

## PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DESTINASI WISATA WADUK CENGLIK PARK

Miko Riyanto<sup>1\*</sup>, Iin Emy Prastiwi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Surakarta*

*Email korespondensi: miko.riyanto1@gmail.com*

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui sejauhmana pengembangan obyek wisata berdampak kepada keberadaan UMKM di Destinasi Wisata Waduk Cengklik Park. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan analisis diskriptif, sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer data yang diperoleh dari hasil observasi dilapangan secara langsung, mewancarai beberapa nara sumber yang dapat memberikan informasi, data sekunder didapat dari buku-buku pustaka, dokumentasi-dokumentasi, serta Undang-Undang dan peraturan-peraturan terkait dengan Destinasi Wisata, UMKM dan makanan tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Boyolali, pengembangannya disesuaikan dengan potensi-potensi obyek wisata yang ada saat ini, dengan menyempurnakan dukungan sarana dan prasarana serta infrastruktur jalan menuju kelokasi wisata. Guna dapat mempermudah para wisatawan berkunjung kelokasi wisata di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali. Dengan disempurnakannya dukungan sarana dan prasarana serta penyempurnaan insfrastruktur jalan, menuju destinasi wisata di Boyolali, semakin banyak pengunjung yang datang, dan dampaknya, semakin tumbuhnya UMKM-UMKM yang berdagang, untuk menjual produk-produk yang dihasilkan dari masyarakat sekitar destinasi tersebut.

**Kata kunci:** Pengembangan, Destinasi Wisata, UMKM

### ABSTRACT

*This research was conducted with the aim of knowing to what extent the development of tourism objects has an impact on the existence of (MSMEs) in Cengklik Park Reservoir Tourism Destinations. This study uses a qualitative methodology with descriptive analysis, data sources obtained from primary and secondary data. Primary data data obtained from direct field observations, interviewing several sources who can provide information, secondary data obtained from library books, documentation, as well as laws and regulations related to tourist destinations, SMEs and food traditional. The results of the study show that the development of tourist destinations in Boyolali Regency, its development is adjusted to the potential of existing tourist objects, by improving the support of facilities and infrastructure as well as road infrastructure to tourist sites. In order to make it easier for tourists to visit tourist sites in Ngemplak District, Boyolali Regency. With enhanced support for facilities and infrastructure as well as improvements to road infrastructure, leading to tourist destinations in Boyolali, more and more visitors are coming, and the impact is the growing growth of MSMEs who trade, to sell products produced by the community around these destinations.*

**Keywords:** *Developmen, Tourism Destinations, SMMEs*

## PENDAHULUAN

UMKM keberadaannya sangat erat dengan adanya obyek-obyek wisata disuatu daerah. Jika pariwisata dikembangkan maka para pelaku UMKM akan memenuhi destinasi wisata tersebut, untuk berusaha melayani masyarakat pengunjung wisata, dengan berbagai barang dagangannya. Kecamatan Ngemplak sebuah wilayah di Kabupaten Boyolali, memiliki sumberdaya alam wisata yang sangat indah dan menarik, sering dikunjungi oleh para wisatawan. Berbagai potensi destinasi wisata, yang indah dan menarik untuk kunjungi.

Kecamatan Ngemppak, memiliki beberapa destinasi wisata yang dapat dikunjungi, untuk berwisata di alamnya seperti waduk, wisata budaya serta wisata kuliner, di obyek wisata di Kecamatan Ngemplak, banyaknya UMKM yang menjajakan produk-produk hasil masyarakat sekitar daerah wisata. Beberapa obyek wisata di Ngemplak diantaranya : kolam renang, out bound , wisata kuliner, wisata waduk dan wisata budaya yang menarik.

Terkait dengan UMKM Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008, tentang UMKM, memiliki definisi sebagai berikut : Jenis usaha yang dimiliki orang pribadi atau berbadan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang 20 Tahun 2008. Tidak merupakan anak perusahaan, atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung, dan memiliki kriteria sebagai UMKM sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang. UMKM tidak perlu memiliki modal besar, seperti perusahaan besar lainnya, dan pendiriannya tidak terlalu sulit, tidak membutuhkan tenaga kerja yang memiliki latar belakang pendidikan formal tertentu.

