

---

---

**PENGEMBANGAN MODEL KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN  
PADA INDUSTRI KREATIF UNTUK Mendukung PARIWISATA  
DESA BERKELANJUTAN DI KOTA BATU**

Kinanti Resmi Hayati<sup>1</sup>  
Kusnarto<sup>2</sup>  
Endang Sholihatin<sup>3</sup>  
Invony Dwi Aprilisanda<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>3</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>4</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

Kinantihayati@gmail.com

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menyusun model kompetensi kewirausahaan pada industri kreatif (klaster industri makanan dan minuman) untuk mendukung pariwisata desa berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian yaitu Kota Batu Jawa Timur. Hasil penelitian ini diketahui bahwa model kompetensi kewirausahaan pada industri kreatif (klaster industri makanan dan minuman) untuk mendukung pariwisata desa berkelanjutan adalah sebagai berikut. a) Managerial skill. Pelaku industri kreatif harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar bisnis yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. b) Conceptual skill. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi bisnis yakni merupakan landasan utama menuju pelaku industri kreatif sukses. c) Human skill. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan berbisnis. d) Decision making skill. Sebagai seorang pelaku industri kreatif, seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. e) Time managerial skill. Keterampilan mengelola waktu dapat memperlancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana yang telah digariskan.

**Kata kunci:** Pariwisata berkelanjutan, kompetensi kewirausahaan, industri kreatif

---

*Submitted* : 23 Maret 2019

*Revision* : 5 Juni 2019

*Published* : 30 Juli 2019

---

## **PENDAHULUAN**

Industri pariwisata merupakan bagian dari industri kreatif yang dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Presiden Joko Widodo menargetkan pertumbuhan pariwisata nasional dua kali lipat pada 2019 yaitu jumlah kunjungan wisman 20 juta dan pergerakan wisnus 275 juta, serta indeks daya saing pariwisata Indonesia berada di ranking 30 dunia. Sejalan dengan hal tersebut

pariwisata ditargetkan memberikan kontribusi pada PDB nasional sebesar 8%, dengan devisa yang dihasilkan Rp 280 triliun. Melalui peningkatan jumlah wisatawan prediksinya akan mampu membuka lapangan kerja di bidang pariwisata sebanyak 13 juta orang.

Upaya mencapai target pariwisata 2019 Kemenpar menetapkan tiga program prioritas atau top 3 program yang dilaksanakan tahun ini yakni; *digital*

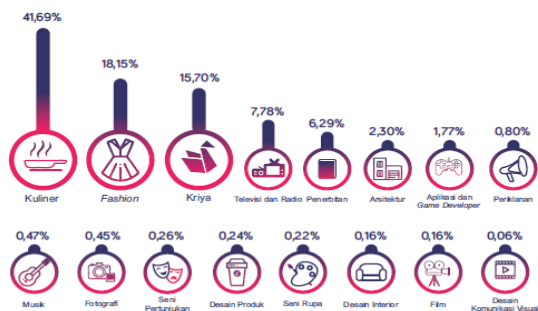
tourism, homestay desa wisata, dan aksesibilitas udara sebagai top tiga (3) program. Memperhatikan pertumbuhan wisatawan di Indonesia dapat dipaparkan data sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Kedatangan Wisatawan Manca ke Indonesia 2006-2016

MONTH	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
JANUARY	363.808	386.453	437.966	473.165	493.799	548.821	652.692	614.328	753.079	785.973	814.303
FEBRUARY	326.796	385.434	465.449	421.555	523.135	568.057	592.502	678.415	702.666	843.928	888.309
MARCH	385.802	443.099	502.041	511.314	594.242	598.068	658.602	725.316	765.607	841.071	915.019
APRIL	401.374	439.365	459.129	487.121	555.915	608.093	626.100	646.117	726.332	801.873	901.095
MAY	409.058	447.017	508.955	521.735	600.031	600.191	650.883	700.708	752.363	852.388	915.206
JUNE	440.139	498.089	529.064	550.582	613.422	674.402	695.531	789.594	851.475	872.385	857.651
JULY	442.457	514.640	567.364	593.415	658.476	745.451	701.200	717.784	777.210	877.584	1.032.741
AUGUST	422.939	495.952	599.506	566.797	586.530	621.084	634.194	771.009	826.821	911.704	1.031.986
SEPTEMBER	407.433	463.934	501.018	493.799	560.367	650.071	683.584	770.878	791.296	920.128	1.006.653
OCTOBER	362.634	436.298	529.391	547.159	594.654	656.006	688.341	719.903	808.767	877.798	1.040.651
NOVEMBER	437.370	476.782	524.162	531.669	578.152	654.948	693.867	807.422	764.461	835.408	1.002.333
DECEMBER	471.541	518.696	610.452	625.419	644.221	724.539	766.966	860.655	915.334	986.519	1.113.328
JAN - DEC	4.871.351	5.505.759	6.234.497	6.323.730	7.002.944	7.649.731	8.044.462	8.802.129	9.435.411	10.406.759	11.519.275

Sumber: Publikasi Statistical Arrivals dalam [www.kempar.go.id](http://www.kempar.go.id)

Berdasarkan tabel diatas dari 2006-2016 jumlah wisatawan di Indonesia kenaikannya 50% dari 4,8 juta menjadi 11,5 juta wisatawan. Pertumbuhan pariwisata sejalan dengan pertumbuhan industri kreatif yang mendukung pariwisata berkelanjutan. Berikut data kontribusi PDRB Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif.



