

Sinergi UMKM Dan Wisata Dalam Revitalisasi Desa Wisata Kebangsaan, Kabupaten Situbondo

Joko Mijiarto*, Fondina Gusrizi, Garsione Agnie Andrea, Lidya Listrayani Sirait

UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya

*joko.mijiarto@upnjatim.ac.id

Informasi Artikel

Received: 03 Maret 2023

Accepted: 11 Mei 2023

Published: 25 Juli 2023

Keywords:

Creative Industry, Community Enterprise, Rural Tourism, Wonorejo Village

Abstract

Wonorejo Village is one of the pioneers in developing tourism villages in Situbondo Regency. To support the development of the tourism village, the manager of the tourism village must continue to innovate in developing attractiveness. One that can be developed into an attraction is the creative industry and community enterprise. The research aims to identify and develop a creative industry-based tourism program in Wonorejo village. The research was conducted in July 2022 in Wonorejo Village, Situbondo Regency, East Java. The research was carried out by observation and in-depth interviews with creative industry and community enterprise players in Wonorejo Village. Based on the results of the study, Wonorejo Village has several creative industries that can be developed including spice coffee, milk processing, ecoprint batik, nata decoco, pindang and tuna shreds, shrimp paste / petis, honey, and sour fruit syrup. Currently, these businesses have not been integrated into tourism activities and some are no longer in production due to the absence of orders and the lack of tourists to the National Tourism Village.

Kata Kunci:

Industri Kreatif, Community Enterprise, Desa Wisata, Desa Wonorejo

Abstrak

Desa Wonorejo merupakan salah satu pelopor pengembangan desa wisata di Kabupaten Situbondo. Untuk mendukung pengembangan desa wisata, pengelola desa wisata harus terus berinovasi dalam mengembangkan daya tarik. Salah satu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik adalah industri kreatif dan community enterprise. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan program wisata berbasis industri kreatif di desa Wonorejo. Penelitian dilakukan pada Juli 2022 di Desa Wonorejo, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Penelitian dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam dengan para pelaku industri kreatif dan usaha masyarakat di Desa Wonorejo. Berdasarkan hasil kajian, Desa Wonorejo memiliki beberapa industri kreatif yang dapat dikembangkan antara lain kopi rempah, pengolahan susu, batik ecoprint, nata decoco, abon pindang dan tuna, terasi/petis, madu, dan sirup buah asam. Saat ini usaha-usaha tersebut belum terintegrasi dengan kegiatan wisata dan ada yang sudah tidak berproduksi lagi karena tidak adanya pesanan dan sepiunya wisatawan ke Desa Wisata Kebangsaan.

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini telah mengalami pergeseran paradigma yang awalnya bersifat mass tourism beralih menjadi wisata alternative (Sunarta dan Arida, 2017). Perubahan paradigma pariwisata dimana desa wisata menjadi salah satu tujuan utama. Desa wisata merupakan konsep pengembangan wisata tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga kebudayaan masyarakatnya kepada wisatawan. Desa wisata didefinisikan sebagai suatu kawasan yang memiliki kekhasan daya tarik wisata terutama terkait dengan pengalaman kehidupan dan tradisi masyarakat pedesaan (Wirdayanti *et al.*, 2021). Saat ini telah tercatat 3.629 desa wisata dengan kategori desa wisata rintisan sebanyak 2.377 desa, desa wisata berkembang sebanyak 958, desa wisata maju sebanyak 283 desa dan desa wisata mandiri sebanyak 11 desa (Kemenparekraf, 2022). Sepanjang tahun 2021, kunjungan wisatawan ke desa wisata meningkat sebesar 30% dibandingkan periode sebelumnya (Kemenparekraf, 2022).

Dalam pengembangan desa wisata, daya tarik wisata merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan dan kekhasan baik berbentuk alam, budaya maupun buatan (UU No 9 Tahun 2010). Daya tarik wisata alam dan budaya merupakan hal yang dapat dikatakan warisan baik karena posisi strategis desa tersebut ataupun warisan nenek moyang terkait dengan kebudayaan. Sementara daya tarik wisata buatan harus diciptakan melalui kreasi dari masyarakat.

