PARADIGMA GROBOGAN : THE RESEARCH JOURNAL
Volume 1 Nomor 2 Desember 2024
e-ISSN : 3090-2142; p-ISSN : 3090-2398; Hal. 19-33
DOI: https://doi.org/10.58684/paradigma.v1i2.11
Available online at: https://jurnal.bappeda.grobogan.go.id/index.php/jbp

Identifikasi dan Pengembangan Potensi Kabupaten Grobogan

Muflih Yusuf[1], Maria Goreti Sutriasih[2], Fimalananda Afriliasari[3]
[1,2,3] Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Grobogan

Abstract. *It is recognized that in order to ensure the sustainability of economic development in the long term, it is very important to know the potential of regional excellence as a whole as a reference for various policies that are formulated as well as relevant and appropriate programs and activities. Therefore, regional development planning requires accurate and precise data and information about the superior potential of the region. The availability of such data/information is expected to be able to provide a picture of the economic potential of the region so that economic development pattern policies can be determined, both sectorally and multisectorally. Mapping the superior potential of the local economy can be done by identifying the superior potential of the economic sector, this identification can include identification of the sectoral potential of natural resources, human resources, culture, tourism and other sectors.*

Keywords: *Economy, Potential, Excellence.*

Abstrak. Disadari bahwa untuk menjamin keberlangsungan pembangunan ekonomi dalam jangka panjang, sangat penting untuk mengetahui potensi keunggulan daerah secara menyeluruh sebagai referensi berbagai kebijakan yang disusun serta program dan kegiatan yang relevan dan tepat. Oleh karena itu, perencanaan pembangunan daerah membutuhkan data dan informasi yang akurat dan tepat tentang potensi unggulan daerah tersebut. Ketersediaan data/informasi tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran potensi ekonomi daerah sehingga akan dapat ditetapkan kebijakan pola pengembangan ekonomi, baik secara sektoral maupun secara multisectoral. Pemetaan potensi unggulan ekonomi lokal dapat dilakukan dengan mengidentifikasi potensi unggulan sektor ekonomi, identifikasi tersebut dapat meliputi identifikasi potensi sektoral sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, pariwisata dan sektor-sektor lainnya.

Kata kunci: Ekonomi, Potensi, Unggulan.

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi dan prosesnya merupakan kondisi utama bagi kelangsungan pembangunan ekonomi daerah. Proses pembangunan ekonomi di suatu wilayah merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat, yang selalu dijalankan oleh pemerintah daerah secara berkelanjutan. Langkah awal untuk memulai proses pembangunan adalah menyusun perencanaan pembangunan yang baik dan tepat. Hal ini dimaksudkan agar langkah-langkah untuk mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa ada kendala yang signifikan. Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan pemerintah daerah juga selalu berupaya untuk memastikan bahwa tahapan proses pembangunan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan target-target yang ditentukan.

Sesuai dengan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Daerah dalam menyelenggarakan pemerintahan diwajibkan menyusun

Received April 30, 2024; Revised Juli 30, 2024; Accepted November 14, 2024; Publish Desember 14, 2024

perencanaan pembangunan yang merupakan satu kesatuan dalam sistem perencanaan pembangunan nasional. Perencanaan pembangunan daerah disusun secara berjenjang dari aspek waktu yaitu meliputi Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) dalam periode 20 tahunan, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dalam periode lima tahunan dan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) untuk periode tahunan. Berdasarkan hukum di atas maka pemerintah daerah berkewajiban untuk menyusun perencanaan pembangunan yang memadai, dengan target capaian disesuaikan dengan kondisi daerah dan informasi yang ada mengenai program-program di masa yang akan datang yang mungkin akan berpengaruh pada besaran target indikator makro ekonomi.

