

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

1. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Kabupaten Gorontalo adalah sebuah kabupaten di Provinsi Gorontalo. Ibu kota kabupaten ini terletak di Limboto. Sejak ditetapkan sebagai Kabupaten pada tahun 1959 hingga sekarang, Kabupaten Gorontalo sudah mengalami tiga kali pemekaran. Pemekaran pertama pada tahun 1999 yang melahirkan Kabupaten Boalemo, pemekaran ke dua pada tahun 2003 yang melahirkan Kabupaten Bone Bolango, dan terakhir pada tahun 2007 yang melahirkan Kabupaten Gorontalo Utara.

Kabupaten Gorontalo memiliki luas wilayah 1.750,83 km² dengan jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Gorontalo yakni sebanyak 355.988 jiwa atau 34,22% dari total penduduk.

Letak Kabupaten Gorontalo terletak pada posisi di antara 00.24" - 10.02 Lintang Utara (LU) dan 121^o.59" - 123^o.32 Bujur Timur (BT) dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

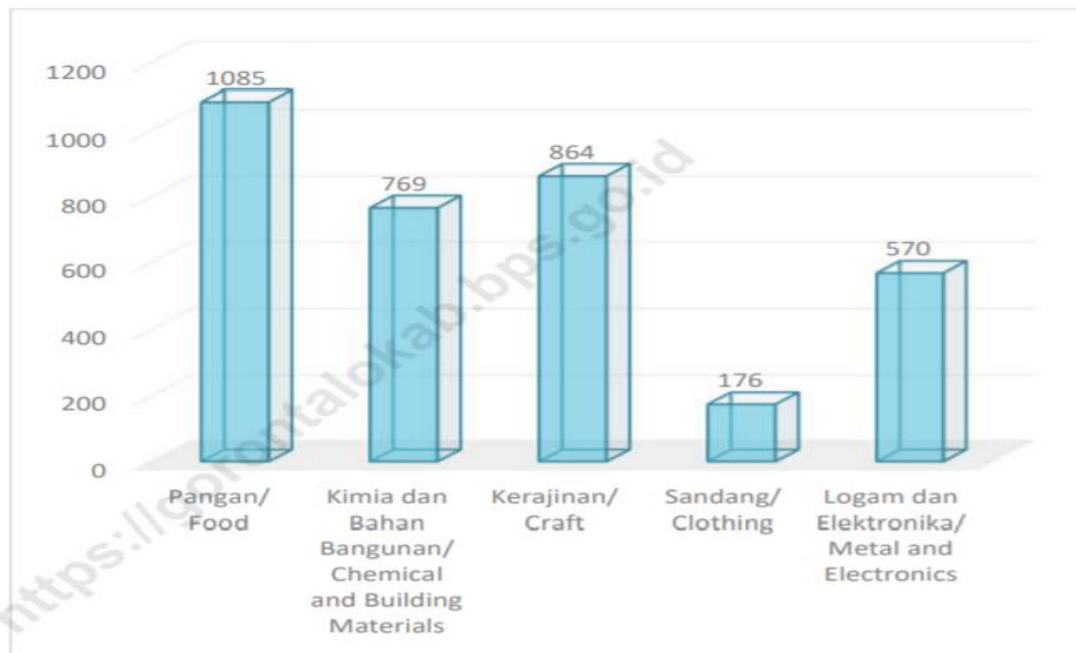
Batas Wilayah

Utara	Kabupaten Gorontalo Utara
Timur	Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo
Selatan	Teluk Tomini
Barat	Kabupaten Boalemo

Jumlah penduduk Kabupaten Gorontalo berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2010 sebanyak 355 988 jiwa dengan distribusi penduduk menurut kecamatan bervariasi dari yang terendah sebesar 2,14 persen di Kecamatan Biluhu hingga yang tertinggi sebesar 12,82 persen di Kecamatan Limboto. Agama mayoritas yang dianut penduduk Kabupaten Gorontalo adalah Islam (99,42%).

