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata berkelanjutan. Desa ini dikenal dengan kekayaan budaya dan sejarahnya,

terutama melalui keberadaan Situs Megalitikum Seputih Mayang yang memiliki nilai arkeologis tinggi. Selain itu, potensi alam dan aktivitas masyarakat agraris yang masih terjaga menjadi modal sosial penting dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas. Namun demikian,

potensi pariwisata yang dimiliki Desa Seputih belum sepenuhnya diiringi dengan penguatan sektor ekonomi lokal, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak ekonomi kreatif yang berperan besar dalam mendukung keberlanjutan pariwisata desa.

Keterlibatan UMKM dalam mendukung pariwisata desa sangat penting karena dapat memperkuat rantai nilai ekonomi lokal, membuka peluang kerja, serta menciptakan daya tarik wisata yang berbasis pada kearifan lokal. Dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap kegiatan wisata, tetapi juga sebagai entitas ekonomi yang mampu menghadirkan produk, jasa, dan pengalaman yang mencerminkan identitas budaya masyarakat setempat. Menurut Nugroho et al. (2023), sinergi antara pelaku pariwisata dan UMKM terbukti memperkuat resiliensi ekonomi desa wisata melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi berbasis komunitas. Hal ini sejalan dengan Mariani et al. (2022) yang menegaskan bahwa integrasi UMKM dalam ekosistem pariwisata mampu meningkatkan inovasi lokal, memperkaya pengalaman wisatawan, dan memperkuat daya saing destinasi.

Berdasarkan hasil identifikasi di lapangan, terdapat enam UMKM unggulan di Desa Seputih, yaitu Kerajinan Kayu Jati, Kerajinan Rotan, Produksi Keripik Singkong, Pengolahan Kopi, Pengemasan Tembakau, dan Produksi Kacang Oven. Keenam UMKM tersebut memiliki keterkaitan erat dengan potensi wisata lokal karena sebagian besar produknya dapat dikembangkan sebagai souvenir khas, kuliner lokal, maupun aktivitas wisata edukatif. Namun, pengembangan UMKM di Desa Seputih masih menghadapi berbagai hambatan yang menghambat daya saingnya, seperti keterbatasan standarisasi produk, lemahnya branding dan strategi pemasaran, kurangnya inovasi produk, serta rendahnya adopsi teknologi digital. Hambatan-hambatan tersebut menjadi tantangan utama dalam mengoptimalkan peran UMKM sebagai motor ekonomi desa wisata.

Dari enam UMKM unggulan tersebut, hanya UMKM Kerajinan Rotan yang telah mampu menembus pasar internasional secara konsisten. Keberhasilan ini dicapai melalui adopsi teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, serta pembukaan gerai penjualan di Pulau Bali yang menjadi pasar potensial karena tingginya kunjungan wisatawan mancanegara. Strategi ini membuktikan bahwa digitalisasi dan

pemilihan lokasi strategis berperan besar dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Menurut Reim et al. (2022), digitalisasi memungkinkan UMKM mempercepat proses internasionalisasi melalui efisiensi komunikasi, peningkatan visibilitas merek, serta keterhubungan dengan pelanggan global. Dengan demikian, keberhasilan UMKM Rotan dapat menjadi model pengembangan bagi UMKM lain di Desa Seputih.

Sebaliknya, UMKM lain masih mengalami berbagai kendala mendasar. Dari aspek standarisasi produk, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sertifikasi mutu, kemasan yang sesuai standar pasar, dan kontrol kualitas yang konsisten. Omari et al. (2025) menyatakan bahwa manajemen mutu berperan penting dalam memperkuat hubungan antara inovasi dan kinerja produk pada UMKM di negara berkembang. Di sisi lain, kemampuan inovasi produk juga masih terbatas. Keelson et al. (2024) menegaskan bahwa inovasi proses dan produk merupakan faktor utama dalam mempertahankan daya saing UMKM di tengah pasar yang dinamis, terutama pada sektor yang berorientasi wisata.

