



Model Pendampingan UMKM Pendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata: Studi Kasus Desa Wisata Sungai Langka, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung

Ni Made Ayu Windu Kartika¹, Meyliana Astriyantika², Enggar Dwi Cahyo³, Deris Astriawan⁴

^{1,2,3,4}Perjalanan Wisata, Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung, Indonesia
e-mail: 'ayuwindu@polinela.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat membutuhkan integrasi antara UMKM dan ekosistem pariwisata secara sistematis dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model pendampingan UMKM pendukung pariwisata berbasis desa wisata di Desa Wisata Sungai Langka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus terapan. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, focus group discussion (FGD), dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta gap analysis. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan pada aspek integrasi atraksi, standar amenitas, promosi digital, dan kelembagaan. Model yang dirumuskan terdiri atas 4 (empat) komponen utama yakni peningkatan kapasitas SDM, penguatan produk berbasis pengalaman (experience-based tourism), digitalisasi dan branding, serta penguatan kelembagaan kolaboratif. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pendampingan berbasis ekosistem lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan sektoral dalam meningkatkan integrasi UMKM ke dalam rantai nilai pariwisata desa. Model ini berpotensi direplikasi pada desa wisata rintisan dengan karakteristik serupa guna mendorong daya saing dan keberlanjutan ekonomi lokal.

Kata kunci :

UMKM; Desa Wisata; *Community-Based Tourism*; Ekosistem Pariwisata; Model Pendampingan

ABSTRACT

Community-based tourism development requires the systematic and sustainable integration of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) into the tourism ecosystem. This study aims to formulate an ecosystem-based mentoring model for tourism-supporting MSMEs through a case study in Desa Wisata Sungai Langka. The research employed an applied case study approach. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews, focus group discussions (FGDs), and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model and gap analysis. The findings reveal significant gaps in attraction integration, amenity standards, digital promotion, and institutional coordination. The proposed model consists of four main components such as: capacity building, experience-based product strengthening, digitalization and branding, and collaborative institutional reinforcement. The results confirm that an ecosystem-based mentoring approach is more effective than a sectoral approach in integrating MSMEs into the village tourism value chain. This model offers a replicable framework for emerging tourism villages aiming to enhance competitiveness and sustainable local economic development.

Keywords :

Community-Based Tourism; Mentoring Model; MSMEs; Tourism Ecosystem; Tourism Village

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, tren pariwisata global mengalami pergeseran signifikan dari *mass tourism* menuju *experience-based tourism*, di mana wisatawan tidak lagi sekedar mengonsumsi produk wisata tetapi juga mencari pengalaman autentik, partisipatif, dan berbasis interaksi dengan komunitas lokal. Konsep ini menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam menciptakan nilai pengalaman wisata. Namun demikian, implementasinya di negara berkembang masih menghadapi tantangan utama berupa belum terintegrasinya pelaku ekonomi lokal ke dalam rantai nilai pariwisata secara sistematis. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara khusus, pariwisata berkelanjutan berpotensi menjadi sumber daya ekonomi penting untuk pembangunan regional apabila

direncanakan secara sinergis (Lapian et al., 2025). Pengembangan pariwisata nasional harus terus menjunjung tinggi karakteristik masyarakat Indonesia, terutama kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal masyarakat setempat (Kartika & Mudana, 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, pengembangan pariwisata tidak hanya berfokus pada destinasi wisata berskala besar, tetapi juga mengarah pada pengembangan desa wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya lokal, baik sumber daya alam, budaya, maupun kreativitas masyarakat.