Keberadaannya sangat jelas dan diatur dalam Undang-Undang 20 Tahun 2008. Disaat Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter ditahun 1998, keberadaan UMKM tetap bertahan dan eksis. Pemerintah saat ini sangat memberikan perhatian yang begitu besar, dengan diberikannya akses yang seluas-luasnya untuk dapat tumbuh dan berkembang, baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan difasilitasi oleh Kementerian Parawisata dan Ekonomi Kreatif, dibantu dengan Kementerian Koperasi, serta dibantu pada aspek kemudahan untuk mendapatkan suntikan dana permodalan dari perbankan dengan berbagai sistem permodalan bagi UMKM.

Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah merupakan bentuk komitmen pemerintah untuk menjadikan UMKM sebagai pondasi bagi peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia. Rahman (2009), menjelaskan bahwa bahwa UMKM telah menunjukkan perannya yang sangat strategis bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) serta membuka lapangan kerja baru bagi pencari kerja.

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan oleh orang pribadi atau kelompok, didalam mencari dan mendapatkan kenikmatan, kepuasan, serta menyegarkan pikiran-pikiran dari kepenatan dan kesibukan sehari-hari, dengan mengunjungi daerah-daerah destinasi wisata untuk dimanfaatkan dalam berlibur. Parawisata dapat dibagi kedalam : Business tourism, dimana kunjungan dilakukan kesuatu daerah tertentu dengan tujuan dinas, usaha dagang atau berhubungan pekerjaan yang akan dilakukannya.

Vocational tourism, yaitu kunjungan yang dilakukan dalam rangka berlibur, memanfaatkan waktu luang sambil menikmati udara segar, disuatu daerah destinasi wisata. Educational tourism, adalah kunjungan yang dilakukan oleh orang pribadi atau kelompok, untuk mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan. Destinasi wisata sangat erat kaitannya dengan UMKM. Sehingga jika parawisata berkembang dan semakin baik kondisinya, maka para pelaku UMKM akan semakin berkembang dan dampak positif bagi

peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitarnya.

Karena pelaku UMKM akan menawarkan barang-barang dagangan yang dijualnya kepada para wisatawan, dan pelaku UMKM berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada para wisatawan, agar mereka betah dan nyaman berada pada destinasi wisata yang dikunjunginya. Parawisata adalah yang dilakukan oleh orang secara pribadi atau kelompok berkunjung kesuatu wilayah destinasi wisata, dengan menikmati keindahan alam, dan keindahan pegunungan, serta keindahan pantainya, dengan menikmati kondisi alam sekitarnya. Kunjungan yang dilakukan baik secara perorangan atau kelompok.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008, tentang UMKM, memiliki definisi sebagai berikut : Jenis usaha yang dimiliki orang pribadi atau berbadan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang 20 Tahun 2008. Tidak merupakan anak perusahaan, atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung, dan memiliki kriteria sebagai UMKM sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang. UMKM tidak perlu memiliki modal besar, seperti perusahaan besar lainnya, dan pendiriannya tidak terlalu sulit, tidak membutuhkan tenaga kerja yang memiliki latar belakang pendidikan formal tertentu. Keberadaannya sangat jelas dan diatur dalam Undang-Undang 20 Tahun 2008.

Disaat Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter ditahun 1998, keberadaan UMKM tetap bertahan dan eksis. Pemerintah saat ini sangat memberikan perhatian yang begitu besar, dengan diberikannya akses yang seluas-luasnya untuk dapat tumbuh dan berkembang, baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan difasilitasi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dibantu dengan Kementerian Koperasi, serta dibantu pada aspek kemudahan untuk mendapatkan suntikan dana permodalan dari perbankan dengan berbagai sistem permodalan bagi UMKM. Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah merupakan bentuk komitmen pemerintah untuk menjadikan UMKM sebagai pondasi bagi peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia. Rahman (2009), menjelaskan bahwa bahwa UMKM telah menunjukkan perannya yang sangat strategis bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) serta membuka lapangan kerja baru bagi pencari kerja.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang di terapkan penulis yaitu wawancara dan studi pustaka. Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu (Sugiyono, 2015). Studi pustaka atau kepustakaan dapat di artikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Dalam metode studi pustaka, penulis dapat mengumpulkan data dengan cara memperoleh data melalui berbagai buku maupun referensi lain yang tentunya ada keterkaitan dengan masalah.

