



Keberlanjutan UMKM dan Utilisasi Potensi Destinasi Wisata Nagari Suliki Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19

Marsdenia ¹

¹ Universitas Indonesia

e-mail: idelid53@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah meluluhlantakkan berbagai sendi ekonomi kemasyarakatan, baik itu perusahaan besar maupun entitas bisnis yang relatif lebih kecil seperti UMKM. Paper ini bertujuan untuk memaparkan secara konseptual bagaimana jika potensi destinasi wisata Nagari Suliki bisa di utilisasi secara maksimal akan dapat bersinergi dengan UMKM yang dimiliki oleh masyarakat Nagari Suliki, sehingga akan bisa segera bangkit dan bertahan setelah menghadapi berbagai masa sulit pada masa pandemi Covid-19. Ada pun jawaban dari pertanyaan paper diperoleh melalui metode pemaparan secara deskriptif analisis dengan melakukan beberapa simulasi utilisasi potensi destinasi wisata Nagari Suliki melalui pengumpulan data dengan observasi, data yang tersedia dan wawancara mendalam kepada informan kunci seperti ninik mamak, penghulu suku, masyarakat dan wali nagari. Kesimpulan dari paper ini adalah UMKM Nagari Suliki dengan berbagai produk baik kuliner maupun non kuliner bisa membuka semacam booth atau stand di berbagai destinasi pariwisata yang ada di Nagari Suliki, sehingga pengunjung tidak hanya melakukan swaphoto dan menikmati pemandangan destinasi wisata yang ada, tetapi juga bisa membeli kenang-kenangan baik makanan khas nagari Suliki mau pun berbagai buah tangan khas nagari Suliki.

Kata kunci : Perekonomian, Wisatawan, Kalender event, Pentas budaya

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has shattered various joints of the social economy, both large companies and relatively smaller business entities such as (UMKM) or SMEs. This paper aims to explain conceptually how if the potential of Nagari Suliki tourist destinations can be utilized optimally, they will be able to synergize with MSMEs owned by the people of Nagari Suliki so that they will be able to quickly rise and survive after facing various difficult times during the Covid-19 pandemic. The answers to the paper questions were obtained through a descriptive analysis method of exposure by conducting several simulations of the utilization of the potential of Nagari Suliki's tourist destinations through data collection by observation, available data, and in-depth interviews with key informants such as Ninik Mamak, tribal leaders, communities and wali Nagari. The conclusion of this paper is that (UMKM) or SMEs in Nagari Suliki with various products, both culinary and non-culinary, can open a kind of booth or stand in various tourist destinations in Nagari Suliki so that visitors not only take selfies and enjoy

the sights of existing tourist destinations but can also buy souvenirs, both typical food from Nagari Suliki and various souvenirs from Nagari Suliki.

Keywords: *Economy, Tourists, Event Calendar, Cultural Performances*

PENDAHULUAN

Sektor Pariwisata pada akhir-akhir ini menjadi sektor primadona yang diharapkan bisa menjadi lokomotif pemulihan ekonomi di Indonesia setelah dunia dilanda pandemi covid-19. Berbagai kebijakan telah diumumkan oleh pemerintah terkait upaya untuk mendukung agar sektor Pariwisata benar-benar bisa memainkan peranan strategisnya dalam upaya mendorong pemasukan negara. Untuk itu Pemerintah telah menetapkan 7 destinasi wisata super prioritas pengembangan pariwisata di Indonesia. Seiring dengan penetapan 7 lokasi ini diharapkan daerah yang belum menjadi super prioritas destinasi pariwisata pun bisa melakukan pembenahan dan pengembangan potensi destinasi wisata di daerah masing-masing [1]. Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau sangat kaya raya dengan pesona keindahan dan kekekhasan masing-masing pulaunya. Pulau Sumatera sebagai salah satu pulau di Indonesia yang dilintasi bukit barisan memanjang sepanjang Provinsi Aceh sampai dengan Lampung dan dikelilingi dengan lautan sungguh merupakan suatu potensi destinasi wisata yang tidak kalah dengan pulau-pulau lain di Indonesia.