Gambar 1. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

Sumber data: Data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2017

Berdasarkan data diatas ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,38 persen terhadap total perekonomian nasional dengan nilai PDB Ekonomi

Kreatif yang tercipta pada tahun 2015 adalah sebesar 852 triliun rupiah. Menteri perindustrian menyampaikan bahwa pada tahun 2014-2015, nilai tambah dari sektor ekonomi kreatif diestimasi mencapai Rp. 111,1 triliun. Penyumbang nilai tambah tertinggi tersebut, antara lain subsektor mode, kuliner, dan kerajinan. Pertumbuhan tertinggi dicapai oleh subsektor kerajinan dengan laju pertumbuhan ekspor sebesar 11,81 persen, diikuti fesyen dengan pertumbuhan 7,12 persen, periklanan sebesar 6,02 persen dan arsitektur 5,59 persen. Berangkat dari pemikiran tersebut pengembangan model kompetensi bisnis dan kewirausahaan penunjang pariwisata berbasis industri kreatif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan menyusun model kompetensi kewirausahaan pada industri kreatif (klaster industri makanan dan minuman) untuk mendukung pariwisata desa berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan the ansoff matrik yaitu product development industri kreatif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan.

Selain itu, penelitian ini mencari jalan keluar kompetensi bisnis dan kewirausahaan penunjang pariwisata berbasis industri kreatif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Industri Pariwisata

Pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan seni (Spillane (2003:21). Sejalan dengan pendapat tersebut Goeldner (2000) menjelaskan pariwisata merupakan kombinasi aktivitas, pelayanan dan industri yang menghantarkan pengalaman perjalanan: transportasi, akomodasi, usaha makanan, minuman, toko, hiburan, fasilitas pelayanan yang tersedia bagi perorangan atau grup yang sedang melakukan perjalanan jauh dari rumah. Berdasarkan pengertian tersebut pariwisata dalam penelitian ini dipahami sebagai (1) perjalanan seseorang atau kelompok, (2) ke tempat yang belum pernah dikunjungi, (3) bersifat sementara, (4) mencari pengalaman dan keseimbangan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan seni, (5) kombinasi aktivitas, pelayanan dan industri yang menghantarkan pengalaman perjalanan: transportasi, akomodasi, usaha makanan, minuman, toko, hiburan.

Industri adalah identik dengan bangunan pabrik secara kontinuitas melakukan proses produksi dengan menggunakan mesin-mesin dan berbagai teknologi. Tetapi akan sangat jauh berbeda ketika mengenal industri pariwisata. G. A. Schmool memberi batasan tentang industri pariwisata sebagai *“Tourist is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them”*. Pada penelitian ini

industri pariwisata didefinisikan industri yang terdesentralisasi yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang berbeda ukurannya, lokasi, fungsi, jenis organisasi, berbagai layanan yang disediakan dan metode yang digunakan untuk memasarkan dan menjualnya. Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya (Muhammad Tahwin, 2003). Batasan pariwisata sebagai suatu industri diberikan secara terbatas, hanya sekedar menggambarkan apa sebenarnya pariwisata. Berdasarkan definisi diatas istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik supaya pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu Negara, terutama pada Negara-negara sedang berkembang. Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya.

Menurut Spillane (1987) Badrudin (2001), ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu: (a). Attractions (daya tarik). Attractions dapat digolongkan menjadi site attractions dan event attractions. Site attractions merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan event attractions adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau

pertunjukanpertunjukan kesenian daerah. (b). *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan) Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *Support Industries* yaitu toko souvenir, toko cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan). (c). *Infrastructure* (infrastruktur) Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata. (d). *Transportations* (transportasi) Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata. (e). *Hospitality* (keramahtamahan) Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

Pada penelitian difokuskan pada model kompetensi bisnis dan kewirausahaan penunjang pariwisata berbasis industri kreatif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Terkait *facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan) dengan daya dukung industri kreatif diantaranya makan dan minum, souvenir, film destinasi, lagu dan sebagainya.

Industri pariwisata merupakan industri yang dikembangkan dan diandalkan sebagai salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi, dikarenakan sektor pariwisata berpengaruh signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Sekitar awal abad XX (keduapuluh), aktivitas perjalanan wisata hanya dilakukan oleh kaum elit di Eropa, namun kemudian berkembang menjadi lebih meluas. Pariwisata dapat memberikan dampak yang besar bagi pertumbuhan ekonomi rakyat di dunia.

Orang-orang yang melakukan perjalanan memerlukan sejumlah kebutuhan seperti transportasi, akomodasi, makan-minum, porter, pemandu, money changer, health service, dan cendera-mata. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan peluang usaha bagi masyarakat penerima wisatawan yang melibatkan dirinya. Fenomena tersebut telah diakui oleh banyak pihak termasuk PBB, World Bank, dan WTO (*World Tourism Organization*).