Bagi Kabupaten Grobogan sendiri, pembangunan ekonomi ini sangat penting mengingat begitu besarnya keinginan untuk terlepas dari kemiskinan yang selama ini masih relative tinggi di wilayah ini, yaitu sebesar 11,80% per Maret 2022 atau sebesar 175,72 ribu orang, dan tingkat kesejahteraan yang ditunjukkan dengan angka IPM tercatat sebesar 70,97. Meskipun tingkat kesejahteraan mengalami peningkatan dibandingkan dengan periode tahun yang lalu, namun menempti urutan kedua terendah bila dibandingkan dengan 8 (delapan) kabupaten/kota di sekitar wilayah Kabupaten Grobogan.

Era otonomi daerah yang dititik-beratkan pada pembangunan Kabupaten dan Kota membawa konsekuensi dan tantangan cukup berat bagi pengelola administratif pemerintahan, baik pada tahap implementasi maupun pada tahap pengendalian program program pembangunan. Tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan otonomi daerah dapat diatasi jika daerah memiliki kemampuan dalam menggalang berbagai potensi yang dimilikinya yang didukung oleh kemampuan aparat (SDM) dan kelembagaan, untuk menambah perbesaran sumber-sumber penerimaan daerah.

Kajian potensi keunggulan daerah menjadi sangat dibutuhkan untuk mendukung serta menjadi masukan bagi penyusunan setiap dokumen perencanaan, termasuk dalam penyusunan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) yang disusun rutin setiap tahunnya. Kajian ekonomi ini diharapkan dapat membantu dalam menilai sejauh mana realisasi pembangunan daerah dapat mempengaruhi kinerja ekonomi dan mengetahui sejauh mana capaian indikator ekonomi sesuai dengan yang diasumsikan dalam perencanaan pembangunan jangka menengah. Di samping sebagai dasar untuk penyusunan dokumen RKPD, analisis ekonomi tersebut juga digunakan sebagai salah satu input utama dalam membuat analisis keuangan daerah.

KAJIAN TEORITIS

1. Paradigma Pembangunan Ekonomi

A. Paradigma Tradisional

Paradigma tradisional memiliki pandangan tentang pembangunan yang ada di Indonesia sebagai negara yang berkembang, sehingga diidentikan dengan upaya untuk meningkatkan pendapatan per-kapita atau dengan strategi pertumbuhan ekonomi untuk mengurangi masalah-masalah pembangunan yang berdasarkan pada Pancasila dan pembukaan UUD 1945.

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu bentuk manifestasi keberhasilan didalam meningkatkan tingkat GNP suatu negara pada periode tertentu melalui sektor-sektor yang berpeluang. Dengan adanya kebijakan tersebut diharapkan perekonomian Indonesia dapat menjadi lebih terarah sesuai dengan rencana dan tepat sasaran untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal sehingga terciptanya masyarakat yang bahagia dengan indikator tingkat kesejahteraan.

B. Paradigma Baru

Perubahan paradigma pembangunan beranggapan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya berpedoman pada tingkat GNP sebagai sasaran pembangunan tetapi lebih memusatkan perhatian pada kualitas pembangunan. Pandangan dari ekonom mengenai berbagai aspek yang berkaitan dengan masalah pembangunan negara berkembang dikenal dengan istilah ekonomi pembangunan yang masuk dalam analisis makro ekonomi. Disadari bersama bahwa pembangunan ekonomi tidak terlepas dari kinerja Pemerintah untuk selalu melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan menerapkan kebijakan secara berkelanjutan sehingga tingkat kualitas pembangunannya akan selalu terjaga dengan baik.

Pembangunan ekonomi dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan energi, pangan, transportasi, air bersih, sanitasi, kesehatan, telekomunikasi, infrastruktur secara berkelanjutan (sustainable development), dan sesuai asas berkeadilan (growth with distribution). Pembangunan ekonomi Indonesia harus meningkatkan daya saing dan kemandirian bangsa agar keluar sebagai pemenang dalam persaingan global.