Di tingkat nasional, pengembangan desa wisata menjadi salah satu strategi prioritas dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat (*community-based tourism*). Pemerintah Indonesia secara aktif mendorong penguatan desa wisata melalui berbagai program seperti pengembangan BUMDes, digitalisasi pariwisata, dan pemberdayaan UMKM. Pengembangan desa wisata dipandang sebagai salah satu strategi pembangunan ekonomi berbasis masyarakat yang mampu

meningkatkan pendapatan dan kemandirian masyarakat pedesaan. Pengembangan desa wisata dapat menjadi strategi pemberdayaan masyarakat karena mampu menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat karena mampu menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat lokal melalui aktivitas wisata berbasis komunitas (Nabila & Irawan, 2024). Konsep pengembangan desa wisata saat ini banyak mengadopsi pendekatan *community based tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Dalam pendekatan ini, masyarakat lokal menjadi aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, hingga evaluasi kegiatan pariwisata sehingga manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat setempat. Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan masyarakat lokal dapat memperkuat identitas destinasi sekaligus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas pariwisata (Ermayanti et al., 2024). Desa wisata dapat dipahami sebagai bentuk pengembangan pariwisata yang memadukan komponen akomodasi, atraksi wisata, serta fasilitas pendukung lainnya yang diselenggarakan dalam kehidupan masyarakat setempat yang masih melekat dengan sistem sosial dan tradisi budaya lokal (Ahsani et al., 2018). Desa wisata mengutamakan konsep pengembangan dan pemberdayaan masyarakat yang berasal dari potensi yang dimiliki sehingga pelayanannya diwujudkan dengan menyuguhkan keindahan alam, budaya, dan adat istiadat yang ada di desa tersebut. Desa wisata merupakan representasi wilayah pedesaan yang menampilkan autentisitas desa melalui tata ruang, karakter arsitektur, serta kehidupan sosial budaya masyarakatnya, sekaligus mampu menyediakan berbagai fasilitas pendukung pariwisata seperti akomodasi, kuliner lokal, produk cinderamata, dan beragam atraksi wisata (Hanafi, 2024). Penerapan rencana pembangunan lokal semestinya dapat meningkatkan kapasitas masyarakat setempat, untuk itu diperlukan adanya peran pemerintah dalam hal memberi kebijakan (Wijaya et al., 2022). Pengembangan desa wisata menekankan pada pentingnya keberlanjutan lingkungan, pelestarian budaya lokal, serta peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi berbasis pariwisata.

Desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai media pemberdayaan masyarakat melalui penguatan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan pemanfaatan potensi alam. Salah satu elemen penting dalam pengembangan desa wisata adalah keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pengembangan desa wisata dapat menjadi strategi untuk memperluas pasar UMKM lokal karena mampu meningkatkan akses pasar dan memperkuat promosi produk lokal kepada wisatawan (Mastuki et al., 2025). Dalam konteks tersebut, UMKM berperan sebagai penyedia berbagai produk dan layanan yang mendukung aktivitas pariwisata seperti kuliner lokal, kerajinan tangan, *homestay*, transportasi lokal, hingga jasa

wisata. Pemberdayaan UMKM dalam desa wisata tidak hanya melestarikan nilai budaya lokal, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat melalui pengembangan produk wisata berbasis komunitas (Ginting et al., 2025). Secara nasional, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sebagian besar tenaga kerja. Dalam konteks desa wisata, keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya dan identitas lokal melalui produk-produk khas daerah. UMKM memiliki potensi signifikan untuk mendukung pariwisata berkelanjutan di desa wisata, namun berbagai tantangan masih membatasi potensi ini. Infrastruktur yang tidak memadai termasuk jalan yang rusak dan akses internet yang terbatas pada akhirnya semakin membatasi akses pasar (Zahro & Hartiningsih, 2025). Pengembangan UMKM merupakan salah satu strategi utama dalam mendorong perekonomian masyarakat lokal, khususnya pada wilayah berbasis desa wisata. Perkembangan UMKM seiring dengan perkembangan teknologi informasi (Rofieq et al., 2018). UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Dalam konteks desa wisata, keberadaan UMKM memiliki fungsi strategis sebagai penyedia amenities, produk cinderamata, kuliner lokal, jasa *homestay*, serta berbagai layanan pendukung aktivitas wisata lainnya. Pemberdayaan UMKM dalam sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat ekonomi lokal di kawasan desa wisata (Aisyah et al., 2022).