### **Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Industri Kreatif**

Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang mengundang semua pihak, terutama anggota masyarakat, untuk mengelola sumber daya dengan cara yang memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika sambil memastikan keberlanjutan budaya lokal, habitat alam, keanekaragaman hayati, dan sistem pendukung penting lainnya.

Praktek manajemen dan pedoman pembangunan pariwisata berkelanjutan

dapat diaplikasikan ke semua bentuk aktifitas pariwisata di semua jenis destinasi wisata, termasuk pariwisata massal dan berbagai jenis kegiatan pariwisata lainnya. Prinsip-prinsip keberlanjutan mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial-budaya dari suatu destinasi wisata. Untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang, maka keseimbangan antar 3 dimensi tersebut harus dibangun dengan baik. (1). Aspek Lingkungan. Memanfaatkan secara optimal sumber daya lingkungan yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, mempertahankan proses ekologi dan turut andil dalam melestarikan warisan alam dan keanekaragaman hayati di suatu destinasi wisata. (2) Aspek Ekonomi. Memastikan kegiatan ekonomi jangka panjang yang layak, memberikan manfaat sosial ekonomi kepada semua stakeholder dengan adil, seperti pekerjaan tetap, kesempatan mendapatkan penghasilan (membuka usaha) dan pelayanan sosial kepada masyarakat lokal, serta membantu mengurangi kemiskinan. (3). Aspek Sosial-Budaya. Menghormati keaslian sosial budaya masyarakat setempat, melestarikan nilai-nilai warisan budaya dan adat yang mereka bangun, dan berkontribusi untuk meningkatkan rasa toleransi serta pemahaman antar-budaya. Pengembangan pariwisata berkelanjutan memerlukan partisipasi dari para stakeholder terkait serta kepemimpinan politik yang kuat untuk memastikan adanya partisipasi yang aktif dan kesepakatan antar stakeholder. Pencapaian pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang berkesinambungan dan membutuhkan pemantauan yang konstan, inovasi mengenai langkah-langkah pencegahan dan perbaikan yang diperlukan terhadap dampak dari kegiatan pariwisata.

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait

dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa atau juga Ekonomi Kreatif. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video . Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian, berbagai pihak berpendapat bahwa "kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama dan bahwa "industri abad kedua puluh satu akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi.

Pariwisata berkelanjutan berbasis industri kreatif merupakan pariwisata yang mengundang semua pihak terutama anggota masyarakat untuk mengelola sumber daya kreatif seperti periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika pariwisata dengan memperhatikan budaya lokal, habitat alam, keanekaragaman hayati, dan sistem pendukung penting lainnya. Dengan demikian perlu sinergi pemerintah-masyarakat dan dunia bisnis untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan.

### **Kompetensi Bisnis dan Kewirausahaan Industri Kreatif Penunjang Pariwisata**

Pesatnya perkembangan industri pariwisata dengan perkembangan teknologi dan semakin kompleksnya persaingan bisnis wisata menuntut peran manajemen sumber daya manusia yang lebih besar. Permintaan tenaga kerja dengan ketrampilan, pengetahuan, dan kemampuan tinggi juga semakin meningkat. Perubahan lingkungan bisnis pariwisata yang terjadi ini mengarah pada pengakuan pentingnya sumber daya manusia sebagai sumber keunggulan bersaing bagi pariwisata Indonesia.

Boulter, Dalziel dan Hill, (1996) mendefinisikan kompetensi sebagai karakteristik dasar dari seseorang yang memungkinkan mereka mengeluarkan kinerja superior dalam pekerjaannya. Kompetensi merupakan bagian kepribadian yang mendalam dan melekat pada seseorang dengan perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. Boulter et.al (1996) mendefinisikan level kompetensi adalah di berikut : *skill, knowledge, self-concept, self image, trait, dan motive*. Skill adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas dengan baik misalnya seorang pemandu wisata. Knowledge adalah informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang khusus (tertentu). Social role adalah sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang dan ditonjolkan dalam masyarakat (ekspresi nilai-nilai diri), misalnya : pemimpin. Self image adalah pandangan orang terhadap diri sendiri, merefleksikan identitas, contoh : melihat diri sendiri sebagai seorang ahli. Trait adalah karakteristik abadi dari seorang karakteristik yang membuat orang untuk berperilaku, misalnya percaya diri sendiri. *Motive* adalah sesuatu dorongan seseorang secara konsisten berperilaku, sebab perilaku seperti hal tersebut sebagai sumber kenyamanan.