Dalam proses pembangunan akan dituntut semakin besar dalam perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna (appropriate technology) di semua aspek pembangunan ekonomi. Untuk menunjang visi 2025 Pemerintah juga meningkatkan peran pembangunan ekonomi dalam mengentaskan kemiskinan dan memperbaiki

kemakmuran global yang berperan sebagai standar ukuran pembangunan (basic need development).

2. Produk Unggulan Daerah

Dalam rangka upaya pembangunan ekonomi daerah, inventarisasi potensi daerah mutlak diperlukan agar dapat ditetapkan kebijakan pola pengembangan baik secara sektoral maupun secara multisektoral. Salah satu langkah inventarisasi potensi ekonomi daerah adalah dengan menginventarisasi produk-produk potensial, andalan dan unggulan daerah tiap-tiap sub sektor serta tingkat kabupaten.

Sebagai suatu strategi pembangunan, terutama terkait otonomi daerah, pengembangan produk unggulan dinilai mempunyai kelebihan karena dianggap bahwa suatu daerah yang menerapkan ini relatif lebih mandiri dalam pengembangan ekonomi. Pengembangan produk unggulan dan pengembangan UKM dapat merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah. Esensi atas penciptaan produk-produk unggulan di daerah menjadi sangat penting terlebih lagi di daerah tertinggal atau mempunyai ketimpangan ekonomi terhadap daerah lain, termasuk juga daerah perbatasan (Asmara, 2004).

Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumber daya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestik dan/atau menembus pasar ekspor. (Anonim, 2000).

Sementara menurut Cahyana Ahmadjayadi (2001), Produk Unggulan Daerah (PUD) adalah produk daerah yang memiliki ciri khas dan keunikan yang tidak dimiliki daerah lain serta berdaya saing handal dan dapat memberikan peluang kesempatan kerja kepada masyarakat lokal. Produk unggulan daerah juga berorientasi ramah lingkungan dan berorientasi pada pasar baik lokal maupun nasional dan regional.

Pengembangan produk unggulan dan pemberdayaan sebagai potensi ekonomi daerah pada era otonomi adalah suatu pekerjaan yang tidak mudah dilaksanakan, hal tersebut disebabkan karena pengembangan PUD terkait erat dengan kemauan politik atau kebijakan dari Pemerintah Daerah. Peranan pemerintah daerah sangat diperlukan dan sangat penting dalam pengembangan dan pemberdayaan produk unggulan daerah sebagai salah satu tonggak dari pada ekonomi daerah. Oleh karena, produk unggulan daerah terkait beberapa stakeholders yang saling berperan sesuai dengan kewenangannya masing-masing.

Stakeholders dimaksud adalah pemilik bahan baku dan pengolah/penghasil bahan baku, pengguna atau konsumen, fasilitator atau pemerintah dan lembaga sosial masyarakat. Stakeholders tersebut saling terkait dan menunjang satu sama lain sehingga peranan koordinasi dalam pencapaian tujuan menjadi unsur utama dalam pengembangan PUD. Koordinasi ini menjadi instrumen penting dalam pengembangan produk unggulan daerah. (Cahyana Ahmadjayadi, 2001).

Produk unggulan merupakan suatu strategi pembangunan yang tidak mudah didikte oleh daerah/negara lain. Produk unggulan daerah tidaklah harus berupa hasil industri yang berteknologi canggih atau dengan investasi tinggi tetapi produk unggulan bisa dengan produk lokal yang disebut dengan One Area Five Products (satu daerah bisa dengan lima produk unggulan). Hal tersebut sesuai dengan surat dari Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah pada tahun 1998 dan 1999. Inti daripada surat tersebut adalah bahwa kabupaten/kota dapat menghasilkan 5 (lima) PUD yang disahkan oleh kepala daerah. (Cahyana Ahmadjayadi, 2001).