Permasalahan berikutnya adalah lemahnya branding dan strategi pemasaran. Sebagian besar UMKM di Desa Seputih

belum mampu mengembangkan identitas merek yang kuat dan konsisten, serta belum mengoptimalkan penggunaan media digital untuk promosi. Menurut Patma (2021), media sosial dan e-commerce memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan volume penjualan UMKM di Indonesia, tetapi keberhasilannya sangat bergantung pada kemampuan manajemen konten dan pemahaman perilaku konsumen. Selain itu, adopsi teknologi digital di kalangan UMKM di Indonesia masih tergolong rendah akibat keterbatasan literasi digital dan sumber daya finansial (Trinugroho et al., 2022). Kondisi serupa juga terjadi di Desa Seputih, di mana sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional.

Melihat berbagai permasalahan tersebut, diperlukan strategi pengembangan yang terarah dan berkelanjutan agar UMKM di Desa Seputih mampu bertransformasi menjadi pilar ekonomi desa wisata. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai penggerak utama ekonomi lokal sekaligus penjaga nilai budaya dan identitas destinasi wisata. Namun, kondisi UMKM di Desa Seputih masih menghadapi banyak masalah dan tantangan. Permasalahan

tersebut menghambat kontribusi UMKM terhadap penguatan daya saing desa wisata dan keberlanjutan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengidentifikasi strategi yang tepat dalam mengembangkan UMKM untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Seputih.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed method dengan penekanan pada data kualitatif dan kuantitatif yang saling melengkapi. Pengumpulan data dilakukan melalui survei primer meliputi survei pemetaan, observasi lapang, serta wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dan pemerintah Desa Seputih. Survei lapangan bertujuan untuk memperoleh gambaran faktual terkait persebaran, kapasitas produksi, serta keterkaitan antar UMKM dengan potensi pariwisata di desa tersebut. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai tantangan pengembangan usaha, dukungan kelembagaan, serta keterlibatan UMKM dalam kegiatan pariwisata desa. Pendekatan ini sejalan dengan metode penelitian partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam setiap tahapan pengumpulan data, sebagaimana disarankan

oleh Fauzi & Hermawan (2023) dalam lingkup pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas.

Untuk mendukung proses identifikasi spasial, penelitian ini menggunakan analisis spasial berbasis QGIS (Quantum Geographic Information System). Penggunaan QGIS untuk memetakan persebaran UMKM secara geografis dan mengidentifikasi klaster usaha unggulan yang potensial dikembangkan sebagai bagian dari rantai nilai pariwisata berkelanjutan. Data spasial yang diperoleh dari hasil survei lapangan diolah melalui proses digitasi dan klasifikasi untuk menghasilkan peta sebaran UMKM unggulan Desa Seputih. Pendekatan ini sesuai dengan kajian Sukmana et al. (2024) yang menegaskan bahwa pemanfaatan SIG (Sistem Informasi Geografis) dalam pemetaan potensi lokal desa wisata mampu memberikan visualisasi yang akurat terhadap pola sebaran ekonomi kreatif dan mendukung perumusan strategi pembangunan berbasis data spasial.

Dalam tahap penyusunan strategi pengembangan UMKM, digunakan dua alat analisis strategis yang saling melengkapi, yaitu SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Analisis SWOT digunakan untuk

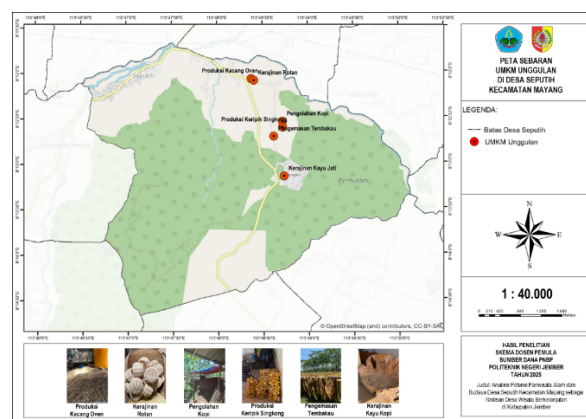
mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing UMKM, sedangkan QSPM digunakan untuk mengevaluasi dan memprioritaskan alternatif strategi yang dihasilkan secara terukur dan objektif. Kombinasi SWOT dan QSPM banyak digunakan dalam penelitian perencanaan pengembangan usaha dan destinasi wisata karena mampu mengintegrasikan dimensi kualitatif dan kuantitatif secara sistematis (Rahman & Suryani, 2022; Dewi et al., 2025). Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan menghasilkan rekomendasi strategi pengembangan UMKM unggulan yang relevan dan tepat sasaran guna mendukung terwujudnya pariwisata berkelanjutan di Desa Seputih.

