Jurnal Samudra Ekonomi & Bisnis
Volume 16, Nomor 1, Januari 2025
P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Pengembangan Potensi Wisata Pasar Kampung Melayu Berbasis Kearifan Lokal

Developing the Tourism Potensial of the Pasar Kampung Melayu Based on Local Wisdom

Muhammad Saleh Rizkian[*)], **Sri Hartati Sidauruk**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Terra Bhinneka, Indonesia
**e-mail korespondensi:* muhammadsalehrizkian@gmail.com

Info Artikel

Riwayat Artikel :
Diterima: 29 September 2024
Disetujui: 30 Januari 2025
Dipublikasikan: Januari 2025

Nomor DOI :
10.33059/jseb.v16i1.10810

Cara Mensitasi :
Rizkian, M. S., & Sidauruk, S. H. (2025). Pengembangan potensi wisata Pasar Kampung Melayu berbasis kearifan lokal. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *16*(1), 211-223. DOI: 10.33059/jseb.v16i1.10810.

Abstrak

Pasar Kampung Melayu merupakan salah satu bentuk ekonomi wilayah pedesaan yang memiliki relevansi yang kuat dalam melestarikan nilai dan budaya bernuansa tradisional dengan karakteristik lingkungan yang masih asri dan lestari yang menjadi potensi pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi dan potensi dalam pengelolaan Pasar Kampung Melayu dengan mempertimbangkan kondisi ekologi, ekonomi, dan sosial budaya masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan survey pada obyek penelitian dan dianalisis menggunakan analisis SWOT dengan pendekatan IFAS-EFAS, analisis TOWS matrix dan Diagram Kartesius SWOT. Hasil penelitian menunjukan bahwa Pasar Kampung Melayu berada pada kuadran I *Growth* dengan menerapkan strategi S-O dengan perioritas strategi mempertahankan keasrian lingkungan, penggunaan koin darham, dan kuliner khas suku Melayu, mempertahankan adanya penampilan pendukung serta kegiatan promosi yang berkesinambungan agar Pasar Kampung Melayu tetap konstan menjadi poros ekonomi baru.

Kata Kunci: Kearifan Lokal, Pasar Kampung Melayu, Pengembangan, Potensi, Wisata.

Article Info

Article History :
Received: 29 September 2024
Accepted: 30 January 2025
Published: January 2025

DOI Number :
10.33059/jseb.v16i1.10810

How to Cite :
Rizkian, M. S., & Sidauruk, S. H. (2025). Pengembangan potensi wisata Pasar Kampung Melayu berbasis kearifan lokal. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *16*(1), 211-223. DOI: 10.33059/jseb.v16i1.10810.

Abstract

Pasar Kampung Melayu is a form of rural economy that has strong relevance in preserving traditional nuanced values and culture with environmental characteristics that are still beautiful and sustainable which has tourism potential. This research aims to find strategies and potential in managing the Pasar Kampung Melayu by considering the ecological, economic and socio-cultural conditions of the community. Data collection was carried out through interviews and surveys on research objects and analyzed using SWOT analysis with the IFAS-EFAS approach, TOWS matrix analysis and Cartesian SWOT diagrams. The results of the research show that the Kampung Melayu Market is in the Growth Quadrant I by implementing the S-O strategy with strategic priorities of maintaining environmental beauty, the use of darham coins, and typical Malay culinary delights, maintaining supporting appearances and continuous promotional activities so that the Pasar Kampung Melayu remains a constant axis new economy.

Keywords: *Local Wisdom, Pasar Kampung Melayu, Development, Potential, Tourism.*

2614-1523/©2025 The Authors. Published by Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
This is an open access article under the CC BY-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian dilandasi oleh semakin dekatnya target Indonesia emas pada tahun 2045 sehingga diperlukan akselarasi pengembangan ekonomi wilayah pedesaan sebagai salah satu aksi nyata dalam mewujudkan visi Indonesia tersebut. Indonesia telah melakukan revolusi pembangunan dan pengembangan ekonomi pedesaan dengan salah satu program strategisnya melalui peningkatan pendanaan dana desa, alokasi dana desa dan legalisasi badan usaha milik desa (BUMDES). Berdasarkan DataIndonesia.id (2022), jumlah desa dan kelurahan mencapai 83.794 buah dengan alokasi pendanaan dana desa mencapai Rp. 71 triliun pada tahun 2024 atau secara rata-rata setiap desa dan kelurahan menerima pendanaan sebesar Rp. 943.700.000,- melalui pendanaan rutin tersebut yang diharapkan dapat menstimulus pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Ekonomi wilayah pedesaan memiliki relevansi yang kuat dalam melestarikan nilai dan budaya bernuansa tradisional dengan karakteristik lingkungan yang masih asri dan lestari atau biasa dikenal dengan istilah kearifan lokal yang dapat menjadi potensi pariwisata (Ulum & Suryani, 2021). Konsep pengembangan ekonomi wilayah pedesaan berbasis kearifan lokal merupakan salah satu strategi yang dapat dikembangkan dimana menciptakan poros ekonomi baru tanpa merusak nilai dan budaya kearifan lokal itu sendiri atau dapat dimaknai sebagai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Konsep tersebut dapat berjalan melalui sinergitas lintas aktor dari pemerintah desa dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang telah lama menjadi tulang punggung perekonomian sebuah negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan (Farisi *et al*., 2022; Vinatra, 2023). Kondisi juga sesuai dengan pandangan Siburian & Ompusunggu (2023) serta Nasution & Burhanuddin (2023) bahwa ekonomi Indonesia sangat dipengaruhi oleh UMKM dengan perannya yang efektif dalam menurunkan angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.