Nagari Suliki sebagai salah satu nagari yang terletak di provinsi Sumatera Barat, Kabupaten Lima Puluh Kota dan kecamatan Gunung Mas, memiliki pesona yang tidak kalah dengan nagari-nagari atau daerah-daerah lainnya di pulau Sumatera secara umum dan nagari-nagari di Provinsi Sumatera Barat bahkan nagari-nagari di Kota Payakumbuh. Pandemi Covid 19 pun tidak kalah membuat sektor UMKM di nagari Suliki mengalami keterpurukan di tambah belum maksimalnya pemanfaatan berbagai teknologi untuk memasarkan produknya sehingga disini ada peluang keberlanjutan UMKM nagari Suliki di Sinergi kan dengan pengembangan sektor Pariwisata, terutama adanya potensi destinasi wisata nagari Suliki yang belum dikelola secara maksimal. Sinergi ini diharapkan efektif menumbuhkan UMKM, dikarenakan sektor pariwisata memungkinkan adanya peningkatan dalam berbagai aktivitas yang menyokong pengembangan destinasi wisata [2]. Lokasi Nagari Suliki yang berada tidak jauh dari Kota payakumbuh diharapkan juga bisa mendorong tingkat okupansi perhotelan di Kota Payakumbuh bagi para wisatawan daripada menginap di hotel kota lainnya, dan salah satu faktor eksternal yang membuat enggan para turis untuk menginap adalah sosial sebagai eksternal faktor [3]. Diharapkan pengembangan destinasi wisata nagari Suliki dengan mensinergikan dengan UMKM baik kuliner maupun non kuliner diharapkan ada rasa keterikatan secara sosial yang membuat betah para turis untuk memperpanjang masa liburannya.

Jika kita menilik lebih lanjut sinergi UMKM ini dengan pariwisata, aspek sosial budaya merupakan hal mendasar dalam sistem keberhasilan pengelolaan pariwisata dengan destinasi wisatanya. Sektor Pariwisata tidak sesederhana pergerakan dan kemudian tinggal di destinasi wisata tetapi merupakan pertemuan sosial-budaya antara tamu atau turis dan tuan rumah [4]. Dalam kegiatan pariwisata terdapat aspek pengalaman yang melibatkan tamu (*guest*) wisatawan yang mengunjungi suatu destinasi wisata dan tuan rumah (*host*) atau masyarakat yang berada di destinasi wisata tersebut. Pariwisata merupakan aktivitas sosial dimana adanya hubungan antara tuan rumah dan tamu yang menempati posisi utama yang harus menjadi fokus pencapaian keberhasilan pengelolaan pariwisata tersebut. Hubungan tuan rumah dan tamu dilaksanakan di dalam tiga konteks secara umum yaitu lokasi atau situasi kondisi ketika wisatawan membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa dari tuan rumah, waktu dan tempat yang ditempati oleh wisatawan dan tuan rumah pada saat yang bersamaan, serta tempat dan situasi dimana wisatawan dan tuan rumah bertemu serta bertukar pikiran dan ide [5].

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam tulisan adalah termasuk metode deskriptif analitis, melakukan studi kepustakaan, observasi, yaitu pengamatan menggunakan panca indera [6] dan menggunakan data yang tersedia terkait potensi wisata Nagari Suliki yang dikonfirmasi dengan wawancara mendalam dengan tokoh wali Nagari Suliki dan masyarakat Suliki dan beberapa wisatawan potensial dan yang sudah pernah mengunjungi nagari Suliki. Setelah data terkumpul dilakukan pengolahan data secara sistematis untuk bisa memformulasikan konsep terkait tujuan penulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat nagari Suliki adalah belum maksimalnya utilisasi potensi destinasi wisata yang dimiliki dan terpuruknya UMKM nagari Suliki sebagai imbas pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan Dunia. Dengan melakukan observasi langsung ke Nagari Suliki dan melakukan wawancara mendalam kepada beberapa informan kunci serta mengumpulkan data-data relevan. Untuk itu dilakukan mapping potensi destinasi wisata Nagari Suliki dan mapping UMKM yang bisa bersinergi dengan pengembangan destinasi wisata. Berikut adalah pemetaan dari produk apa saja yang ditawarkan oleh UMKM Nagari Suliki. Terlihat bahwa didominasi oleh produk kuliner, karena memang daerah Minang terkenal dengan makanannya yang lezat-lezat dengan cita rasa yang sangat tinggi, kaya rempah dan memanfaatkan bahan mentah yang mudah didapat di daerahnya masing-masing sehingga memiliki harga yang kompetitif. Terlihat pada produk UMKM Nagari Suliki pada Tabel 1 bahwa