RESEARCH FINDING AND DISCUSSION

Research Finding

Desa Seputih terdiri dari empat dusun, yaitu Dusun Krajan, Dusun Pandean, Dusun Sumberjeding, dan Dusun Tetelan. Hasil analisis spasial menggunakan perangkat lunak QGIS menunjukkan bahwa pusat kegiatan produksi dan pemasaran UMKM berfokus di Dusun Pandean dan Dusun Tetelan. Kedua dusun tersebut berperan penting sebagai simpul aktivitas

ekonomi kreatif desa yang dapat dikembangkan menjadi kluster UMKM unggulan untuk mendukung pengembangan desa wisata berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sukmana, Lestari, dan Widodo (2024) yang menyatakan bahwa pengelompokan spasial UMKM dalam satu wilayah dapat meningkatkan efisiensi produksi dan memperkuat daya saing pelaku usaha lokal melalui kolaborasi dan berbagi sumber daya.



Gambar 1. Peta Sebaran UMKM Unggulan Desa Seputih

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Di Dusun Pandean, terdapat dua UMKM unggulan yang menjadi motor penggerak ekonomi masyarakat, yakni Kerajinan Rotan dan Produksi Kacang Oven. UMKM Kerajinan Rotan merupakan unit usaha paling menonjol di Desa Seputih karena telah berhasil menembus pasar internasional. Produk yang dihasilkan meliputi kursi, meja, rak, dan lampu hias

dengan desain artistik yang memiliki nilai estetika tinggi. Produk-produk tersebut diekspor secara rutin setiap bulan ke berbagai negara seperti Amerika Serikat, Brasil, Belgia, dan Australia. Keberhasilan ini tidak lepas dari kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital dan memanfaatkan strategi pemasaran lintas wilayah dengan membuka gerai penjualan di Pulau Bali, yang menjadi pusat pertemuan wisatawan mancanegara. Menurut Reim, Yli-Viitala, Arrasvuori, dan Parida (2022), digitalisasi berperan penting dalam mempercepat proses internasionalisasi UMKM dengan meningkatkan efisiensi komunikasi, visibilitas merek, dan keterhubungan dengan pelanggan global. Keberhasilan tersebut juga berdampak pada peningkatan penyerapan tenaga kerja lokal, sehingga turut memperkuat perekonomian masyarakat Desa Seputih. Selain kerajinan rotan, Dusun Pandean juga memiliki UMKM Produksi Kacang Oven yang memanfaatkan bahan baku lokal dan menjadi salah satu produk camilan khas Desa Seputih. Meskipun masih berfokus pada pasar lokal, produk ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai oleh-oleh khas desa wisata.

Sementara itu, Dusun Tetelan menjadi pusat bagi empat UMKM unggulan

lainnya, yaitu Kerajinan Kayu Jati, Pengemasan Tembakau, Pengolahan Kopi, dan Produksi Keripik Singkong. Dari keempatnya, Kerajinan Kayu Jati menonjol karena keunikan dalam proses pembuatannya. Bahan baku kayu jati diperoleh dari pepohonan yang tumbuh di sekitar desa, sehingga mendukung prinsip keberlanjutan bahan baku lokal. Setiap produk dihasilkan melalui proses manual yang membutuhkan ketelitian tinggi dalam pahatan, ukiran, dan guratan. Keunikan tersebut menjadikan setiap produk memiliki karakter artistik yang khas dan bernilai seni tinggi. Adapun tiga UMKM lainnya di Dusun Tetelan, yaitu Pengemasan Tembakau, Pengolahan Kopi, dan Produksi Keripik Singkong, masih beroperasi dalam skala lokal dengan pasar yang terbatas di sekitar Kabupaten Jember.

UMKM unggulan di Desa Seputih tersebar di empat dusun dengan karakteristik dan potensi yang berbeda. Kerajinan Rotan di Dusun Pandean merupakan usaha yang berhasil menembus pasar internasional. Produk-produk seperti kursi, meja, rak, dan lampu hias rotan diekspor rutin ke negara-negara seperti Amerika Serikat, Brasil, Belgia, dan Australia. Keunggulan utama usaha ini terletak pada kualitas bahan baku, keterampilan pengrajin, dan penerapan

strategi pemasaran digital yang modern. Sementara itu, Produksi Kacang Oven di dusun yang sama memiliki potensi besar untuk menjadi produk khas desa wisata karena cita rasa tradisionalnya, tetapi masih menghadapi kendala dalam standarisasi kemasan, inovasi produk, dan branding yang lemah untuk memperluas jangkauan pasar di luar wilayah Jember.