Sementara itu, menurut Kementerian Koperasi & UKM, produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global. Sedangkan menurut Prof. Dr. Ir. Soemarno, MS, produk unggulan merupakan hasil usaha masyarakat pedesaan dengan kriteria, antara lain:

a. Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan/ciri spesifik, kualitas bagus, harga murah).
b. Memanfaatkanpotensi sumberdaya lokal yang potensial sehingga dapat dikembangkan.
c. Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat pedesaan.
d. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia.
e. Layak didukung oleh modal bantuan atau kredit.

3. Kriteria Produk Unggulan

Terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu produk tergolong unggul atau tidak bagi suatu daerah. Kriteria-kriteria tersebut, adalah (Daryanto dan Yundy, 2010) : (1) harus mampu menjadi penggerak utama (primemover) pembangunan perekonomian, (2) mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang kuat baik sesama produk unggulan maupun produk unggulan lainnya, (3) mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain di pasar nasional maupun internasional baik dalam hal harga produk, biaya produksi, maupun kualitas pelayanan, (4) memiliki keterkaitan

dengan daerah lain baik dalam hal pasar maupun pasokan bahan baku, (5) memiliki status teknologi yang terus meningkat, (6) mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya, (7) dapat bertahan dalam jangka panjang, (8) tidak rentan terhadap gejolak eksternal dan internal, (9) pengembangannya harus mendapatkan berbagai bentuk dukungan (keamanan, sosial, budaya, informasi dan peluang pasar, kelembagaan, fasilitas insentif/disinsenti, dan lainnya, dan (10) pengembangannya berorientasi pada kelestarian sumber daya dan lingkungan.

4. Keunggulan Komparatif

Pada awalnya istilah keunggulan komparatif (comperative adventage) dikemukakan oleh David Ricardo (1917) dalam membahas perdagangan antara dua Negara. Apabila dua negara saling berdagang dan masing-masing berkonsentrasi untuk mengekspor barang yang mempunyai keunggulan komparatif maka negara tersebut akan beruntung. Keunggulan komparatif itu tidak hanya berlaku pada perdagangan internasional saja tetapi juga pada ekonomi regional.

Keunggulan komparatif suatu komoditi bagi suatu daerah atau negara adalah jika komoditi itu lebih unggul secara relatif dengan komoditi lain di daerahnya. Pengertian unggul dalam hal ini adalah dalam bentuk perbandingan dan bukan dalam bentuk nilai tambah riil. Apabila keunggulan itu adalah nilai tambah maka dikatakan keunggulan absolut. Komoditi yang memiliki keunggulan walaupun dalam bentuk perbandingan lebih menguntungkan untuk dikembangkan dibanding komoditi lain yang sama-sama diproduksi oleh kedua negara atau daerah (Tarigan, 2006).

Keunggulan komparatif adalah suatu kegiatan ekonomi yang menurut perbandingan lebih menguntungkan bagi pengembangan daerah. Dalam perdagangan bebas, mekanisme pasar mendorong masing – masing daerah bergerak untuk memproduksi barang yang memiliki keunggulan komparatif.

Keunggulan kompetitif (competitive adventange) adalah kemampuan suatu daerah untuk memasarkan produknya di luar daerah atau luar negeri bahkan global. Dalam hal ini kita akan melihat apakah suatu daerah dapat menjual produknya di luar negeri secara menguntungkan, tidak lagi membandingkan potensi komodidti yang sama di suatu negara dengan negara lainya tetapi membandingkan potensi komoditi suatu negara terhadap komoditi semua negara pesaingnya di pasar global.

5. Model Pengembangan Produk Unggulan

A. Model Kompetensi Inti

Pada dasarnya, kompetensi inti dibangun atas dasar produk/komoditas unggulan, namun tidak semua produk /komoditas unggulan dapat menjadi suatu kompetensi inti suatu daerah. Dan bisa jadi suatu kompetensi inti daerah, bukan berasal dari produk unggulan daerah tersebut. Hal ini disebabkan, defenisi dari kompetensi inti yang lebih luas dan detail ketimbang produk/komoditas unggulan.