Langkat merupakan salah satu kabupaten di provinsi Sumatera Utara yang dikenal sebagai salah satu negeri melayu yang dalam sejarahnya pernah berdiri kerajaan Langkat dan didalam peraturan daerah Kabupaten Langkat menetapkan 17 Januari sebagai hari jadi Langkat yang dirayakan pada setiap tahunnya dan pada tahun 2024 telah menginjak usia 274 tahun. Kabupaten Langkat sebagai salah satu kabupaten di Indonesia juga terkenal memiliki destinasi wisata atas keuntungan topografi yang dimilikinya, yaitu wisata dengan tema alam dapat dikatakan selalu memiliki daya tarik sendiri (Santoso *et al*., 2024; Wirata *et al*., 2023; Rahmatillah *et al*., 2019) ataupun minat khusus yang berorientasi pada beberapa alasan seperti menghargai alam, sejarah, budaya, adat istiadat serta tradisi yang berkembang. Sejarah dan potensi wisata yang melekat tersebut dimanfaatkan oleh Desa Pantai Gemi untuk mengembangkan ekonomi melalui peran UMKM (Anggraeni *et al*., 2017). Pasar Kampung Melayu merupakan poros ekonomi baru yang digagas oleh pemerintah desa Pantai Gemi dengan memanfaatkan potensi topografis bendungan sungai wampu, lintas jembatan jalan tol, dan lintas jembatan kereta api.

Wisata Pasar Kampung Melayu memiliki potensi besar sebagai role model bagi pengembangan ekonomi desa lainnya dimana hal ini didukung oleh penilaian bahwa kejenuhan terhadap bentuk wisata modern dan ingin kembali merasakan kehidupan di alam menyebabkan berkembangnya pariwisata didaerah-daerah pedesaan (Andriyani *et al*., 2017). Namun untuk mewujudkan hal itu, masyarakat desa memiliki kekurangan yaitu sumber daya yang terbatas, sehingga dibutuhkan bantuan dari akademisi untuk membuat konsep pengembangan yang lebih komprehensif (Prasetyo *et al*., 2022). Hasil penelitian yang berkaitan dengan pengembangan potensi wisata dengan latar belakang kebudayaan tertentu masih terbatas dan tentunya kebudayaan tersebut memiliki pengaruh yang berbeda pula terhadap strategi dalam pengembangan ekowisatanya, sehingga hal tersebut harus

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

menjadi pertimbangan dalam mengembangkan perekonomian Indonesia terutama di wilayah pedesaan yang memiliki topografis, nilai, dan kebudayaan (kearifan lokal) yang kental. Sebagaimana uraian yang telah dijabarkan, dinilai penting untuk dilakukan penelitian tentang pengembangan potensi wisata Pasar Kampung Melayu berbasis kearifan lokal mulai dari kondisi ekologi, ekonomi, dan sosial budaya masyarakat lokal yang merupakan suku Melayu.

TELAAH LITERATUR

Pariwisata

Definisi dari Pariwisata dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata merupakan ragam aktivitas pariwisata yang didukung oleh beragam fasilitas yang telah disiapkan masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Secara sederhana, pariwisata dapat dimaknai sebagai suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan untuk bepergian pada suatu tempat atau objek wisata dengan tujuan untuk bersenang-senang, menikmati keindahan alam, melepaskan lelah, dan menambah pengalaman.

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki keindahan, alam, budaya, dan warisan sejarah yang mampu menarik perhatian para wisatawan lokal, nasional, dan internasional (Wirata *et al*., 2023). Kegiatan pariwisata tidak dapat lepas dari kebudayaan atau kehidupan masyarakat setempat yang turut serta mempengaruhi dan menjadi ciri khas atau menjadi daya tarik tersendiri, karenanya dalam kegiatan pariwisata terjadi interaksi budaya antara wisatawan dengan masyarakat setempat (Komariah *et al*., 2018). Berbagai potensi strategis yang dimiliki tersebut menjadikan Indonesia terus menerus memunculkan objek-objek wisata baru yang memiliki daya tarik bagi wisatawan. Dari berbagai objek wisata yang tersedia, maka wisata dengan nuansa alam selalu memberikan daya tarik tersendiri untuk menjadi daftar unggulan bagi wisatawan. Sektor pariwisata yang dikelola dengan baik dengan partisipasi masyarakat akan berpotensi besar dalam mendukung pertumbuhan perekonomian dan mensejahterakan masyarakat disekitar objek wisata daerah tersebut (Anggarini, 2020), Dampak besar bagi perekonomian Indonesia tersebut diharapkan dapat menjadi fokus utama pemerintah dalam memperhatikan fasilitas sarana dan prasarana pendukung yang secara langsung dapat meningkatkan jumlah wisatwan lokal, nasional maupun internasional.

Kearifan Lokal

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menjelaskan bahwa kearifan lokal merupakan nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat untuk antara lain melindungi dan mengelola lingkungan hidup secara lestari. Melalui penerapan nilai-nilai kearifan lokal tersebut dapat menjadi suatu identitas atau jati diri yang melekat. Kearifan lokal merupakan kearifan setempat yang dapat berupa gagasan, dan pengetahuan yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, berbudi luhur, serta dijadikan pedoman serta dilaksanakan oleh seluruh anggota masyarakat (Affandy, 2017).

Dalam era digitalisasi saat ini, peran kearifan lokal sangat diperlukan dan dinilai strategis sebagai objek promosi dalam sebuah wisata yang bernuansa kelestarian lingkungan yang sekaligus bermanfaat untuk menjaga kelestarian nilai kearifan lokal di kawasan wisata tersebut (Komariah, 2018). Terlebih lagi, peran serta masyarakat yang terlibat secara aktif membuat kearifan lokal tersebut terasa kental dan tidak pudar seiring dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), dimana dalam metode ini pengumpulan data primer dilakukan secara langsung terhadap obyek penelitian, yaitu pada Pasar Kampung Melayu Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat (Welly, 2023). Pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi atas dua teknik. Teknik pertama, data kualitatif diperoleh menggunakan metode *purposive sampling*, dimana cara ini biasanya digunakan untuk penelitian kualitatif (Sahir, 2022). Pada Teknik pertama ini, responden yang dipilih adalah yang berkaitan atau memiliki pengaruh langsung pada obyek penelitian, yaitu wawancara langsung kepada kepala desa, pengelola dan tokoh penting Pasar Kampung Melayu. Teknik kedua, data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner dengan skala Likert untuk menentukan *rating* dalam analisa SWOT yang ditujukan kepada 50 UMKM dan 100 pengunjung Pasar Kampung Melayu dilakukan secara *accidental sampling* atau bahwa penentuan *sampling* ditentukan secara kebetulan dan dipandang sudah memenuhi kriteria (Sahir, 2022).