Empat UMKM lain yang berlokasi di Dusun Tetelan, yaitu Kerajinan Kayu Jati, Pengemasan Tembakau, Pengolahan Kopi, dan Produksi Keripik Singkong, menunjukkan potensi yang kuat namun belum optimal. Kerajinan Kayu Jati memiliki keunggulan artistik yang khas, dengan pahatan dan ukiran yang berbeda pada setiap produk. Potensi ini menjadikannya daya tarik budaya yang bernilai tinggi dan dapat dikembangkan sebagai wisata edukatif atau *craft tourism*. Meski demikian, tantangan utama terletak pada keterbatasan modal kerja, kurangnya diversifikasi desain, dan belum adanya platform promosi digital yang terintegrasi. Untuk Pengemasan Tembakau, usaha ini memanfaatkan hasil panen lokal dan memiliki pasar tetap di wilayah sekitar, tetapi terkendala pada pengemasan yang belum memenuhi standar distribusi modern serta ketergantungan terhadap fluktuasi harga tembakau nasional. Adapun Pengolahan

Kopi memiliki peluang besar dikembangkan sebagai produk agrowisata karena sumber bahan baku lokal dan minat wisatawan terhadap pengalaman kopi lokal yang meningkat, namun masih terhambat pada teknologi pengolahan pascapanen dan promosi yang terbatas.

Sementara itu, Produksi Keripik Singkong menjadi salah satu UMKM yang berpotensi memperkuat identitas kuliner Desa Seputih dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang melimpah. Produk ini digemari masyarakat sekitar, tetapi nilai tambahnya masih rendah karena belum adanya inovasi rasa, teknik pengemasan masih sederhana, dan minimnya strategi pemasaran berbasis digital. Kondisi ini sejalan dengan temuan Trinugroho et al. (2022) yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di wilayah pedesaan Indonesia menghadapi kendala dalam transformasi digital dan inovasi produk akibat keterbatasan literasi digital dan akses modal. Dengan demikian, meskipun seluruh UMKM unggulan di Desa Seputih memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi bagian dari ekosistem pariwisata berkelanjutan, diperlukan intervensi yang tepat dalam peningkatan kapasitas, inovasi produk, serta digitalisasi untuk meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.

Secara umum, kondisi UMKM di Desa Seputih menunjukkan kekuatan pada aspek keterampilan lokal, ketersediaan bahan baku, dan dukungan sosial masyarakat. Namun, kelemahan yang masih terlihat mencakup keterbatasan modal, inovasi, dan pemasaran berbasis digital. Dari sisi eksternal, peluang terbuka lebar dengan meningkatnya tren wisata berbasis komunitas dan minat terhadap produk lokal yang autentik. Meski demikian, ancaman berupa persaingan pasar global, fluktuasi harga bahan baku, dan rendahnya adopsi teknologi menjadi faktor yang harus diantisipasi untuk menjaga keberlanjutan usaha. Berikut merupakan gambar rangkuman kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan pada UMKM Desa Seputih.