Kompetensi inti adalah suatu kumpulan yang terintegrasi dari serangkaian keahlian dan teknologi yang merupakan akumulasi dari pembelajaran, yang akan bermanfaat bagi keberhasilan bersaing suatu bisnis. Dalam perspektif ekonomi regional, kompetensi inti adalah kemampuan suatu daerah untuk menarik investasi dari luar daerah itu, baik investasi asing maupun investasi dalam negeri serta memfasilitasi perekonomian yang menghasilkan nilai tambah.

Suatu komoditas unggulan atau suatu industri unggulan tidak akan dikatakan memiliki kompetensi inti jika pengembangannya bersifat tradisional. Dalam arti bahwa sifat tradisional ini menggunakan teknologi dan keahlian yang sederhana, sehingga mudah dicontoh oleh pihak lain dalam pengembangannya serta memiliki nilai tambah yang rendah.

B. Konsep SAKA-SAKTI (Satu Kabupaten-Satu Kompetensi Inti)

Konsep Saka-Sakti adalah salah satu konsep penciptaan kompetensi inti di tiap kabupaten di Indonesia. Konsep ini diperkenalkan oleh Martani Huseini dalam pidato pengukuhan guru besarnya di Universitas Indonesia, pada tahun 1999, memperkenalkan model Sakasakti (satu kabupaten satu kompetensi inti) untuk membangun daya saing daerah yang dapat dikatakan memanfaatkan konsep kompetensi inti tentang sumber sumber daya saing organisasi dan tentang daya saing berbasis sumber daya. Darmawansyah (2003).

Model saka-sakti lebih difokuskan pada identifikasi kompetensi khas yang dimiliki suatu daerah yang diyakini menjadi sumber terciptanya suatu produk unggulan. Artinya, model saka-sakti difokuskan pada usaha menggali dan mengidentifikasi kompetensi yang dimiliki (atau soyogyanya dimiliki) suatu daerah (kabupaten/kota) dengan mempertimbangkan kekayaan sumber daya yang ada di suatu daerah. Darmawansyah (2003).

Model konseptual Saka-Sakti, merupakan keterkaitan antara rantai nilai dari komoditas unggulan yang dibentuk dari 3 (tiga) komponen utama yaitu pembelajaran kolektif (collective learning), kompetensi (competency) dan sumber daya (reseources:

tangible maupun intangible). Ketiga komponen utama ini dipengaruhi oleh social capacity yang terbentuk dari sembilan faktor yang dikembangkan oleh Choo and Moon yaitu: politisi dan birokrat, tenaga kerja, manajer dan insinyur professional, wirausahawan, lingkungan bisnis, sumber daya, permintaan domestik, industri terkait dan pendukung, dan peluang eksternal.

C. Model One Village One Product

Konsep One Village One Product (OVOP) adalah suatu gerakan revitalisasi daerah, untuk mengembangkan potensi asli daerah supaya mampu bersaing di tingkat global. OVOP akan disesuaikan dengan kompetensi daerah, di mana akan dipilih produk unggulan yang unik dan khas di daerah tersebut untuk menjadi produk kelas global. Konsep OVOP dalam pelaksanaannya mempunyai tiga prinsip yang harus dimilki oleh daerah-daerah maupun negara yang akan menerapkan konsep ovop untuk mengembangkan produk-produk unggulan lokal yang dimiliki oleh daerah maupun negaranya.

One Village One product (OVOP) atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayahuntuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis.

One Village One Product Movement (Gerakan OVOP) pertama kali dicetuskan oleh Morihiko Hiramatsu saat menjabat sebagai Gubernur Prefektur Oita di timur laut Pulau Kyushu. Masa jabatannya di Oita selama 6 periode (1979-2003) benar-benar digunakan untuk mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan konsepsi pembangunan wilayah hasil buah pikirannya itu.