Keberadaan wisata buatan memiliki peran penting dalam perkembangan wisata, karena menurut Yoeti (1996) wisata akan lengkap apabila ada *something to do, something to see and something to buy*. Mengacu pada hal tersebut, keberadaan wisata buatan dalam hal ini industri kreatif dan keberadaan

UMKM di suatu desa dapat mengambil peran tersebut. Wisatawan dapat melihat dan bahkan berinteraksi untuk ikut membuat produk olahan, melihat dan merasakan serta dapat membawa pulang produk olahan tersebut. Mensinergikan antara produk UMKM dengan wisata dapat memberikan nilai manfaat lebih bagi para pelaku. Beberapa manfaat di antaranya: Memungkinkan kesempatan kerja dan berwirausaha, pelaku usaha akan mendapatkan nilai ekonomi tambahan yang berasal dari paket wisata yang dijual, pelaku usaha akan mendapatkan promosi dan pemasaran secara gratis karena wisatawan akan datang mengunjungi usaha yang dikembangkannya, dan yang terakhir adalah peluang meningkatnya jumlah pembelian produk yang dijualnya karena semakin luasnya pasar dengan adanya wisatawan yang datang ke desa tersebut.

Pengembangan pariwisata akan berpengaruh pada meningkatkannya potensi UMKM di suatu wilayah (Bella, 2015; Elmia dan Rosyidie 2015) Sebagai contoh, UMKM di Desa Pujon Kidul akan mendapatkan penghasilan yang melonjak sangat drastis ketika terjadi puncak kunjungan wisatawan (Realita dan Anggoro, 2019).

Namun demikian, sinergi antara UMKM dan wisata terutama di Desa Wonorejo belum dilakukan. Desa Wonorejo merupakan salah satu desa wisata pertama di Kabupaten Situbondo. Desa ini memiliki cukup banyak produk UMKM namun demikian belum terintegrasi dengan baik dengan pariwisata. Hal ini juga terjadi karena belum berkembangnya wisata di Desa Wonorejo. Keberadaan UMKM ini dapat menjadi alternative dan pilihan dalam pengembangan desa wisata. Tujuan penelitian adalah menyusun strategi untuk mensinergikan antara wisata dengan berbasis UMKM di Desa Wisata Kebangsaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. UU NO 20 Tahun 2008, UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualannya menjadi tiga kriteria yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Berdasar perkembangannya, UMKM di Indonesia dapat dibedakan menjadi empat kriteria yaitu *livelihood activities*, *micro enterprise*, *small dynamic enterprise* dan *fast moving enterprise*.

UMKM dan desa wisata memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan. UMKM dan wisata dapat bersinergi untuk menjaga konsep sustainability dalam pengembangan desa wisata. UMKM dapat mendukung kegiatan wisata dalam menyediakan berbagai kebutuhan wisatawan dengan berbasis kekayaan alam dan budaya setempat. Zehrer (2009) menyatakan bahwa sinergi UMKM penting untuk dilakukan dengan penyedia jasa wisata dalam rangka memperkuat daya saing jangka Panjang.

Desa Wisata

Kawasan pedesaan memiliki lima fungsi penting yaitu (a) Fungsi produksi; (b) Fungsi perumahan; (c) Fungsi rekreasi dan pariwisata; (d) Fungsi lingkungan; dan (e) Fungsi warisan (Derenne 2008). Pembangunan pedesaan bertujuan untuk menciptakan lingkungan hidup yang berkualitas, baik dalam jangka panjang yang meliputi perbaikan dalam kondisi lingkungan hidup serta ekonomi pedesaan dan lingkungan hidup melalui perencanaan dan pelaksanaan yang tepat dalam penetapan berbagai kebijakan (Liu, 2010). Upaya mempertahankan budaya dan tradisi pada masyarakat pedesaan menjadikan suatu desa merupakan suatu wilayah yang unik dan menarik untuk dikembangkan sebagai suatu destinasi wisata.

