
Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk Pengembangan Daya Tarik Wisata Baru Kawasan Pasar Hexagon Melalui Focus Group Discussion di Jakarta Utara

**Purwanti Dyah Pramanik*, Robiatul Adawiyah, Adam Rachmatullah, Devita
Gantina**

Institut Pariwisata Trisakti

*purwanti@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel

Dikirim : 08 November 2024

Diterima : 06 Desember 2024

Dipublikasi: 12 Desember 2024

Keywords:

*Pasar Hexagon, focus group
discussion, local wisdom*

Abstract

The relocation of the capital city from Jakarta has encouraged the Special Region of Jakarta to strengthen the strategic sector, namely the tourism sector, to improve the welfare of its people. One area that has the potential to be developed is the Hexagon market in Penjaringan, North Jakarta. The purpose of this Community Service (PKM) is to provide recommendations for the development of new tourist attractions at the Hexagon market as a trigger for economic growth by increasing tourist visits. The PKM method is to hold a Focus Group Discussion (FGD). The FGD was held three times, by inviting experts and local people who understand the current conditions of the Hexagon market. The number of participants involved in the FGD was 14 participants. The results of the FGD recommended the development of a new inclusive and exclusive fish market tourist destination based on local wisdom, as well as increasing the capacity of human resources, security, accessibility, and parking areas, which can improve the economy of the community around the Hexagon Market. Efforts that can be made include involving local community participation in tourism activities at the Hexagon Market, both as providers of local culinary, souvenirs, tour guides, boat transportation service providers, and in maintaining regional security.

Abstrak

Kata Kunci:

Pasar Hexagon, diskusi
kelompok terfokus, kearifan
lokal

Perpindahan Ibukota negara dari Jakarta mendorong Daerah Khusus Jakarta untuk melakukan penguatan sektor strategis yaitu sektor pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu kawasan yang berpotensi untuk dikembangkan adalah pasar Hexagon di Penjaringan Jakarta Utara. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk memberikan rekomendasi pengembangan daya tarik wisata baru pasar Hexagon sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan. Metode PKM adalah menyelenggarakan Focus Group Discussion (FGD). FGD dilaksanakan sebanyak tiga kali, dengan mengundang para ahli dan masyarakat lokal yang memahami kondisi saat ini tentang pasar Hexagon. Jumlah partisipan yang terlibat dalam FGD berjumlah 15 partisipan. Hasil FGD merekomendasikan pengembangan destinasi wisata baru pasar ikan yang inklusif dan eksklusif berbasis kearifan lokal, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia, keamanan, aksesibilitas, dan lahan parkir, yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di sekitar Pasar Hexagon. Upaya yang dapat dilakukan antara lain melibatkan partisipasi masyarakat lokal pada kegiatan pariwisata di Pasar Hexagon, baik sebagai penyedia kuliner lokal, souvenir, tour guide, penyedia jasa angkutan perahu, dan dalam menjaga keamanan wilayah.