6. Destinasi Wisata

Berikut akan dijabarkan teori terkait dengan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan daya tarik wisata. Menurut Christ Cooper (1995) di dalam buku Tourism Principle and Practice terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh suatu daya tarik wisata yaitu:

a. Attractions (Atraksi): keragaman atraksi wisata seperti wisata alam, wisata buatan, dan wisata budaya.
b. Accessibilities (Aksesibilitas): meliputi kemudahan, kualitas, dan frekuensi transportasi umum, kemudahan akses informasi.

c. Aminities (Amenitas): seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, agen perjalanan.
d. Ancillary Services (organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti destination marketing management organization, conventional and visitor bureau).

Kemudian menurut Oka A Yoeti (2008) di dalam buku Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, terdapat 5 aspek yang perlu diperhatikan dalam perencanaan pariwisata:

1. Wisatawan – terlebih dahulu harus diketahui karakteristik wisatawan yang diharapkan datang menuju destinasi wisata.
2. Transportasi – kondisi sarana dan prasarana transportasi dari dan ke daerah tujuan wisata.
3. Atraksi/objek wisata – apakah sudah memenuhi tiga syarat, yaitu something to see, something to do, something to buy.
4. Fasilitas pelayanan – fasilitas pelayanan menunjang kegiatan kepariwisataan seperti akomodasi, restoran, pelayanan umum.
5. Informasi dan promosi – penyebaran informasi dan bentuk promosi yang sesuai untuk mempromosikan daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah adminstratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

7. Jenis-jenis Wisata

Menurut Pendit (1994) pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis – jenis pariwisata tersebut antara lain:

A. Wisata Budaya

Wisata perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka.

B. Wisata Maritim atau Bahari

Wisata yang dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta

berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara maritim.

C. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Wisata cagar alam biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang – undang.

D. Wisata Konvensi

Wisata konvensi merupakan wisata jenis politik, dewasa ini wisata konvensi ini menyediakan fasilitas bangunan dan ruangan – ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

E. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Perjalanan wisata yang dilakukan oleh proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

F. Wisata Buru

Wisata buru diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan.

G. Wisata Ziarah

Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat- tempat suci, ke makam-makam besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

8. Wisata Unggulan

Guna memunculkan nilai strategis dan besaran unggulan dari kedua sektor tersebut, perlu dilakukan assesstment yang komprehensif sehingga memunculkan gambaran yang riil apa dan bagaimana sektor wisata tersebut benar-benar unggul.

Oleh karena itu sebagai sektor unggulan. keempat destinasi wisata tersebut di atas perlu digali lebih lanjut khususnya terkait dengan objek dan daya tariknya, untuk kemudian didalami sesuai dengan kriteria penskoringan yang merupakan modifikasi dari Pedoman Analisis Daerah

Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Dirjen PHKA tahun 2003 sesuai dengan nilai yang telah ditentukan untuk masing-masing kriteria.

Kriteria daya tarik diberi 6 karena daya tarik merupakan faktor utama alasan seseorang melakukan perjalanan wisata. Aksesibilitas diberi bobot 5 karena merupakan faktor penting yang mendukung wisatawan dapat melakukan kegiatan wisata. Sedangkan untuk akomodasi serta sarana dan prasarana diberi bobot 3 karena hanya bersifat sebagai penunjang dalam kegiatan wisata. Skor yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan skor total suatu kriteria apabila setiap sub kriteria memiliki nilai kuat yaitu 5. Karsudi dkk (2010) menyatakan setelah dilakukan perbandingan, maka akan diperoleh indeks kelayakan dalam persen. Indeks kelayakan suatu kawasan ekowisata adalah sebagai berikut:

- Tingkat kelayakan > 66,6%

  Layak dikembangkan menjadi unggulan, dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, sarana dan prasarana yang tinggi berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta didukung oleh aksesibilitas yang memadai.
- Tingkat kelayakan 33,3% s.d. 66,6%

  Belum layak dikembangkan sebagai unggulan, dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, saran dan prasarana yang sedang berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta didukung oleh aksesibilitas yang cukup memadai.
- Tingkat kelayakan < 33,3%

  Tidak layak dikembangkan sebagai unggulan, dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, sarana dan prasarana yang rendah berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta aksesibilitas yang kurang memadai.