Secara umum, pengembangan produk desa wisata terdiri dari lima prinsip yaitu keaslian, masyarakat setempat, keterlibatan masyarakat, sikap dan nilai, konservasi dan daya dukung (Wirdayanti *et al.*, 2021). Selain itu, desa wisata harus mampu mengedepankan konsep *see, feel and explore* sebagai dasar desa wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada Juni 2022 di Desa Wisata Kebangsaan. Metode penelitian yang digunakan di antaranya studi kepustakaan, observasi dan wawancara mendalam. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan Desa Wisata Kebangsaan. Menurut Sugiyono (2018) studi kepustakaan sangat penting dilakukan karena pada dasarnya sebuah penelitian tidak terlepas dari literatur-literatur ilmiah. Data tersebut diperoleh dari dokumen, jurnal, buku, maupun hasil penelitian lainnya. Sementara observasi dilakukan untuk mengamati objek secara langsung (Krisyantono 2009). Observasi dilakukan untuk mengetahui lokasi, kondisi dan aksesibilitas menuju lokasi UMKM di Desa Kebangsaan.

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan secara sistematis, kemudian secara hati-hati mendengarkan dan mencatat tanggapan responden mengenai topik penelitian (Altinay & Parskevas, 2008). Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pendapat dan pandangan setiap *stakeholders* mengenai pengembangan desa wisata di lokasi kajian. Wawancara dilakukan dengan responden kunci (*key person interviews*). Pemilihan responden kunci dilakukan dengan pengambilan sampel responden disengaja (*purposive sampling*). Responden kunci yang dipilih adalah kepala desa, tokoh masyarakat, Bumdes, pelaku UMKM, pelaku usaha dan masyarakat yang dianggap memiliki

informasi mengenai pengembangan desa wisata kebangsaan. Wawancara dilakukan pada pelaku UMKM yang ada di Desa Wonorejo untuk mendapatkan profil dan produk yang ditawarkan dari masing-masing UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di Desa Wonorejo

Ekonomi kreatif merupakan bentuk kegiatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan kreativitas dan keterampilan dalam menciptakan kreasi yang bernilai ekonomi tinggi (Cemporaningsih *et al.*, 2020; Santosa, 2020). Ekonomi kreatif dapat bermanfaat dalam mengoptimalkan UMKM (Indiani *et al.*, 2020; Pangestu & Ratnawati, 2022).

UMKM merupakan salah satu usaha yang dapat menjadi penggerak perekonomian suatu daerah, karena UMKM yang maju akan menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Rosadi (2014) menyatakan bahwa UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki kontribusi dalam menyerap tenaga kerja dan peningkatan PDB sehingga dapat bertahan bahkan memulihkan perekonomian nasional.

UMKM merupakan salah satu sumber ekonomi masyarakat yang ada di Desa Wonorejo. Namun demikian, UMKM masih memiliki porsi yang tidak terlalu besar. Mayoritas masyarakat Desa Wonorejo bermatapencaharian sebagai petani. UMKM mulai berkembang pada tahun 2015 bersamaan dengan ditetapkannya Desa Wonorejo menjadi Desa Wisata Kebangsaan. Berkembangnya Desa Wisata Kebangsaan dapat mendorong munculnya para pelaku UMKM yang termasuk kelompok *livelihood activities* (pedangan kaki lima), *micro enterprise* (pengrajin yang belum memiliki sifat kewirausahaan), pengusaha *homestay* dan penjual oleh-oleh.

Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan, paling tidak terdapat Sembilan produk UMKM yang berkembang di Desa Wonorejo. Namun demikian, tidak seluruh UMKM masih beroperasi saat ini. Beberapa UMKM tidak beroperasi lagi karena tidak adanya pasar tetap. Secara lengkap UMKM yang ada di Desa Wonorejo dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 UMKM di Desa Wonorejo