Pendekatan analisis data dilakukan melalui analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity,* dan *Threat*) untuk mengidentifikasi dan menyusun strategi dalam pengembangan potensi Wisata Pasar Kampung Melayu berbasis kearifan lokal. Indikator dan bobot serta rating didapatkan dari hasil wawancara dengan orang yang berkompeten dan disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Setelah melakukan analisis SWOT dengan pendekatan IFAS-EFAS melalui penentuan bobot dan rating indicator, maka langkah selanjutnya yaitu menggunakan analisis TOWS *matrix* dan Diagram Kartesius SWOT (Anggraeni *et al*., 2017). Melalui TOWS *matrix* dan Diagram Kartesius SWOT akan diperoleh gambaran tentang bagaimana posisi sesungguhnya tentang kekuatan (s*trength*), dan peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Pasar Kampung Melayu. Tahap berikutnya yaitu menentukan strategi utama yang seharusnya dilakukan dalam pengembangan Pasar Kampung Melayu (Salim & Siswanto, 2019). Setelah mengetahui posisi Pasar Kampung Melayu dalam kuadran SWOT, maka pilihan strategi yang bisa diterapkan yaitu strategi OS, ST, WT, atau WO, sesuai dengan hasil analisis data.

HASIL ANALISIS

Matriks IFAS-EFAS

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT yang meliputi analisis atas faktor internal dan faktor eksternal yang dinilai memiliki pengaruh terhadap Pasar Kampung Melayu dari perspektif pengunjung atau masyarakat, pelaku UMKM dan para pihak yang berpengaruh terhadap keberlangsungan Pasar Kampung Melayu. Dalam penentuan faktor-faktor tersebut diperoleh melalui hasil wawancara dengan para pihak pengelola, kemudian merumuskan indikator, bobot untuk setiap indikator serta penentuan *rating* berdasarkan hasil survey pada masyarakat atau pengunjung dan pelaku UMKM. Hasil analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) diuraikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 1 yang merupakan perspektif pengunjung atau masyarakat terlihat bahwa pada faktor analisis lingkungan internal yang memiliki nilai lebih besar adalah aspek kekuatan dari pada aspek kelemahan dengan perbandingan nilai 4.247 > 3.742. Pada aspek kekuatan, yang memiliki nilai tertinggi ada empat hal, yaitu: pemandangan yang masih asri, tersedianya penampilan seperti tarian, musik, dan penampilan lainnya yang menarik, keunikan penggunaan koin darham, dan prasarana fisik yang bernuansa kearifan lokal. Keempat faktor tersebut merupakan keunggulan yang dimiliki oleh Pasar Kampung Melayu. Sementara itu, pada aspek kelemahan juga terdapat empat

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

faktor yang dominan, yaitu: belum tersedianya papan informasi petunjuk arah, keterbatasan listrik dan fasilitas pendukung, keterbatasan tempat sampah, dan keterbatasan air bersih dan toilet. Keempat faktor kelemahan ini dinilai dapat diterima mengingat usia Pasar Kampung Melayu yang masih belum lama berdiri sehingga secara bertahap dibutuhkan investasi untuk kelengkapan fasilitas.

Selanjutnya pada faktor analisis lingkungan eksternal, yang memiliki nilai lebih besar adalah aspek peluang ketimbang aspek ancaman dengan perbandingan nilai sebesar 4.2165 > 1.66. Pada aspek peluang, yang memiliki nilai tertinggi ada tiga hal, yaitu keberadaan Pasar Kampung Melayu sebagai wadah memperkenalkan budaya atau kuliner khas Melayu, Pasar Kampung Melayu berhasil menjadi poros ekonomi, serta Pasar Kampung Melayu merupakan ekowisata yang memanfaatkan kearifan lokal sehingga harus terus dilestarikan. Ketiga faktor tersebut menunjukkan keberadaan Pasar Kampung Melayu telah berhasil menjadi poros ekonomi baru, sekaligus memperkenalkan kuliner khas Melayu dengan nuansa kearifan lokal. Sementara itu, pada aspek ancaman menunjukkan nilai rating terendah dengan nilai 1.63 dan 1.69 adalah menunjukkan lemahnya tingkat ancaman yang dimiliki oleh Pasar Kampung Melayu.

Berdasarkan Tabel 2 yang merupakan perspektif UMKM, terlihat bahwa pada faktor analisis lingkungan internal yang memiliki nilai lebih besar adalah pada aspek kekuatan ketimbang aspek kelemahan dengan perbandingan nilai 4.52 > 4.22. Pada aspek kekuatan, yang memiliki nilai tertinggi ada dua faktor sebagai keunggulan yang dimiliki oleh Pasar Kampung Melayu, yaitu pemandangan yang masih asri serta keunikan dari penggunaan koin darham sebagai transaksi. Sementara pada aspek kelemahan, terdapat tiga faktor yang cukup dominan, yaitu keterbatasan listrik dan fasilitas pendukung, keterbatasan tempat sampah, dan keterbatasan air bersih dan toilet. Ketiga faktor kelemahan tersebut dinilai dapat ditoleransi mengingat usia Pasar Kampung Melayu yang masih belum lama berdiri, sehingga secara bertahap dibutuhkan investasi untuk kelengkapan fasilitas.