Jumlah Perusahaan yang ada di Kabupaten Gorontalo pada tahun 2017 sebanyak 3.464 perusahaan yang tersebar di 19 kecamatan. Kecamatan yang mempunyai jumlah perusahaan terbanyak adalah Kecamatan Limboto yaitu sebanyak 443 perusahaan, sedangkan kecamatan yang memiliki jumlah perusahaan paling sedikit adalah Kecamatan Asparaga yang memiliki

44 perusahaan. Sedangkan menurut Klasifikasi Industri, Perusahaan yang bergerak di bidang Pangan sebanyak 1.085 perusahaan, di bidang Kimia dan Bahan Bangunan sebanyak 864 perusahaan, di bidang kerajinan 570 perusahaan, dibidang Sandang 769 perusahaan, dan dibidang logam dan elektronika sebanyak 176 perusahaan. Berikut gambaran perusahaan yang ada di Kabupaten Gorontalo:



2. ANALISIS DATA

A. Profil Informan

Informan penelitian berjumlah 9 informan UMKM kreatif. Pelaku UMKM kreatif berjenis kelamin laki-laki sejumlah 3 orang atau 30% dari total informan dan pelaku UMKM berjenis kelamin perempuan sebesar 6 orang atau 70% dari total informan UMKM. Informan paling dominan adalah yang berusia 40-70 tahun sebanyak 7 orang atau 80% dari total responden yang diteliti. Dilihat dari jumlah tenaga kerja, jenis usaha mereka tergolong jenis usaha skala mikro dengan jumlah omzet per tahun sendiri paling banyak berkisar <300 juta. UMKM kreatif yang dikaji dalam penelitian ini dikhususkan pada industri yang bergerak di bidang manufaktur dalam skala mikro, kecil dan menengah yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi dengan nilai tambah tertentu. Sebagian besar memiliki konsentrasi pada pengolahan pakaian seperti kain kerrawang, pengolahan eceng gondok, kelopak pisang, bambu (menjadi berbagai jenis kursi, keranjang, mapan dll), dan pembuatan handycraft berupa aksesoris sederhana.

B. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Ekonomi Kreatif (Ekraf) di Kabupaten Gorontalo

1. Produksi

Dalam mengembangkan UMKM produksi merupakan kegiatan yang utama, produksi itu sendiri merupakan proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas. Pendefinisian produksi mencakup tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakter-karakter yang melekat padanya.

Para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Gorontalo juga mengungkapkan kendala dalam perolehan bahan baku. Ibu Hj. Iko Mantalo selaku pemilik UMKM Kerawang Naga Mas mengatakan bahwa:

“Dalam memperoleh bahan baku untuk pembuatan kain Kerawang perusahaan ini memesan langsung dari surabaya berupa kain polos dan benang yang merupakan bahan baku pokok dalam pembuatan produk kain kerawang”.

Masalah terbatasnya bahan baku yang dialami oleh para pelaku UMKM dikarenakan mereka harus mengimpor dari luar daerah untuk bahan bakunya. Hal ini juga dikarenakan belum adanya sentra UMKM yang menyediakan bahan baku di Kabupaten Gorontalo. Masalah lain diungkapkan oleh Bpk. Suranip Abdul yang mengungkapkan terkait persoalan bahan baku UMKM ini seperti berikut:

“Bahan baku untuk produksi ini tergantung petani, seperti pada saat terjadi pandemi covid 19 bahan baku sulit untuk didapat karena alasan petani mereka takut untuk keluar rumah”

Sedangkan terkait peralatan yang digunakan masih sangat sederhana hal ini juga berkaitan dengan kearifan local dari produk tersebut: hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Hj. Iko Mantalo selaku pemilik UMKM Kerawang Naga Mas mengatakan bahwa:

“Peralatan kita masih sederhana, jadi proses produksi masih secara manual tanpa bantuan mesin contohnya untuk menyulam pola masih menggunakan alat pemindangan Selain itu, pengerjaan iris benang, cabut benang, dan ikat Karawo dilakukan oleh pengrajin yang berbeda. Oleh karenanya, perlu dijaga kualitas setiap tahapan produksinya”.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bpk. Suranip Abdul yang mengungkapkan bahwa: *“untuk bahan baku dari eceng gondok masih menggunakan tangan untuk merajutnya sedangkan untuk bahan baku rotan dan kelopak pisang itu sudah menggunakan mesin”.*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masalah penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana juga menjadi penghambat bagi mereka dalam melakukan proses produksi yang berdampak pada kapasitas produksi yang mereka hasilkan.

2. Pasar dan Pemasaran

Untuk pemasaran sendiri, masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM kreatif di Kabupaten Gorontalo yaitu tidak adanya tempat aktualisasi. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Hj. Iko Mantalo berikut:

“kami tidak memasukan produk kami karawo ke toko-toko akan tetapi kami menjualnya disini saja, dirumah produksi”

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bpk Suranip Abdul

“untuk pasar produk rotan dan eceng gondok sulit dijual di Gorontalo, untuk itu kebanyakan produk saya, saya kirim ke Manado dan Bitung”

Begitupun dengan produk olahan makanan sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Lira Dan Ibu Tarni

“Untuk produk abon ikan tuna dan sagela saya masukan masih di supermarket agung karena kalo dimasukan disupermarket lain seperti alfamart dan indomart biaya bagi hasilnya banyak”.