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan ini yaitu pendekatan riset kuantitatif deskriftif, dimana data-data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder terkait potensi ekonomi, wisata, dan budaya unggulan dianalisis dan diolah untuk mendapatkan parameter atau indeks unggulan daerah

Pengambilan keputusan dalam perencanaan pembangunan ekonomi, seringkali terkait dengan peramalan di masa mendatang. Peramalan yang baik dapat diperoleh dengan teknik peramalan (forecasting) yang tepat. Terdapat dua jenis metode dalam teknik peramalan yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif bersifat subyektif dan berdasarkan pengalaman pengambil keputusan. Metode peramalan kuantitatif menggunakan data kuantitatif di masa lalu untuk melakukan peramalan pada periode yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor Wisata Unggulan

Sebagaimana disampaikan pada bagian awal dari Laporan Antara ini, bahwa sektor wisata yang diunggulkan di Kabupaten Grobogan terdiri dari dua basis utama yakni sektor wisata unggulan berbasis alam dan sektor wisata unggulan berbasis budaya. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Grobogan 2019-2025 menyatakan bahwa terdapat tiga Destinasi Pariwisata Kabupaten (DPK) yang kebetulan ketiganya berbasis alam yakni DPK Api Abadi Mrapen dan sekitarnya, DPK Bledug Kuwu dan sekitarnya, serta DPK Karst Sukolilo dan sekitarnya. Sedangkan sektor wisata berbasis budaya terpusat pada Kawasan Strategis Pariwisata Kabupatan Grobogan Desa Wisata makam Ki Ageng Tarub. Guna memunculkan nilai strategis dan besaran unggulan dari kedua sektor tersebut, perlu dilakukan assesstment yang komprehensif sehingga memunculkan gambaran yang riil apa dan bagaimana sektor wisata tersebut benar-benar unggul.

Oleh karena itu sebagai sektor unggulan. keempat destinasi wisata tersebut di atas perlu digali lebih lanjut khususnya terkait dengan objek dan daya tariknya, untuk kemudian didalami sesuai dengan kriteria penskoringan yang merupakan modifikasi dari Pedoman Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Dirjen PHKA tahun 2003 sesuai dengan nilai yang telah ditentukan untuk masing-masing kriteria.

Kriteria daya tarik diberi 6 karena daya tarik merupakan faktor utama alasan seseorang melakukan perjalanan wisata. Aksesibilitas diberi bobot 5 karena merupakan faktor penting yang mendukung wisatawan dapat melakukan kegiatan wisata. Sedangkan untuk akomodasi serta sarana dan prasarana diberi bobot 3 karena hanya bersifat sebagai penunjang dalam kegiatan wisata. Skor yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan skor total suatu kriteria apabila setiap sub kriteria memiliki nilai kuat yaitu 5. Karsudi dkk (2010) menyatakan setelah dilakukan perbandingan, maka akan diperoleh indeks kelayakan dalam persen. Indeks kelayakan suatu kawasan ekowisata adalah sebagai berikut:

- Tingkat Kelayakan > 66,6%

  Layak dikembangkan menjadi unggulan, dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, sarana dan prasarana yang tinggi berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta didukung oleh aksesibilitas yang memadai.

- Tingkat Kelayanan 33,3% s/d 66,6%

  Belum layak dikembangkan sebagai unggulan, dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, saran dan prasarana yang sedang berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta didukung oleh aksesibilitas yang cukup memadai.
- Tingkat kelayakan < 33,3%

  Tidak layak dikembangkan sebagai unggulan, dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, sarana dan prasarana yang rendah berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta aksesibilitas yang kurang memadai.