IFAS Internal Strategic Factor Analysis Summary	Kekuatan (S) <ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan bahan baku lokal (kayu, jati, rotan, singkong, kopi, tembakau). Keterampilan pengrajin dan warisan budaya yang kuat. Dukungan sosial dari masyarakat dan pemerintah desa. Satu UMKM (rotan) telah menembus pasar ekspor. 	Kelemahan (W) <ul style="list-style-type: none"> Kurangnya inovasi desain dan teknologi produksi. Standarisasi dan sertifikasi produk belum memadai. Branding dan promosi digital masih lemah. Keterbatasan modal usaha dan peralatan modern.
EFAS External Strategic Factor Analysis Summary	Strategi SO <ul style="list-style-type: none"> Memperkuat branding dan promosi digital produk unggulan (rotan, kayu, jati, kopi, kuliner khas). Menjadikan produk UMKM sebagai ikon desa wisata berkelanjutan. Mengembangkan wisata edukatif seperti workshop kerajinan dan tur produksi. Meningkatkan promosi melalui marketplace dan media sosial dengan narasi budaya dan keberlanjutan. 	Strategi WO <ul style="list-style-type: none"> Melaksanakan pelatihan inovasi produk, digital marketing, dan sertifikasi mutu. Mengadakan perguruan tinggi dan Pokdarwis untuk pendampingan UMKM. Membentuk platform digital bersama untuk promosi produk desa wisata. Mengadakan festival kuliner dan pameran produk lokal untuk menarik wisatawan.
IFAS Internal Strategic Factor Analysis Summary	Strategi ST <ul style="list-style-type: none"> Membentuk klaster ekonomi kreatif berbasis bahan baku lokal (rotan, kayu, kopi). Menerapkan produksi ramah lingkungan untuk menjaga keberlanjutan sumber daya. Melakukan pelatihan desain dan tren pasar agar produk lebih kompetitif. Menetapkan standar mutu dan efisiensi produksi untuk menghadapi persaingan luar daerah. 	Strategi WT <ul style="list-style-type: none"> Membentuk koperasi UMKM Desa Seputih sebagai lembaga modal dan pemasaran. Melakukan regenerasi pelaku usaha muda melalui pelatihan kewirausahaan. Menjalinkan kemitraan dengan sektor pariwisata (hotel, restoran, agen wisata). Mendorong kebiakan insentif bagi UMKM ramah lingkungan dan berbasis lokal.
EFAS External Strategic Factor Analysis Summary	Peluang (O) <ul style="list-style-type: none"> Potensi integrasi dengan program desa wisata berkelanjutan. Tren wisata berbasis komunitas dan ekonomi kreatif meningkat. Peluang kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan platform digital. Peminatan pasar terhadap produk lokal dan ramah lingkungan. 	Ancaman (T) <ul style="list-style-type: none"> Persaingan dengan produk massal dari luar daerah. Eflukuasi harga bahan baku (rotan, tembakau, kopi). Keterbatasan akses terhadap pasar global tanpa dukungan digitalisasi. Kurangnya regenerasi tenaga kerja muda di sektor produksi.

Gambar 2. Analisis SWOT UMKM

Unggulan Desa Seputih

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Untuk menentukan arah prioritas pengembangan yang paling efektif, analisis SWOT kemudian dilanjutkan dengan analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Melalui QSPM, setiap alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT (SO, ST, WO, dan WT) dievaluasi secara kuantitatif berdasarkan tingkat kepentingan dan daya tariknya terhadap kondisi UMKM di Desa Seputih. Dengan pendekatan ini, strategi yang paling sesuai dan berdampak besar bagi pengembangan UMKM dalam mendukung pariwisata berkelanjutan dapat diprioritaskan secara objektif dan terukur. Langkah pertama dari analisis QSPM adalah penentuan bobot pada faktor internal yang berasal dari kekuatan (S) dan kelemahan (W) serta faktor eksternal yang berasal dari Peluang (O) dan Ancaman (T).

Tabel 1. Bobot Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal (Strengths & Weaknesses)	Bobot	Faktor Eksternal (Opportunities & Threats)	Bobot
Ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah	0,1	Peluang integrasi dengan program desa wisata	0,12
Keterampilan dan kreativitas pengrajin	0,1	Tren wisata berbasis komunitas meningkat	0,1
Dukungan sosial masyarakat dan pemerintah desa	0,08	Kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan digital platform	0,1

Faktor Internal (Strengths & Weaknesses)	Bobot	Faktor Eksternal (Opportunities & Threats)	Bobot
Keberhasilan ekspor produk kerajinan	0,07	Permintaan terhadap produk lokal dan ramah lingkungan	0,08
Kurangnya inovasi desain dan teknologi produksi	0,12	Persaingan dengan produk massal luar daerah	0,1
Belum adanya standarisasi dan sertifikasi produk	0,1	Fluktuasi harga bahan baku (rotan, tembakau, kopi)	0,08
Branding dan promosi digital masih lemah	0,12	Akses pasar global masih terbatas tanpa digitalisasi	0,12
Keterbatasan modal dan peralatan modern	0,11	Minimnya regenerasi tenaga kerja muda	0,1
Total Bobot Internal	1	Total Bobot Eksternal	1

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Setelah menentukan bobot, dilanjutkan dengan penilaian daya tarik atau *attractiveness score (AS)*, skor daya tarik diberikan berdasarkan tingkat relevansi strategi terhadap faktor dengan skala 1-4. Nilai 1 berarti tidak menarik, nilai 2 berarti agak menarik, nilai 3 berarti cukup menarik, dan nilai 4 berarti sangat menarik. Nilai akhir daya tarik merupakan hasil kali antara bobot dan faktor daya tarik.