“untuk dodol kami menjualnya di bandara selebihnya kami membuat dodol jika ada pesanan”.

Hal serupa juga dituturkan oleh Ibu Zainab selaku Pendamping UMKM Pemerintah Kabupaten Gorontalo, yakni:

“di Kabupaten Gorontalo ini belum ada tempat yang menyediakan bahan baku dan juga tempat khusus yang menjual produk-produk UMKM”

3. Manajemen dan Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan untuk manajemen dan keuangan UMKM Ekraf ini mengalami kendala dengan manajemen biaya produksi dan juga tambahan biaya untuk mengembangkan usahanya, karena dari hasil wawancara yang kami lakukan terdapat sejumlah pengeluaran biaya lain di luar biaya produksi yang dirasa cukup banyak bagi para pelaku UMKM. Seperti yang diungkapkan oleh Bpk Suranip

“untuk keuangan kami masih menggunakan modal sendiri dan hasil keuntungan dari penjualan produk kami, dan kami juga mengalami kendala terkait harga produk kami karena kami harus menanggung biaya pengiriman untuk produk kami keluar kota”.

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Tarni

“Untuk biaya kami sangat kesulitan karena harga sewa di Bandara tempat kami memasarkan produk harga sewanya mahal hal ini membuat kami kesulitan dalam mengembangkan usaha kami”.

4. Kebijakan Pemerintah

Dalam memajukan UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerja sama dari berbagai pihak terutama dukungan dari pemerintah, hal ini bisa dilihat dari kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah itu sendiri baik dari kemudahan memperoleh bahan baku, produksi sampai dengan proses pemasaran. Dari wawancara yang telah dilakukan dengan para pelaku UMKM, selama ini dukungan pemerintah untuk pelaku UMKM masih dalam hal promosi lokal produk di acara-acara pemerintahan seperti pada pameran yang dilaksanakan oleh pemerintah, seperti penuturan oleh Bpk Sunarto selaku Kepala seksi pengembangan SDM dan UKM Kabupaten Gorontalo menuturkan:

“dukungan pemerintah untuk UMKM di Kabupaten Gorontalo itu dalam bentuk promosi, permodalan dan juga pelatihan untuk para pelaku UMKM”

Hal ini diperkuat oleh pendapat Bpk Suranip selaku pemilik UMKM Rotan Indah yang menyampaikan,

“kebijakan pemerintah untuk UMKM masih sebatas promosi untuk produk-produk kami belum mencakup kemudahan buat kami dalam memperoleh bahan baku dan pembayaran pajak penghasilan”

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Lira

“peran pemerintah masih sebatas pengikutsertaan dalam pameran-pameran yang diadakan. Belum ada kebijakan dalam hal pengurusan perijinan usaha, terutama dalam pemberian sertifikat halal dan kemudahan dalam penyewaan tempat usaha serta kami kesulitan mendapatkan informasi tentang pelaksanaan ifen-ifen yang melibatkan UMKM”.

UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru. Peningkatan kreatifitas bagi para pelaku UMKM dapat dilakukan melalui serangkaian proses pelatihan dari pemerintah seperti manajemen pengelolaan usaha, manajemen pemasaran, keuangan, dan lain sebagainya.

5. Kondisi Ekonomi

UMKM berbasis kreatif ini sangat banyak manfaatnya untuk pengembangan ekonomi yang ada di daerah karena hasil dari UMKM ini bisa menyerap tenaga kerja sehingga

mengurangi penggangguran, pemanfaatan bahan-bahan lokal dan dapat menambah pemasukan daerah serta bisa mengangkat ciri khas daerah itu sendiri,

Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh informan Ibu Ulin sebagai masyarakat

“dengan adanya UMKM ini kami bisa mendapatkan penghasilan tambahan, hitung-hitung membantu suami”

Hal serupa juga dikatan oleh Bpk Suranip

“karena bahan bakunya rotan dan eceng gondok maka dengan usaha perabotan ini, eceng gondok yang tadinya menjadi masalah untuk danau limboto karena menyebabkan kedangkalan danau bisa dimanfaatkan dan bisa dijadikan tambahan penghasilan bagi masyarakat sekitar danau limboto”.