Kinerja usaha mikro dapat dilihat dari kemampuannya untuk menciptakan proses yang efektif dan efisien dalam menghasilkan produk (Radyanto & Prihastono, 2020). Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan UMKM pendukung pariwisata masih menghadapi berbagai permasalahan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kelemahan utama UMKM di sektor pariwisata meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan inovasi produk, serta lemahnya kelembagaan dan jejaring kolaboratif. Selain itu, aspek legalitas usaha, pengelolaan keuangan, dan akses legalitas usaha, pengelolaan keuangan, dan akses pasar. Selain itu, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah serta minimnya pendampingan yang berkelanjutan juga menjadi kendala yang harus dihadapi. (Hasbullah et al., 2014). Program pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital dan peningkatan kapasitas usaha terbukti mampu meningkatkan daya saing produk lokal dalam sektor pariwisata desa (Onibala et al., 2025). Tantangan lainnya adalah rendahnya kesadaran lingkungan di kalangan UMKM sehingga mengurangi daya tarik desa wisata sebagai suatu destinasi yang berkelanjutan. Padahal praktik ramah lingkungan dapat menciptakan nilai tambah dan daya tarik bagi

wisatawan yang semakin peduli terhadap isu berkelanjutan (Primadona & Rustiarini, 2024). Salah satu inovasi kebijakan utama yang muncul sebagai respons terhadap tantangan-tantangan yang ada adalah pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yakni mekanisme kelembagaan yang dirancang untuk mendukung inisiatif ekonomi tingkat desa (El Anshori & Enceng, 2024). Lembaga tersebut diharapkan tidak hanya menghasilkan pendapatan daerah tetapi juga memperkuat ketahanan kelembagaan dan mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak dapat dilakukan secara mandiri oleh pelaku usaha, tetapi membutuhkan pendampingan yang terstruktur dan berkelanjutan. Pendampingan UMKM merupakan proses pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan, konsultasi bisnis, fasilitasi akses pasar, serta penguatan jejaring usaha. Model pendampingan yang efektif umumnya melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, akademisi, dunia usaha, komunitas, dan lembaga pendamping dalam suatu kolaborasi yang dikenal sebagai pendekatan *pentahelix*. Di sisi lain, pengembangan desa wisata juga memerlukan strategi pengembangan UMKM yang terintegrasi dengan pengelolaan pariwisata desa. Pengembangan desa wisata sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan lokal, inovasi digital, peningkatan kapasitas pelaku usaha, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan. Keberhasilan pemberdayaan UMKM di desa wisata sangat dipengaruhi oleh sinergi antara pemerintah desa, organisasi masyarakat, serta kelompok usaha lokal dalam mengelola kegiatan ekonomi berbasis wisata (Ermawati & Pujiyanto, 2021).

Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis desa wisata. Salah satu desa yang mulai berkembang sebagai destinasi wisata adalah Desa Wisata Sungai Langka yang memiliki berbagai potensi seperti alam, wisata edukasi, serta produk-produk UMKM lokal yang berpotensi menjadi daya tarik bagi wisatawan. Keberadaan UMKM di desa ini menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas pariwisata, terutama dalam penyediaan produk kuliner, kerajinan, dan layanan wisata lainnya. Desa Wisata Sungai Langka memiliki potensi unggulan berupa wisata berbasis perkebunan kakao, kerajinan sulam jelujur, serta produk olahan pangan lokal. Akan tetapi, potensi tersebut belum dikelola secara optimal. Pengelolaan desa wisata dan UMKM masih bersifat sporadis, belum terintegrasi, dan minim strategi pemasaran. Para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik dari pemerintah, perguruan tinggi, swasta, maupun *Non-Government Organization* (NGO) memiliki peran penting dalam membantu pengembangan UMKM dan desa wisata. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya suatu model pendampingan yang mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM sekaligus

