

Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Berbasis Industri Kreatif di Kota Mojokerto

Dini Norma Perwirasari dan Annisa Mu'awanah Sukmawati
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Teknologi Yogyakarta
e-mail: diniperwira@gmail.com

Abstrak—Objek wisata tidak harus berupa tempat-tempat yang memiliki keindahan alam, sarana rekreasi, nilai budaya, maupun nilai sejarah tersendiri. Namun, suatu proses produksi menghasilkan suatu barang tertentu pada sektor-sektor kreatif juga berpotensi untuk dikembangkan menjadi objek daya tarik wisata (ODTW). Kota Mojokerto merupakan kota yang memiliki potensi sektor kreatif di bidang industri pengolahan, seperti industri kulit, barang dari kulit, alas kaki, dan miniatur kapal. Keterbatasan Sumber Daya Alam (SDA) Kota Mojokerto yang dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata menjadi alasan utama untuk mendorong potensi sektor kreatif lainnya. Potensi komoditi unggulan industri kreatif pada setiap kecamatan di Kota Mojokerto menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai pendorong sektor yang lain, yaitu sektor pariwisata. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer melalui hasil observasi lapangan dan wawancara dengan para pemangku kepentingan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan data sekunder didapatkan dari hasil telaah dokumen terkait. Dalam menganalisis potensi, masalah dan isu yang sedang berkembang akan menggunakan teknik analisis SWOT pendekatan kualitatif serta analisis penguatan isu strategis. Hasil dari analisis SWOT tersebut berupa matriks strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiap kecamatan di Kota Mojokerto memiliki ciri khas produk unggulan yang dapat dijadikan modal untuk dikembangkan dengan konsep *One District One Product* (ODOP). Rumusan strategi pengembangan dibagi menjadi dua, yaitu strategi spasial dan nonspasial. Elaborasi dari kedua strategi tersebut diharapkan dapat menjadi preskripsi bagi Kota Mojokerto untuk mewujudkan pembangunan yang efisien, produktif dan berkelanjutan.

Kata Kunci— industri kreatif, Kota Mojokerto, objek daya tarik wisata (ODTW), *one district one product* (ODOP).

I. PENDAHULUAN

Saat ini ekosistem persaingan global kian menjadi tuntutan bagi daerah. Khususnya di kawasan perkotaan dituntut agar mampu menghasilkan *output* secara efisien dan produktif namun tetap berkelanjutan. Efisiensi yang didorong produktivitas dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat dapat memicu timbulnya pemikiran kreatif yang pada akhirnya dapat memunculkan sebuah ide kreatif. Kreativitas akan mendorong inovasi yang menciptakan nilai tambah di berbagai aspek. Kreativitas menjadi langkah awal terjadinya inovasi (penemuan) perubahan-perubahan yang berbeda dari sebelumnya.

Dalam aspek spasial (keruangan), manfaat hubungan kreativitas dengan aspek spasial adalah perwujudan dalam

penguatan citra sebuah kawasan serta identitas budaya daerah. Bagi aspek ekonomi kontribusi kreativitas menciptakan iklim ekonomi kreatif yang dapat menjadi peluang baru untuk perekonomian masa depan.

Industri kreatif merupakan salah satu yang potensial bagi perkembangan ekonomi suatu wilayah. Industri pariwisata berkaitan dengan industri kreatif karena saling melengkapi satu dengan lainnya atau terdapat *linkage* antara keduanya [1]. Banyak industri kreatif yang berpotensi untuk dikemas menjadi aktivitas pariwisata maupun penunjang wisata [1]. Untuk mengintegrasikan antara industri kreatif dan industri pariwisata diperlukan kapasitas sumber daya manusia yang mumpuni agar mampu mengelola dan menciptakan inovasi dan kreativitas [1].

Keberadaan industri kreatif yang juga berpotensi menarik minat wisatawan dapat memberi kesempatan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat [2]. Kekhasan yang dimiliki oleh industri kreatif yang sarat akan pengalaman dan nilai-nilai sejarah memberi kesan tersendiri bagi wisatawan yang akan mendukung pengembangan pariwisata lokal [3].