No	Nama Produk	Deskripsi
1	Pembuatan Pindang	Kegiatan ini dilakukan sepanjang tahun. Walaupun para nelayan di desa wonorejo tidak melaut karena bukan musim melaut, para pengusaha pemindangan ikan tetap memindang ikan. Mereka mendatangkan ikan dari para nelayan di luar desa wonorejo bahkan dari muncar banyuwangi
2	Buah Asam	Buah asam diperoleh masyarakat dari Kawasan Taman Nasional Baluran. Buah tersebut kemudian diolah menjadi minuman yang dapat dinikmati oleh wisatawan.
3	Olahan susu	Susu sapi perah di buat beraneka ragam makanan dan minuan seperti: Yogurt, ice cream, tahu susu, permen susu, dan Dodol susu. Pembuatan yogurt dari susu sapi perah
4	Nata Decoco	Industri ini berupa pembuatan minuman yang menggunakan air kelapa sebagai bahan bakunya. Nata de Coco merupakan industri yang juga turut menunjang kesuksesan desa wonorejo sebagai desa Wisata
5	Kopi rempah	Kopi rempah merupakan kopi yang memiliki rasa dan aroma rempah. Hal ini dikarenakan adanya pemaduan

No	Nama Produk	Deskripsi
6	Abon tuna	antara kopi dan rempah dalam proses pembuatannya. Di Desa Wonorejo, selain sebagai petani ada juga masyarakat yang bermatapencapaian sebagai nelayan. Di Desa Wonorejo juga ada TPL. Beberapa ikan yang ditangkap oleh nelayan selain dijual secara langsung di TPL juga diolah menjadi berbagai produk seperti Abon Tuna dan Terasi/Petis
7	Terasi/petis	Merupakan salah satu produk UMKM dari hasil perikanan selain abon tuna
8	Madu	Madu diperoleh masyarakat dari Kawasan Taman Nasional Baluran. Madu merupakan HHBK yang dimanfaatkan masyarakat dari Kawasan tersebut
9	Batik ekoprint	Merupakan batik yang dibuat dari bahan alami dengan pewarna dari daun seperti daun jati.

Sumber: Peneliti (2022)



Gambar 1. Produk Olahan Susu Sapi Berupa Yoghurt

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)



Gambar 2. Batik ekoprint Desa Wonorejo

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Berdasarkan klasifikasi UU No 20 Tahun 2008, UMKM di Desa Wonorejo dapat dikatakan masih dalam skala Usaha Kecil dan masih dalam fase *micro enterprise* karena pengrajin yang belum memiliki sifat kewirausahaan.

Strategi Sinergi UMKM dan Pariwisata di Desa Wonorejo

Desa Wonorejo berdasarkan Drenne (2008) lima fungsi penting yaitu (1) Fungsi produksi, Pada fungsi ini Desa Wonorejo merupakan daerah penghasil pertanian, perikanan dan juga produk UMKM (Gambar 3); (2) Fungsi perumahan, Desa Wonorejo merupakan rumah bagi 3.336 masyarakat (BPS Kabupaten Situbondo (2022)); (3) Fungsi rekreasi dan pariwisata, Desa Wonorejo merupakan desa pertama di Kabupaten Situbondo yang ditetapkan sebagai desa wisata; (4) Fungsi lingkungan, Desa Wonorejo merupakan daerah penyangga bagi Kawasan Taman Nasional Baluran (Gambar 4); dan (5) Fungsi warisan, Desa Wonorejo memiliki beberapa situs warisan budaya yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari terbentuknya Desa Wonorejo.

Selain itu, Desa Wonorejo juga masih melestarikan kebudayaan tradisional seperti karawitan, kuda lumping dan tradisi terdahulu seperti sedekah bumi.



Gambar 3. Areal pertanian di Desa Wonorejo sebagai bagian dari fungsi produksi Kawasan pedesaan
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)



Gambar 4. Pemandangan Gunung Baluran dari Desa Wonorejo
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Desa wisata merupakan kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas dimana wisatawan dapat merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya (Wirdayanti *et al.*, 2021). Pengembangan desa wisata dilakukan dengan pemanfaatan potensi desa sebagai produk wisata (Muljadi, 2012). Konsep desa wisata mengoptimalkan karakteristik desa menjadi sebuah produk berupa aktivitas dan kehidupan masyarakat desa (Murdiyanto, 2011).