Tempat penelitian ini di Destinasi Waduk Cengklik Park yang beralamatkan di Gunungparan, Ngargorejo, Kec. Ngemplak, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah 57375. Waktu pelaksanaan kegiatan penelitian dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 9 Maret 2022 sampai Rabu 16 Maret 2022.. Pihak yang terlibat dalam penelitian ini yaitu mahasiswa, kampus Intitut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, dan Pihak Waduk Cengklik Park.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Objek Penelitian

Hasil yang dicapai saat penelitian adalah kemampuan waktu, bertambahnya kemampuan individu atau kelompok di bawah tekanan dari manager dan pembimbing magang ditempat tersebut. Membuat kemampuan mengolah management yang artinya kita membagi waktu disaat ada kegiatan di beberapa tempat bukan hanya satu tempat saja, kita membagi waktu dengan cara memberikan pelayanan dan pekerjaan tempat tersebut.

Bertambahnya kemampuan bekerja baik kelompok maupun individu yang artinya untuk kemampuan kelompok kita saling membantu dan memahami tempat tersebut agar pekerjaan ditempat itu cepat teratasi dan bisa melakukan ditempat lainnya karena ditempatkan bukan hanya disatu tempat saja jadi berbagai tempat, untuk kemampuan bekerja individu sendiri bisa mengatasi kegiatan dengan baik jika sudah diajarkan dan mengerti apa yang harus dilakukan ditempat tersebut.

Menambahnya ilmu pengetahuan bekerja karena kita melihat dan mempratikan secara langsung bukan dari teori, pengalaman yang sungguh bermakna dan yang dialami dilakukan pada saat itu, banyak belajar dari hal tersebut dan banyak ilmu yang di dapat agar diberikan kepercayaan untuk menghendel tempat tersebut. Terjadinya hubungan kerjasama bagi mahasiswa dengan instansi atau tempat pariwisata Waduk Cenglik Park (WCP) tersebut agar bisa berkomunikasi dengan baik dan menambah wawasan dan pengalaman tentang dunia kerja dan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan ditempat wisata tersebut gar kita tau proses pengerjaan dan hasil pekerjaan efektif dan efesien itu seperti apa.

Studi kelayakan meliputi beberapa aspek diantaranya; pasar, produk, Pemasaran, legalitas, dan keuangan. Pasar yaitu tempat keramaian dalam suatu kondisi dan banyak penjualan, penawaran dan pelayanan yang ada didalam tempat wisata tersebut, untuk penjualan sendiri berkaitan dengan menyediakan barang barang dan makanan untuk membuat daya tarik pengunjung, dan penawaran yang dilakukan di tempat wisata tersebut seperti fasilitas yg ada ditempat itu contohnya: penawaran tempat untuk spot foto, dan berbagai wahana lain, dan pelayanan juga diutamakan dalam menarik pengunjung, karena pelayanan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung, ramah, sopan santun, murah senyum.

Produk yaitu suatu barang yg dihasilkan dari tempat tersebut, jadi banyak yang diproduksi ditempat wisata waduk cengklik park yang meliputi ; gucci yang dilapisi kerang asli, pakaian cap tulisan waduk cengklik , dan disitu barang tersebut juga jadi barang yang dijual untuk menarik pengunjung. Pemasaran yaitu kegiatan bisnis yang dirancang untuk mempromosikan produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran di waduk cengklik park juga menyediakan dan menawarkan beberapa produk, wahana-wahana , spot foto , makanan, pakaian dan barang barang antik asli dari tempat itu, agar pengunjung juga tidak bosan ditempat tersebut karena WCP memiliki banyak tempat untuk dikunjungi dan tempat tersebut juga memiliki fasilitas yang memadai dari segi karyawan yang melayani pengunjung dan tempat yang bersih.