Selanjutnya pada faktor analisis lingkungan eksternal, yang memiliki nilai lebih besar adalah aspek peluang dari pada aspek ancaman dengan perbandingan nilai sebesar 4.476 > 2.3. Pada aspek peluang, yang memiliki nilai tertinggi ada empat faktor, yaitu keberadaan Pasar Kampung Melayu memperkenalkan budaya atau kuliner khas Melayu, Pasar Kampung Melayu berhasil menjadi poros ekonomi, Pasar Kampung Melayu merupakan ekowisata yang memanfaatkan kearifan lokal sehingga harus terus dilestarikan, serta kondisi Pasar Kampung Melayu yang terus mengalami perkembangan sejak didirikan. Keempat faktor itu dari perspektif UMKM menunjukkan keberadaan Pasar Kampung Melayu berhasil menjadi poros ekonomi baru yang terus berkembang sekaligus memperkenalkan kuliner khas Melayu dengan nuansa kearifan lokal. Pada aspek ancaman yang menunjukkan nilai rating tertinggi dengan nilai 3.1 yang berarti bahwa Pasar Kampung Melayu dianggap cukup rentan terhadap resiko atas bencana alam, dimana hal ini cukup wajar mengingat lokasi Pasar Kampung Melayu berada di pinggiran Sungai Wampu.

Matriks TOWS

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS pada Tabel 1 dan Tabel 2, maka Pasar Kampung Melayu dapat menyusun rencana strategis dengan menggunakan pendekatan matriks TOWS. Pendekatan TOWS memunculkan empat opsi, yaitu strategi S-O (*Strenght-Opportunities*) dengan kekuatan dan peluang yang ada, strategi S-T (*Strenght-Threats*) menonjolkan kekuatan mengatasi ancaman, strategis W-O (*Weakness-Opportunities*) yaitu mengurangi kelemahan dan memanfaatkan peluang, serta W-T (*Weakness-Threats*) mengatasi hambatan dan meminimalisir ancaman (Salim & Siswanto, 2019). Rumusan rencana strategis bagi obyek penelitian karenanya sebagai berikut.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Tabel 1. Matriks IFAS-EFAS Berdasarkan Pengunjung Pasar Kampung Melayu

	Strenght (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
	Pemandangan di Pasar Kampung Melayu masih asri	0.15	4.33	0.6495
	Tersedianya penampilan pendukung seperti tarian, music, dan event-event lainnya yang menarik	0.15	4.29	0.6435
I	Penggunaan koin kayu (Darham) sebagai alat tukar merupakan hal unik	0.15	4.48	0.672
	Prasarana/fisik Pasar Kampung Melayu memiliki nuansa kearifan lokal	0.15	4.04	0.606
	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	0.1	4.14	0.414
	Ketersediaan tempat duduk yang memadai	0.1	4.18	0.418
	Lokasi Pasar Kampung Melayu aman bagi pengunjung	0.1	4.16	0.416
F	Lokasi Pasar Kampung Melayu nyaman bagi pengunjung	0.1	4.28	0.428
	Total	1	33.9	4.247
	Weakness (Kelemahan)			
A	Kondisi jalan menuju lokasi Pasar Kampung Melayu	0.2	3.28	0.656
	Belum tersedianya papan informasi atau petunjuk yang mengarahkan lokasi Pasar Kampung Melayu	0.2	3.84	0.768
	Ketersediaan listrik atau fasilitas pendukung yang masih terbatas	0.2	3.85	0.77
S	Ketersediaan tempat sampah yang belum memadai	0.2	3.97	0.794
	Ketersediaan air bersih dan toilet yang masih terbatas	0.2	3.77	0.754
	Total	1	3.77	3.742
	Opportunities (Peluang)			
	Makanan dan minuman serta produk lainnya yang dijual di Pasar Kampung Melayu sangat enak/nikmat	0.0875	4.05	0.354375
	Keberadaan Pasar Kampung Melayu memperkenalkan budaya atau kuliner khas Melayu kepada para pengunjung	0.1	4.22	0.422
E	Adanya kerjasama antara UMKM dan pemerintah desa/kecamatan/ kabupaten dalam mengembangkan Pasar Kampung Melayu	0.0875	3.99	0.349125
	Peran UMKM telah dimaksimalkan dengan baik untuk pengembangan Pasar Kampung Melayu	0.0875	4.06	0.35525
	Pengunjung Pasar Kampung Melayu berasal dari berbagai kalangan kelas ekonomi	0.0875	4.34	0.37975
	Pasar Kampung Melayu berhasil menjadi poros ekonomi baru wilayah pedesaan	0.1	4.23	0.423
F	Harga makanan, minuman dan produk lainnya yang dijual di Pasar Kampung Melayu terjangkau bagi pengunjung	0.0875	4.14	0.36225
	Pasar Kampung Melayu merupakan Ekowisata yang memanfaatkan kearifan lokal sehingga harus terus dilestarikan	0.1	4.42	0.442
	Pengalaman berkunjung di Pasar Kampung Melayu membuat anda ingin berkunjung kembali	0.0875	4.25	0.371875
A	Pengalaman berkunjungan di Pasar Kampung Melayu membuat anda ingin merekomendasikan ke teman/saudara-i anda.	0.0875	4.3	0.37625
	Masyarakat sekitar mendukung pengembangan Pasar Kampung Melayu	0.0875	4.35	0.380625
	Total	1	42.3	4.2165
	Threat (Ancaman)			
S	Masyarakat sekitar tidak dapat dapat memberikan informasi yang jelas jika pengunjung membutuhkan informasi	0.5	1.63	0.815
	Keberadaan Pasar Kampung Melayu bisa berdampak buruk/memberikan persaingan pada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar	0.5	1.69	0.845
	Total	1	3.32	1.66