Desa Wisata sejatinya memiliki hubungan dengan UMKM yang ada. Desa Wisata bisa dikembangkan melalui potensi yang dimilikinya, salah satunya dengan pemanfaatan UMKM. UMKM yang berkembang di suatu desa baik yang dikelola secara mandiri maupun

kelompok merupakan komponen penting dalam pengembangan desa wisata. UMKM dapat berperan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan mulai dari kuliner, cinderamata sampai penyediaan homestay. Disisi lain keberadaan desa wisata juga akan memicu pertumbuhan dan perkembangan UMKM disuatu desa.

Sinergi antara UMKM dan desa wisata merupakan salah satu langkah dalam revitalisasi pengembangan Desa Wisata Kebangsaan. Ermawati dan Pujiyanto (2019) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata tidak boleh melupakan pengembangan UMKM sebagai salah satu faktor penyokongnya. Sinergi ini nantinya dapat menumbuhkan maupun meningkatkan peran UMKM yang ada. Sinergi ini bertujuan meningkatkan daya tarik wisata dan peningkatan ekonomi masyarakat yang lebih sejahtera. Jannati *et al.* (2020); Arjana *et al.* (2021) menyatakan bahwa salah satu upaya dalam revitalisasi desa wisata adalah adanya dukungan produk hasil kreativitas dan kearifan lokal masyarakat.

Saat ini sinergi antara UMKM dengan pariwisata di Desa Wonorejo belum terjadi. Dalam pengembangan wisatanya, Desa Wonorejo belum menawarkan UMKM sebagai paket wisata yang dapat diambil oleh wisatawan. Disatu sisi telah banyak UMKM yang tidak lagi memproduksi karena tidak adanya pesanan dan sedikitnya jumlah wisatawan yang datang ke desa dan membeli. Hal tersebut terjadi karena belum berkembangnya pariwisata di Desa Wonorejo. Keberadaan UMKM dapat menjadi alternatif dalam pengembangan pariwisata di Desa Wonorejo.

Memasukkan UMKM dalam paket wisata

Mayoritas UMKM di Desa Wonorejo adalah produk kuliner. Proses pembuatan kuliner tersebut dapat dijadikan salah satu aktivitas yang

ditawarkan kepada wisatawan. Pangestuti (2016) menyatakan bahwa kuliner dapat menunjang aktivitas kepariwisataan. Harsana dan Triwidayati (2020) menyatakan bahwa potensi kuliner lokal dapat sebagai atraksi pariwisata, keunikan makanan lokal dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung. Asyari (2010) wisata di desa akan menjadi komplis ketika wisatawan bisa menikmati keseharian dan kebudayaan masyarakat serta merasakan sajian makanan dan minuman khas desa. Apabila hal ini dapat disinergikan maka kegiatan wisata dapat berdampak pada peningkatan perekonomian desa dengan melibatkan pedagang makanan lokal (Purnomo, 2021).

Mempromosikan UMKM Dalam Akomodasi

Salah satu permasalahan yang dialami oleh UMKM adalah pemasaran yang sulit (Winarni 2006; Situmorang 2008; Raharjo dan Rinawati, 2019). Dengan adanya paket wisata tersebut, membuat UMKM di Desa Wonorejo memiliki *Unique Selling Point* (USP) sehingga lebih memperkenalkan produk kepada benak wisatawan. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu *destination branding*, seperti di Desa Gogodeso dengan salah satu identitas visual sebagai Dewi UMKM (Desa Wisata UMKM) (Perguna *et al.*, 2000). Salah satu keuntungan dari memanfaatkan ekonomi pariwisata adalah pemasaran yang (Raharjo dan Rinawati, 2019).

Menjadikan UMKM Sebagai Penyedia Souvenir Bagi Wisatawan

UMKM sebagai penyedia souvenir bagi wisatawan baik dalam menyediakan lokasi khusus ataupun telah diintegrasikan dalam paket wisata. Pitana dan Gayatri (2005) menyatakan bahwa suatu destinasi harus memiliki berbagai fasilitas yang dibutuhkan

wisatawan agar kunjungan merasa nyaman yang salah satunya adalah pelayanan makanan (kuliner) dan cinderamata.