PENDAHULUAN

Ibukota negara Indonesia akan dipindahkan dari Jakarta (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 3, 2022). Walaupun secara nasional perpindahan Ibukota negara dari Jakarta diduga dapat mendorong pemerataan ekonomi, namun Daerah Khusus Jakarta harus melakukan tindakan antisipatif agar tetap memiliki kesejahteraan ekonomi yang baik (Pribadi dan Utomo, 2021). Salah satu upaya mitigasi yang dilakukan Daerah Khusus Jakarta adalah mengembangkan sektor pariwisata. Salah satu kawasan pariwisata yang menarik untuk dikembangkan karena memiliki nilai heritage yang tinggi adalah kawasan pasar ikan di Penjaringan Jakarta Utara. Nilai heritage yang tinggi antara lain adanya fakta-faktor bahwa Pasar Hexagon yang dahulu dikenal dengan nama Pasar Ikan (Kambali, 2024) merupakan bangunan Cagar Budaya. Nama Hexagon dikukuhkan sejak terbit SK Gubernur No 475 Tahun 1993 Tentang Penetapan Bangunan-bangunan Bersejarah di DKI Jakarta Sebagai Benda Cagar Budaya (Attahiyyat, 2024). Keadaan pasar Hexagon di tahun 1937 dapat dilihat pada Gambar 1 (Attahiyyat, 2024). Selain itu berdekatan dengan Pasar Hexagon berdiri Museum Bahari Jakarta yang dibangun sekitar tahun 1652. Pada masa lalu Meseum Bahari difungsikan sebagai Gudang Veenigde Ootindische Compagnie (VOC) untuk menyimpan rempah-rempah yang dikumpulkan dari berbagai penjuru Nusantara (Handayani dan Harie, 2021). Berdekatan dengan Museum Bahari Jakarta berdiri berbagai bangunan heritage antara lain Menara Syahbandar di Pelabuhan Sunda Kelapa, Museum Fatahillah, Museum Bank Mandiri, Museum Bank Indonesia, Museum Sejarah Jakarta, Alun-Alun Fatahillah, Museum Wayang, Museum Seni, dan Stasiun Jakarta Kota (Elizandri et al, 2019).



Gambar 1. Situasi Pasar Hexagon di tahun 1937
(Attahiyyat, 2024)

Kawasan Pasar Hexagon mempunyai potensi besar dikembang sebagai daya tarik wisata baru (Attahiyyat, 2024). Nama Hexagon merujuk pada bentuk setiap sudut bangunan pasar (Attahiyyat, 2024).

Tim Dosen Institut Pariwisata Trisakti tergerak untuk membantu Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif provinsi DKI Jakarta (mitra) untuk membantu mewujudkan impian pengembangan daya tarik wisata baru pasar Hexagon sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan

kunjungan wisatawan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilakukan dengan cara melakukan Focus Group Discussion (FGD). Pemilihan melaksanakan FGD untuk pengembangan daya Tarik wisata baru Pasar Hexagon, terinspirasi oleh temuan para peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa FGD merupakan metode pengumpulan data berbiaya murah yang memiliki fleksibilitas tinggi untuk mengeksplorasi berbagai isu sosial dan dapat digunakan untuk menangkap perspektif masyarakat lokal (Aitsidou et al, 2024; Basnet, 2018; Monina, 1997; Nyumba et al, 2018; Shoko et al, 2024; Souza et al, 2024).

Metode FGD dilakukan karena cocok untuk memecahkan masalah sosial yang kompleks (Shoko et al, 2024). FGD merupakan kegiatan mewawancara suatu grup (Basnet, 2018; Boateng, 2012; Sim dan Waterfield, 2019). FGD diikuti oleh 6 sampai 10 partisipan yang memiliki latar belakang pengalaman yang berkorelasi dengan topik diskusi. FGD bukan untuk mendapatkan konsensus tetapi menampung pandangan berbagai partisipan, dan dipandu oleh moderator (Basnet, 2018; Hennink, 2014; Souza et al, 2024). Moderator memegang peran yang sangat fundamental dalam kegiatan FGD (Prosser et al, 2024). Moderator berperan sebagai pemantik untuk mendorong terjadinya proses diskusi (Souza et al, 2024). Oleh sebab itu kualitas hasil FGD sangat bergantung pada kualitas moderator (Eeuwijk, 2018). Tahapan FGD adalah (1) mendisain riset, (2) mengumpulkan data, (3) menganalisis, dan (4) menyusun laporan (Aitsidou et al, 2024; Nyumba et al, 2018).