Model kompetensi bisnis dan kewirausahaan penunjang pariwisata berbasis industri kreatif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan adalah *skill, knowledge, self-concept, self image, trait, dan motive* yang harus dimiliki para pelaku industri kreatif dalam mendukung pariwisata berkelanjutan dengan memperhatikan budaya lokal, habitat alam, keanekaragaman hayati, dan sistem pendukung penting lainnya. Mudahnya para pelaku Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video perlu memiliki Skill, Knowledge, Self-concept, Self Image, Trait, dan Motive handal untuk memajukan pariwisata Indonesia.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian yaitu Kota Batu Jawa Timur. Alasan pemilihan lokasi yaitu wilayah tersebut industri pariwisatanya berkembang dengan pesat. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan wawancara mendalam, kuisioner, observasi dan dokumentasi. Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini digunakan teknik triangulasi sumber data. Unit analisis adalah individu dan kelompok pelaku industri kreatif yang menunjang mendukung pariwisata berkelanjutan. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif mengikuti Miles dan Huberman. (1992:15-21). Analisis ini terdiri dari tiga alur yaitu: (a) reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, (b)

Penyajian data dilakukan dengan menggunakan bentuk teks naratif, (c) penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dilakukan pemaparan serta interpretasi secara mendalam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Model Kompetensi Bisnis dan Kewirausahaan Penunjang Pariwisata Berbasis Industri Kreatif Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan

1. Identifikasi Skill, Knowledge, Self-Concept, Self Image, Trait, dan Motive. Pelaku Industri Kreatif Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan diperlukan adalah sebagai berikut.

- a. Keterampilan atau keahlian (*skill*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan tugas tertentu, baik secara fisik maupun mental.
- b. Pengetahuan (*knowledge*), yaitu informasi yang dimiliki seseorang pada bidang tertentu atau area tertentu
- c. Bawaan (*self-concept*), yaitu sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang
- d. Watak (*traits*), yaitu membuat seseorang mempunyai sikap perilaku: percaya diri (*self-confidence*), pengendalian diri (*self-control*), ketabahan atau daya tahan (*hardiness*)
- e. Motif (*motive*), yaitu sesuatu yang diinginkan seseorang yang mengakibatkan dilakukannya suatu tindakan

2. Model Kompetensi Bisnis

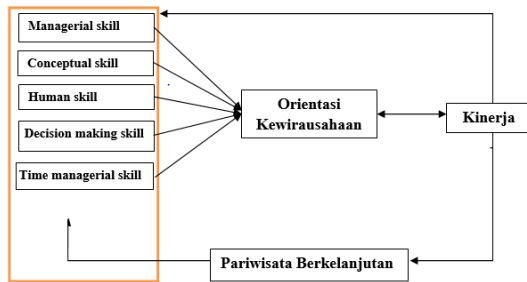
Kompetensi bisnis yang harus dimiliki pelaku industri kreatif adalah sebagai berikut (Suryana, 2003).

- a. *Managerial skill*. Pelaku industri kreatif harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar bisnis yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Ketrampilan

ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi pelaku industri kreatif sukses.

- b. *Conceptual skill*. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi bisnis merupakan landasan utama menuju pelaku industri kreatif sukses. Pelaku industri kreatif harus ekstra keras belajar dari berbagai sumber dan belajar dari pengalaman sendiri dan pengalaman orang lain dalam berbisnis.
- c. *Human skill*. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan berbisnis. Dengan keterampilan ini, pelaku industri kreatif akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan bisnisnya.
- d. *Decision making skill*. Sebagai seorang pelaku industri kreatif, seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasi seperti ini. Pelaku industri kreatif dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah untuk dicarikan berbagai alternatif pemecahannya.
- e. *Time managerial skill*. Ketidakmampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang. Keterampilan mengelola waktu dapat memperlancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana yang telah digariskan.





Gambar 2. Model Kompetensi Bisnis  
Sumber: Hasil olah data

### 3. Model Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya yang diperlukan pelaku industri kreatif untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya diantaranya:

- a. *Communication Skill* adalah ketrampilan komunikasi memiliki peranan untuk hubungan yang harmonis dan produktif pada karyawan dan pelanggan.
- b. *Problem-solving Skill* adalah ketrampilan memecahkan masalah memiliki peranan untuk mendapatkan hasil yang produktif.
- c. *Initiative and enterprise Skill* adalah ketrampilan inisiatif dan mengurus perusahaan yang berperan untuk hasil yang inovatif.
- d. *Planning and organising Skill* adalah ketrampilan perencanaan dan mengorganisir yang berperan untuk perencanaan strategis.
- e. *Self-awareness Skill* adalah ketrampilan yang terkait dengan keperluan karyawan untuk lebih mampu mengatasi perubahan dan memaksanya untuk mengidentifikasi bagaimana mereka dapat berhasil dalam suatu keadaan tertentu.
- f. *Technology Skill* adalah ketrampilan menggunakan teknologi dalam pelaksanaan tugas.

## Industri Kreatif Pendukung Pariwisata di Kota Batu

Industri kreatif mulai dari yang skala kecil hingga besar memiliki peranan penting bagi pengembangan dunia usaha di daerah-daerah. Pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan industri kreatif akan tercapai apabila di dorong oleh iklim investasi yang baik dengan ditopang oleh produktifitas yang tinggi (Hapsari dkk, 2014). Seiring berjalannya waktu, banyak daerah di Indonesia yang memanfaatkan industri dan pariwisata dalam rangka mengembangkan perekonomian daerah, tak terkecuali Kota Batu.