Tabel 2. Nilai Akhir Daya Tarik

Faktor Strategis	Bobot	S-O	W-O	S-T	W-T
Ketersediaan bahan baku lokal	0.10	4 (0.40)	3 (0.30)	4 (0.40)	3 (0.30)
Keterampilan dan kreativitas pengrajin	0.10	4 (0.40)	3 (0.30)	4 (0.40)	3 (0.30)
Dukungan sosial masyarakat	0.08	3 (0.24)	3 (0.24)	4 (0.32)	3 (0.24)
Keberhasilan ekspor produk rotan	0.07	4 (0.28)	2 (0.14)	4 (0.28)	2 (0.14)
Kurangnya inovasi produk	0.12	3 (0.36)	4 (0.48)	2 (0.24)	3 (0.36)
Belum adanya sertifikasi produk	0.10	3 (0.30)	4 (0.40)	2 (0.20)	3 (0.30)
Branding dan promosi digital lemah	0.12	4 (0.48)	4 (0.48)	3 (0.36)	3 (0.36)
Keterbatasan modal usaha	0.11	2 (0.22)	3 (0.33)	2 (0.22)	4 (0.44)
Tren wisata berbasis komunitas	0.10	4 (0.40)	4 (0.40)	4 (0.40)	3 (0.30)
Integrasi dengan program desa wisata	0.12	4 (0.48)	4 (0.48)	4 (0.48)	3 (0.36)
Kolaborasi dengan lembaga pendidikan	0.10	3 (0.30)	4 (0.40)	3 (0.30)	4 (0.40)
Permintaan produk lokal meningkat	0.08	3 (0.24)	3 (0.24)	3 (0.24)	2 (0.16)
Persaingan produk luar daerah	0.10	3 (0.30)	2 (0.20)	4 (0.40)	3 (0.30)
Fluktuasi harga bahan baku	0.08	2 (0.16)	2 (0.16)	3 (0.24)	3 (0.24)
Akses pasar global terbatas	0.12	4 (0.48)	3 (0.36)	3 (0.36)	3 (0.36)
Regenerasi tenaga kerja rendah	0.10	2 (0.20)	3 (0.30)	2 (0.20)	4 (0.40)
Total TAS	1.00	5.92	5.91	5.44	5.56

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Discussion

Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi S–O yakni meningkatkan kapasitas produksi dan promosi digital berbasis potensi lokal memperoleh nilai TAS tertinggi sebesar 5,92, diikuti oleh strategi W–O yaitu pelatihan inovasi dan sertifikasi produk dengan nilai 5,91. Temuan ini menegaskan bahwa arah pengembangan UMKM di Desa Seputih sebaiknya difokuskan pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Penguatan kapasitas produksi dan promosi digital menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperkuat posisi UMKM sebagai ikon desa wisata berkelanjutan. Melalui strategi ini, UMKM Desa Seputih dapat mengoptimalkan potensi bahan baku lokal dan keterampilan masyarakat, sekaligus beradaptasi dengan tren pemasaran modern yang mengandalkan digitalisasi dan konektivitas pasar regional maupun global.

Pendekatan tersebut sejalan dengan pandangan Nugroho et al. (2023) dan Mariani et al. (2022) yang menekankan pentingnya sinergi antara inovasi produk lokal, digitalisasi, dan pariwisata berbasis komunitas sebagai fondasi utama pengembangan ekonomi berkelanjutan di kawasan pedesaan. Digitalisasi terbukti tidak

hanya meningkatkan efisiensi produksi dan promosi, tetapi juga memperluas keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai nilai pariwisata yang inklusif. Menurut Dewi et al. (2025), strategi berbasis digital mampu menciptakan transformasi ekonomi di desa wisata melalui peningkatan keterhubungan pasar, inovasi berkelanjutan, dan pemberdayaan masyarakat secara kolektif.