Beberapa kegiatan PKM yang telah menerapkan metode FGD, yaitu PKM pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan ekonomi komunitas lokal di Desa Sumberpetung Kecamatan Kalipare Kabupaten Malang (Harini et al, 2023), PKM penguatan masyarakat literasi di Desa Kandangan Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang (Fauzi et al, 2023), peningkatan pemahaman kapasitas LPM dan Karang Taruna dalam membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat di di kelurahan Sriwedari Kecamatan Gunungpuyuh Kota Sukabumi, (Siwiyanti et al, 2021). Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan rekomendasi pengembangan daya tarik wisata baru pasar Hexagon sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan

METODE PELAKSANAAN

Tahapan FGD adalah (1) mendisain riset, (2) mengumpulkan data, (3) menganalisis, dan (4) menyusun laporan (Aitsidou et al, 2024; Nyumba et al, 2018). FGD diikuti oleh 14 partisipan yang memiliki latar belakang pengalaman yang berkorelasi dengan topik diskusi. Profesi partisipan adalah: (1) Secretary of Indonesia Tourist Guide Association; (2) Kepala Unit Pengelola Museum Kebaharian Jakarta Dinas Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta, (3) Anggota tim ahli cagar budaya DKI Jakarta, (4) Founder and Executive Director of Indonesia Hidden Heritage Creative Hub, (5) Sekretaris Dewan Kemakmuran Keramat Masjid Luar Batang dan Founder Sunda Kelapa Heritage, (6) Akademisi bidang perilaku wisatawan, (7) Praktisi kuliner, (8) Manager Commercial and Property, (9) Manajer Komersial, (10) Direktur Pengembangan Destinasi I – Kemenparekraf, (11) Pendiri Indonesia Inbound Tour Operators Association, (12) Pendiri Komunitas Historia Indonesia, (13) Akademisi bidang transportasi, dan (14) Akademisi bidang pariwisata.

Pada tahap pertama, yaitu mendisain riset, adalah: (1) mendefinisikan tujuan FGD, (2) mendefinisikan dan merekrut partisipan, (3) menentukan lokasi pelaksanaan FGD. Sedangkan pada tahap kedua, yaitu tahap mengumpulkan data, mencakup: (1) persiapan sesi awal (bahan nara sumber, pengaturan tempat, perlengkapan teknis), dan (2) fasilitas selama FGD berlangsung (perkenalan, diskusi, mengelompokkan tema

diskusi, dan penarikan kesimpulan) (Geampana dan Perrotta, 2024). Pada tahap ketiga, yaitu tahap analisis, melakukan analisis terhadap hal-hal yang disampaikan oleh peserta FGD. Tahap keempat yaitu tahap menyusun laporan, maka tim menyusun laporan tertulis yang berisi rekomendasi pengembangan daya Tarik wisata baru sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan, kepada mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mendisain tim FGD

Hal pertama yang dilakukan pada saat mendisain tim FGD adalah menentukan tim manajemen dan tim pelaksana yang akan melaksanakan kegiatan FGD. Hal ini dilakukan agar jelas peran masing anggota pelaksana. Contoh format tim FGD dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Format Tim FGD

A. Manajemen	Nama	Jabatan
Pelindung	:	Rektor
Penasihat 1	:	WR 1
Penasihat 2	:	WR 2
Penasihat 3	:	WR 3
B. Tenaga Ahli PUSKAP	Nama	Keahlian
Tenaga Ahli I	:	Manajemen Strategis
Tenaga Ahli II	:	Perencanaan Pariwisata
		Berkelanjutan & Ecotourism
Tenaga Ahli III	:	Ecotourism & Forestry
C. Kepanitiaan	Nama	Peran
		Bendahara, Administrasi, & Panitia/ EO
		Sekretaris & Panitia/ EO
		Moderator & Panitia/ EO
		Panitia/ EO
		Asst. Bendahara, Administrasi, & Panitia/ EO
D. Moderator FGD	Nama	Peran
		Moderator
E. Narasumber FGD	Nama	Instansi
Akademisi		Kepala Departemen Program Doktorat

Sumber: Puskap Institut Pariwisata Trisakti (2024)