Kota Batu memiliki letak geografis yang strategis dimana terletak di lereng dan perbukitan serta dikelilingi pegunungan sehingga memiliki sumber daya alam dan panorama yang bagus menjadikan Kota Batu sebagai salah satu kota yang memiliki daya tarik wisata dan memiliki potensi dalam pengembangan ekonomi melalui industri kreatif dengan memanfaatkan sektor pariwisata guna meningkatkan perkenomian baik masyarakat maupun Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batu secara signifikan melalui UMKM. Peranan UMKM sebagai industri kreatif sangat penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan kesejahteraan, kemandirian, dan demokrasi ekonomi yang bercirikan demokratis, gotong royong, kekeluargaan dan keterbukaan. UMKM memiliki ruang gerak dan kesempatan usaha yang luas, terutama yang menyangkut kepentingan kehidupan ekonomi rakyat (Hapsari dkk, 2014).



Tabel 2. Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Timur Menurut Lapangan Usaha Tahun 2018

KABUPATEN/ KOTA	SEKTOR/LAPANGAN USAHA									
	PERTANIAN	PERTAMBANGAN DAN PENGGAJIAN	INDUSTRI PENGOLAHAN	LISTRIK, GAS DAN AIR	KONSTRUKSI	PERDAGANGAN HOTEL DAN RESTORAN	TRANSPORTASI	KEUANGAN	JASA-JASA	JUMLAH
KOTA BATU	9,789	79	1,047	0	61	9,431	1,004	45	2,088	23,544
KAB. MALANG	244,934	1,614	20,894	0	939	106,051	15,101	493	24,480	414,516
KOTA MALANG	3,718	39	4,094	0	566	48,211	3,742	302	17,106	77,778

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur

Pesatnya perkembangan sektor pariwisata mendorong tumbuhnya pelaku industri kreatif melalui UMKM di Kota Batu. Tercatat sebanyak 23.544 UMKM yang berkembang untuk menopang perekonomian masyarakat kota yang di kenal sebagai Kota Apel ini seperti yang terdapat pada tabel 2. Meski secara kuantitas, jumlah UMKM Kota Batu masih di bawah Kabupaten Malang yang memiliki 414.516 usaha dan Kota Malang sebanyak 77.778 usaha, namun dengan melihat kondisi dan potensi Kota Batu yang menguntungkan dalam hal pertumbuhan UMKM melalui daya tarik sektor pariwisatanya membuat Kota Batu menjadi barometer kemandirian ekonomi berbasis pariwisata di Jawa Timur bahkan di Indonesia. Pada tabel 2, UMKM yang terdapat di Kota Batu terbagi ke dalam beberapa lapangan usaha yang menjadi andalan seperti sebanyak 9.789 usaha merupakan usaha di bidang pertanian, posisi kedua ditempati bidang perdagangan, hotel, dan restoran yang menyumbang 9.431 usaha, sebanyak 1.047 merupakan usaha di bidang industri pengolahan, dan 2.088 usaha merupakan bidang jasa lainnya.

Perubahan yang telah terjadi terhadap masyarakat dan Kota Batu diawali dari terpilihnya Walikota Batu, Edy Rumpoko, pada periode 2007-2012. Pada masa Edy Rumpoko menjabat, beliau melihat kondisi masyarakat yang jauh dari kata sejahtera, hal tersebut dikarenakan masyarakat yang ada di Kota Batu hanya

bisa bercocok tanam dan menjual hasilnya ke pasar, sehingga penghasilan mereka hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari, sehingga masyarakat tidak memiliki penghasilan tambahan sehingga menjadikan kehidupan mereka sangat terbatas (nasional.kompas.com, 2018). Oleh karena itu, Edy Rumpoko berinisiatif untuk melakukan gebrakan dengan cara menjadikan Kota Batu sebagai destinasi wisata dengan cara memadukan pertanian dengan pariwisata sehingga muncul konsep Kota Wisata Batu (KWB).

Pada awal kepemimpinan Wali Kota Batu Eddy Rumpoko (ER) bersama Budiono tahun 2007- 2012, salah satu visinya adalah pengembangan pariwisata berbasis pertanian., Edy mencanangkan Kota Wisata Batu (KWB) sebagai konsentrasi awal yang dilakukan dengan membenahi semua objek wisata yang dimiliki Kota Batu. Bermodal citra Kota Batu sebagai *Swiss of Java*, Edy Rumpoko pun mendekati para investor agar menanamkan investasi di sektor pariwisata. Walikota berpenampilan bersahaja ini berani memberikan garansi, bahwa investasi yang ditanamkan para koleganya itu tak akan sia-sia. Mereka berpotensi *Break Event Point* (BEP) lebih cepat dari prediksi yang ditetapkan. Untuk memikat masuknya investor itu, ER memberikan berbagai kemudahan dalam semua perijinan tentang investasi. Selain itu, dia juga rajin bersinergi dengan Pemprov Jatim, serta kabupaten/kota lain khususnya Pemkot dan Pemkab Malang.