Sumber: Data primer (diolah), 2024.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Tabel 2. Matriks IFAS-EFAS Berdasarkan UMKM Pasar Kampung Melayu

	Strenght (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
I	Pemandangan di Pasar Kampung Melayu masih asri	0.15	4.76	0.714
	Tersedianya penampilan pendukung seperti tarian, music, dan event-event lainnya yang menarik	0.15	4.46	0.669
	Penggunaan koin kayu (Darham) sebagai alat tukar merupakan hal unik	0.15	4.86	0.729
	Prasarana/fisik Pasar Kampung Melayu memiliki nuansa kearifan lokal	0.15	4.2	0.63
F	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	0.1	4.46	0.446
	Ketersediaan tempat duduk yang memadai	0.1	4.54	0.454
	Lokasi Pasar Kampung Melayu aman bagi pengunjung	0.1	4.32	0.432
	Lokasi Pasar Kampung Melayu nyaman bagi pengunjung	0.1	4.46	0.446
A	Total	1	36.06	4.52
	Weakness (Kelemahan)	Bobot		
	Kondisi jalan menuju lokasi Pasar Kampung Melayu	0.25	3.74	0.935
	Ketersediaan listrik atau fasilitas pendukung yang masih terbatas	0.25	4.3	1.075
S	Ketersediaan tempat sampah yang belum memadai	0.25	4.42	1.105
	Ketersediaan air bersih dan toilet yang masih terbatas	0.25	4.42	1.105
	Total	1	16.88	4.22
	Opportunities (Peluang)	Bobot		
E	Pelaku UMKM diberikan hak yang sama untuk dapat berjualan di Pasar Kampung Melayu	0.1	4.4	0.44
	Keberadaan Pasar Kampung Melayu memperkenalkan budaya atau kuliner khas Melayu kepada para pengunjung	0.15	4.34	0.651
	Adanya kerjasama antara UMKM dan pemerintah desa/kecamatan/ kabupaten dalam mengembangkan Pasar Kampung Melayu	0.1	4.12	0.412
	Peran UMKM telah dimaksimalkan dengan baik untuk pengembangan Pasar Kampung Melayu	0.1	4.46	0.446
F	Pasar Kampung Melayu berhasil menjadi poros ekonomi baru wilayah pedesaan	0.15	4.56	0.684
	Harga makanan, minuman dan produk lainnya yang dijual di Pasar Kampung Melayu terjangkau bagi pengunjung	0.1	4.72	0.472
A	Pasar Kampung Melayu merupakan Ekowisata yang memanfaatkan kearifan lokal sehingga harus terus dilestarikan	0.15	4.56	0.684
	Keberadaan Pasar Kampung Melayu sejak didirikan terus mengalami perkembangan/peningkatan	0.15	4.58	0.687
	Total	1	35.74	4.476
S	*Threat* (Ancaman)	Bobot		
	Keberadaan Pasar Kampung Melayu berdampak buruk/memberikan persaingan pada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar	0.5	1.5	0.75
	Pasar Kampung Melayu Rentan Terkena Bencana Alam	0.5	3.1	1.55
	Total	1	4.6	2.3

Sumber: Data primer (diolah), 2024.

1. Strategi S-O, yaitu:
   a. Mempertahankan keasrian lingkungan, penggunaan koin darham sebagai alat transaksi, dan kuliner khas suku Melayu yang merupakan kearifan lokal sehingga terpatri menjadi identitas Pasar Kampung Melayu.
   b. Mempertahankan adanya penampilan pendukung seperti tarian, musik, dan penampilan lainnya yang menjadi daya tarik tambahan bagi para pengunjung Pasar Kampung Melayu.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

c. Tren perkembangan Pasar Kampung Melayu harus tetap diiringi dengan promosi yang berkelanjutan melalui kenyamanan dan keamanan para pengunjung sehingga tetap konstan menjadi poros ekonomi baru yang berkesinambungan.

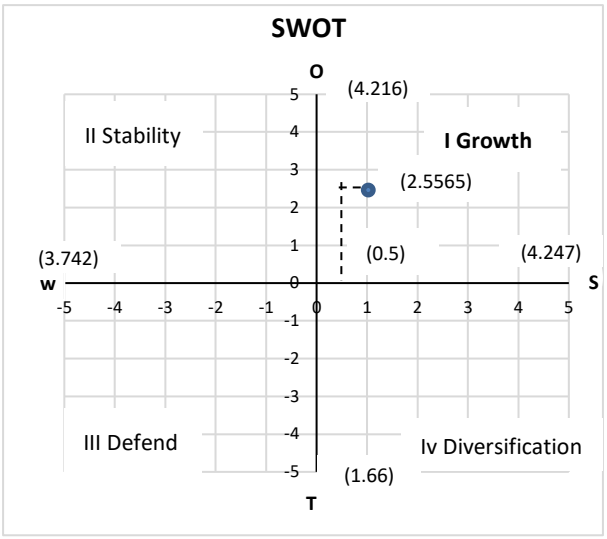
2. Strategi S-T, yaitu:
   a. Melibatkan peran serta UMKM yang ada di Desa Pantai Gemi untuk bisa berkontribusi di Pasar Kampung Melayu dengan tetap mempertahan standarisasi UMKM dan produk yang dijual.
   b. Melibatkan peran serta masyarakat Desa Pantai Gemi dalam mengembangkan Pasar Kampung Melayu sehingga pasar ini menjadi tanggungjawab bersama.
3. Strategi W-O, yaitu:
   a. Perlunya penambahan investasi akan sarana dan prasarana untuk memberikan pengalaman berkunjung yang menyenangkan bagi para pengunjung agar Pasar Kampung Melayu terus konsisten mengalami perkembangan.
   b. Berkolaborasi dengan pemerintah desa dan kecamatan serta kabupaten untuk mendukung perbaikan akses menuju Pasar Kampung Melayu yang terkadang rawan akibat banjir sehingga menganggu keberlangsungan pasar ini sebagai penggerak poros ekonomi rakyat.
4. Strategi W-T, yaitu:
   a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana sehingga memberikan kemudahan bagi para pengunjung Pasar Kampung Melayu.
   b. Menyediakan papan informasi terkait Pasar Kampung Melayu yang lengkap sehingga memudahkan para pengunjung yang datang dan menyediakan rambu-rambu atau informasi khusus untuk keselamatan dan keamanan di pasar ini.
   c. Menyediakan wahana permainan bagi anak-anak dan spot foto yang menarik serta anjungan atau fasilitas pendukung yang memberikan daya tarik bagi para pengunjung.