Tim FGD selanjutnya mengajukan surat tugas kepada pimpinan untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Setelah tim terbentuk selanjutnya tim bersama-sama dengan pihak mitra menyamakan persepsi tentang tujuan dari kegiatan FGD. Suasana diskusi pendahuluan dapat dilihat pada Gambar 2. Tujuan kegiatan FGD disepakati antara lain: mengembangkan daya Tarik wisata baru sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan. Setelah mendiskusikan tujuan selanjutnya merekrut partisipan untuk menjadi nara sumber dalam diskusi. Mempertimbangkan jumlah peserta adalah sebanyak 14 orang, maka FGD dibagi menjadi tiga kegiatan, menjadi FGD 1, FGD 2, dan FGD 3. Partisipan yang direkrut pada ketiga FGD dapat dilihat pada Tabel 2.



Gambar 2 Tim Pelaksana FGD
Sumber: Puskap Institut Pariwisata Trisakti (2024)

Tabel 2. Partisipan yang direkrut pada FGD 1, 2, dan 3

FGD ke-1	FGD ke-2	FGD ke-3
Secretary of Indonesia Tourist Guide Association.	Akademisi tentang Perilaku Wisatawan.	Direktur Pengembangan Destinasi I – Kemenparekraf.
Kepala Unit Pengelola Museum Kebaharian Jakarta Dinas Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.	Praktisi Kuliner.	Salah satu pendiri Indonesia Inbound Tour Operators Association.
Anggota tim ahli cagar budaya DKI Jakarta.	Manager Commercial and Property PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Sunda Kelapa.	Pendiri Komunitas Historia Indonesia.
Founder and Executive Director of Indonesia Hidden Heritage Creative Hub	Manajer Komersial Perumda Pasar Jaya.	Akademisi bidang transportasi.
Sekretaris Dewan Kemakmuran Masjid Luar Batang dan Founder Sunda Kelapa Heritage.		Akademisi bidang pariwisata.

Sumber: Puskap Institut Pariwisata Trisakti (2024)

Pelaksanaan FGD dilaksanakan pada tempat yang berbeda. FGD ke-1 dan ke-2 dilaksanakan di Hotel Mercure Batavia, sedangkan FGD ke-3 dilaksanakan di Hotel Mercure Jakarta Kota. Pemilihan Lokasi hotel mempertimbangkan jarak terdekat dengan Lokasi Pasar Hexagon.

Tahap Pengumpulan Data

Tahap kedua, yaitu tahap mengumpulkan data, mencakup: (1) persiapan sesi awal (bahan nara sumber, pengaturan tempat, perlengkapan teknis), dan (2) fasilitas selama FGD berlangsung (perkenalan, diskusi, mengelompokkan tema diskusi, dan penarikan kesimpulan) (Geampana dan Perrotta, 2024). Tim meminta setiap partisipan untuk mengirimkan uraian terkait topik yang akan dibahas sesuai Term of Reference yang dikirimkan oleh tim. Materi dibuat oleh partisipan dalam bentuk PPT dan disampaikan secara lisan di hadapan grup lalu dimintakan tanggapan oleh grup yang mendengarkan paparan tersebut. Layout ruangan disusun dalam bentuk u-shape, dan dilengkapi dengan screen, LCD, dan microphone. Suasana saat FGD dapat dilihat pada Gambar 2a, 2b, dan 2c.



Gambar 3a Suasana FGD ke-1

Sumber: Puskap Institut Pariwisata Trisakti (2024)



Gambar 3b Suasana FGD ke-2

Sumber: Puskap Institut Pariwisata Trisakti, (2024)



Gambar 3c Partisipan dan Tim FGD ke-3

Sumber: Puskap Institut Pariwisata Trisakti (2024)