Mayoritas merupakan produk makanan / kuliner, tetapi ada juga yang non kuliner antara lain, produk kerajinan tangan, baik yang menggunakan bahan rajutan dan ada juga dari batang tanaman yang disebut dengan mansiang. Produk tas atau bahasa Suliknya kombuk ini sangat unik sekali dan proses pembuatannya pun sangat khas. Kemudian ada juga UMKM yang memanfaatkan kondisi pandemi covid-19 dengan membuat masker selain juga menjahit alas kasur dan *bed cover*. Untuk kuliner seperti biasa rendang tetap menjadi andalan orang minang walau ini adalah modifikasi yaitu rendang telur yang kering dan tahan lama, serta kuliner berbahan singkong dan nasi yang diolah menjadi keripik. Cita rasa yang enak perlu didukung dengan kemasan yang menarik dan higienis, begitu juga dengan produk non kuliner perlu dikemas dengan semenarik mungkin sehingga para wisatawan pun menjadi tertarik untuk membeli produk UMKM yang kelak akan dipasarkan dalam bentuk stand atau booth di lokasi destinasi wisata tersebut.

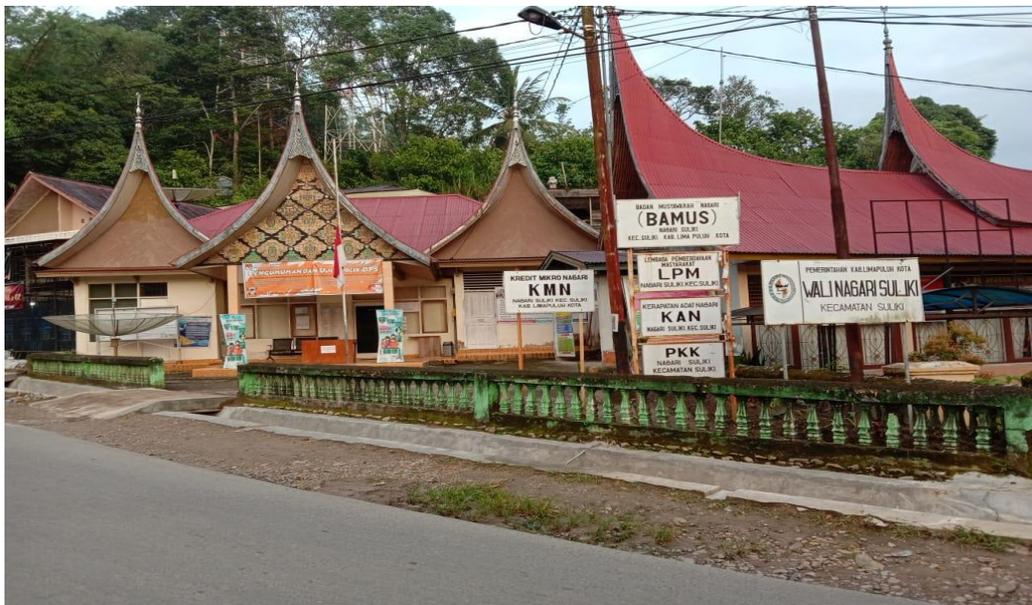
Tabel 1 Produk UMKM di Nagari Suliki

No.	Produk UMKM
1.	Bed cover
2.	Masker
3.	Rendang telur
4.	Kombuk mansiang
5.	Pinyaram (kue cucur)
6.	Tas mote / Tas rajut
7.	Kerupuk nasi / Cupak
8.	Kerupuk Rubik