Kota Mojokerto merupakan kota yang memiliki potensi industri pengolahan, seperti industri kulit, barang dari kulit, alas kaki, dan miniatur kapal. Pertumbuhan ekonomi Kota Mojokerto di sektor industri pengolahan pada tahun 2017 mencapai 6,2% dan terjadi peningkatan pesat pada tahun 2018 sebesar 734.543,3 juta rupiah, tahun 2017 sebesar 669.352 juta rupiah, tahun 2016 sebesar 607.057,6 juta rupiah, tahun 2015 sebesar 549.758 juta rupiah. Minimnya sumber daya alam (SDA) yang dapat dimanfaatkan menjadi destinasi pariwisata menjadikan hal tersebut embrio/ potensi yang mendorong pengembangan kawasan wisata industri kreatif untuk menjadi salah satu penggerak destinasi pariwisata di Kota Mojokerto. Wisatawan dapat menikmati dan berpartisipasi dalam proses produksi menghasilkan suatu barang produk kreatif.

Menurut DCMS (Creative Digital Industries National Mapping Project ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation) (2007) bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan kerja melalui pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta setiap individu tersebut [5]. Klasifikasi jenis industri kreatif berdasarkan [6] meliputi (1) Periklanan, (2) Arsitektur, (3) Pasar barang seni, (4) Kerajinan, (5) Desain, (6) Fesyen, (7) Video, film, dan fotografi, (8) Permainan interaktif, (9) Musik, (10) Seni pertunjukan, (11) Penerbitan dan percetakan, (12) Layanan komputer dan piranti lunak, (13) Televisi dan radio, dan (14)

Riset dan pengembangan.

Guna mendorong terciptanya sektor industri kreatif yang produktif diperlukan optimalisasi pada aspek-aspek yang mendorong perkembangan industri kreatif. Beberapa literatur menyebutkan aspek-aspek pendorong perkembangan industri kreatif meliputi (1) Sumber Daya Manusia (SDM), dimana berperan dalam memberikan ide, gagasan, dan solusi untuk mengatasi permasalahan dalam pengembangan pariwisata berbasis kreativitas; (2) Modal, sebagai dasar membangun usaha; (3) Teknologi, dapat mempengaruhi jumlah produktivitas barang maupun jasa; (4) Kebijakan, berfungsi dalam mengatur keberlanjutan industri kreatif juga diperlukan baik dari sisi internal (perusahaan) terkait maupun kebijakan eksternal (Pemerintah dan Pemerintah Daerah); (5) Partisipasi lembaga dan komunitas lokal, sebagai subjek dan objek pembangunan; (6) Inovasi produk, produk inovasi baru berasal dari segi desain, bahan baku, alat atau pemanfaatan limbah; dan (7) Kualitas produk.

Sektor pariwisata berbasis kreativitas dianggap merupakan salah satu penggerak utama ekonomi kreatif di seluruh dunia, dimana wisatawan adalah konsumen utama barang dan jasa kreatif. Kawasan wisata kreatif merupakan kawasan yang memiliki keunikan ekonomi kreatif dan daya kreatif masyarakat lokal dalam mengembangkan kawasannya sebagai modal utama sekaligus aset dalam menjadikan kawasan sebagai kawasan wisata industri kreatif. Lebih lanjut, wisata kreatif bukan hanya terkait dengan diversifikasi produk industri namun juga terkait kegiatan atau upaya pelestarian nilai-nilai lokal karena memiliki keunikan [3]. Kreativitas memiliki beberapa tipologi yang didasarkan pada aktivitas/ kegiatannya, yaitu: (1) Berbasis budaya kehidupan masyarakat, (2) Berbasis teknologi, (3) Berbasis pengetahuan, (4) Berbasis olahraga, dan (5) Berbasis seni. Aspek pendorong pariwisata berbasis kreativitas juga dipengaruhi oleh beberapa hal meliputi: (1) Keberadaan industri kreatif dalam kawasan, (2) Wisatawan kreatif, (3) Atraksi wisata kreatif, (4) Fasilitas pendukung wisata, dan (5) Adanya partisipasi masyarakat [3].

Pengembangan sektor pariwisata berbasis kreativitas dikuatkan dengan teori yang menyatakan bahwa syarat suatu objek baik tempat maupun kegiatan dapat dijadikan tujuan wisata kreatif, yaitu (1) *“something to see”* dapat dikaitkan dengan menikmati proses pembuatan produk industri kreatif, (2) *“something to do”* dapat dikaitkan dengan aktivitas wisata untuk belajar mengenai proses pembuatan dan (3) *“something to buy”* terkait dengan membeli produk.