Legalitas yaitu jati diri atau mengesahkan suatu badan usaha yang diakui masyarakat, dengan dimilikinya surat-surat izin , sebagai bentuk legalitas perusahaan, maka akan diperoleh beberapa manfaat yaitu : sarana perlindungan hukum, sarana promosi , sarana kepatuhan terhadap hukum dan mempermudah pengembangan usaha. Studi kelayakan tempat wisata tersebut mencakup beberapa hal spesifik yang harus dipahami dengan baik jika suatu usaha pariwisata mau memaksimalkan potensi untuk

sukses.

Hal tersebut diantaranya yaitu faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran pariwisata. Berikut penjelasannya :

1. Faktor permintaan potensial

Sesungguhnya permintaan potensial atas produk pariwisata dapat diperkirakan, seperti jumlah penduduk sekitar kawasan dan tingkat kepadatan penduduk.

2. Faktor tempat wisata

Begitupun dengan penawaran, terdapat empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata, yaitu attraction (daya tarik), accesable (transportasi), amenities (fasilitas), ancillary (kelembagaan).

3. Strategi pemasaran yang dilakukan

Harga, yaitu harga barang-barang, sarana dan prasarana yang ada. Pada intinya wisatawan sama seperti konsumen pada umumnya yang menginginkan harga murah dengan kualitas yang baik. Akomodasi, merupakan rumah sementara bagi wisatawan. Hal yang penting diperhatikan dari akomodasi adalah: kenyamanan, pelayanan yang baik dan kebersihan sanitasinya. Atraksi, adalah segala pertunjukan yang mempunyai nilai manfaat untuk dilihat atau diperhatikan termasuk objek wisata itu sendiri. Jarak dan waktu, berkaitan dengan lamanya waktu yang harus dikorbankan wisatawan untuk mencapai tempat wisata. Semakin cepat mencapainya semakin baik. Sifat ramah tamah, wisatawan sangat menyenangi keramahan dari penduduk yang ada di tempat wisata tersebut.

### Analisis SWOT

Waduk Cengklik Park merupakan salah satu objek wisata yang bergerak dibidang usaha berskala mikro maupun makro. Dalam menjalankn aktivitas sebagai tempat wisata bergerak dibidang usaha, perlu dilaukn analisis strategi pemasaran dalam memasarkan produknya dan isi yang ada ditempat waduk cengklik park. Hal ini untuk menunjang aktivitas pemasarannya, agar tujuan dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang tercapai.

Berikut hasil analisis SWOT strategi studi kelayakan bisnis Waduk Cengklik Park:

#### **Strength (kekuatan)**

*Strength* (kekuatan) adalah situasi kecenderungan utama yng baik menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. kekuatan yang dimiliki Waduk Cengklik Park, ialah:

- a. Jam buka operasional relatif lama yaitu jam 08.00-18.00 setiap hari
- b. Memiliki 13 daftar wahana yang menarik dikunjungi
- c. Harga tiket yang terjangkau yaitu 25.000 per orang
- d. Menyediakan bundling tiket wahana

#### **Kelemahan (weaknesses)**

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya alam, keterampilan dan kemampuan yang secaraserius menghalangi kinerja efektif suatu tempat wisata. Kelemahan -kelemahan yang dimiliki Waduk Cengklik Park, ialah:

- a. Minimnya permodalan dan sumber pendanaan untuk kegiatan pemasaran.
- b. Minimnya inovasi produk dibidang pemasaran.
- c. Promosi melalui media cetak dan juga media elektronik.

Dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki Waduk Cengklik Park, maka diharapkan dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada pada proses pemasaran produk di Waduk Cengklik Prak untuk dapat mencapai target yang baik.

Tentunya Waduk Cengklik Park harus lebih giat, kreatif dan inovatif terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan.

Selain itu, kelebihan atau kekuatan tersebut dapat diberikan manfaat yang baik dan maksimal terhadap pemasaran produk-produk Waduk Cengklik Park kepada seluruh elemen masyarakat, sehingga mampu memenuhi kebutuhan ekonomi-sosial masyarakat khususnya dalam hal permodalan terhadap usaha-usaha yang dimiliki masyarakat. Sehingga akan menciptakan kesejahteraan, mengurangi pengangguran, dan memantaskan kemiskinan.