Jika UMKM dan pariwisata dapat bersinergi dengan baik, beberapa manfaat yang dapat terjadi, yaitu: (1) Dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi pelaku UMKM, karena dengan masuknya UMKM dalam palet wisata, UMKM akan mendapatkan tambahan ekonomi dari setiap paket wisata yang terjual; (2) Secara tidak langsung UMKM akan mendapatkan promosi secara gratis dan lebih luas melalui wisatawan yang datang ke Desa Wonorejo; (3) Memungkinkan penjualan dari produk UMKM juga akan meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Desa Wonorejo.

Beberapa studi kasus membuktikan bahwa sinergi antara Desa Wisata dan UMKM dapat berjalan dengan baik. Hasil penelitian Ernawati dan Pujianto (2019) menunjukkan bahwa Pariwisata dapat meningkatkan jumlah omset dari pelaku UMKM. Sinergi dan kolaborasi UMKM di Desa Wisata Cepaka mampu meningkatkan perekonomian masyarakat (Karta *et al.*, 2021). Berdasarkan Raharjo dan Rinawati (2019) sinergi UMKM dan wisata tidak memberikan kerugian pada usaha para pelaku UMKM tetapi justru memberikan manfaat. Lebih lanjut dalam penelitian Raharjo dan Rinawati (2019) menyatakan bahwa para pelaku UMKM menyatakan bahwa bermitra dengan usaha pariwisata sangat diperlukan guna mengembangkan usahanya terutama dalam hal memperluas pasar produk dan jasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penetapan Desa Wonorejo menjadi Desa Wisata Kebangsaan telah menumbuhkan para pelaku UMKM yang termasuk kelompok *livelihood activities*

(pedangan kaki lima), *micro enterprise* (pengrajin yang belum memiliki sifat kewirausahaan), pengusaha *homestay* dan penjual oleh-oleh. Terdapat Sembilan UMKM yang ada di Desa Wonorejo yaitu pembuatan pindang, pengolahan buah asam, olahan susu, nata decoco, kopi rempah, abon tuna, terasi/petis, madu dan batik ekoprint. Namun demikian, tidak seluruh UMKM tersebut saat ini masih beroperasi karena tidak adanya pasar yang tetap dan masih sedikitnya wisatawan yang datang ke Desa Kebangsaan. Faktor lainnya yang menyebabkan belum berkembangnya UMKM yang ada di Desa Wonorejo adalah karena belum adanya integrasi antara UMKM dengan kegiatan wisata yang dikembangkan baik sebagai kuliner, souvenir maupun integrasi dengan para pengelola *homestay* untuk menyediakan konsumsi bagi wisatawan.

SARAN

Untuk meningkatkan potensi UMKM yang ada di Desa Wonorejo salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan sinergi antara wisata dengan UMKM yang ada. Sinergi tersebut diantaranya dapat dilakukan dengan pengembangan paket wisata, kolaborasi dengan pengelola akomodasi dan penyediaan souvenir. Apabila sinergi ini dapat terjadi maka ada beberapa dampak yang dapat dirasakan oleh pelaku UMKM di antaranya peningkatan pendapatan para pelaku UMKM, promosi dan pemasaran yang lebih luas dan peningkatan penjualan produk para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Altinay, L., & Paraskevas, A. (2008). *Planning Research in. Hospitality and Tourism*. Elsevier Ltd., Hungary
- Arjana, I. W. B., Ernawati, N. M., & Suarja, I. K. (2021). *Revitalisasi Desa Wisata Pohsanten*