Sumber : Data Nagari Suliki, diolah kembali

Kemudian pada tabel 2 merupakan pemetaan destinasi wisata nagari Suliki yang bisa dikembangkan dan disinergikan dengan UMKM. Nagari Suliki memiliki potensi UMKM yang bisa disinergikan dengan pengembangan destinasi wisata Nagari Suliki. Salah satu yang sempat jadi viral adalah

destinasi air ikan banyak, karena di aliran air tersebut banyak sekali ikan yang membuat banyak para wisatawan yang menyengajakan diri ke Nagari Suliki untuk melihat dan membuktikan sendiri seberapa banyak ikan di air mengalir tersebut. Tapi sayangnya untuk air ikan banyak ini pada saat penulis melakukan observasi sudah kurang terawat dan sampah berserakan dimana-mana. Untuk sinergi dengan UMKM sangat potensial sekali, karena belum ada yang berjualan makanan dan oleh-oleh kenangan khas Suliki. Wisata alam, selain air ikan banyak juga ada lagi beberapa yang bisa dikelola dengan maksimal menjadi destinasi wisata seperti kebun kopi, cengkeh dan coklat, sawah, panorama dari atas koto, serta batang air sinamar sebagai arena mancing dan mengambil ikan kecil.



Gambar 1. Wisata budaya- bangunan khas minang (koleksi pribadi)

Disamping wisata alam. Destinasi wisata nagari Suliki juga menawarkan wisata yang sekarang lagi favorit yaitu wisata pengalaman, antara lain wisata bagaimana cara mengolah kombuk dari batang mansiang, merajut tas dan pengalaman memetik kopi, cengkeh dan coklat. Destinasi wisata lain yang tak kalah menariknya adalah wisata seni budaya antara lain, seni randai, pencak silat dan berbagai seni khas nagari Suliki. Wisata seni budaya dan wisata budaya opda gambar 1 yang merupakan bangunan khas suku minang, yaitu rumah gonjong atau atap tanduk kerbau. Untuk kegiatan seni dan budaya ini bisa dibuat semacam kalender events sehingga para wisatawan sudah bisa menjadwalkan kedatangannya ke nagari Suliki. Pada setiap destinasi UMKM bisa memanfaatkan sebagai lokasi pemasaran produknya baik kuliner maupun non kuliner.

Tabel 2 Destinasi Wisata di Nagari Suliki

No.	Produk UMKM
1.	Wisata Alam Air Ikan banyak
2.	Wisata alam jalan ditengah Sawah
3.	Wisata pengalaman membuat dari bahan mansiang
4.	Wisata alam kebun kopi, kebun coklat dan cengkeh
5.	Wisata alam batang air sinamar
6.	Wisata alam pemandangan Ateh Koto
7.	Wisata Seni Budaya Randai atau pencak silat
8.	Wisata Seni Budaya seni budaya minang khas nagari Suliki
9.	Wisata budaya – bangunan khas minang

Sumber : Data Nagari Suliki, diolah kembali

Namun, pemetaan potensi destinasi wisata bagi Suliki dan sinergi dengan UMKM masihlah di tataran konseptual, karena keberhasilan sinergi pengembangan destinasi Wisata dan UMKM haruslah didukung oleh masyarakat [7] Nagari Suliki. Pengembangan destinasi wisata dan sinergi UMKM tidak lepas dari upaya pemberdayaan masyarakat. Peningkatan pemberdayaan masyarakat ini adalah bagaimana meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan masyarakat serta kepedulian masyarakat untuk terus optimis menggali potensi destinasi wisata dan pengembangan UMKM.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan yang diperoleh dari observasi, pengumpulan berbagai data dan informasi melalui observasi dan wawancara mendalam kepada informan kunci, maka dalam rangka untuk mengatasi masalah nagari Suliki terkait keberlanjutan UMKM dan utilisasi destinasi wisata nagari Suliki bisa digunakan tangga pendekatan pemberdayaan dan partisipasi masyarakat [8]. Pendekatan pemberdayaan dan partisipasi masyarakat ini menyatakan bahwa tingkat partisipasi masyarakat secara bertahap dari tahap penyesuaian (*compliance*), konsultasi (*consultation*), kerjasama (*cooperation*), belajar bersama (*co-learning*), dan aksi bersama (*collective action*). Pendekatan pemberdayaan dan partisipasi masyarakat adalah suatu konsep yang tepat sesuai dengan kondisi sosial masyarakat minang yang selalu bersikap inisiatif dan penuh kreativitas dan sudah terbiasa bertahan dalam keadaan sesulit apa pun.