#### ***Opportunities (Peluang-peluang)***

Peluang (opportunity) adalah situasi atau kecenderungan utama yang menuntungkan dalam lingkungan tempat wisata. Peluang-peluang yang dimiliki Waduk Cengklik Park, ialah:

- 1) Segmen tempat waduk cengklik park yang relatif luas dan bersih.
- 2) Teknologiyang semakin berkembang pesat.
- 3) Masyarakat mulai tertarik dengan adanya wahana yang ada di waduk cengklik park.
- 4) Membuat pengunjung puas saat berliburan di waduk cengklik park karena ada beberapa tempat wahana, mushola, dan tempat aksesoris atau oleh-oleh.

#### ***Threats (Ancaman-ancaman)***

Ancaman (Threat) adalah situasi kecenderungan utama yang baik menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman-ancaman yang dimiliki Waduk Cengklik Park, ialah:

- 1) Tingkat pesaing yang tinggi antara penjual di outlet yang ada di waduk cengklik park.
- 2) Minimnya pengunjung yang datang di tempat wisata waduk cengklik park.
- 3) Dengan mengetahui peluang-pelunag serta ancaman-ancaman yang dimiliki Waduk Cengklik Park dan memungkinkan halitu terjadi dikemudian hari, maka pihak Waduk Cengklik Park harus menyiapkan strategi pemasaran dengan sikap antisipatif dan aktualisasi teknologi, informasi dan komunikasi yang ampuh untuk mengantisipasi hal-hal yang akan terjadi.
- 4) Waduk Cengklik Park harus mampu meningkatkan trusting masyarakat dengan kinerja, pelayanan dan penyaluran oleh pegawai sehingga terhindar dari masyarakat.

#### **Analisis Studi Kelayakan**

Studi Kelayakan adalah perkembangan bisnis yang sangat pesat di Waduk Cengklik Park yang diguankan dibebagai bidang seperti wedding, foto shot, dan berbagai wahana lainnya, pelayanan juga diutamakan dalam menarik pengunjung. Selain menerima pesanan dari pelaku usaha dan penulis, konsumen usaha ini juga datang dari kalangan masyarakat.

##### **1. Aspek Manajemen dan Legalitas**

Manajemen dalam pembangunan waduk cengklik park maupun manajemen dalam implementasi rutin adalah sama saja dengan manajemen lainnya. Manajemen berfungsi untuk melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian telah manajemennya antara lain menyusun kerja, siapa saja yang terlibat, bagaimana mengkoordinasikan karyawan.

Beberapa faktor yang dijadikan dasar dalam penilaian kelayakan, berdasarkan hukum dan legalitas yaitu:

- a. Badan hukum apa yang paling sesuai untuk menjadikan bentuk formal badan usaha yang akan didirikan.

- b. Komoditas usaha termasuk jenis barang dagangan (komoditas) yang diperbolehkan atau dilarang undang-undang.
  - c. Cara berbisnis melanggar hukum agama atau tidaknya.
  - d. Teknis operasional mendapatkan izin dari instansi /departemen/dinas terkait atau tidaknya.
2. Aspek Pemasaran
- a. Segmentasi Pasar
    - 1) Geografis: bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan, iklim.
    - 2) Demografis: umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, daur hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan agama.
    - 3) Psikografis: kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian.
    - 4) Pelaku: pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggap terhadap suatu produk.
  - b. Target Pasar
    - 1) Pemasaran serba sama, dalam hal ini kita melakukan pemasaran yang tidak membagi pasar dan hanya memfokuskan kepada kebutuhan konsumen.
    - 2) Pemasaran serba aneka, dalam hal ini kita melakukan pemasaran dengan variasi produk sesuai dengan tipe konsumennya.
    - 3) Pemasaran terpadu, dalam hal ini kita melakukan pemasaran dengan memfokuskan diri pada satu kelompok konsumen atau segmen tertentu saja.
    - 4) Sikap, Pelaku dan Kepuasan Konsumen
    - 5) Sikap konsumen merupakan sebuah sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk maupun sebuah strategi pemasaran.
    - 6) Pelaku konsumen merupakan suatu proses yang dinamis ditunjukkan dalam bentuk perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen baik perorangan maupun kelompok dalam mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk, jasa dan ide yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.
    - 7) Kepuasan konsumen merupakan sebuah ukuran dari apa yang dirasakan oleh konsumen setelah menikmati atau menggunakan produk yang dijual.