Informan Ibu Hj. Iko kerawang mengungkapkan

“usaha karawo ini telah membantu kurang lebih 300 orang ibu-ibu rumah tangga yang statusnya adalah URT untuk mendapatkan penghasilan tambahan demi kebutuhan keluarga”.

6. Lingkungan

Dalam menjalankan suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup maka suatu perusahaan harus melewati uji Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL). AMDAL bertujuan untuk menghindari dampak, meminimalisasi dampak, dan melakukan mitigasi/kompensasi dampak. AMDAL sebagai *“environmental safe guard”* bermanfaat untuk pengembangan wilayah, sebagai pedoman pengelolaan lingkungan, pemenuhan prasyarat utang (*loan*), dan rekomendasi dalam proses perijinan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Lira

“usaha saya belum dilakukan uji amdal akan tetapi untuk membuang limbah hasil olahan ikan ini saya sudah menyediakan tempatnya, rencananya jika usaha saya sudah besar dan berkembang saya akan mengajukan untuk dilakukan uji AMDAL oleh pihak terkait”.

Ada 2 (dua) jenis izin di dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH), yakni pertama, izin lingkungan adalah izin yang diberikan kepada setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan yang wajib Amdal atau UKL-UPL dalam rangka perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yang merupakan prasyarat untuk memperoleh izin usaha dan/atau kegiatan. Kedua, izin usaha dan/ kegiatan adalah izin yang diterbitkan oleh instansi teknis untuk melakukan usaha dan kegiatan. Sejalan dengan Pasal 40 bahwa Izin Lingkungan merupakan persyaratan untuk memperoleh izin usaha dan kegiatan

C. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis *Gig economy* di Kabupaten Gorontalo

1. Memperoleh pekerja profesional independen yang akan dipekerjakan

Dalam perekrutan karyawan yang kompeten itu harus melalui seleksi yang berpedoman pada kualifikasi SDM yang dibutuhkan. Kualifikasi yang dibutuhkan terdiri dari kualifikasi umum dan khusus. Kualifikasi umum, yaitu kebutuhan terhadap SDM yang bisa digunakan secara umum untuk semua jenis aktivitas bisnis, termasuk UMKM seperti pengetahuan umum, kesehatan, kepribadian yang baik, intelegensi, keseriusan, dan komitmen. Kualifikasi khusus, yaitu kebutuhan terhadap SDM yang hanya dibutuhkan untuk jenis pekerjaan tertentu (tidak semua orang bisa melakukan), seperti kemampuan membuat sulaman karawo, membuat ukiran rotan dan eceng gondok serta yang dapat mengelola abon dan makanan dodol. Dalam aplikasinya UMKM yang ada di Kabupaten Gorontalo melakukan rekrutmen tanpa persyaratan keahlian dan Pendidikan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang kami lakukan dengan Bpk Suranip

“dalam merekrut karyawan saya tidak melihat Pendidikan tetapi jika mereka ingin bekerja silahkan, bagi saya soal keahlian urusan kedua”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Hj. Iko

“tenaga kerja yang saya pekerjakan yaitu ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai URT dan mereka tidak memiliki keahlian sebelumnya terkait karawo, nanti ketika mereka mulai bekerja disini baru dilatih cara menyulam dan membuat pola”.

Dari hasil ini dalam perekrutan tenaga kerja UMKM belum memiliki standar minimal baik dari Pendidikan maupun keahlian.

2. Berpotensi menghemat biaya

Dalam hal pengembangan UMKM dilihat dari segi *gig economy* pengusaha harus memperhatikan efisiensi biaya terutama dari segi perekrutan karyawan atau pekerja yang akan dipekerjakan di tempat usaha tersebut. Hal ini sudah dilakukan oleh pelaku UMKM itu sendiri, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Hj. Iko

“dalam perekrutan karyawan kami melihat kemampuan usaha, kalo mampu membiayai gaji pekerja, seperti pada saat terjadi covid banyak karyawan yang tidak melakukan kegiatan sulaman”

Hal serupa juga disampaikan oleh Bpk Suranip

“dalam merekrut karyawan saya melihat kemampuan keuangan dan pesanan, seperti pada saat terjadi covid banyak pekerja yang kami rumahkan”.