Pendekatan wisata industri digunakan dalam penelitian karena Kota Mojokerto memiliki potensi produk lokal terkait industri kreatif yang beragam dan sudah memiliki jangkauan pemasaran baik lokal, nasional, dan internasional. Potensi industri kreatif, seperti alas kaki, miniatur kapal, kuliner khas daerah dan batik dapat menjadi modal dasar pengembangan kawasan sebagai kawasan wisata berbasis industri kreatif. Pengembangan sektor industri kreatif dapat dijadikan sebagai penggerak baru destinasi wisata di Kota Mojokerto. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan kawasan wisata berbasis industri kreatif di Kota Mojokerto.

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian

kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjawab permasalahan yang memerlukan pemahaman secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan secara deskriptif. Penelitian kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk merumuskan strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif menggunakan pendekatan rasionalistik, berdasarkan fakta dan fenomena yang ditemukan di lapangan.

B. Lokasi Penelitian

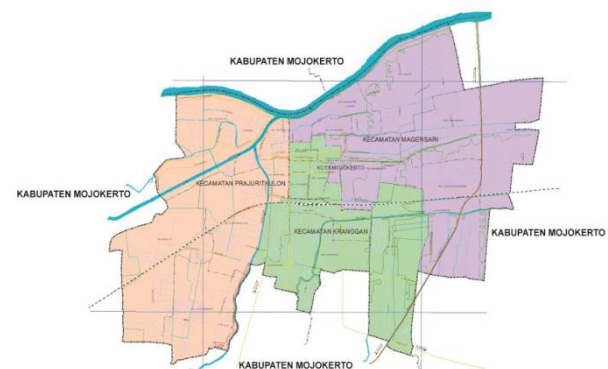
Penelitian dilakukan di Kota Mojokerto. Gambar 1 menunjukkan peta administrasi Kota Mojokerto. Kota Mojokerto memiliki batas wilayah sebagai berikut:

Utara : Sungai Brantas

Selatan : Kecamatan Sooko, Kabupaten Mojokerto

Barat : Kecamatan Sooko, Kabupaten Mojokerto

Timur : Kecamatan Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto



Gambar 1. Peta Administrasi Kota Mojokerto

Sumber: [4]

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait dengan pengembangan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto, yaitu Badan Perencanaan Pembangunan (Bappeko) Kota Mojokerto, Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kota Mojokerto, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Mojokerto dan Perangkat Kecamatan di Kota Mojokerto, meliputi Kecamatan Magersari, Kranggan, dan Prajuritkulon. Wawancara dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati sarana, prasarana, serta aktivitas kawasan pada kawasan wisata industri kreatif.

Sementara itu, metode pengumpulan data sekunder dilakukan dengan survei instansional dan survei literatur. Survei instansional merupakan survei terhadap objek instansi atau dinas terkait yang berhubungan dengan pengembangan wisata industri kreatif. Sedangkan survei literatur merupakan survei terhadap pustaka atau literatur terkait teori ataupun kebijakan terkait konsep pengembangan wisata industri kreatif.

D. Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif matriks SWOT menampilkan delapan kotak yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (peluang dan ancaman) sedangkan dua kotak sebelah kiri

adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan) [4][7]. Tabel 1 menunjukkan model Matriks SWOT Kearns:

Tabel 1.
Matriks SWOT Kearns

Eksternal / Internal	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
Kekuatan (Strengths)	Comparative Advantage	Mobilization
Kelemahan (Weakness)	Divestment/ Investment	Damage Control

Sumber: Kearns (dalam [17])

Tahapan penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi jenis komoditi unggulan yang ada di Kota Mojokerto berdasarkan pertimbangan telaah dokumen dan hasil wawancara dengan *stakeholder*. Selanjutnya, tahap kedua adalah merumuskan strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto menggunakan teknik analisis SWOT.

III. HASIL DAN DISKUSI

A. Karakteristik Wisata di Kota Mojokerto

Jenis wisata yang terdapat di Kota Mojokerto dilihat pada Gambar 2. Berdasarkan hasil observasi dan telaah dokumen memperlihatkan bahwa secara garis besar Kota Mojokerto memiliki 8 jenis wisata, antara lain wisata buatan, wisata belanja, wisata kuliner, wisata pendidikan, wisata sejarah, wisata alam, dan wisata budaya. Jumlah objek wisata kuliner merupakan jenis wisata yang paling banyak ditemukan mencapai 243 objek.