Tahap Analisis dan Pelaporan

Pada tahap ketiga, yaitu tahap analisis, melakukan analisis terhadap hal-hal yang disampaikan oleh peserta FGD, selanjutnya tahap keempat yaitu tahap menyusun laporan, tim menyusun laporan tertulis yang berisi rekomendasi pengembangan potensi kawasan Pasar Hexagon kepada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pemerintah Daerah Khusus Jakarta. Selama rangkaian FGD yang dilakukan sebanyak tiga kali, yaitu FGD ke-1 pada tanggal 3 Juli 2024, FGD ke-2 pada tanggal 14 Juli 2024, dan FGD ke-4 pada tanggal 1 Agustus 2024, maka disimpulkan rekomendasi sebagai berikut:

Pengembangan destinasi wisata baru pasar Hexagon harus: (a) memiliki nilai ekonomis, (b) meningkatkan kesejahteraan masyarakat, (c) tidak terjadi penggusuran bagi para pedagang, (d) mengusung tema heritage, (e) pasar Hexagon dikembalikan pada fungsi awalnya, (f) jangan ada yg jual jangkar, (g) tambang, jangan ada praktek prostitusi, (h) memfungsikan pelelangan ikan, misalnya: beli ikan dan masak ditempat seperti di Muara Karang, sehingga aromanya ada. Bau amis dijadikan daya Tarik, (h) mengangkat nilai heritage harus dikaitkan dengan kegiatan di masa lalu, namun harus terlihat rapih.

Rekomendasi pengembangan destinasi wisata baru pasar Hexagon antara lain: (a) mengangkat story telling. Story Telling yaitu upaya memberikan makna pada dunia (Rutledge, 2016), (b) menayangkan foto foto lama, (c) informasi yang jelas tentang kapan dibuka dan apa yang dijual di Pasar Hexagon, (d) memenuhi kebutuhan fear of missing out (FOMO) tentang kegiatan wisata seperti membuat gerabah, dll, (d) pertunjukan senin dan Tari, misalnya semacam Saung Ujo, (e) mempromosikan kuliner, seperti sayur babanci, atau kuliner khas lainnya, (f) literasi & edukasi, untuk mengumpulkan pengunjung, (g) menghidupkan permainan tradisional, dan (h) tersedia ruang interaksi dan komunitas.

Rekomendasi yang disampaikan oleh oleh Sekretaris Dewan Kemakmuran Keramat Masjid Luar Batang dan Founder Sunda Kelapa Heritage, antara lain: (a) pengembangan harus melibatkan stakeholders (Pelindo, PD Pasar Jaya, lurah). FGD tidak pernah melibatkan Lurah. Disarankan untuk melibatkan para Lurah, (b) kelompok kesenian hanya latihan tetapi tidak pernah manggung, (c) masyarakat sebaiknya dilibatkan, (d) bus parkir di Pasar Ikan, mampir ke mesjid. Bus-bus bisa di arahkan ke Kampung Luar Batang, (e) melibatkan masyarakat lokal, jangan sampai pasar dibuka yang berjualan orang luar, (f) Kawasan Luar Batang perlu ditingkatkan keamanannya sehingga butuh sentuhan khusus untuk mengelola kawasan tersebut.

Perlu adanya kolaborasi dengan suku dinas sosial & tenaga kerja, dan meningkatkan life skill, karena masalahnya unemployment. Kolaborasi merupakan jenis interaksi antar individu, atau tim atau anggota organisasi, bekerja bersama untuk merealisasikan sasaran, aktivitas, atau produksi (Keyton, 2020).

Membangun koneksi antara Kampung Luar Batang dengan area pasar Hexagon. Selain itu dalam mengembangkan destinasi baru pasar Hexagon harus melibatkan masyarakat sekitar, karena masyarakat dapat mendukung pengembangan destinasi wisata baru pasar Hexagon. Partisipasi merupakan wujud keterikatan masyarakat (Cabral, 2018).

Ada lahan milik Pelindo yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat parkir.