Setelah beberapa lama, secara perlahan-lahan Kota Wisata Batu menjadi tempat hiburan pilihan sehingga dalam kurun beberapa tahun jumlah kunjungan meningkat dan berefek terhadap usaha kuliner, tempat hunian, dan beberapa aktivitas ekonomi lainnya. Berangkat dari sini bibit industri kreatif Kota Batu muncul. Industri kreatif Kota Batu berkembang dan menjelma selaras dengan pariwisata Kota Batu sehingga dikenal sebagai kota yang ramai dan banyak memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakatnya. Dengan kekayaan alam yang melimpah, KWB ingin menyapa dunia (anonim, 2018).

Berlanjut pada masa kepemimpinannya yang kedua bersama Punjul Santoso. Edy Rumpoko memiliki visi pengembangan pariwisata bertaraf internasional. Gayung bersambut, ide cemerlang dari ER tersebut langsung ditangkap berbagai pihak. Investor dari luar kota terus berlomba-lomba menanamkan modal di Kota Batu. Masyarakat Kota Batu yang setiap bekerja sebagai petani, peternak sapi perah, dan berdagang, juga tidak mau ketinggalan. Masyarakat mendirikan home stay, warung makan, pusat oleh-oleh, dan usaha lain yang menunjang visi dan misi Wali Kota Batu ER (sindonews.com, 2015).

Kesuksesan Pemerintah Kota Batu dalam menjalankan program pengembangan industri kreatif dan pariwisata akhirnya membuat daerah ini terus mempopulerkan keunggulan yang dimilikinya, dengan program baru yang bertajuk: “*Shining Batu*”. Program ini bertujuan untuk membumikan kegiatan pariwisata agar dapat selaras dengan kehidupan masyarakat, sehingga dapat mewujudkan pembangunan sosial dan ekonomi Kota Batu menjadi daerah yang makmur, sentosa, dan cemerlang atau berseri-seri, seperti yang digambarkan dalam lambang “*Shining Batu*”.

Pemerintah Kota Batu mengharapkan supaya dengan adanya program “*Shining*

*Batu*”, Pembangunan pariwisata dan perekonomian Kota Batu dapat dilakukan secara bersinergi antara kearifan lokal dengan konsep wisata moderen dalam mengembangkan industri kreatif melalui UMKM. Lahirnya berbagai macam tempat wisata yang memiliki karakter kuat serta dapat menjadi sarana edukasi, yang memanjakan pengunjung untuk menghabiskan waktu liburan menjadi lebih bermanfaat. Obyek wisata yang terdapat di Kota Batu memiliki beragam varian, antara lain tempat wisata olahraga, seperti paralayang, outbound, pendakian gunung, tempat camping, arum jeram. Tempat wisata edukasi, seperti wisata petik apel, wisata bunga, wisata budidaya hasil pertanian, museum angkut. Tempat wisata alam, seperti pemandian air panas, air terjun. Wisata modern, seperti alun-alun Kota Batu, Batu Night Spectaculer (BNS), Secret Zoo, Jatim Park, dan masih banyak yang lainnya. Selain tempat destinasi wisata yang lengkap, Kawasan Kota Wisata Batu juga memiliki berbagai macam fasilitas pendukung, seperti *homestay*, *guest house*, villa, dan hotel berbintang, tidak hanya itu akses kendaraan umum juga sangat mudah sehingga mobilitas para pelancong tidak akan terhambat, berbagai kedai makanan ataupun restoran banyak terdapat di sekitar wilayah Kota Batu, tidak hanya itu beberapa gerai oleh-oleh makanan khas juga banyak terdapat di sepanjang jalan Kota Batu. Hal tersebut secara otomatis membuka peluang untuk mengembangkan industri kreatif melalui UMKM.

Tabel 3. Jumlah UMKM Per Kecamatan di Kota Batu Tahun 2018

Kabupaten/ Kota	Skala Usaha			
	Mikro	Kecil	Menengah	Besar
Kec. Batu	10.216	1.107	68	18
Kec. Junrejo	6.360	425	29	0
Kec. Bumiaji	4.820	450	13	8
Total	21.396	1.980	110	26

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu

Kota Batu merupakan daerah yang sebetulnya kurang cocok untuk dijadikan kawasan sektor industri besar karena kondisi geografis yang kurang mendukung. Sehingga sektor industri kreatif melalui UMKM-lah yang mengambil peran dalam pertumbuhan ekonomi di Kota Batu. Jumlah pelaku UMKM di Kota Batu yang sebanyak 23.544 usaha terbagi kedalam beberapa skala usaha seperti yang terdapat pada tabel 4. Usaha dengan skala Mikro sebanyak 21.396 usaha, skala kecil sebanyak 1.980 usaha, sedangkan 110 usaha dengan skala menengah, dan skal besar menyumbang 26 usaha. Angka tersebut tersebar di tiga (3) kecamatan Kota Batu yakni Kecamatan Batu, Kecamatan Junrejo, dan Kecamatan Bumiaji dengan seperti Kecamatan Batu. Kecamatan Batu paling banyak memiliki UMKM sebanyak 11.409 usaha dengan rincian 10.216 usaha mikro, 1.107 masuk skala usaha kecil, 68 usaha menengah, dan 18 usaha skala besar. Sedangkan Kecamatan Junrejo memiliki 6.814 UMKM yang terdiri 6.360 usaha mikro, 425 masuk skala usaha kecil, dan 29 usaha menengah. Sementara Kecamatan Bumiaji memiliki 4.820 usaha mikro, 450 usaha kecil, 13 usaha menengah, dan 8 usaha skala besar.