- Melalui Pengembangan Infrastruktur. *Madaniya*, 2(4): 446–452
- Asyari, Hasbullah. 2010. *Buku Pegangan Desa Wisata*. Yogyakarta: Tourista Anindya Guna
- Bank Indonesia. 2008. *Kebijakan Moneter I di Indonesia*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia.
- BPS Kabupaten Situbondo. (2022). *Kecamatan Banyuputih Dalam Angka 2022*. Situbondo: BPS Kabupaten Situbondo
- Bella Novitasari (2015). *Implementasi Kebijakan Pembangunan Pariwisata Dalam Peningkatan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Objek Wisata Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi*, *Skripsi-Unpublish*, Bali: Universitas Udayana
- Cemporaningsih, E., Raharjana, D. T., & Damanik, J. (2020). *Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung*. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2): 106–125.
- Derenne, B. 2008. *Rural Europe: Definitions, Issues and Policies. European Citizens' Panel: What Roles For Rural Areas in Tomorrow's Europe? The Foundation For Future Generations*. Dépôt Légal: Namur, Belgium
- Elmia, A. S., & Rosyidie, A. (2015). *Kajian Dampak Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sector Pendukung Kegiatan Wisata di Desa Alamendah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung*. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota A SAPPK*, 4(3):959-966.
- Ermawati Y., & Pujiyanto. (2019). *Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis PKK di Desa Wisata*

- Sekapuk Kabupaten Gresik. *Jurnal Masharif-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 6(3):886-912.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di D. I. Yogyakarta. *Prosiding PTBB*. 15(1): 1-24
- Indiani, N. L. P., Mandasari, I. A. C. S., Dharmanegara, I. B. A., Dewi, N. M. P., & Sumartini, A. R. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pelestarian Lingkungan di Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. *Community Service Journal (CSJ)*, 2(2): 51–57.
- Jannati, S. A., Ramadhan, D., & Pertiwi, C. N. D. (2020). Modal Sosial Dalam Revitalisasi Kearifan Lokal (Studi Kasus Desa Wisata Kandri Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 9: 57-73.
- Karta, N. L. P. A, Antari N. L. S, & Nugraha, S. (2021). Synergy UMKM dalam Pengkemasan Desa Wisata Cempaka Kediri Tabanan. *Proceeding Senadimas Undiksha 2021*: 1-8
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Perdana Media
- Liu, C.Z. 2010. *Rural Development and Rural Tourism in Taiwan*. *Asian Journal of Arts and Sciences*, 1(2): 211-227.
- Mura, L., & Kljucnikov, A. (2018). *Small Businesses in Rural Tourism and Agrotourism: Study from Slovakia*. *Economics and Sociology*, 11(3), 286-300.
- Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Murdiyanto, E. (2011). Partisipasi Masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman. *SEPA*, 7(2):91-101.
- Pangestuti, V. A. M. K. M. E. (2016). KULINER (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang). *Administrasi Bisnis*. 38(2): 105–111
- Pangestu, A. I., & Ratnawati, S. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Social Entrepreneurship. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1): 469-479.
- Perguna, L. A., Irawan, Tawakkal, M. I., Mabruri, D. V. (2020). Optimalisasi desa wisata berbasis UMKM melalui destination branding. *Jurnal ABDUUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2): 204-214.
- Pitana, I Gde & Putu G, Gayatri, (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Purnomo, A. M. (2021). Development of Local Food in Tourism for Supporting Sustainable Indonesia Tourism Development. *Proceedings of the 3rd International Conference on Social Sciences, Laws, Arts and Humanities (BINUS-JIC 2018)*: 104-109.
- Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: Jakad Publishing
- Realita, T. N., & Anggor, Y. (2019). UMKM berdaya Bersama Desa Wisata. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1): 42-52.
- Rosadi, S (2014). Analisis Bentuk-bentuk Laporan Keuangan dan Efektivitas Laporan Keuangan pada UMKM, *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 10(1): 23-34.

- Santosa, A. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(11): 1257-1272.
- Situmorang, J. (2008). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Iklim Usaha Yang Tidak Kondusif. *Infokop*, 16: 88-101.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarta N, & Arida N.S. (2017). *Pariwisata Berkelanjutan*. Bali: Cakra Press
- Winarni, E. S. (2006). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan. *Infokop*, 29: 92-98.
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., Eti, H., Harefa, K., Mari, M., & Rumayar, M. (2021). *Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi
- Yoeti, 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Zehrer. (2009) Service Experience and Service Design: Concepts And Application in Tourism SME Managing Service Quality, 19(3): 332-349.
- Kememparekraf. (2022). Desa Wisata. Diakses Pada 2 Januari 2022, dari <https://jadesta.kememparekraf.go.id/peta>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.