Diagram Kartesius SWOT

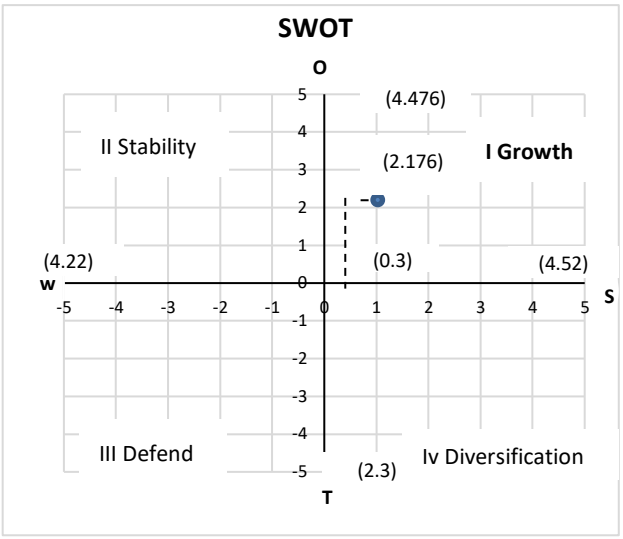
Pendekatan Diagram Kartesius SWOT menunjukkan mengenai posisi kuadran dari Pasar Kampung Melayu berdasarkan hasil analisis dalam Tabel 1 dan Tabel 2. Berdasarkan perspektif pengunjung dan masyarakat, diperoleh nilai skor 4.247 untuk aspek kekuatan, nilai skor 3.742 untuk aspek kelemahan, nilai skor 4.217 untuk aspek peluang, dan nilai skor 1.66 untuk aspek ancaman. Sementara itu, berdasarkan perspektif pelaku UMKM Pasar Kampung Melayu, diperoleh nilai skor 4.52 untuk aspek kekuatan, nilai skor 4.22 untuk aspek kelemahan, nilai skor 4.476 untuk aspek peluang, dan nilai skor 2.3 untuk aspek ancaman. Hasil-hasil dalam kedua tabel tersebut selanjutnya dirangkum dalam Gambar 1.

Keberadaan posisi suatu kuadran dalam Diagram Kartesius akan menunjukan strategi yang memiliki prioritas tinggi dan harus segera dilaksanakan (Muhtar, 2023). Berdasarkan diagram kartesius SWOT pada Gambar 1 maupun Gambar 2, dapat dilihat bahwa posisi Pasar Kampung Melayu berada pada kuadran I yang berarti bahwa strategi yang digunakan adalah strategi *Strenghts-Opportunities* (S-O) atau disebut juga sebagai strategi *Growth*. Tabel 3 juga menunjukkan bahwa nilai skor tertinggi diperoleh untuk strategi S-O yaitu sebesar 4.365. Hasil skor ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk diimplementasikan pada pengembangan potensi wisata Pasar Kampung Melayu adalah dengan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (S-O). rekomendasi strategi diekspektasikan mendorong daya saing Pasar Kampung Melayu sebagai penggerak poros ekonomi masyarakat.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)



Gambar 1. Diagram Kartesius Pengunjung
Sumber: Data primer (diolah), 2024



Gambar 2. Diagram Kartesius UMKM
Sumber: Data primer (diolah), 2024

Tabel 3. Kolaborasi Strategi Kuantitatif pada Pasar Kampung Melayu

T O W S	Kekuatan (*Strenght*) S	Kelemahan (*Weakness*) W
Peluang (*Opportunities*) O	Strategi S-O (Mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) $= \bar{x}(4.247+4.52)+ \bar{x}(4.216+4.476)$ = **4.365**	Strategi W-O (Meminimalkan kelemahan untuk mengoptimalkan peluang) $= \bar{x}(3.742+4.22)+ \bar{x}(4.216+4.476)$ = 4.163
Ancaman (*Threats*) T	Strategi S-T (Mengoptimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman) $= \bar{x}(4.247+4.52)+ \bar{x}(1.66+2.3)$ = 3.182	Strategi W-T (Meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman) $= \bar{x}(3.742+4.22)+ \bar{x}(1.66+2.3)$ = 2,98

Sumber: Data primer (diolah), 2024.