Pada tahap penyesuaian, maka masyarakat nagari Suliki berada pada kondisi dimana aktivitas-aktivitas terkait produk UMKM baik kuliner maupun non kuliner dimodifikasi dengan insentif diberikan kepada masyarakat, tetapi agenda dan proses masih diarahkan oleh orang luar dalam hal ini perlu dilakukan intervensi bisa berupa motivasi atau pun kebijakan yang diturunkan wali nagari sehingga produk UMKM bisa berada pada bentuk yang bisa dipasarkan pada destinasi wisata kelak. Berikutnya adalah tahap konsultasi adalah ketika pendapat masyarakat lokal diidentifikasi, pihak luar menganalisa dan memutuskan tindakan yang harus dilakukan. Pada tahap ini adanya pihak eksternal yang akan melakukan tahapan identifikasi, analisis dan tindakan apa yang akan dilakukan berdasarkan pengumpulan berbagai pendapat dari masyarakat nagari Suliki terkait keberlanjutan UMKM dimasa mendatang dengan bersinergi dengan destinasi wisata yang ada di nagari Suliki.

Kemudian, tahap kerjasama merupakan tahap dimana masyarakat nagari Suliki bekerja dengan pihak luar untuk menentukan prioritas tetapi tanggung jawab untuk mengarahkan proses masih tergantung pihak luar. Tahap berikutnya adalah belajar bersama merupakan kondisi dimana masyarakat Nagari Suliki dan pihak luar saling berbagi pengetahuan, menciptakan pemahaman baru dan bekerja bersama untuk membentuk rencana aksi. Sedangkan tahap yang paling ideal adalah tindakan kolektif, yaitu ketika masyarakat lokal menetapkan agendanya sendiri dan mobilisasi secara mandiri untuk menyelenggarakan agenda tersebut tanpa bantuan pihak luar.



Gambar 2 Model Tingkat Partisipasi Masyarakat Kanji & Greenwood

Berdasarkan tangga tingkat partisipasi Kanji dan *Greenwood* pada gambar 2 terdapat dua kelompok masyarakat, yaitu yang pertama pada tingkat konsultasi dimana kelompok masyarakat ini menjadi fasilitator bagi kelompok masyarakat lain berupaya mengidentifikasi aspirasi dan keinginan masyarakat untuk kemudian bekerja sama dengan pihak luar menganalisa dan memutuskan tindakan yang perlu diambil. Kelompok ini adalah perangkat desa yaitu Kepala bapak Wali Nagari Suliki dan perangkatnya serta masyarakat binaan. Pihak luar adalah akademisi, para tokoh Nagari, ninik mamak, penghulu suku sebagai pelindung dan patron, sedangkan masyarakat setempat merupakan objek yang berada pada tahap penyesuaian. Untuk memberdayakan masyarakat ini maka dikembangkan dan disosialisasikan aktivitas-aktivitas pariwisata dan insentif yang menarik misalnya pinjaman lunak dan pemberian dana-dana desa melalui BUMDES agar dapat termotivasi berpartisipasi pada kegiatan UMKM dan aktivitas pariwisata berbasis masyarakat. Fasilitator dan masyarakat perlu membangun kerjasama-kerjasama dengan institusi lain untuk mendukung keinginan mereka untuk dapat memiliki keterampilan pengelolaan jasa dan produk wisata.

Untuk konteks Nagari Suliki, perlu dibangun motivasi bagi para pelaku UMKM bahwa dengan berkembangnya nagari Suliki sebagai tuuan wisata maka para pelaku UMKM akan bisa menambah area pemasarannya tanpa harus keluar dari nagari Suliki, tetapi dengan menciptakan suasana yang membuat para calon pembeli atau pelanggan produk mereka yang datang sendiri ke penjualnya yaitu para pelaku UMKM nagari Suliki. UMKM pun bisa berkembang dan tidak terpaku hanya pada produk saat ini yang dijalankan. Dengan berdatangnya para wisatawan ada beberapa ada bisnis yang akan marak [9] antaralain, homestay, warung permainan tradisional dan pentas seni budaya dan permainan khas daerah tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan yang telah diberikan bisa diambil kesimpulan bahwa, UMKM nagari Suliki yang terpuruk akibat adanya pandemi covid-19 memiliki peluang yang lumayan besar bisa dibantu keberlanjutan bisnisnya jika memanfaatkan secara maksimal potensi wilayahnya untuk menjadi destinasi wisata, karena tidak bisa dipungkiri ada beberapa destinasi wisata yang sebenarnya sudah viral di media sosial dan banyak wisatawan yang memang datang karena mau membuktikan langsung kebenaran destinasi wisata tersebut. Nagari Suliki sebagai nagari yang termasuk kabupaten lima puluh kota, jika berkembang pariwisatanya tentu akan mendongkrak juga tingkat hunian hotel di kota payakumbuh, sehingga diharapkan terjadi efek multiplier terhadap pertumbuhan ekonomi.

Perlu dibuat semenarik mungkin destinasi wisata alam, pengalaman serta dijaga juga keamanan bagi para wisatawan saat berkunjung, begitu juga dengan kebersihannya juga harus menjadi perhatian bagi para pemangku kepentingan. Dibuat prioritas destinasi pilihan yang akan menjadi target untuk saat ini, sebagai *pilot project* yang akan bisa memotivasi masyarakat bahwa dengan menjada dan mengembangkan destinasi wisata dengan tanggung jawab akan memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat itu sendiri.

Perlu dukungan dari semua pihak untuk mewujudkan sinergitas sektor pariwisata dan UMKM di nagari Suliki terutama dari masyarakat [7] nagari Suliki itu sendiri, dan juga dukungan dari para tokoh nagari baik dari alim ulama, ninik mamak mau pun penghulu yang merupakan pimpinan para suku yang ada di nagari Suliki. Disamping itu harus ada dukungan penuh juga dari wali nagari sebagai pemegang amanat dari negara yang bertanggung jawab sebagai pimpinan yang akan memimpin masyarakat nagari Suliki untuk bisa hidup lebih makmur sejahtera, aman dan tenteram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K, Castro-Arce and F. Vanclay, "Transformative social innovation for sustainable rural development: An Analytical Framework to assist community-based initiative," *J. Rural Stud.*, vol. 74, no, January 2019, pp 45-54, 2020, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.11.010>.
- [2] L., Setiawan and I. A. Suryasih. (2016). Karakteristik Dan Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Pantai Kata di Kota Pariaman, Sumatera Barat, *J. Destin. Pariwisata*, vol. 4, No. 1, pp1
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p01>
- [3] Hadi, H., & Kasmita, K. (2021). Pengaruh Faktor Internal dan faktor Eksternal Terhadap Tingkat Hunian Kamar Hotel di Kota Payakumbuh, *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, 2(3), 234-242.
<https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i3.42572>
- [4] Saarinen, Jarkko & Manwa, Haretsebe. (2008). *Tourism as a Socio-Cultural Encounter: Host-Guest Relations in Tourism Development in Botswana*. Botswana Notes and q Records. 39. 43-53. 10.2307/41236632.
- [5] Ratz, T. (2000). 'Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary'. In Hall, D. & Richards, G. (Eds). *Tourism and Sustainable Community Development*, London: Routledge. pp. 36-47.
- [6] B. Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga Press, 2001
- [7] Pretty, Jules N., et al., (1995): *Participatory Learning and Action: A Trainer's Guide*. International Institute for Environment and Development, London.
- [8] Kanji, Nazneen, and Laura Greenwood (2001): *Participatory Approaches to Research and Development in IIED: Learning from experience*. IIED: London.
- [9] Fahrur, R., & Ach, M. (2021). Konsep Pengembangan Wisata Bukit Brukoh yang Berbasis Syari'ah Perspektif Masalah dan Analisis SWOT, *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, 2(3), 234-242.
<https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i3.42572>