Wisata Buatan	1		
Wisata Belanja	1		
Wisata Kuliner	243		
Wisata Pendidikan	1		
Wisata Religi	2		
Wisata Sejarah	1		
Wisata Alam	1		
Wisata Budaya	1		

Gambar 2. Jumlah ODTW di Kota Mojokerto Tahun 2018

Berdasarkan Gambar 2 dapat dinyatakan bahwa kondisi pariwisata di Kota Mojokerto masih kurang tereksplorasi keberadaan serta keberagaman objek daya tarik wisata. Selain itu, kurangnya eksistensi wisata yang diakibatkan dari minimnya sumber daya alam (SDA) yang dapat dijadikan objek daya tarik wisata.

B. Karakteristik Industri Kreatif di Kota Mojokerto

Industri kreatif di Kota Mojokerto tersebar di seluruh kecamatan dengan berbagai jenis industri kreatif, seperti fesyen, kuliner, seni kriya, desain interior, dan lain-lain. Secara administratif, sebagian besar jumlah keberadaan lokasi industri kreatif berada di Kecamatan Prajuritkulon dengan total mencapai 633 unit jenis industri kreatif. Dominasi jenis industri kreatif di Kota Mojokerto meliputi jenis industri kreatif, antara lain: (1) fesyen, yaitu adanya komoditi seperti sepatu, sandal, sepatu/sandal, dan batik sebanyak 703 jenis (2) kuliner, yaitu adanya komoditi seperti kue basah, kue kering, dan keripik khas buatan warga

lokal Kota Mojokerto sebanyak 660 jenis (3) kriya, yaitu adanya komoditi seperti miniatur kapal, cetakan kue cor aluminium, dan souvenir. Tabel 2 menunjukkan jenis dan jumlah industri di Kota Mojokerto tahun 2019.

Tabel 2.
Jenis dan Jumlah Industri di Kota Mojokerto Tahun 2019

Jenis Industri	Kecamatan			Jumlah
	Kranggan	Prajuritkulon	Magersari	
Desain Interior	17	19	34	70
Desain Produk	3	7	8	18
Fashion	197	387	119	703
Film, Animasi, Video	1	0	1	2
Fotografi	0	0	1	1
Kriya	34	45	41	120
Kuliner	216	154	290	660
Penerbitan	20	19	19	58
Seni Rupa	0	2	1	3
Jumlah	488	633	514	

Sumber: [4]

Berdasarkan data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa Kota Mojokerto memiliki potensi industri terbesar pada industri fesyen, kuliner, dan kriya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya outlet kuliner, fesyen, dan jasa kriya membuat perkembangan pesat di Kota Mojokerto. Sebagai pendukung aktivitas wisata untuk memasarkan produk industri tersebut, Pemerintah Kota Mojokerto membangun Mall Pelayanan Publik terpadu.

Beberapa gambaran mengenai potensi lokal Kota Mojokerto terlihat di Gambar 3. Gambar 3 memperlihatkan bahwa potensi unggulan di tiap kecamatan di Kota Mojokerto dijadikan *landmark* di masing-masing kecamatan. Adanya *landmark* dengan desain potensi lokal pada setiap kecamatan berfungsi sebagai identitas kawasan kecamatan, penguatan citra kawasan (ikonisasi), dan orientasi diri bagi wisatawan.

Kecamatan Prajuritkulon memiliki *landmark* kawasan berupa patung sepatu atau alas kaki (lihat gambar 3a). Hal ini menunjukkan bahwa Kecamatan Prajuritkulon memiliki identitas kawasan yang kuat dengan produk unggulan kawasan industri kreatif alas kaki dan sudah terbentuk *branding* kawasan industri kreatifnya.

Kecamatan Kranggan yang terletak pada *center* Kota Mojokerto memiliki *landmark* berupa miniatur kapal (lihat gambar 3b). Miniatur kapal pinisi menjadi kebanggaan masyarakat Kota Mojokerto. Proses produksi industri kreatif miniatur kapal tergantung dari pesanan pembeli, jadi tidak diproduksi sewaktu-waktu.

Kecamatan Magersari memiliki *landmark* kawasan berupa patung kue onde-onde (lihat gambar 3c). Kue onde-onde sudah ditemukan sejak zaman Kerajaan Majapahit di daerah Mojokerto. Onde-onde juga menjadi ikon kuliner Kota Mojokerto sehingga dijadikan sebagai oleh-oleh khas Kota Mojokerto.



(a)



(b)



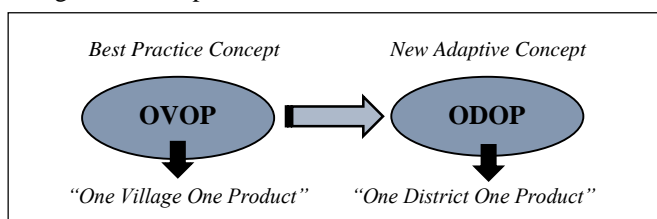
(c)

Gambar 3. Landmark Tiap Kecamatan di Kota Mojokerto (a) Kecamatan Prajuritkulon dengan Landmark Patung Sepatu/ Alas Kaki, (b) Kecamatan Kranggan dengan Landmark Miniatur Kapal, (c) Kecamatan Magersari dengan Landmark Patung Ondeh-ondhe

C. Pendekatan Konsep Pengembangan

Pendekatan pengembangan konsep “One Village One Product” (OVOP) yang telah diterapkan diberbagai negara sebagai bentuk solusi peningkatan perkembangan Industri Kecil Menengah (IKM) [9]. Maka dari itu, konsep OVOP menjadi dasar awal pembentukan konsep baru yang lebih adaptif dalam mendukung pengembangan kawasan wisata yang berbasis industri kreatif di Kota Mojokerto.

Konsep yang ditawarkan sebagai strategi pengembangan kawasan wisata industri Kota Mojokerto adalah konsep baru yang dinamakan “One District One Product” (ODOP) jika dalam Bahasa Indonesia berarti “Satu Kecamatan Satu Produk” (lihat Gambar 4). Konsep tersebut dinilai sesuai dengan kondisi dan karakteristik wilayah di Kota Mojokerto sebagai kawasan perkotaan.



Gambar 4. Konsep Pengembangan Wisata Industri Kreatif Kota Mojokerto

Konsep ini diadopsi dari pendekatan konsep OVOP yang menekankan pada penggunaan sumber daya local, kearifan lokal, dan menghasilkan nilai tambah tinggi [8]. Konsep ini menekankan pada upaya pengembangan produk unggulan lokal yang dianggap memiliki keunikan, kekhasan dan kebermanfaatannya yang besar [9]. Produk yang dipilih harus dapat menjadi kompetensi unggulan daerah [4].

D. Jenis Komoditi Unggulan Setiap Kecamatan

Kota Mojokerto merupakan kota yang beragam akan industri kreatif. Hal tersebut dapat dijadikan embrio untuk dikawinkan dengan sektor potensial lainnya, yaitu sektor pariwisata. Berikut ini komoditi unggulan yang merupakan produk unggulan daerah dan/ atau produk kompetensi inti daerah serta memiliki keunikan khas budaya dan keaslian lokal kecamatan di Kota Mojokerto dirangkum di Tabel 3.

Tabel 3. Komoditi Unggulan Setiap Kecamatan di Kota Mojokerto

Kecamatan	Komoditi Unggulan Terpilih	Keterangan
Kraggan	Miniatur Kapal	Penetapan komoditi unggulan miniatur kapal di Kecamatan Kranggan ditetapkan berdasarkan pendekatan faktor keunikan produk unggulan serta terdapat sanggar/rumah produksi kriya miniatur kapal yang masih eksis hingga sekarang yang beralamat di Kecamatan Kranggan.
Prajuritkulon	Alas Kaki (Sepatu dan Sandal)	Penetapan komoditi unggulan alas kaki di Kecamatan Prajuritkulon ditetapkan berdasarkan pendekatan faktor dominasi jumlah kegiatan komoditi industri kreatif yang berlangsung di Kecamatan Prajuritkulon sehingga sebagian kawasan menjadi julukan “kampung sepatu”.
Magersari	Kuliner (Onde-onde dan macam-macam Keripik)	Penetapan komoditi unggulan kuliner di Kecamatan Magersari ditetapkan berdasarkan pendekatan faktor keunikan (kekhasan) produk unggulan serta terdapat pusat oleh-oleh makanan khas Kota Mojokerto.

E. Isu Strategis

Berdasarkan hasil kajian dokumen RTRW Kota Mojokerto Tahun 2012-2032 dan Rencana strategis proyek Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Tahun 2016 terkait pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto, Tabel 4 memperlihatkan isu-isu strategis di Kota Mojokerto terkait dengan wisata industri kreatif.

Tabel 4. Isu Strategis di Kota Mojokerto

No.	Isu Industri Kreatif	Isu Kepariwisataaan
1.	Letak Kota Mojokerto yang strategis untuk distribusi hasil produksi industri kreatif	Pengembangan wisata bukan merupakan tujuan utama pembangunan Kota Mojokerto
2.	Industri kreatif berupa alas kaki Kota Mojokerto ditetapkan sebagai kompetensi inti daerah oleh Pemerintah Kota Mojokerto dan menjadi proyek pengembangan IKM Kementerian Perindustrian Republik Indonesia	Potensi pariwisata yang sudah ada belum dioptimalkan dari segi pemanfaatan, pengelolaan maupun nilai jual kepada masyarakat

No.	Isu Industri Kreatif	Isu Kepariwisataaan
3.	Pendirian pusat informasi/ promosi (atau pusat grosir/ outlet) alas kaki Kota Mojokerto	Pengembangan perdagangan dan jasa diarahkan untuk mendukung konsep kegiatan pariwisata Kota Mojokerto sebagai wisata belanja dan kuliner

F. Perumusan Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Industri Kreatif di Kota Mojokerto

Berdasarkan gambaran umum karakteristik pariwisata dan industri kreatif di Kota Mojokerto, kajian pendekatan konsep pengembangan ODOP, serta isu strategis yang sedang berkembang, dapat dirumuskan kelebihan, kekurangan, potensi, dan ancaman yang dijabarkan di Tabel 5 (Analisis SWOT Internal) dan Tabel 6 (Analisis SWOT Eksternal).

Teknik analisis SWOT adalah teknik analisis yang digunakan untuk membantu merancang strategi dan program-program pembangunan [10]. Teknik analisis SWOT digunakan untuk merumuskan program dan strategi pengembangan Kota Mojokerto kaitannya pengembangan kawasan wisata industri kreatif yang di dalamnya memuat identifikasi terhadap potensi, masalah, kekuatan dan peluang yang perlu dielaborasi untuk dapat dioptimalkan.

Tabel 5.
Analisis SWOT Internal

Kode	Kekuatan (Strengths)
S1	Keberagaman jenis industri kreatif
S2	Produk unggulan setiap kecamatan mempunyai ciri khas (otentisitas) produk
S3	Salah satu produk unggulan kecamatan telah mencapai pasar internasional
Kode	Kelemahan (Weakness)
W1	Pelaku industri kreatif belum memiliki komitmen bersama
W2	Tidak ada <i>standart</i> yang mengatur kualitas produk
W3	Belum adanya ODTW yang berbasis industri kreatif
W4	Partisipasi masyarakat rendah
W5	Rendahnya tingkat pendidikan dan ketrampilan tenaga kerja
W6	Kurangnya inovasi produk (kreativitas)
W7	Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi
W8	Belum adanya ruang pameran produk (<i>workshop</i>)
W9	Kurang optimal fungsi bangunan bengkel kerja
W10	Rendahnya peran kelembagaan
W11	Kegiatan produksi yang masih musiman (tidak kontinyu)

Tabel 6.
Analisis SWOT Eksternal

Kode	Peluang (Opportunities)
O1	Objek daya tarik wisata (ODTW) baru
O2	Peningkatan pendapatan daerah
O3	Peluang investasi
O4	Peningkatan produktivitas dan kreativitas masyarakat
O5	Ekonomi kreatif sebagai penyangga mendukung menuju Kota Mojokerto Bahari
O6	Membantu menyerap tenaga kerja untuk mengurangi pengangguran

Kode	Ancaman (Threats)
T1	Perlaku kompetitif pesaing pelaku industri kreatif dengan cara memainkan harga untuk mendapatkan konsumen
T2	Belum ada kebijakan khusus/ rencana yang mengamankan bahwa Kota Mojokerto akan mengembangkan sektor industri kreatif.

Berdasarkan hasil sintesis SWOT internal dan eksternal pada Tabel 5 dan Tabel 6, dapat dirumuskan strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto sebagaimana di Tabel 7.

Tabel 7.

Rumusan Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Industri Kreatif di Kota Mojokerto

	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
Kekuatan (Strengths)	Mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki, antara lain: S1, O1, O5, O6: Mengembangkan keberadaan industri kreatif sebagai objek daya tarik wisata (ODTW) baru di Kota Mojokerto. S2, O4: Meningkatkan daya saing produk unggulan melalui standarisasi produk. S2, S3, O4, O5: Mengembangkan inovasi produk industri kreatif S3, O2, O3: Menciptakan sistem pemasaran modern (<i>e-commerce</i>) untuk memperluas sasaran dan segmentasi pasar. S2, O1, O4: Mendirikan ruang <i>workshop</i> sebagai ruang pameran produk untuk menarik minat wisatawan S2, O4, O6: Memperkuat peran kelembagaan di setiap kecamatan dalam rangka mengembangkan produk unggulan yang berkelanjutan.	S1, S2, T1: Pengendalian harga yang tidak sesuai harga pasar pada produk dapat dilakukan melalui temu usaha dengan membentuk komitmen (kesepakatan) kerja bersama. S2, T2: Penguatan kelembagaan yaitu peran pemerintah, swasta/ komunitas dan masyarakat dalam meningkatkan usaha promosi, jasa pelayanan, dan penyediaan infrastruktur pendukung wisata S1, S2, T1: mengembangkan kawasan budidaya dengan memperhatikan daya dukung dan daya tampung lingkungan serta mitigasi bencana
	W3, W6, O1, O5: Memperkuat identitas ODTW berbasis industri kreatif sebagai destinasi wisata di Kota Mojokerto W4, W5, O4, O6: Melibatkan peran aktif masyarakat setempat sebagai tenaga kerja lokal untuk mengurangi pengangguran. W4, W5, W10, O4: Menjalin kerjasama yang sinergis antar stakeholder (Pemerintah, swasta, dan masyarakat). W6, W7, W11, O2, O3, O4: Modal dari investor untuk meningkatkan kualitas dan perluasan pemasaran produk industri kreatif W1, W5, O4, O6: Mengadakan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan bantuan modal	W3, W8, T2: Pemerintah daerah merancang <i>Masterplan</i> Kawasan Wisata Industri Kreatif agar pengembangan terarah dan berkelanjutan W1, W2, T1: Adanya kebijakan mengenai <i>standart</i> produk guna sebagai produk unggulan W8, W9, T2: Memperketat peraturan zonasi kawasan sebagai bentuk pengendalian kawasan

Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
<p>pengembangan usaha W9, O4: Menghidupkan kembali fungsi bangunan bengkel kerja.</p>	

Berdasarkan hasil rumusan strategi SWOT pada Tabel 7, dapat dikerucutkan beberapa strategi pengembangan industri wisata kreatif di Kota Mojokerto:

1) Strategi Keruangan

Berdasarkan hasil analisis SWOT didapatkan bahwa Kota Mojokerto memiliki diversifikasi jenis industri kreatif dan berpeluang untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata, mengingat minimnya jumlah Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) yang ada di Kota Mojokerto. Dikaitkan dengan pendekatan konsep ODOP bahwa setiap kecamatan telah memiliki produk unggulan dan memiliki nilai keunikan/kekhasan dan kearifan lokal serta nilai sejarah dari aspek bahan baku dan/ atau ketrampilan maupun budaya lokal dan memiliki tata ruang yang jelas. Untuk itu, strategi keruangan yang dirumuskan adalah pembagian ruang kawasan sebagai ODTW yang berbasis industri kreatif dengan memperhatikan keunikan/ kekhasan masing-masing kecamatan dan memperkuat citra keruangan yang sudah ada dan mendirikan ruang *workshop*/ pusat grosir/ pusat oleh-oleh sebagai ruang pameran produk industri kreatif yang dihasilkan serta menjadi motivasi pengunjung dalam melakukan perjalanan wisata di Kota Mojokerto.

2) Strategi Nonspasial

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Kota Mojokerto memiliki produk unggulan setiap kecamatan yang unik dan otentik. Namun mengalami permasalahan pada kegiatan produksi masih kurang konsisten dan kontiyu, perilaku kompetitif pesaing pelaku industri kreatif dengan persaingan harga untuk mendapatkan konsumen, dan belum ada standar yang mengatur kualitas produk. Selain itu, jika direlevankan dengan Rencana Strategis Kementerian Perindustrian RI untuk Kota Mojokerto tahun 2016, industri kreatif komoditi alas kaki telah ditetapkan menjadi proyek nasional dalam pengembangan IKM Kementerian Perindustrian RI. Sebagai perumusan strategi pengembangan, pendekatan konsep ODOP digunakan untuk mengadopsi ketentuan bahwa produk unggulan merupakan produk kompetensi inti daerah dan memiliki keunikan tersendiri sebagai nilai jual produk serta dapat diproduksi secara kontiyu dan konsisten dan mampu berkompetisi di pasar domestik dan ekspor. Strategi yang dirumuskan antara lain penguatan sistem produksi dan peningkatan kualitas produk yang berasal dari hasil inovasi dan kreativitas pengembangan produk.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Potensi komoditi unggulan industri kreatif setiap kecamatan di Kota Mojokerto menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai pendorong sektor yang lainnya, yaitu sektor pariwisata. Seperti temuan [2] bahwa berbagai produk industri kreatif memiliki keunikan yang mampu mendorong dan mengembangkan citra kota dan menjadi daya tarik wisata. Hal ini dapat diciptakan dengan memberi *landmark* kawasan atau ruang-ruang wisata yang dapat dinikmati wisatawan [5]. Pengembangan kawasan yang disesuaikan dengan kondisi kawasan perkotaan menjadikan

pendekatan konsep *One District One Product* (ODOP) dinilai lebih adaptif dengan karakteristik wilayah Kota Mojokerto. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT dan isu strategis yang sedang berkembang telah menghasilkan rumusan strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto yang dibagi menjadi dua, yaitu (1) strategi pengembangan spasial meliputi pengembangan ODTW baru berbasis industri kreatif, mendirikan ruang *workshop*, menghidupkan kembali fungsi bengkel kerja, dan mengatur peraturan zonasi sebagai bentuk pengendalian kawasan dan (2) strategi pengembangan nonspasial, meliputi mengembangkan inovasi produk, menciptakan sistem pemasaran modern (*e-commerce*), memperkuat kelembagaan, meningkatkan peran aktif masyarakat, merancang *masterplan* kawasan wisata industri kreatif, dan adanya kebijakan *standart* produk untuk menjaga kualitas produk industri kreatif. Perlu penguatan konektivitas antara industri kreatif dan pariwisata agar mampu memberi nilai tambah ekonomi bagi suatu wilayah yang dapat ditempuh dengan penguatan kapasitas kelembagaan dan sumber daya manusia, perluasan akses pasar, dan sinergisitas peran berbagai stakeholder [6]. Dalam peningkatan kapasitas untuk lebih kreatif perlu peran dari pemangku kepentingan terkait, seperti pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi untuk memberikan pelatihan serta pembinaan. Dengan adanya strategi pengembangan tersebut dapat preskripsi dalam mewujudkan pembangunan Kota Mojokerto yang lebih efisien, produktif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nurchayati dan Andalan T R, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang," in *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (SENDI_U) Ke-2 Tahun 2016*, 810-819.
- [2] P Diana, I K Suwena, dan N M S Wijaya, "Peran dan Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud," *Jurnal Analisis Pariwisata*, Vol. 17, No. 2, (2017) 84-92.
- [3] M Damayanti dan L Latifah, "Strategi Kota Pekalongan dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik," *Jurnal Pengembangan Kota*, Vol. 3, No. 2 (Desember 2015) 100-111.
- [4] I. G. B. R. Utama. (2016, Jan). Analisis SWOT Deskriptif Kualitatif untuk Pariwisata [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/289658938_Analisis_SWO_T.
- [5] S Ratih, E Darmawan, dan D Shamara, "Konsep Pengembangan Ruang Wisata Berbasis Industri Kreatif," *Modul*, Vol. 16, No. 1, (Januari-Juni 2016) 43-48.
- [6] Riswan, Hartiningsih, S Fitriyanti, A Z Maulana, Y Putyanda, T F Puspitasari, dan H A Pradana, "Problematika Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Menunjang Sektor Pariwisata di Kalimantan Selatan," *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, Vol. 13, No. 2, (Desember 2018) 129-139.
- [7] M. Mercieca, F. Schembri, A. S. Inglott, and L. M. Azzopardi, "Swot analysis," *Pharmaceutical Technology*. 2016, doi: 10.4337/9781784712082.00015.
- [8] A. Wahyudi, "Efektivitas dan Efisiensi Implementasi OVOP dalam Pengembangan IKM Gerabah di Kasongan," *J. TATA KELOLA SENI*, 2017, doi: 10.24821/jtks.v2i1.1811.
- [9] F. R. Schumann, "A Study of One Village One Product (OVOP) and Workforce Development: Lessons for Engaging Rural Communities around the World," *J. Int. OVOP Policy*, 2016.
- [10] E. GÜREL, "SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW," *J. Int. Soc. Res.*, 2017, doi: 10.17719/jisr.2017.1832.