Di antara ketiga kecamatan tersebut, ada beberapa desa di Kota Batu yang menjadi *cluster* industri kreatif agrowisata yang memanfaatkan sektor pertanian untuk tujuan wisata pertanian, seperti sentra produksi sayur-mayur di Desa Sumber Brantas, dan Tulungrejo; sentra produksi bunga di Desa Sidomulyo, Gunungsari, dan Punten; sentra produksi Apel di Kecamatan Bumiaji; dan sentra produksi tanaman pangan, terutama padi di Kecamatan Junrejo (nasional.kompas.com). Terkhusus Kecamatan Batu yang merupakan wilayah jantung kota yang memiliki peran vital dan strategis sehingga menjadi lokasi

*cluster* industri kreatif utama di Kota Batu dan menjadi barometer perkembangan Kota Batu. Kecamatan Batu sebagai pusat kegiatan ekonomi yang diharapkan mampu menyerap potensi ekonomi yang dapat diandalkan untuk melayani berbagai kebutuhan masyarakat Kota Batu maupun wilayah sekitarnya.

Sebagai daerah otonom termuda, Kota Batu memiliki potensi industri kreatif yang melimpah untuk dapat dikembangkan dalam meningkatkan perekonomian Kota Batu seperti pada tabel 3. Banyaknya pelaku UMKM tersebut pada gilirannya akan berkolerasi dengan pengembangan dan pertumbuhan ekonomi maupun terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kota Batu. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Batu menetapkan beberapa kebijakan salah satunya dengan menolak berdirinya industri besar dan menengah yang menyebabkan berdirinya pabrik kelas besar dan menengah. Adapun yang diperkenankan berdiri di Kota Batu hanyalah industri kecil dan menengah yang bersifat padat karya khususnya pada sektor industri seperti industri kerajinan (Fitriana dkk, 2013). Selain itu, peran Pemerintah Kota Batu dalam membuat kebijakan pariwisata berkelanjutan tersebut untuk mewujudkan sebuah kota yang berbasis pada kegiatan pariwisata modern namun masih menjaga keunggulan lokal yaitu pertanian (Priambodo, 2015). Dari hal ini dapat diketahui bahwa kebijakan pemerintah Batu ingin memadukan kekuatan potensi lokal yang menjadi sumber kehidupan masyarakat lokal melalui industri kreatif, namun juga ingin meningkatkan posisi sebagai kota wisata modern sehingga menjadi kota pariwisata yang ditunjang oleh industri kreatif melalui UMKM yang bertaraf internasional. Munculnya “*Shining Batu*” sebagai *city branding* merupakan perwujudan penerapan kebijakan kolaboratif dari Pemerintah

Kota Batu. *Shining Batu* telah membawa semangat baru bagi gerakan pembangunan pariwisata sekaligus perekonomian Kota Batu sebagai jiwa yang menyemangati setiap kegiatan masyarakat di bidang pariwisata dan perekonomian melalui UMKM. Dengan kata lain, Pemkot Batu tak hanya memprioritaskan pengembangan pariwisata dan pertanian organik tahun saja, tapi juga sektor UMKM menjadi konsentrasi Pemkot Batu (radarmalang.id, 2018).

Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu sebagai dinas teknis Kota Batu juga membuat beberapa program atau rencana strategi demi kelancaran proses pengembangan industri kreatif tersebut yang dimuat dalam Rencana Strategis (Renstra) dinas untuk dilaksanakan dalam jangka waktu kedepan yang akan disesuaikan dengan situasi, kondisi, serta permasalahan yang timbul saat ini seperti memberikan pelatihan, fasilitasi, pembekalan/ pembinaan, serta monitoring kepada para pelaku industri kreatif (suryamalang.tribunnews.com;malangtime s.com;malangvoice.com, 2018).

Sementara dari sisi perusahaan besar diluar industri kreatif UMKM, baik perusahaan swasta maupun negara masih belum berperan bagi pengembangan UMKM di Kota Batu. Hal tersebut karena Kota Batu tidak memiliki Peraturan Daerah tentang Corporate Social Responsibility (CSR) padahal dana CSR merupakan tanggung jawab setiap perusahaan baik swasta maupun perusahaan negara untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan daerah dimana perusahaan itu berada dan beroperasi (suryamalang.tribunnews.com, 2018). Hal tersebut membuat pihak Pemkot Batu sendiri tidak memiliki dasar yang kuat dan terorganisir untuk melakukan penekanan terhadap aspek pemanfaatan CSR dalam memberi

kontribusi untuk pengembangan industri kreatif berupa UMKM di Kota Batu. Tidak adanya keharusan untuk memberikan CSR bagi pembangunan daerah termasuk pengembangan UMKM membuat perusahaan yang sudah beroperasi di Kota Batu cenderung tertutup dan memanfaatkan dana CSR mereka untuk kepentingan sendiri.