3. waktu kerja yang fleksibel

Gig economy sektor ekonomi yang terdiri dari pekerja profesional yang bekerja secara independen dimana mereka menerima pekerjaan dari proyek-proyek tunggal berjangka pendek, dari perusahaan maupun organisasi nir-laba maupun perorangan dalam mengembangkan *gig economy* harus memperhatikan waktu kerja yang fleksibel dan ini juga sudah diterapkan oleh UMKM. Seperti kata Bpk Suranip

“pekerja disini tidak ada yang tetap kecuali bagian administrasinya, selebihnya semua sistem kontrak”

Sedangkan menurut Ibu Tarni

“kami tidak memiliki karyawan tetap, nanti ada pesanan baru itu kami merekrut karyawan”.

Dari pernyataan UMKM yang ada di Kabupaten Gorontalo sistem karyawan yang mereka gunakan tidak tetap tapi menggunakan sistem kontrak, jadi sesuai dengan adanya produksi hal ini bisa memberikan efisiensi anggaran untuk UMKM.

4. kreatifitas dan inovatif

dalam mengembangkan UMKM dengan memanfaatkan *gig economy*, maka para pelaku usaha dan tenaga kerja dituntut memiliki kreatifitas dan inovatif khususnya dalam mengembangkan produknya. UMKM kreatif yang ada di Kabupaten Gorontalo belum semua mempekrjakan karyawan yang memiliki kreatifitas dan inovatif yang dibutuhkan agar produk tersebut mampu berdaya saing. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Informan Ibu Tarni

“untuk kemasan dodol ini kami masih menggunakan bahan yang sederhana yaitu dengan daun woka dan setelah itu dikemas dalam kardus bekas, berikut kami tambahkan label identitas usaha di depan kardus. Sedangkan untuk pemasaran kami belum memanfaatkan media sosial”.

Hal ini juga sependapat dengan pernyataan Ibu Hj. Iko

“untuk pola kerrawang dan bahan itu kami masih seperti pola-pola biasanya yang motifnya bunga sedangkan untuk pemasaran kami masih sebatas langganan yang tau tempat ini”.

Akan tetapi hal berbeda dilakukan oleh Ibu Lira

“untuk kemasan, idenya saya dengan suami yang membuat kami memilih bahan yang bisa digunakan kembali, sedangkan untuk pemasaran kami memanfaatkan media social yang ada sehingga produk kami ini sudah menjangkau sampai keluar Gorontalo”.

D. SWOT

a. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Ada beberapa faktor internal yang diidentifikasi menjadi kekuatan strategi pengembangan UMKM berbasis ekraf di *gig economy* di Kabupaten Gorontalo, yaitu: 1) Kenyamanan tempat dan lokasi yang strategis, 2) Harga yang relatif terjangkau, 3) Bahan baku yang selalu tersedia, 4) Variasi model, pola, ukir dan rasa, 5) jenis produk pendamping yang ditawarkan, dan 6) Komunikasi dan keakraban karyawan yang terjalin baik. Setelah diidentifikasi, ada beberapa juga faktor internal yang menjadi kelemahan strategi pengembangan UMKM yaitu: (1) Modal yang terbatas, (2) Sistem manajemen usaha yang masih lemah, (3) Kualitas dan kuantitas SDM yang terbatas, (4) Pemasaran (promosi) yang belum intensif, dan (5) Alat produksi pendukung masih terbatas.

b. Faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)

Yang menjadi peluang strategi pengembangan UMKM berbasis ekraf di *gig economy* di Kabupaten Gorontalo yaitu: (1) Dukungan dari pemerintah, (2) Perkembangan teknologi dan informasi, (3) Ekspansi (perluasan) usaha, dan (4) Hubungan baik dan Loyalitas pelanggan. Sedangkan yang menjadi ancaman strategi pengembangan UMKM yaitu: (1) Harga bahan baku yang tidak stabil, (2) Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama, (3) Munculnya Kompetitor yang menawarkan produk yang berbeda, dan (4) Lokasi UMKM yang sulit dijangkau.

3. PEMBAHASAN

UMKM berbasis ekonomi kreatif dan *gig economy* di Kabupaten Gorontalo belum sepenuhnya dilaksanakan oleh para pelaku UMKM karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Payu (2014) yang mengungkapkan bahwa dilihat dari daya saing produk dan penguasaan teknologi informasi UMKM yang ada di Provinsi Gorontalo relatif rendah, sehingga menyebabkan produk yang dihasilkan oleh UMKM kurang diminati dan sulit bersaing di pasar terutama untuk segmen-segmen tertentu. Hal ini terjadi dikarenakan oleh beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif Kabupaten Gorontalo antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, jenis produk yang ditawarkan, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka. Solusi dari pihak pemerintah untuk kemajuan UMKM

kreatif di Kabupaten Gorontalo yaitu dengan dilakukan antisipasi ke depan yang sifatnya kontinyu dengan memberikan tambahan modal kepada para pelaku UMKM.