mengintegrasikan kegiatan usaha dengan pengembangan desa wisata secara berkelanjutan. Penerapan model pendampingan yang terintegrasi dapat memperkuat kapasitas pelaku UMKM dan pengelola desa wisata secara berkelanjutan. Hal ini berpotensi mempercepat perkembangan sosial ekonomi masyarakat desa sekaligus meningkatkan kualitas dan kuantitas pembangunan desa di berbagai bidang, dengan tetap mempertahankan keunggulan dan identitas lokal yang menjadi ciri khas desa tersebut (Sihombing, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model pendampingan UMKM pendukung pariwisata berbasis desa wisata di Desa Wisata Sungai Langka. Pada penelitian sebelumnya oleh Sari et al. (2019), model dirancang dengan menggunakan pendekatan pendampingan terintegrasi berbasis pelatihan dan fasilitas usaha di mana masih berfokus pada peningkatan kapasitas produksi dan manajemen UMKM. Sehingga, model yang dihasilkan belum mengintegrasikan UMKM ke dalam ekosistem pariwisata dan tidak menekankan pada *experience-based tourism*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rofieq et al., 2018), model yang dihasilkan berbasis inkubasi bisnis dan pengembangan *start-up* UMKM di mana hanya berfokus pada kewirausahaan dan inovasi usaha. Sehingga, pendekatan masih sektoral atau UMKM-centered dan belum mengaitkan UMKM dengan *value chain* pariwisata desa. Berbeda dengan model sebelumnya, penelitian ini merancang model berbasis ekosistem pariwisata yang mengintegrasikan UMKM ke dalam atraksi wisata, amenitas, promosi digital, dan kelembagaan desa wisata dengan menggunakan pendekatan *gap analysis*. Dengan demikian, model ini tidak hanya meningkatkan kapasitas UMKM, tetapi juga mentransformasikan peran UMKM dari *product-oriented* menjadi *experience provider* dalam destinasi wisata.

Model yang dikembangkan diharapkan mampu menjawab kebutuhan integrasi UMKM dalam ekosistem pariwisata, memperkuat tata kelola kelembagaan, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan. Model ini merupakan model pendampingan berbasis ekosistem terintegrasi yang menggabungkan 4 (empat) komponen utama secara simultan yakni peningkatan kapasitas SDM, penguatan produk berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), digitalisasi dan *branding*, dan penguatan kelembagaan kolaboratif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung parsial, model ini bersifat sistemik dan holistik. Penelitian ini secara spesifik dikembangkan pada desa wisata rintisan yang memiliki karakteristik kelembagaan belum matang, integrasi antar sektor masih rendah, dan ketergantungan pada pendampingan eksternal yang masih tinggi. Hal ini menjadikan model lebih adaptif dan kontekstual dibandingkan dengan model umum

yang biasanya diterapkan pada UMKM perkotaan atau desa wisata maju.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam bentuk model pendampingan UMKM berbasis ekosistem pariwisata yang bersifat integratif dan kontekstual. Berbeda dengan model pendampingan sebelumnya yang cenderung sektoral, model ini mengintegrasikan kapasitas SDM, penguatan produk berbasis pengalaman, digitalisasi, dan kelembagaan dalam satu kerangka sistematis. Selain itu, model ini dikembangkan secara spesifik pada konteks desa wisata rintisan, sehingga lebih adaptif terhadap kondisi riil di lapangan dan memiliki potensi replika pada wilayah dengan karakteristik serupa.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus terapan (*applied case study*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model pendampingan UMKM yang kontekstual, berbasis pada kebutuhan riil di lapangan, serta sesuai dengan karakteristik Desa Wisata Sungai Langka sebagai desa wisata rintisan.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi partisipatif, wawancara mendalam, *focus group discussion* (FGD), dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan secara bertahap yakni pra-pendampingan (identifikasi kondisi eksisting), saat pendampingan berlangsung, dan pasca intervensi (evaluasi). Hasil penelitian sementara dikonfirmasi kembali kepada informan (aparatur desa Sungai Langka, pelaku UMKM, dan Pokdarwis) untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan kondisi riil di lapangan.