Mengembangkan wisata yang bersifat inklusif dan eksklusif. Wisata inklusif mencakup akses wisata, khususnya untuk meningkatkan keterlibatan penyandang disabilitas sebagai produsen dan konsumen pariwisata; meningkatkan representasi diri dan partisipasi mereka dalam pengambilan keputusan; mengubah hubungan kekuasaan;

menata kembali tempat dan orang-orang pariwisata; dan menghilangkan hambatan sosial (Gillovic dan McIntosh, 2020). Wisata inklusif mendorong kesetaraan pelayanan baik berdasarkan jenis kelamin atau penghasilan, dan kelompok marjinal (Biddulph & Scheyvens, 2018; Partners Elevator, 2018; Scheyvens & Biddulph, 2018).

Top trends 2024: (a) makanan yang unik, (b) peduli terhadap penduduk local, (c) menikmati makanan yang dikelola oleh penduduk local, (d) ada dampak ekonomis bagi masyarakat local, (e) mengembangkan wisata kuliner dengan cara menyeimbangkan antara High tech dan high touch, (f) mengedepankan keberlanjutan, (g) gaya hidup, (h) destinasi yang underdog, (i) keaneka ragaman makanan, (j) penggunaan influencer kurang efektif, dan (k) engutamakan kesehatan.

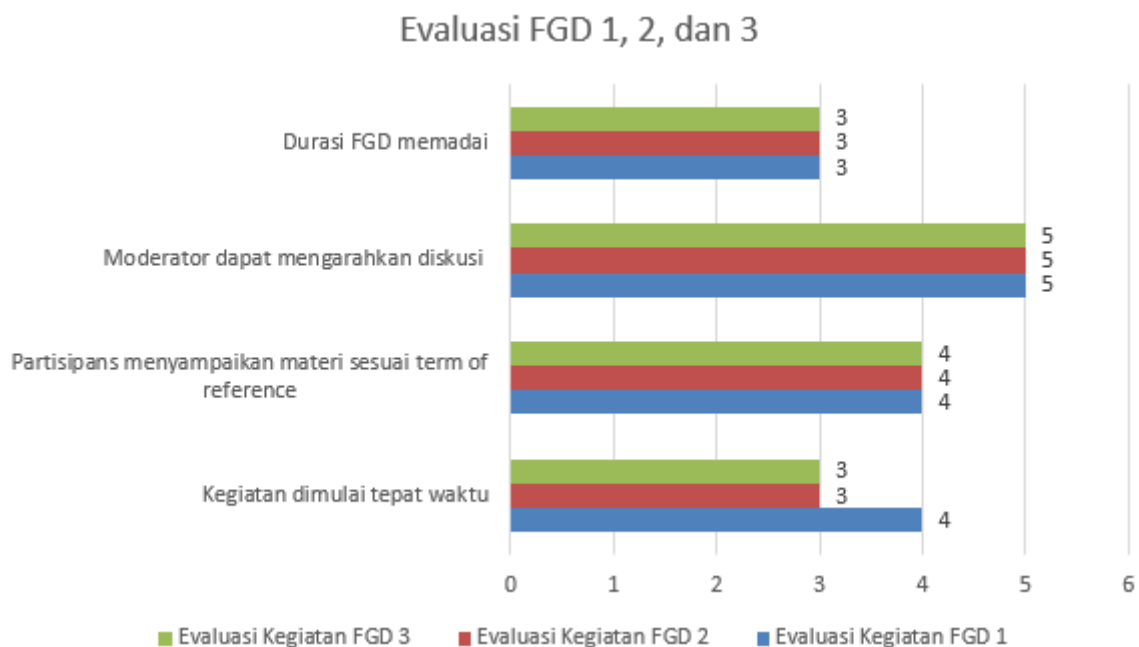
Konsep adalah Vismarkt Te Batavia. Konsep ini mengacu pada “memunculkan nuansa tempo dulu”. Pada masa lalu Pasar Hexagon difungsikan sebagai Pasar Ikan, maka suasana Pasar Ikan dimunculkan kembali di Pasar Hexagon.