CLOSING

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Seputih. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan strategi utama yang menjadi prioritas untuk pengembangan UMKM unggulan di Desa Seputih adalah meningkatkan kapasitas produksi dan promosi digital berbasis potensi lokal, yang memperoleh nilai TAS tertinggi sebesar 5,92. Strategi ini menekankan pentingnya pemanfaatan kekuatan internal berupa ketersediaan bahan baku, keterampilan pengrajin, serta dukungan sosial masyarakat untuk menangkap peluang eksternal, seperti meningkatnya tren wisata berbasis komunitas dan permintaan terhadap produk lokal yang ramah lingkungan. Peningkatan inovasi produk, standarisasi mutu, dan transformasi digital menjadi langkah kunci untuk memperkuat daya saing

UMKM di pasar wisata dan ekspor. Penguatan kapasitas UMKM tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga mendukung pelestarian budaya lokal dan memperluas lapangan kerja di tingkat desa. Kolaborasi lintas pihak antara pemerintah desa, akademisi, Pokdarwis, dan sektor swasta menjadi faktor penentu keberhasilan pengembangan UMKM sebagai bagian dari ekosistem pariwisata berkelanjutan.

Rekomendasi penelitian lanjutan berfokus pada eksplorasi model integrasi rantai nilai antara UMKM dan destinasi wisata secara lebih komprehensif, termasuk pengukuran dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari penerapan strategi digital berbasis pariwisata berkelanjutan. Kajian lain yang diperlukan berupa penilaian efektivitas implementasi strategi SWOT-QSPM dalam meningkatkan kinerja UMKM dan kesejahteraan masyarakat desa wisata secara berkelanjutan.

REFERENCES

- Dewi, A. M., Hidayat, N., & Prakoso, Y. (2025). Strategic Development Model of Community-Based Tourism Using SWOT-QSPM Integration. *Journal of Tourism and Sustainable Development*, 8(1), 44–58. <https://doi.org/10.31002/jtsd.v8i1.5621>
- Fauzi, R., & Hermawan, A. (2023). Participatory Mapping for Creative Economy Development in Rural Areas. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan*, 5(2), 121–136. <https://doi.org/10.31949/jpmb.v5i2.4732>
- Keelson, S. A., Cúg, J., Amoah, J., Petráková, Z., Addo, J. O., & Jibril, A. B. (2024). The influence of market competition on SMEs' performance: Does process innovation moderate the relationship? *Economies*, 12(11), 282. <https://doi.org/10.3390/economies12110282>
- Mariani, M. M., Baggio, R., & Fuchs, M. (2022). Sustainable tourism and SMEs: fostering innovation and local value creation in destination ecosystems. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1749–1767. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1947955>
- Norlida, H. J., & Fathimah, N. (2024). Integrating micro, small and medium enterprises (MSMEs) into sustainable tourism ecosystem: A framework for inclusive growth. *Tourism Management Perspectives*, 49, 102140. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.102140>

- Nugroho, I., Soesilo, T. E. B., & Hadi, S. (2023). Community-based tourism and MSME empowerment for sustainable rural development in Indonesia. *Sustainability*, 15(5), 3958. <https://doi.org/10.3390/su15053958>
- Omari, D., Scott, S. A., Tóth, Z., & Tsinopoulos, C. (2025). The SME R&D intensity and product innovation relationship: the mediating role of quality management in the context of a developing country. *R&D Management*, 55(3), 837–854. <https://doi.org/10.1111/radm.12721>
- Patma, T. S. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1953679. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Rahman, M., & Suryani, E. (2022). Application of SWOT and QSPM in Formulating Local Economic Development Strategies in Tourism Villages. *Asian Journal of Regional Planning*, 3(4), 201–213. <https://doi.org/10.20885/ajrp.vol3.iss4.art5>
- Reim, W., Yli-Viitala, P., Arrasvuori, J., & Parida, V. (2022). Tackling business model challenges in SME internationalization through digitalization. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100199. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100199>
- Sukmana, T., Lestari, P., & Widodo, H. (2024). Utilization of GIS for Mapping of Tourism and MSME Potentials in Rural Development. *International Journal of Geo-Information Studies*, 7(2), 77–89. <https://doi.org/10.24198/ijgis.v7i2.4998>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45, 102156. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>