Penelitian ini bersifat *research and development* skala terapan, yang dimodifikasi dari model pengembangan terapan dalam konteks pemberdayaan masyarakat dengan tahapan: (1) Identifikasi kondisi eksisting dan analisis gap; (2) Perancangan model pendampingan; (3) Pengembangan intervensi; (4) Implementasi model; (5) Evaluasi dan penyempurnaan model; (6) Finalisasi model dan replikasi. Proses ini melibatkan informan dari unsur pentahelix yang meliputi pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta diperkuat dengan *member check* dan *peer debriefing*. Pendekatan ini memungkinkan model yang dihasilkan bersifat kontekstual, adaptif, dan berbasis kebutuhan riil di lapangan.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil asesmen awal di Desa Wisata Sungai Langka menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) antara kondisi eksisting dengan kondisi ideal berjalannya desa wisata berbasis ekosistem UMKM. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan gap analysis berbasis 5 (lima) indikator utama pengembangan desa wisata yakni daya tarik (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenities (*amenities*), promosi (*promotion*), dan pelaku. Hasil analisis menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada ketiadaan potensi desa, melainkan pada belum terintegrasinya UMKM ke dalam ekosistem pariwisata desa secara sistematis. UMKM masih berperan sebagai unit produksi yang menjual produk secara terpisah dari aktivitas wisata, sehingga belum mampu memberikan pengalaman wisata yang terintegrasi bagi wisatawan. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa banyak UMKM di desa wisata masih berorientasi pada produksi barang dan belum berperan sebagai bagian dari atraksi wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*). Fenomena tersebut diperkuat oleh penelitian Zahro & Hartiningsih (2025) yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan konsep pariwisata berkelanjutan melalui inovasi produk, digitalisasi, serta peningkatan kapasitas pelaku usaha. Tanpa integrasi antara UMKM dan aktivitas wisata, potensi ekonomi desa wisata tidak dapat berkembang secara optimal.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa salah satu permasalahan utama UMKM di Desa Wisata Sungai Langka adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan strategi promosi. Promosi masih dilakukan secara sporadis dan belum memanfaatkan *platform* digital secara maksimal. Kondisi ini mengakibatkan rendahnya visibilitas desa wisata dan produk UMKM di pasar yang lebih luas. Permasalahan tersebut sejalan dengan penelitian Rofieq et al. (2018) yang menunjukkan bahwa UMKM sering menghadapi kendala dalam pemasaran digital, pengemasan produk, serta manajemen usaha sehingga membutuhkan pendampingan melalui pelatihan, *workshop*, dan kegiatan penguatan kapasitas usaha. Selain itu, aspek kelembagaan juga menjadi faktor penting dalam pengembangan desa wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koordinasi antar pemangku kepentingan di Desa Wisata Sungai Langka masih bersifat parsial dan belum terintegrasi dalam suatu sistem pengelolaan yang jelas. Kondisi ini menyebabkan program pengembangan UMUM dan pariwisata berjalan secara sektoral. Hal ini sesuai dengan konsep *community based tourism* (CBT) yang menekankan bahwa keberhasilan desa wisata sangat bergantung pada partisipasi masyarakat serta kolaborasi antar lembaga dalam pengelolaan pariwisata.