Tabel 1. Kegiatan UMKM Waduk Cengklik Park

JAM KERJA	KETERANGAN KEGIATAN
07.30 – 08.00	Pemilik dan karyawan mulai memberihkan lapak dagangannya, mempersiapkan peralatan, dan siap buka..
08.15 – 09.00	Karyawan mulai membuat adonan dan siap di produksi.
09.15 – 16.00	Karyawan sudah mempersiapkan dagangannya dan siap melayani pembeli

### Aspek keuangan

Investasi yang dilakukan dalam berbagai bidang bisnis (usaha) sudah barang tentu memerlukan sejumlah modal (uang), disamping keahlian lainnya. Modal yang digunakan untuk membiayai suatu bisnis, mulai dari biaya prainvestasi, biaya investasi dalam aktiva tetap, hingga modal kerja. Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan ada beberapa pengusaha menghadap justru aspek inilah yang paling utama untuk dianalisis, karena dari aspek ini tergambar jelas hal-hal yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya.



Gambar 1. Daftar Tiket Wahana



Gambar 2. Stand UMKM

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis dalam penelitian kerja dan pembahasan kegiatan strategi yang dilakukan oleh Destinasi Waduk Cengklik Park terhadap UMKM, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa Waduk Cengklik Park merupakan bisnis yang layak untuk tetap dijalankan karena dengan penjualan yang tinggi, dan bekerja sama dengan UMKM akan menambah SDM masuk.

## SARAN

Selama melaksanakan kegiatan di Waduk Cengklik park, ditemukan beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan lagi. Semua saran dibawah ini bersifat membangun agar kedepan Destinasi Waduk Cengklik Park menjadi lebih baik lagi. Beberapa saran bagi Destinasi Waduk Cengklik park:

1. Hubungan kerjasama bagi mahasiswa dengan instansi atau tempat pariwisata Waduk Cengklik Park (WCP) tersebut agar bisa berkomunikasi dengan baik dan menambah wawasan dan pengalaman tentang dunia kerja dan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan ditempat wisata tersebut gar kita tau proses pengerjaan dan hasil pekerjaan efektif dan efesien itu seperti apa.
2. Pihak destinasi disarankan menambah stand food court UMKM agar bertambahnya pilihan makanan jadi pengunjung yang datang lebih nyaman dan tidak perlu mencari makanan diluar.



## DAFTAR PUSTAKA

- Elsye, R. (2022). Pengembangan UMKM pada Destinasi Wisata Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(1), 64-72.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020, June). Strategi pengembangan digitalisasi UMKM. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed* (Vol. 9, No. 1).
- Kasmir, J. (2003). Studi kelayakan bisnis. *Jakarta: Prenada Media*.
- KHARISMA, R. (2023). *PENGEMBANGAN DESTINASI WADUK CENGKLIK DI DESA NGARGOREJO KECAMATAN NGEMPLAK KABUPATEN BOYOLALI* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Maro'ah, S. (2018). PERAN KEMITRAAN BUMN DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PENGUSAHA KECIL (UKM) BERWAWASAN LINGKUNGAN.
- Muhammad, F. (2018). Mendukung Kemudahan Berusaha Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berbadan Hukum Dengan Gagasan Pendirian Perseroan Terbatas oleh Pemegang Saham Tunggal. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(3), 445-464.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan). *Jurnal REP Vol, 4(1)*.
- W Santi, E.A., 2018. Obyek wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali: tinjauan dari bauran pemasaran & kesediaan membayar.
- Wahyudiono, W., Maria, W., & Aminatuzzurho, A. (2018). PEREKAYASAAN SOSIAL: Model Optimalisasi Peran Stakeholder Dalam Pengelolaan UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur.