

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM  
BERBASIS EKONOMI KREATIF KRIYA  
JUMPUTAN DI KAMPUNG WISATA  
TAHUNAN YOGYAKARTA**



**PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS  
TATA KELOLA SENI**

Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister  
Dalam bidang seni, minat utama Tata Kelola Seni

**Ika Dian Lestari**  
NIM 1720126420

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM  
BERBASIS EKONOMI KREATIF KRIYA  
JUMPUTAN DI KAMPUNG WISATA TAHUNAN  
YOGYAKARTA**



Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat mengakhiri jenjang studi  
Magister S-2  
Jurusan Tata Kelola Seni  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
Semester Gasal 2021/2022

**PROGRAM PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2022**

# STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF KRIYA JUMPUTAN DI KAMPUNG WISATA TAHUNAN YOGYAKARTA

Diajukan Oleh:  
Ika Dian Lestari  
NIM: 1720126420

Telah dipertahankan pada tanggal 13 Januari 2022  
Di depan Dewan Pengajar yang terdiri dari

Tim Pengaji:

Pembimbing Utama

Dr. Destha Titi Raharjana, S.Sos, M.Si

Pengaji Ahli

Dr. Timbul Raharjo, M. Hum

Ketua Tim Pengaji

Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D

Yogyakarta 11 Februari 2022



Dr. Fortunata Tsias Rinestu, M.Si  
NIP. 19721023200212201

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Dian Lestari

NIM : 1720126420

Program Studi : Magister Tata Kelola Seni

Jurusan : Tata Kelola

**Strategi Pengembangan Ukm Berbasis Ekonomi Kreatif Kriya Jumputan Di  
Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata tulis penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 13 Januari 2022  
Yang Membuat pernyataan

Ika Dian Lestari  
NIM: 1720126420

## MOTTO

*“Barangsiapa yang menunjuki kepada kebaikan,  
maka ia akan mendapat pahala seperti pahala orang  
yang mengerjakannya.”*



## KATA PENGANTAR

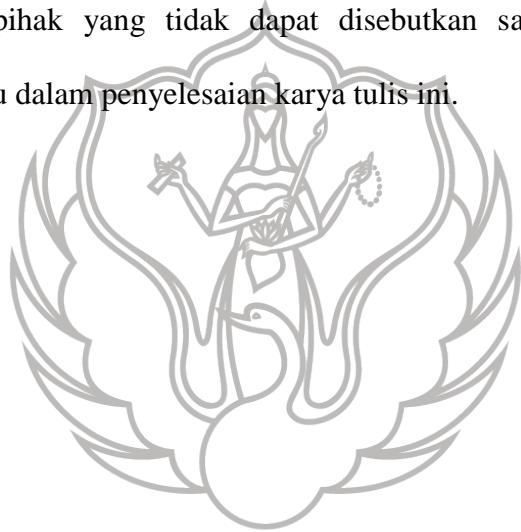
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wata'ala, atas segala limpahan rahmat-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Magister Seni pada program studi Tata Kelola Seni, pascasarjana ISI (Institut Seni Indonesia) Yogyakarta. Adapun judul tesis penelitian ini adalah: “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kriya Jumputan Di Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta”.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan baik dari segi konten maupun tata cara penulisan, sehingga penulis sangat terbuka terhadap berbagai kritik dan saran. Terwujudnya karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan berbagai pihak. Penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Destha Titi Raharja, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing tesis.
2. Dr. Dewanto Sukistono, M.Si, selaku dosen pembimbing proposal.
3. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum selaku dosen penguji ahli.
4. Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D selaku ketua tim penguji.
5. Dr. Koes Yuliadi, M.Hum, selaku ketua program studi Tata Kelola Seni program Magister.

6. Narasumber Sanggar Jumputan Maharani (ibu Surani dan suami, mb Marnawati Waruwu, Denada dan seluruh peserta magang).
7. Suami dan anak tercinta (M. Iqbal Akbar dan Harun Ihsan Iqbal).
8. Orang tua penulis (bapak Budiyono, ibu Binti Sholichah, muma M. Saleh Musa, dan umi Siti Chadidjah).
9. Para staf dan karyawan Pascasaraja ISI Yogyakarta.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah membantu dalam penyelesaian karya tulis ini.



Yogyakarta, ..... 2022

Penulis

Ika Dian Lestari

NIM: 1720126420

## INTISARI

Penelitian tesis berjudul **“Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kriya Jumputan Di Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta”** yaitu sebuah perumusan rencana strategis pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada subsektor kriya dengan objek penelitian jumputan agar dapat berperan lebih optimal bagi para pelaku UMKM jumputan atau masyarakat sekitar kampung wisata Tahunan Yogyakarta. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu: mengidentifikasi cikal bakal proses perintisan dan dinamika pengembangan kriya jumputan di kampung wisata Tahunan, mengidentifikasi kendala pada faktor internal dan eksternal dalam mengembangkan desain, produksi dan pemasaran kriya jumputan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu etnografi, dimana peneliti tidak hanya melakukan interview dengan beberapa informan tetapi juga observasi serta berpartisipasi dalam melakukan serangkaian aktivitas produksi UMKM Sanggar Jumputan Maharani seperti mengamati, membantu jika diperlukan saat proses produksi berjalan, ikut serta mempelajari proses pembuatan jumputan. Dari banyaknya informasi yang didapat, penulis menemukan berbagai kondisi pada faktor internal dan eksternal, selain itu penulis mencoba merumuskan rantai nilai ekraf Sanggar Jumputan Maharani yang digunakan sebagai jembatan untuk menganalisa strategi pengembangan UMKM tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Sanggar Jumputan Maharani di kampung wisata Tahunan memiliki keunggulan dari UMKM lain di kampung wisata Tahunan. Seperti unggul dalam hal desain, kuantitas produk serta banyaknya pameran yang pernah diikuti. Namun ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian stakeholder UMKM Sanggar Jumputan Maharani yakni: menambah koleksi desain motif sesuai dengan *supply and demand* serta mendaftarkan seluruh desain sebagai ciri khas Sanggar Jumputan Maharani pada HAKI, meningkatkan jumlah SDM yang kompeten dan meningkatkan produksi jumputan menggunakan metode yang menunjang seperti *Lean* dan *Kaizen*, memanfaat semua *platform* atau *digital market place* di era digital ini.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, UMKM Berbasis Ekraf, Kriya Jumputan, Kampung Wisata

## Abstract

The thesis entitled "MSME Development Strategy Based on Creative Economy of Jumputan Craft in the Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta" is a formulation of a strategic plan for MSME developing which creative economy-based in the craft sub-sector with jumputan research objects so that they can play a more optimal role for jumputan MSME or the community around the Kampung Wisata Tahunan. The main goal of this research is to identify the forerunner of the pioneering process and the dynamics of the development of craft jumputan in the Kampung Wisata Tahunan, to identify constraints on internal and external factors in developing of the design, production and marketing of jumputan crafts.

The approach used in this research is ethnography, where the researcher not only conduct an interviews with several informants but also observe and participate in carrying out a series of production activities for MSME in Sanggar Jumputan Maharani such as observing, helping if needed when the production process is on going, participating in learning the jumputan manufacturing process. From the amount of information obtained, the author found various conditions on internal and external factors, besides that the author tried to formulate the economic value chain of Sanggar Jumputan Maharani which was used as a bridge to analyze the MSME development strategy.

The result of research showes that the MSME of Sanggar Jumputan Maharani in the Kampung Wisata Tahunan has had some advantages over other MSMEs in the kampung wisata tahunan. Such as excellence in terms of design, product quantity and the number of exhibitions that have been attended. However, there are several things that need to be paid attention to by the UMKM stakeholders of the Jumputan Maharani Studio; adding a collection of designs theme according to supply and demand and registering all designs as a characteristic of the Jumputan Maharani Studio with IPR, increasing the number of competent human resources and increasing jumputan production using methods that can support it's process like Lean and Kaizen, taking the advantage of all platforms or digital market places in this digital era.

**Keywords:** Development Strategy, MSME based on Creative Economy, Jumputan Craft, Kampung Wisata

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>4</b>
I. Latar Belakang.....	4
II. Rumusan Masalah.....	9
III. Tujuan Penelitian .....	9
IV. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.2 LANDASAN TEORI.....	16
2.2.1 UMKM.....	16
2.2.2 EKONOMI KREATIF, SUBSEKTOR KRIYA.....	25
A. Ekonomi Kreatif .....	25
1. Pengertian Ekonomi Kreatif .....	25
2. Modal Dasar dan Aktor Penggerak Ekonomi Kreatif .....	26
B. Ekraf Subsektor Kriya .....	34
2.2.3 STRATEGI PENGEMBANGAN.....	39
1. Strategi Pengembangan Desain (Inovasi) .....	40
2. Strategi Pengembangan Produk .....	42
3. Strategi Pemasaran (Pengembangan pasar) .....	43

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	49
3.1.1 Metode Penelitian Kualitatif .....	49
3.1.2 Pendekatan Penelitian Etnografi .....	49
3.2 Lingkup Penelitian.....	50
3.3 Subjek Dan Objek Penelitian.....	51
3.4 Kebutuhan Data .....	53
3.5 Pengumpulan Data.....	54
3.6 Metode Analisis Data .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
A. PENYAJIAN DATA .....	61
4.1 MENGENAL ISTILAH KAIN JUMPUTAN .....	61
4.2 SEJARAH KAIN JUMPUTAN DI INDONESIA .....	62
4.3 SEJARAH KAMPUNG WISATA TAHUNAN “BATIK JUMPUT” KOTA D.I. YOGYAKARTA .....	66
4.3.1 Kondisi Geografis .....	66
4.3.2 Demografi .....	67
4.3.3 Kondisi Sosial Masyarakat .....	69
4.3.4 Potensi Unggulan Kampung Wisata Tahunan .....	70
4.3.5 Proses Perntisan dan Dinamika Pengembangan Kriya Jumputan di Kampung Wisata Tahunan.....	70
4.4 SANGGAR JUMPUTAN MAHARANI (SJM).....	76
4.4.1 SEJARAH BERDIRINYA SANGGAR JUMPUTAN MAHARANI... 76	76
4.4.2 BAHAN, PROSES PEMBUATAN JUMPUTAN DAN MOTIF JUMPUTAN .....	81
4.4.3.1 Peralatan Membuat Jumputan .....	81
4.4.3.2 Teknik Membuat Kain Jumputan.....	93
B. PEMBAHASAN .....	99
4.5 Modal Dasar dan Aktor Penggerak Ekonomi Kreatif.....	99
4.5.1 Modal Dasar Ekonomi Kreatif .....	99
4.5.2 Komponen Inti dan Pendukung Ekonomi Kreatif .....	102

4.5.3 Aktor Penggerak Ekonomi Kreatif.....	103
4.5.4 Faktor Pendorong Perluasan Ekonomi Kreatif.....	106
4.6 RANTAI NILAI EKRAF PADA KRIYA JUMPUTAN SJM.....	107
4.7 KENDALA (FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL) .....	116
4.7.1 FAKTOR INTERNAL .....	116
1. Aspek Teknis dan Operasi.....	116
2. Aspek Pasar dan Pemasaran .....	119
4.7.2 FAKTOR EKSTERNAL.....	122
1. Aspek Kebijakan Pemerintah .....	122
2. Aspek Sosial, Budaya, dan Ekonomi .....	126
3. Aspek Peranan Lembaga Terkait .....	127
4.8 STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN, PRODUKSI, DAN PEMASARAN .....	128
4.8.1 Strategi Pengembangan Desain .....	128
4.8.2. Strategi Pengembangan Produk.....	139
a. Strategi Peningkatan Kualitas .....	139
b. Strategi Peningkatan Keistimewaan.....	144
c. Strategi Peningkatan Gaya .....	145
4.8.3 Strategi Pemasaran.....	146
a. Komponen Pokok Strategi Pemasaran .....	146
b. <i>Marketing Mix</i> .....	151
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>161</b>
A. KESIMPULAN .....	161
B. SARAN.....	161
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>162</b>
Webtografi .....	164

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I. LATAR BELAKANG**

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang biasa dikenal dengan singkatan UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian negara secara makro. Berdasarkan data kementerian koperasi dan UMKM, saat dalam masa sulit di era pandemi pun pada bulan Maret 2021 jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,98 triliun. Para pelaku UMKM 60% memilih untuk tetap bertahan dan bergerak di masa pandemi covid-19 meski dalam keadaan omzet anjlok, ketersediaan bahan baku terganggu, dan modal terancam cekak (Indonesia.go.id/30/12/2021).

Pemaparan data di atas menunjukkan bahwa UMKM Indonesia sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi secara nasional. Selain itu mempunyai peranan yang sangat besar dalam menyediakan lapangan kerja secara luas. Tri D (2013) menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan kualifikasi tertentu, keahlian (ketrampilan) pekerja dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Jika ditunjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja maupun segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan PDB, maka UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia.

UMKM berbasis ekonomi kreatif (ekraf) tentu tidak lepas dari kerjasama berbagai pihak dalam hal ini setiap subsektor ekonomi kreatif, sebab kita telah memasuki era baru yaitu lahirnya sebuah era ekonomi kreatif sejak 2001 silam. Menurut Suryana (2017) ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual, dan industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh para *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Oleh sebab itu hal tersebut dirasa perlu dikembangkan selain oleh pemerintah, tetapi masyarakat juga turut serta di dalamnya.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan bahwa ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Definisi yang lebih jelas disampaikan oleh United Nation Development Programme (UNDP) (2008) bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. Indonesia merupakan Negara dengan banyak suku dan budaya, oleh sebab itu setiap daerah yang memiliki kebudayaan dapat merepresentasikan budaya dengan cara-cara yang unik.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah menetapkan 17 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan, yaitu antara lain: 1) pengembangan

permainan, 2) arsitektur, 3) desain interior, 4) musik, 5) seni rupa, 6) desain produk, 7) fesyen, 8) kuliner, 9) film, animasi dan video, 10) fotografi, 11) DKV, 12) televisi & radio, 13) kriya, 14) periklanan, 15) seni pertunjukan, 16) penerbitan, 17) aplikasi. Hal tersebut mengacu pada peraturan presiden nomor 142 tahun 2018 tentang rencana induk pengembangan ekonomi kreatif nasional tahun 2018-2025, kemudian peraturan presiden nomor 97 tahun 2019 tentang badan pariwisata dan ekonomi kreatif dan undang-undang nomor 24 tahun 2019 tentang ekonomi kreatif ([peraturan.bpk.go.id/2018/01/01/2022](http://peraturan.bpk.go.id/2018/01/01/2022)).

Indonesia menjadi salah satu negara yang mempunyai potensi dalam pengembangan ekonomi kreatif baik di kawasan ASEAN maupun pasar dunia. Ekonomi kreatif pada subsektor kriya di Indonesia menurut data tahun 2002-2020 memiliki nilai ekspor tertinggi selain fesyen (Nugroho dan Cahyadin, 2014). Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh SDA yang melimpah dan relatif murah serta didukung dengan adanya kreatifitas SDM. Kreatifitas merupakan salah satu modal dalam bersaing di pasar nasional maupun internasional. Namun dewasa ini problem yang dihadapi oleh ekonomi kreatif pada subsektor kriya di Indonesia adalah minimnya regenerasi sumber daya manusia.

Salah satu subsektor ekonomi kreatif unggulan Indonesia yakni seni kriya hingga saat ini dinilai cukup menonjol dalam kontribusi perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya data yang mengatakan bahwa sejak 2015 kriya tercatat sebagai salah satu subsektor

penyumbang PDB ekraf terbesar di Indonesia dan berkontribusi lebih dari 14% untuk PDB ekraf pada tahun 2018-2019, meskipun di tahun 2017 sempat mengalami stagnan namun berangsur membaik. Terjadinya pandemi covid-19 yang berpengaruh pada hampir semua sektor atau kegiatan perekonomian dunia, tak terkecuali pada subsektor kriya Indonesia di tahun 2020 mengalami penundaan kegiatan ekpor sebesar 70%. Hal tersebut tidak menyurutkan para pelaku kriya untuk terus berkreasi. Menurut data lebih lanjut riset kemenparekraf saat pandemi di tahun 2020 menunjukkan bahwa 75% pelaku ekraf termasuk kriya memilih untuk menambah pengetahuan ilmu baru dari berbagai akses, salah satunya akses digital dimana diharapkan kriya Indonesia semakin maju dan tetap kokoh menjadi salah satu penggerak kebangkitan ekonomi kreatif Indonesia hari ini dan di masa yang akan datang (kemeparekraf.go.id/31/12/2021/01:59).

Kriya di Indonesia sangat dekat dengan industri pariwisata dan menyerap banyak SDM. Kriya meliputi berbagai kerajinan berbahan kayu, logam, tekstil, kulit, kaca, dan keramik. Kemajuan subsektor kriya dipengaruhi oleh melimpahnya material bahan baku yang tersedia dan tingginya kreativitas para pelaku industrinya. Potensi dari kriya dinilai masih besar dan pemasarannya pun juga cukup terbuka baik di Indonesia maupun luar negeri (kemeparekraf.go.id/31/12/2021/01:59). Salah satu hasil dari seni kriya yang menjadi objek penelitian pada karya tulis ilmiah ini adalah kriya jumputan di kampung wisata Tahunan Yogyakarta. Dimana kampung wisata

tersebut merupakan sentra Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) jumputan satu-satunya yang ada di kota Yogyakarta tepatnya di kampung Celeban, kelurahan Tahunan D. I. Yogyakarta.

Sentra UMKM jumputan di kampung wisata Tahunan dirintis pada tahun 2011 hingga kini di tahun 2022 berjumlah 5 UMKM jumputan, yakni di antaranya: Kelompok Jumputan Ibu Sejahtera, Sanggar Jumputan Maharani, Batik Jumputan Hanna, Batik Jumput Batikan dan Dea Modis. Sri Suprapti salah satu pegawai Kelurahan Tahunan menegaskan bahwa yang pertama mempromosikan jumputan adalah Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK) dengan mengundang 45 LPMK dari seluruh kota Yogyakarta yang sebelumnya berada di jalan Soga. Tuliswati Sandhi (pelopor jumputan di Kampung Tahunan dan pemilik Dea Modis). LMPK sendiri juga memfasilitasi dana dan pelatihan untuk memajukan minat ibu-ibu dalam mengembangkan batik jumputan di kampung Tahunan, tidak hanya itu KPMP (Kantor Pemberdayaan Masyarakat Perempuan) juga memberi modal selama tiga tahun. Modal tersebut berupa uang, alat dan pelatihan jumputan (Juwita, 2018).

Sanggar jumputan Maharani merupakan salah satu UMKM yang dirasa lebih unggul dari UMKM lain di kampung wisata Tahunan jika ditinjau dari segi aktivitas-aktivitas yang dibangun oleh UMKM sanggar jumputan Maharani mulai dari kegiatan produksi, workshop, pameran, hingga menampung mahasiswa magang dari berbagai perguruan tinggi dan sekolah

menengah kejuruan. Rangkaian aktivitas tersebut menjadi bahan menarik untuk dikaji lebih dalam bagaimana sanggar jumputan Maharani mengelola semua kegiatan serta mengetahui bagaimana kondisi internal dan eksternal di dalamnya dari tahun ke tahun selain perlunya meneliti sejarah berdirinya kampung wisata tahunan.

## **II. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan permasalahan untuk diteliti lebih lanjut sebagai berikut:

1. Bagaimana cikal bakal proses perintisan dan dinamika pengembangan kriya jumputan di kampung wisata Tahunan?
2. Bagaimana kendala dalam mengembangkan desain, produksi dan pemasaran kriya jumputan?
3. Bagaimana strategi pengembangan desain, produksi dan pemasaran kriya jumputan?

## **III. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian yang ada, yaitu:

1. Mengidentifikasi cikal bakal proses perintisan dan dinamika pengembangan kriya jumputan di kampung wisata Tahunan.
2. Mengidentifikasi kendala dalam mengembangkan desain, produksi dan pemasaran kriya jumputan.

3. Mengidentifikasi strategi pengembangan desain, produksi dan pemasaran kriya jumputan.

#### **IV. Manfaat Penelitian**

##### a. Manfaat Teoritis/Akademis

Memberikan atau menambahkan khazanah keilmuan mengenai potensi unggulan UMKM jumputan di kampung wisata Tahunan Yogyakarta.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai model pengembangan potensi ekonomi kreatif pada subsektor kriya jumputan Yogyakarta.

##### b. Manfaat Praktis

- Bagi UMKM Jumputan kampung wisata Tahunan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi UMKM jumputan di kampung wisata Tahunan Yogyakarta dalam menyiapkan strategi pengembangan berdasarkan faktor internal dan eksternal yang memberikan pengaruh pada perkembangan ekraf kriya jumputan di kampung wisata tersebut.

- Bagi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta:

Menjadi masukan bagi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mengembangkan potensi unggulan jumputan di kampung wisata Tahunan. Umbulharjo, Yogyakarta.