Dalam teori yang dikatakan oleh Deni dwi hartomo dan Malik Cahyadin (2013) tentang Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif harus memperhatikan terkait: Produksi, Pasar dan Pemasaran, Manajemen dan Keuangan, Kebijakan Pemerintah, Kondisi Ekonomi. Akan tetapi dari hasil survei dan wawancara langsung ke lokasi penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa untuk mengembangkan UMKM yang berbasis ekraf dan *gig economy* para pelaku UMKM tersebut sangat kesulitan, karena:

1. Produksi

Dalam produksi UMKM yang ada di Kabupaten Gorontalo masih menggunakan bahan baku seadanya yang diperoleh dari luar daerah maupun dari petani-petani yang ada dalam daerah, kesulitan untuk memperoleh bahan baku ini juga merupakan kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Bahan baku ini merupakan unsur terpenting yang menentukan kualitas produk yang dihasilkan. Seperti yang diungkapkan oleh Wilantara dan Susilawati (2016), menyatakan bahwa tuntutan untuk mengikuti standar desain dan kualitas produk agar sesuai ketentuan, menuntut perubahan dalam kegiatan produksidan pemasaran UMKM. Dalam MEA, negara anggota sepakat untuk melaksanakan standar ISO-26000

2. Pasar dan Pemasaran

Dari segi pasar dan pemasaran UMKM yang ada pada Kabupaten Gorontalo masih mendapat masalah yakni, tidak adanya sentra atau tempat yang disediakan khusus sebagai wadah produk-produk UMKM dipasarkan. Sedangkan di Indonesia sendiri telah ada aturan tentang Standar Nasional Indonesia tentang Pasar itu sendiri.

3. Manajemen dan Keuangan

UMKM yang ada di Kabupaten Gorontalo juga mengalami kesulitan dalam mengembangkan dan menghasilkan produk-produk yang kreatif dan berdaya saing dikarenakan mereka masih bermodalkan dana dari sipemilik tanpa tambahan anggaran dari pembiayaan maupun bantuan dari pemerintah. Yang mana modal merupakan unsur penting dalam mengembangkan usaha seperti diungkapkan oleh Tejasari (2008) permodalan merupakan factor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha.

4. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Gorontalo sudah ada akan tetapi kebijakan ini masih bersifat umum yakni terkait, pemberian modal, promosi

di even-even terbatas yaitu event-event pemerintah, dan pelatihan. Permasalahan yang ada UMKM terkendala dengan pengurusan ijin-ijin yang menurut para pelaku UMKM itu memberatkan, pengetahuan terkait pemanfaatan media elektronik sehingga produk mereka bisa diketahui atau tersebar secara luas dan juga kebutuhan tenaga kerja yang memiliki kompetensi dari segi kreatifitas dan inovatif untuk pengembangan UMKM itu sendiri.

5. Kondisi Ekonomi

UMKM di Kabupaten Gorontalo sangat berpotensi untuk memberikan kontribusi lebih untuk kemajuan daerah dan dapat menjadi solusi untuk permasalahan pengangguran dan kemiskinan yang ada di daerah ini. Hal ini dapat dilihat dari penyerapan tenaga kerja oleh UMKM yang merekrut atau mempekerjakan masyarakat sekitar dan bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku yang berasal dari lingkungan sekitar.

6. Lingkungan

Dampak lingkungan yang diakibatkan oleh keberadaan UMKM ini juga perlu diperhatikan karena lingkungan merupakan salah satu faktor penjamin kualitas produk yang dihasilkan. UMKM yang kreatif itu juga dilihat apakah UMKM tersebut ramah lingkungan sehingga dapat memberikan nilai positif bagi lingkungan sekitar.

7. Tenaga Kerja yang kreatif dan inovatif serta mampu menekan biaya

Dalam pengembangan UMKM berbasis ekraf dan khususnya *gig economy* tenaga kerja merupakan unsur penentu untuk pengembangan UMKM, karena pemanfaatan tenaga kerja paruh waktu akan membuat efisiensi biaya dan tenaga kerja yang memiliki inovatif dan kreatifitas akan membuat usaha tersebut bisa bersaing kedepan dan menyesuaikan dengan perkembangan dan permintaan pasar.