Pembangunan harus berwawasan pelestarian. Belajar dari negara lain, banyak menyelamatkan bangunan bersejarah. Tidak mungkin ada pariwisata jika tidak ada perbedaan budaya. Pasar ikan adalah bagian integral dan Sunda Kelapa. Maka yang harus dibangun: (a) seperti tempo dulu, (b) Membangun perahu VOC mondar-mandir di depan Pasar Ikan, dan (c) parkir diusahakan jauh dari kawasan.

Penguatan story selling. Story selling pada Pasar Hexagon merupakan strategi penjualan yang menonjolkan kisah-kisah masalah lalu yang memiliki makna sejarah yang dalam, seperti: setelah pulang dari pengasingan selama 13 tahun Presiden RI Pertama Bapak Ir. Soekarno berkunjung ke Pasar Ikan (Kisah ditulis oleh Cindy Adams dalam bukunya Bung Karno, Penyambung Lidah Rakyat Indonesia, 1966).

Pasar Hexagon dapat meningkatkan daya saing dengan cara: (a) kolaborasi dan kerjasama, (b) melibatkan partisipasi aktif Masyarakat, dan (c) mengaktifkan promosi.

Untuk menilai efektivitas FGD maka tim panitia melakukan evaluasi penyelenggaraan yang hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Keterangan: 1=Sangat kurang, 2=Kurang, 3=Cukup, 4=Baik, 5=Sangat baik

Gambar 4. Evaluasi Penyelenggaraan FGD
Hasil olahan penulis (2024)

KESIMPULAN

Pengembangan destinasi wisata baru pasar Hexagon harus dikembalikan pada fungsi awalnya sebagai Pasar Ikan serta mengembangkan atraksi yang mengusung suasana nuansa tempo dulu, mengidentifikasi kegiatan unik wilayah di sekitar Pasar Hexagon dan mengangkatnya menjadi atraksi wisata, serta mengkombinasikan antara pariwisata yang bersifat inklusif dan eksklusif. Namun dalam proses pengembangan daya tarik wisata baru pasar Hexagon ini harus banyak berkolaborasi dengan para stakeholders dan melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Masyarakat harus menjadi tuan rumah di wilayahnya sendiri. Karena pada prinsipnya pengembangan pariwisata di suatu destinasi harus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Sumarto dan Dwiantara, 2019). Masalah mendesak yang harus segera diatasi adalah masalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia, keamanan, aksesibilitas, dan lahan parkir. PKM di masa yang akan datang adalah meminta umpan balik dari masyarakat di sekitar pasar Hexagon tentang aplikasi dari hasil FGD.

Saran berdasarkan hasil evaluasi penyelenggaraan adalah (1) pada kegiatan FGD dimasa yang akan datang agar lebih memperhatikan ketepatan waktu memulai FGD, dan (2) durasi diskusi dilakukan dalam waktu yang lebih panjang

DAFTAR PUSTAKA

- Aitsidou et al. (2024). Focus Group Discussions on Food Waste: An Empirical Application Providing Insights into Rural and Urban Households in Greece. *Sustainability (Switzerland)*, 16(2). <https://doi.org/10.3390/su16020502>
- Attahiyyat. (2024). Pengembangan Daya Tarik Wisata Baru Kawasan pasar hexagon.
- Basnet. (2018). Focus Group Discussion: a Tool for Qualitative Inquiry. *Researcher: A Research Journal of Culture and Society*, 3(3), 81–88. <https://doi.org/10.3126/researcher.v3i3.21553>
- Biddulph dan Scheyvens. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tourism Geographies*, 20(4), 583–588. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1486880>
- Boateng. (2012). Evaluating the efficacy of focus group discussion (FGD) in qualitative social research. *International Journal of Business and Social Science*, 3(7), 54–57.
- Cabral. (2018). Modes of participation. *Anthropological Theory*, 18(4), 435–455. <https://doi.org/10.1177/1463499617751315>
- Eeuwijk. (2018). How to Conduct a Focus Group Discussion (FGD). *Methodological Manual Zuzanna Angehrn IQVIA Switzerland*. January 2017. <https://doi.org/10.5167/uzh-150640>
- Elizandri et al. (2019). Pemodelan Konektivitas Spasial Trotoar Berkelanjutan antar Zona di Kota Tua Jakarta (Spatial Modeling of Sustainable Sidewalk Connectivity between Zones in Kota Tua Jakarta). *Majalah Ilmiah Globë*, 22(1), 21–30. <http://dx.doi.org/10.24895/>
- Fauzi et al. (2023). Penguatan Masyarakat Literasi Melalui Komunitas Literasi “Karsa” Dengan Pendekatan Community Based Participatory Research (Cbpr). *Assidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 163–176. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.163-176>
- Geampana dan Perrotta. (2024). Using interview excerpts to facilitate focus group discussion. *Qualitative Research*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/14687941241234283>
- Gillovic dan McIntosh. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12229722>