Tabel 1. Matriks Gap Pengembangan UMKM Pendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata di Desa Wisata Sungai Langka

Indikator	Kondisi Eksisting	Kondisi Ideal	Gap Utama	Dampak
Daya Tarik (<i>attraction</i>)	UMKM belum terintegrasi dalam paket wisata	UMKM menjadi bagian atraksi berbasis pengalaman	Tidak ada paket wisata terstruktur	Wisatawan tidak memiliki pengalaman terpadu
Amenitas	<i>Homestay</i> belum memiliki SOP, sanitasi terbatas	<i>Homestay</i> berbasis budaya dengan SOP	Tidak ada standar layanan	Kualitas layanan belum kompetitif
Aksesibilitas Informasi	Informasi terbatas, belum terdigitalisasi	Informasi tersedia di media sosial dan <i>marketplace</i>	Literasi digital rendah	Jangkauan pasar terbatas
Promosi	Promosi sporadis dan tidak konsisten	<i>Branding</i> desa wisata terpadu	Tidak ada strategi digital <i>marketing</i>	<i>Brand awareness</i> rendah
Pelaku dan Kelembagaan	Koordinasi parsial antar <i>stakeholder</i>	Kolaborasi sistematis dalam ekosistem wisata	Sinergi belum optimal	Program berjalan sektoral

Sumber: Hasil penelitian.

Matriks *gap* di atas menunjukkan bahwa masalah utama yang ada di Desa Wisata Sungai Langka bukanlah pada ketiadaan potensi, namun pada rendahnya integrasi sistematis antar komponen ekosistem pariwisatanya. UMKM masih berperan sebagai unit produksi, belum sebagai *experience*

provider dalam destinasi wisata. Hal ini semakin menguatkan bahwa pendekatan sektoral tidak efektif untuk desa wisata rintisan, sehingga dibutuhkan model berbasis ekosistem. Berdasarkan *gap analysis* yang telah dilakukan, dirumuskan intervensi pendampingan sebagai berikut.

Tabel 2. Intervensi Model Pendampingan UMKM Pendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata di Desa Wisata Sungai Langka

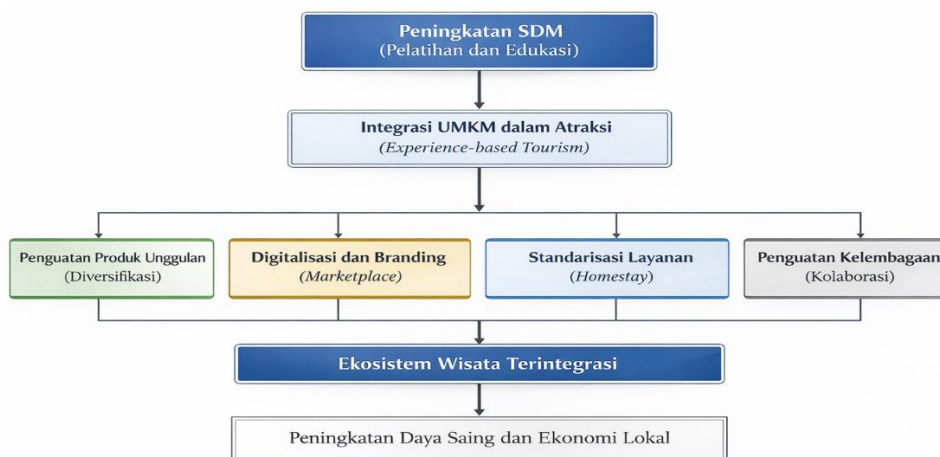
Gap Strategis	Intervensi	Output	Outcome
Atraksi belum terstruktur	Pelatihan penyusunan paket wisata	<i>Draft itinerary</i> dan <i>costing</i>	Integrasi UMKM dalam atraksi
Standar <i>homestay</i> belum ada	Pelatihan manajemen <i>homestay</i> berbasis budaya	SOP <i>homestay</i> sederhana	Peningkatan kualitas amenities
Promosi digital lemah	Pelatihan <i>marketplace</i> dan digital <i>marketing</i>	Akun media sosial aktif	Peningkatan visibilitas
SDM kependamuan terbatas	Pelatihan bahasa Inggris dan teknik <i>guiding</i>	Pemandu lokal terlatih	Peningkatan kualitas layanan
Koordinasi parsial	FGD dan penyusunan rencana aksi	Dokumen rencana aksi	Penguatan kelembagaan