Dilihat dari analisis SWOT terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif (Ekraf) dan *Gig economy* di Kabupaten Gorontalo ada beberapa strategi yang dapat dilakukan dengan melihat hasil wawancara dengan informan terkait pengembangan UMKM berbasis ekraf dan *gig economy* menunjukkan letak keberadaan UMKM berbasis ekraf dan *gig economy* yakni berada pada kuadran satu. Posisi tersebut menggambarkan bahwa usaha tersebut berpeluang/ berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki ciri khas tersendiri, Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, dengan memaksimalkan peluang yang ada yakni kemudahan akses pemasaran menggunakan perkembangan teknologi dan tambahan modal dari pemerintah hal ini dilakukan

untuk ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal demi UMKM yang ada di Kabupaten Gorontalo. Berikut ini gambaran terkait analisis SWOT:

Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal Faktor eksternal	Strengths (S) 1. Kenyamanan Tempat dan Lokasi yang strategis 2. Harga yang relatif terjangkau 3. Bahan baku yang selalu tersedia 4. Variasi model, pola, ukir dan rasa 5. jenis produk pendamping yang ditawarkan 6. Komunikasi dan keakraban karyawan yang terjalin baik	Weakness (W) 1. Modal yang terbatas 2. Sistem manajemen usaha yang masih lemah 3. Kualitas dan kuantitas SDM yang terbatas 4. Pemasaran(promosi) yang belum intensif 5. Alat produksi pendukung masih terbatas
Opportunity (O) 1. Dukungan dari pemerintah 2. Perkembangan teknologi dan informasi 3. Ekspansi (perluasan) usaha 4. Hubungan baik dan Loyalitas pelanggan	Strategi SO 1. Melakukan inovasi dan variasi produk dalam menarik dan menumbuhkan loyalitas pelanggan serta menunjang perluasan usaha kedepan. pelanggan 2. Meningkatkan potensi usaha dengan memanfaatkan lokasi yang strategis serta perkembangan akses teknologi dan informasi. 3. Dengan adanya dukungan pemerintah proses produksi dan penjualan dapat dimaksimalkan, serta kestabilan harga jual dapat terjaga.	Strategi WO 1. Keterbatasan modal serta alat penunjang produksi dapat diatasi dengan adanya bantuan dana dari pemerintah) 2. Memperbaiki dan memperketat sistem manajemen serta rekrutmen karyawan agar tidak menghambat kemajuan usaha. 3. Memaksimalkan penggunaan media promosi seperti media cetak dan elektronik guna menjangkau lebih banyak konsumen.
Threats (T) 1. Harga bahan baku yang tidak stabil 2. Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama 3. Munculnya Kompetitor yang menawarkan produk yang berbeda 4. Lokasi UMKM yang sulit dijangkau	Strategi ST 1. Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas, variasi dan inovasi produk yang ditawarkan. 2. Memanfaatkan lokasi yang strategis serta memberikan promo khusus bagi pelanggan guna menarik pelanggan 3. adanya sentra khusus bagi produk-produk UMKM	Upaya peningkatan sistem manajemen usaha, kualitas SDM, pola pemasaran yang intensif, dan teknologi produksi diperlukan dalam mengatasi masalah yang ada serta persaingan usaha yang ada.

Sumber: Hasil olah data, 2020

Dari tabel ini dapat ditarik kesimpulan strategi deversifikasi di nilai lebih tepat untuk diaplikasikan, dikarenakan dinilai lebih sesuai dengan kondisi yang ada di Kabupaten Gorontalo saat ini. Selain itu pemanfaatan *gig economy* yaitu tenaga kerja paruh waktu dan memiliki kompetensi dan inovatif, hal ini sesuai hasil temuan kami di lapangan yang mana usaha UMKM ini sulit untuk berkembang diakibatkan oleh keterbatasan kreatifitas karena yang memiliki kreatifitas dan inovatif itu adalah *owner* atau pemilik usaha, dimana menurut penilaian kami pemilik usaha ini akan tidak bisa bersaing dengan usaha lainnya yang lebih inovatif dan kreatif sesuai perkembangan jaman dan permintaan konsumen hal ini sesuai dengan tuntutan ERA MEA yang mengharuskan UMKM lebih berdaya saing.

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas.

Status Luaran Wajib. Published di Jurnal International *Journal of Asian Multicultural Research for Economy and Management Study*. Luaran tambahan berupa POSTER: menunggu proses pemaparan hasil penelitian dan Hak cipta dalam proses pengurusan

E. PERAN MITRA: Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUPPT). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas.

.....
.....
.....
.....
.....