-
- Handayani dan Harie. (2021). Museum Bahari Sebagai Media Pembelajaran Sejarah. *Alur Sejarah: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 4(2), 1–11. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/alursejarah/article/view/9175/3743#>
- Harini et al. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Hennink. (2014). *Focus Group Discussion*. New York: Oxford University Press.
- Kambali. (2024). Komunitas Historia Indonesia. Partisipan pada kegiatan FGD pengembangan destinasi wisata baru pasar Hexagon.
- Keyton. (2020). Collaboration. *The International Encyclopedia of Organizational Communication*, March 2017. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc026>
- Monina. (1997). Focus Group Discussions 1. 1–10.
- Nyumba et al. (2018). The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation. *Methods in Ecology and Evolution*, 9(1), 20–32. <https://doi.org/10.1111/2041-210X.12860>
- Partners Elevator. (2018). Inclusive Tourist Guiding Handbook for Guiding People with Special Access Requirements.
- Pribadi dan Utomo. (2021). Dampak Perpindahan Ibu Kota Negara terhadap Pemulihan Ekonomi dalam Perspektif Persaingan Usaha. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2, 27–42. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.28>
- Prosser et al. (2024). ‘Talk amongst yourselves’: designing and evaluating a novel remotely-moderated focus group methodology for exploring group talk. *Qualitative Research in Psychology*, 21(1), 1–43. <https://doi.org/10.1080/14780887.2023.2257614>
- Rutledge. (2016). Everything is Story: Telling Stories and Positive Psychology. Exploring Positive Psychology: *The Science of Happiness and Well-Being*, January 2016, 1–23. https://www.researchgate.net/publication/343921003_Everything_is_Story_Telling_Stories_and_Positive_Psychology
- Scheyvens dan Biddulph. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589–609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>
- Shoko et al. (2024). Focus Group Discussion Method as a Tool for Eliciting Local Community Views for Decision Making ; a Case of the Save Valley Conservancy in the Southeast Lowveld of Zimbabwe Eliciting Local Community Views for Decision Making ; A Case of the Save Valley Co. <https://doi.org/10.20944/preprints202408.0870.v1>
- Sim dan Waterfield. (2019). Focus group methodology: some ethical challenges. *Quality and Quantity*, 53(6), 3003–3022. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00914-5>
- Siwiyanti et al. (2021). Peningkatan Kapasitas Lembaga Kemasyarakatan Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(3), 890–900. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4990>
- Souza et al. (2024). Changes in Participant Interactions. Using Focus Group Analysis Methodology to Explore the Impact on Participant Interactions of Face-to-Face Versus Online Video Data Collection Methods. *International Journal of Qualitative Methods*, 23, 1–14. <https://doi.org/10.1177/16094069241241151>
- Sumarto dan Dwiantara. (2019). Pemanfaatan Dana Desa Untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat Pedesaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal Publicuho*, 2(2), 65. <https://doi.org/10.35817/jpu.v2i2.7461>
- Undang Undang Republik Indonesia nomor 3, (2022).
-