Pembahasan

Pasar Kampung Melayu, atau juga disebut Pasar Kuliner Kampung Melayu, merupakan objek wisata pasar yang berbasis kearifan lokal yang didirikan pada tanggal 17 Januari 2024 dengan konsep kuliner sarapan pagi dan makanan khas suku Melayu, yang dibuka pada setiap hari Minggu dengan jam operasional dimulai pukul 07.00 WIB sampai 12.00 WIB. Konsep kearifan lokal yang dimiliki Pasar Kampung Melayu adalah: (1) Topografis Pasar Kampung Melayu berada di lingkungan pepohonan yang masih asri dan merupakan daerah aliran sungai Wampu; (2) Produk yang dijual merupakan jenis makanan sarapan pagi dipadu dengan makanan khas suku Melayu; (3) Alat transaksi yang digunakan di Pasar Kampung Melayu menggunakan koin Darham yang merupakan koin yang terbuat dari kayu dengan *relief* rumah adat suku Melayu yang setiap koinnya bernilai Rp. 2.500,-. Keunggulan lain yang dimiliki Pasar Kampung Melayu adalah dekat dengan jalan tol, jembatan rel kereta api, dan Waduk Sei Wampu yang menjadi daya tarik tersendiri.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Pengelolaan Pasar Kampung Melayu dilakukan oleh masyarakat sekitar yang diinisiasi dan difasilitasi oleh Kepala Desa Pantai Gemi yang dalam pengelolaannya mengedepankan asas kesetaraan dan kualitas. Penerapan kedua asas itu ditunjukkan dengan tidak ada batasan bagi pelaku UMKM yang ingin berjualan namun tetap dengan jumlah stan yang dibatasi berjumlah 50, serta dari aspek kualitas ditunjukkan dengan pembagian jenis makanan yang dijual agar beragam dan diseleksi agar kualitas rasa makanan tetap terjaga. Melalui pengelolaan tersebut Pasar Kampung Melayu memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang menjadi poros ekonomi baru dengan berbasis kearifan lokal. Jumlah tertinggi pengunjung Pasar Kampung Melayu sejak didirikan telah mencapai 4.000 pengunjung dengan jumlah rata-rata pengunjung sebanyak 1.000 orang. Dalam upaya terus meningkatkan jumlah pengunjung, pengelola Pasar Kampung Melayu juga menyelenggarakan kegiatan atau penampilan pendukung yang beragam. Berdasarkan upaya kolaborasi lintas aktor tersebut, sesuai dengan hasil penelitian Wirata *et al*. (2023), akan dihasilkan kebijakan yang tidak semata-mata hanya menguntungkan pengelola dan pemerintah desa dalam jangka pendek, tetapi secara berkelanjutan atau jangka panjang juga dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat, alam, dan budaya dimana obyek wisata tersebut dikembangkan.

Eksistensi Pasar Kampung Melayu berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang stabil dan terus mengalami peningkatan yang dibuktikan dari persepsi pengunjung atau masyarakat dan pelaku UMKM yang mendukung keberlanjutan Pasar Kampung Melayu. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian Wirata *et al*. (2023) bahwa peran serta dan persepsi masyarakat seperti yang ditemui pada obyek penelitian ini akan berdampak pada pengembangan ekowisata. Dalam studi milik Vinatra (2023) diperoleh bahwa keberadaan UMKM yang terus berkembang atau sukses akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan peningkatan kebutuhan atas bahan baku, produk dan jasa lokal, sehingga berpotensi besar menciptakan efek *multiplier*. Berkenaan dengan lokasi dari penelitian ini, Santoso *et al*. (2024) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa dari 52 objek wisata alam yang ada di Kabupaten Langkat, hanya enam wilayah saja yang telah dikelola oleh pemerintah. Keterbatasan kemampuan pengelolaan oleh pemerintah tersebut dapat tertutupi dengan peran sektor swasta. Dalam hal pengelolaan Pasar Kampung Melayu, peran pemerintah melalui Dinas Pariwisata telah terlihat sejak peresmian pasar ini sehingga bentuk dukungan ini menjadi salah satu unsur kekuatan yang dimiliki oleh Pasar Kampung Melayu.

Berdasarkan analisa SWOT, Matriks TOWS dan Diagram Kartesius yang telah diuraikan, Pasar Kampung Melayu diidentifikasi berada pada kuadran I atau fase *Growth* (Pertumbuhan). Berdasarkan hasil identifikasi ini, pengelolaan Pasar Kampung Melayu direkomendasikan untuk dilaksanakan dengan memanfaatkan aspek kekuatan atau keunggulan yang dimiliki untuk memperoleh berbagai peluang yang lebih besar. Strategi S-O merupakan situasi yang menguntungkan dimana dalam strategi ini mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (Salim & Siswanto, 2019). Beberapa implementasi dari strategi S-O yang dapat diterapkan sesuai dengan hasil analisis Pasar Kampung Melayu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mempertahankan keasrian lingkungan, penggunaan koin darham sebagai alat transaksi, dan kuliner khas suku Melayu yang merupakan kearifan lokal, sehingga terpatri menjadi identitas Pasar Kampung Melayu dengan memanfaatkan:
   a. Menjaga kelestarian lingkungan daerah aliran sungai yang merupakan lokasi Pasar Kampung Melayu.
   b. Penggunaan koin darham sebagai alat transaksi yang unik dan menarik.
   c. Menetapkan standarisasi kualitas produk & harga yang dijual.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

2. Mempertahankan adanya penampilan pendukung seperti tarian, musik, dan penampilan lainnya yang menjadi daya tarik tambahan bagi para pengunjung Pasar Kampung Melayu, dengan memanfaatkan:
   a. Menyusun jadwal atau daftar penampilan pendukung dalam beberapa waktu kedepan yang dipublikasikan kepada pengunjung.
   b. Memberikan kesempatan kepada kebudayaan khas suku Melayu untuk memberikan penampilan sebagai bentuk melestarikan budaya.
3. Tren perkembangan Pasar Kampung Melayu harus tetap diiringi dengan promosi yang berkesinambungan melalui kenyamanan dan keamanan para pengunjung sehingga tetap konstan menjadi poros ekonomi baru yang berkesinambungan, dengan memanfaatkan:
   a. Memprioritaskan kenyamanan dan keamanan bagi para pengunjung yang merupakan salah satu tujuan berwisata.
   b. Memanfaat promosi *online* berbasis jangkauan wilayah setempat terkait event dan jadwal keaktifan Pasar Kampung Melayu.