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Kendala kami dalam melakukan penelitian yaitu:

1. Adanya pandemi covid 19 yang menyerang dunia tanpa terkecuali Indonesia, sehingga pada saat itu diberlakukan PSBB disetiap daerah termasuk Provinsi Gorontalo, sehingga kami kesulitan untuk memperoleh data karena fokus masalah adalah melihat kondisi UMKM yang ada di Kabupaten Gorontalo
2. Lokasi penelitian yang sulit untuk dijangkau
3. UMKM tidak memiliki sentra tersendiri sehingga kami kesulitan dalam melakukan pemetaan terhadap UMKM yang bisa dijadikan informan penelitian ini.
4. Dalam melaksanakan luaran penelitian kami belum dapat melaksanakan khususnya seminar maupun dalam bentuk penyuluhan secara maksimal kepada pelaku UMKM, karena pasca Covid dan sampai saat ini rata-rata UMKM mengalami degradasi usaha sehingga sulit bagi kami mengumpulkan dan memberikan sosialisasi kepada para pelaku UMKM
5. Luaran wajib yang tadinya dijanjikan berupa jurnal nasional terakreditasi diubah ke jurnal internasional hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai penilaian dari publikasi artikel kami.

G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA: Tuliskan dan uraikan rencana penelitian di tahun berikutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

Penelitian selanjutnya akan difokuskan terkait aplikasi *gig economy* dalam menunjang pengembangan UMKM berbasis ekraf, karena dari penelitian ini dapat dilihat bahwa *gig economy* sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Santosa, Awan. *Perekonomian Indonesia (Masalah, Potensi dan Alternatif Solusi)*. Yogyakarta: Garaha Ilmu. 2013.
- [2] Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Daerah Kabupaten Gorontalo. *Rekap Data UMKM Diskopperindag Kab. Gorontalo*. 2017.
- [3] Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo. *Jumlah Perusahaan, Tenaga Kerja, Investasi dan Nilai Produksi Industri Mikro Kecil Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Gorontalo*. Gorontalo : BPS. 2017.
- [4] Payu, Boby Rantow dan Sri Indriyani. *Pemetaan UKM Di Kota Gorontalo Berdasarkan Pola Dan Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi*. Gorontalo : FEB - Universitas Negeri Gorontalo. 2014.
- [5] Clara Aprilia Sukandar, Gig Economy Industri 4.0, warta ekonomi. 29 Maret 2019. [online]. Tersedia: <https://www.wartaekonomi.co.id/read221527/apa-itu-gig-economy.html>. [Diakses: 12 Agustus 2019]
- [6] Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo. *Tingkat kemiskinan di Kabupaten Gorontalo*. Gorontalo : BPS. 2017.
- [7] Tambunan, Tulus, “*Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting*”, Jakarta : LP3ES, 2012.
- [8] Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- [9] Dani Danuar Tri U., Darwanto. 2013. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*. DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS Volume 2, Nomor 4, Halaman 1-13 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme> ISSN (Online): 2337-3814. 2013.

- [10] Dwi Ananda, Amin dan Dwi Susilowati. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang*. Jurnal Ilmu Ekonomi Vol X Jilid X/Tahun Hal.120–142. 2017.
- [11] Rifqy Roosdhani, Mohamad, Purwo Adi Wibowo dan Anna Widiastuti. *Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Usaha Kecil Menengah di Kab. Jepara*. Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis Vol. 9 No. 2 Oktober 2012.
- [12] Hawkins, John. *Creative Economy, How People Make Money from Idea*. 2013.
- [13] Latuconsina, Hudaya. *Kreativitas Tanpa Batas Menuju Ekonomi Kreatif Berbasis Insan Kreatif*. Cetakan I. Jakarta: TERAJU. 2010.
- [14] Deni, dwi hartomo dan Malik Cahyadin. *Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 4 No. 2, Desember 2013.
- [15] Abraham, Katharine G., John Haltiwanger, Kristin Sandusky, and James R. Spletzer. 2017a. “*Measuring the Gig Economy: Current Knowledge and Open Issues*.” March, 2017.
- [16] Moleong, Lexy, J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2017.
- [17] Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press. 2014.
- [18] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Jakarta: Sekretariat Negara
- [19] Wilantara, R. F., dan Susilawati. (2016). *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.
- [20] Tejasari, maharani. (2008), *Peran Sektor Usaha Kecil dan Menengah Dalam Penyerapan Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi* [skripsi]. Fakultas ekonomi dan manajemen. Institut pertanian Bogor, Bogor.