Penetapan suatu destinasi wisaya menjadi sektor unggulan akan memperhatikan indeks kelayakan tersebut di atas. Semakin tinggi nilainya, maka destinasi wisata tersebut layak menjadi sektor unggulan dan bisa dikembangkan lebih lanjut oleh pemerintah daerah.

Strategi Pengembangan Sektor Wisata dan Budaya

1. Pemerintah Kabupaten Grobogan perlu untuk memasukkan objek wisata unggulan tersebut dalam usulan prioritas program pengembangan kabupaten selama beberapa waktu ke depan. Juga menyiapkan administrasi untuk bisa menggaet investor khususnya dalam pengembangan variasi atraksi wisata yang ada di masing-masing destinasi wisata unggulan.
2. Jika dalam pengembangan destinasi wisata nantinya akan mengandalkan investasi murni menggunakan dana APBN dan APBD maka diperlukan analisis kemampuan keuangan daerah yang matang untuk investasi, bahkan juga perencanaan investasi pada masing-masing destinasi wisata unggulan.
3. Perlu dilakukan sinkronisasi dengan Rencana Strategis (Renstra) nasional dan daerah khususnya bidang pangan, energi dan infrastruktur untuk pengembangan kelima destinasi wisata unggulan tersebut (Api Abadi Mrapen, Bledug Luwu, Karst Sukolilo, Makam Ki Ageng Tarub, Makam Ki Ageng Sela).
4. Perlu adanya pelibatan masyarakat sekitar objek wisata dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata. Hal ini bertujuan selain sebagai upaya pemberdayaan juga dapat meminimalisir risiko penolakan masyarakat ketika destinasi wisata unggulan dikembangkan dengan berbasis pada investasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembangunan ekonomi daerah adalah upaya penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang dilakukan oleh pemerintah daerah melalui perencanaan berjenjang sesuai dengan peraturan yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014. Untuk menurunkan tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan di Kabupaten Grobogan, pembangunan ekonomi sangat penting. Kemampuan daerah untuk mengelola potensi dan sumber daya mereka menjadi penting untuk mencapai tujuan pembangunan di era otonomi daerah. Untuk memastikan bahwa pembangunan daerah mampu memenuhi target kinerja ekonomi yang telah ditetapkan serta memperbaiki kondisi keuangan daerah, kajian potensi keunggulan daerah sangat diperlukan saat menyusun dokumen perencanaan seperti RKPD.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadjayadi, C. (2001). *Produk unggulan daerah*. Jakarta: Kementerian Koperasi & UKM.

Anonim. (2000). *Definisi produk unggulan*. Jakarta: Biro Pusat Statistik.

Asmara, R. (2004). *Pengembangan produk unggulan dalam perekonomian daerah*. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Cahyana, A. (2001). *Produk unggulan daerah: Perspektif pengembangan ekonomi*. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Cooper, C. (1995). *Tourism principle and practice*. Harlow: Longman Group Limited.

Daryanto, A., & Yundy, N. (2010). *Kriteria produk unggulan daerah*. Bogor: IPB Press.

Huseini, M. (1999). *Model Saka-Sakti dalam pembangunan daerah*. Depok: Universitas Indonesia.

Karsudi, dkk. (2010). *Analisis daerah operasi objek dan daya tarik wisata alam*. Jakarta: Direktorat Jenderal PHKA.

Pendit, N. S. (1994). *Ilmu pariwisata sebuah pengantar perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Ricardo, D. (1917). *Teori keunggulan komparatif dalam perdagangan*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tarigan, R. (2006). *Ekonomi regional teori dan aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. (2009). Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. (2014). Jakarta: Kementerian Dalam Negeri.

Undang-Undang No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional. (2004). Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas.

Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.