SIMPULAN

Pasar Kampung Melayu memiliki sejumlah potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Potensi pertama adalah potensi topografis yang strategis sekaligus dapat menjadi tujuan tambahan berwisata bagi para pengunjung, diantaranya jembatan jalan tol, jembatan rel kereta api, dan Waduk Sei Wampu. Potensi kedua adalah potensi lingkungan yang masih asri sehingga menjadi daya tarik bagi para pengunjung yang mengidolakan wisata dengan keindahan alam. Potensi ketiga adalah pengenalan budaya khas setempat, yaitu kuliner khas suku Melayu serta penggunaan koin Darham menjadi keunikan tersendiri. Ketiga potensi tersebut merupakan kesatuan nilai-nilai kearifan lokal yang dimunculkan dalam pengelolaan Pasar Kampung Melayu.

Strategi S-O yang dapat dilakukan untuk pengembangan Pasar Kampung Melayu diantaranya yaitu dengan mempertahankan keasrian lingkungan, penggunaan koin darham sebagai alat transaksi, dan kuliner khas suku Melayu yang merupakan kearifan lokal, sehingga terpatri menjadi identitas Pasar Kampung Melayu. Selain itu, strategi yang bisa dilakukan adalah mempertahankan adanya penampilan pendukung seperti tarian, musik, dan penampilan lainnya yang menjadi daya tarik tambahan bagi para pengunjung Pasar Kampung Melayu. Terakhir, tren perkembangan Pasar Kampung Melayu yang sedang terjadi seharusnya tetap diiringi dengan upaya promosi yang berkesinambungan melalui kenyamanan dan keamanan para pengunjung, sehingga tetap konstan menjadi poros ekonomi baru wilayah pedesaan.

Penelitian ini berfokus pada aspek potensi apa saja yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan oleh pengelola Pasar Kampung Melayu, namun terdapat keterbatasan waktu atau durasi untuk menilai apakah strategi yang dihasilkan dan dikembangkan benar-benar memberikan dampak yang signifikan sekaligus menjadi praktik baik dan tepat sasaran untuk dapat dikembangkan pada model obyek yang sejenis pada wilayah pedesaan lainnya yang ada di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dana hibah penelitian bagi dosen pemula. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Satya Terra Bhinneka dan semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian penelitian dan publikasi hasil penelitian ini.

REFERENSI

Anggarini, D. R. (2021). Kontribusi UMKM sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi Provinsi Lampung 2020. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *9*(2), 345-355. https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1462.

Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017). Analisis SWOT pada UMKM keripik tempe Amel Malang dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis* (*JAB*), *43*(1), 107-113. https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1703.

Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata dan implikasinya terhadap ketahanan sosial budaya wilayah (Studi di desa wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, *23*(1), 1-16. http://dx.doi.org/10.22146/jkn.18006.

Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, *9*(1), 73-84. https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307.

Affandy, S. (2017). Penanaman nilai-nilai kearifan lokal dalam meningkatkan perilaku keberagamaan peserta didik. *Atthulab: Islamic Religion Teaching and Learning Journal*, *2*(2), 201-225. https://doi.org/10.15575/ath.v2i2.3391.

Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian*. Rineka Cipta.

Republik Indonesia. (2009). Undang-undang nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. https://peraturan.bpk.go.id/details/38771/uu-no-32-tahun-2009.

Republik Indonesia. (2009). Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. https://peraturan.bpk.go.id/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009.

Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, *3*(2), 158-174. https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340.

Munthe, M. A., Sari, R., & Daulay, A. P. (2024). Ecotourism strategy and potential of Delleng Simpon, Ulumerah, Pakpak Bharat Regency. *Jurnal Pijar Mipa*, *19*(2), 280-287. https://doi.org/10.29303/jpm.v19i2.6543.

Nasution, D. P., & Burhanuddin, B. (2022). Analisis eksistensi UMKM dalam mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *7*(1). http://dx.doi.org/10.29040/jie.v7i1.7002.

Prasetyo, A. E., Setyaningrum, P., & Prasetya, F. A. (2022). Pengembangan wisata Warakas berbasis edu eco wisata sebagai penunjang Kampung Bahari Nusantara. *Inspirasi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *2*(2), 61-70. https://journal.inspirasi.or.id/jppm/article/view/156.

Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi pengembangan desa wisata berbasis wisata alam dan budaya sebagai media promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoearth*, *4*(2), 111-116. https://doi.org/10.31764/jpe.v4i2.970.

Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT dengan metode kuesioner*. Pilar Nusantara.

Sahir, S. H. (2022). *Metodologi penelitian.* Penerbit KBM Indonesia.

Santoso, H., Aslami, N., & Harahap, R. D. (2024). Analisis peningkatan pendapatan daerah melalui kebijakan pengembangan ecowisata dan wisata halal Kabupaten Langkat. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *6*(1), 1003-1018. https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.4995.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Sadya S. (2023). Ada 83.794 desa/kelurahan di Indonesia pada 2022, ini sebarannya. *Dataindonesia.id*. https://dataindonesia.id/varia/detail/ada-83794-desakelurahan-di-indonesia-pada-2022-ini-sebarannya.

Ulum, S., & Suryani, D. A. (2021). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Gamplong. *Jurnal Manajemen Publik Dan Kebijakan Publik (JMPKP)*, *3*(1), 14-24. https://doi.org/10.36085/jmpkp.v3i1.1408.

Vinatra, S. (2023). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam kesejahteraan perekonomian negara dan masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, *1*(3), 01-08. https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832.

Wirata, G., Handayani, M. M., & Geriadi, M. A. D. (2023). Kebijakan pengembangan ecowisata berbasis komunitas di Indonesia: Sebuah pendekatan quadruple helix. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, *9*(4), 16-23. https://doi.org/10.29210/020232239.

Welly, Y., Silaen, F. M., & Putri, E. D. (2023). The existence of women's entrepreneurship in the VUCA era: Analyzing the role of socio-cultural support system and financing on MSMEs. *Ilomata International Journal of Management*, *4*(4), 419-435. https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i4.893.