Selain sektor industri kreatif berupa UMKM sangat berperan bagi Kota Batu karena memiliki kontribusi terhadap PDRB Kota Batu sebesar 86,7% (Batu dalam Angka, 2018). Dengan dikembangkannya industri kreatif melalui UMKM tersebut mampu menyerap tenaga kerja sebesar 45.477 orang. Jumlah ini mampu menyerap 21,35% dari total penduduk Kota Batu (Timesmalang.com, 2018). Pemberdayaan Masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian daerah khususnya dalam hal penciptaan kesempatan kerja (Hapsari dkk, 2014). Hal ini didasarkan pada kenyataannya bahwa disatu pihak jika jumlah pengangguran meningkat mengikuti jumlah pertambahan penduduk tiap tahunnya, maka harus diimbangi dengan penciptaan lapangan kerja baru yang mendukung seperti UMKM. Jenis UMKM yang relatif padat karya memungkinkan membantu penyerapan tenaga kerja yang tidak terserap. Dari potensi alam yang mendukung Kota Batu memiliki kriteria untuk penumbuhan iklim usaha UMKM.

Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu ini banyak mengalami dukungan dari berbagai aspek. Seperti adanya pengelolaan dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu sebagai instansi terkait terhadap pelaku industri dengan mengadakan berbagai pelatihan, pembekalan/ pembinaan, serta monitoring kepada para pelaku industri. Kemudian dari kualitas sumber daya manusia sendiri membuktikan bahwa

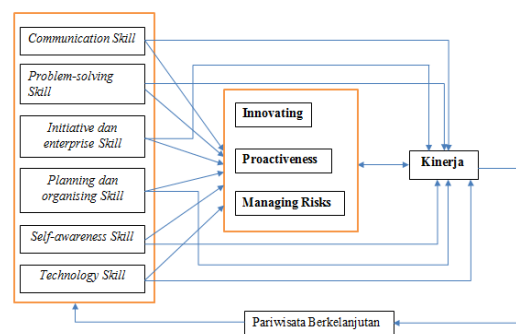
kemampuan dan kreativitas yang dimiliki oleh setiap individu menjadikan industri kreatif semakin diberdayakan. Potensi Kota Batu juga dapat menjadi faktor pendukung. Dengan mengetahui intensitas pemanfaatan sumber daya alam yang ada, maka strategi pengembangan didalam industri kreatif harus memperhatikan aspek kebijakan pengelolaan sumber daya alam yang dibutuhkan dalam industri tersebut.

Sedangkan faktor penghambat muncul dari masalah permodalan, kurangnya bahan baku yang berkualitas, dan sarana prasarana pemasaran. Para pemilik usaha industri mengaku untuk masalah pemasaran masih dilakukan sebatas kemampuan mereka dengan bekerjasama dengan orang-orang terdekat atau yang mereka kenal. Pihak Dinas Perindustrian sendiri mengaku sudah melakukan berbagai sosialisasi dan pembinaan/pembekalan kepada para pelaku industri untuk usaha pengembangan industri kreatif ini. Namun masih dibutuhkan partisipasi dari berbagai pihak agar pengembangan industri kreatif khususnya sektor kerajinan ini dapat dilaksanakan sesuai dengan apa yang diharapkan.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut. Model kompetensi kewirausahaan pada industri kreatif (klaster industri makanan dan minuman) untuk mendukung pariwisata desa berkelanjutan yaitu sebagai berikut: 1) *Managerial skill*. Pelaku industri kreatif harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar bisnis yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Keterampilan ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi pelaku industri kreatif sukses; 2) *Conceptual skill*. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi bisnis merupakan landasan utama

menuju pelaku industri kreatif sukses. Pelaku industri kreatif harus ekstra keras belajar dari berbagai sumber dan belajar dari pengalaman sendiri dan pengalaman orang lain dalam berbisnis; 3) *Human skill*. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan berbisnis. Dengan keterampilan ini, pelaku industri kreatif akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan bisnisnya; 4) *Decision making skill*. Sebagai seorang pelaku industri kreatif, seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasi seperti ini. Pelaku industri kreatif dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah untuk dicarikan berbagai alternatif pemecahannya; 5) *Time managerial skill*. Ketidakkampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang. Keterampilan mengelola waktu dapat memperlancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana yang telah digariskan. Lebih jelasnya dapat diamati bagan di bawah ini.



Gambar 3. Model Kompetensi Kewirausahaan

Model tersebut mengedepankan kinerja dengan didukung prinsip-prinsip inovatif, proaktif dan manajemen resiko dari usaha yang ada.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anonimous. (2016). *Program Pariwisata Berkelanjutan Mandiri Bersama Mandiri*. Diakses Februari 13, 2018, dari <https://www.britishcouncil.id/program/kemasyarakatan/kewirausahaan-sosial/mandiri-pariwisata-keberlanjutan>.
- Anonimous. *Industri Kreatif Punya Potensi Besar* - Kementerian Perindustrian. Diakses dari [www.kemenperin.go.id/download/357](http://www.kemenperin.go.id/download/357)
- Boulter N. Dalziel M. dan Hill J. (1996). *People and Competencies*. London: Bidlles Ltd.
- Miles. Matthew B dan Michael A. Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.