Sumber: Hasil penelitian

Model pendampingan UMKM pendukung pariwisata berbasis desa wisata di Desa Wisata Sungai Langka dihasilkan melalui beberapa tahapan, yaitu edukasi, pelatihan, dan pendampingan intensif. Berdasarkan hasil analisis gap tersebut, penelitian ini merumuskan model pendampingan UMKM berbasis ekosistem pariwisata yang meliputi 4 (empat) komponen utama, yaitu peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan produk wisata berbasis pengalaman, digitalisasi dan *branding*, serta penguatan kelembagaan kolaboratif. Model ini dirancang melalui tahapan edukasi, pelatihan, dan pendampingan intensif kepada pelaku UMKM dan pengelola desa wisata. Pendekatan ini sejalan dengan

penelitian Radyanto & Prihastono (2020) yang menekankan bahwa pendampingan UMKM yang efektif harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam suatu sistem kolaboratif atau pentahelix, yang terdiri dari pemerintah, akademisi, sektor bisnis, komunitas, dan lembaga pendampung. Sinergi antar unsur tersebut menjadi faktor penting dalam menciptakan keberlanjutan usaha serta meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan analisis *gap* dan rumusan intervensi, maka model pendampingan UMKM berbasis desa wisata yang dihasilkan adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Model Pendampingan UMKM Pendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata di Desa Wisata Sungai Langka

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi posisi strategis UMKM pendukung pariwisata dalam ekosistem desa wisata serta merumuskan strategi yang dapat dilakukan sebagai penguat internal dan eksternal. Analisis SWOT sebagai penguat model pendampingan akan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Matriks SWOT UMKM Pendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Memiliki produk khas yakni sulam julujur, olahan kakao, dan keripik	UMKM masih dalam skala mikro dengan modal yang terbatas	Tren pariwisata berbasis pengalaman (<i>experience tourism</i>)	Persaingan dengan desa wisata lain
Modal sosial masyarakat yang sudah cukup kuat	Literasi digital yang masih rendah	Dukungan kebijakan desa wisata nasional	Ketergantungan pada kunjungan musiman
Adanya dukungan dari pemerintah desa	Belum memiliki standar layanan <i>homestay</i>	Pertumbuhan <i>platform</i> digital dan <i>marketplace</i>	Perubahan preferensi wisatawan
Memiliki potensi wisata agro dan budaya	Koordinasi antar kelembagaan yang belum sistematis	Lokasi yang berdekatan dengan Bandar Lampung (akses pasar regional)	Keterbatasan infrastruktur pendukung

Sumber: Hasil Penelitian.

Tabel 4. Matriks IFAS EFAS Model Pendampingan UMKM Pendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
STRENGTHS				
1.	Memiliki produk khas yakni sulam julujur, olahan kakao, dan keripik	0.10	4	0.40
2.	Modal sosial masyarakat yang sudah cukup kuat	0.10	4	0.40
3.	Adanya dukungan dari pemerintah desa	0.08	3	0.24
4.	Memiliki potensi wisata agro dan budaya	0.07	3	0.21
WEAKNESSES				
5.	UMKM masih dalam skala mikro dengan modal yang terbatas	0.15	2	0.30
6.	Literasi digital yang masih rendah	0.15	2	0.30
7.	Belum memiliki standar layanan <i>homestay</i>	0.18	2	0.36
8.	Koordinasi antar kelembagaan yang belum sistematis	0.17	2	0.34
TOTAL IFAS		1.00		2.55

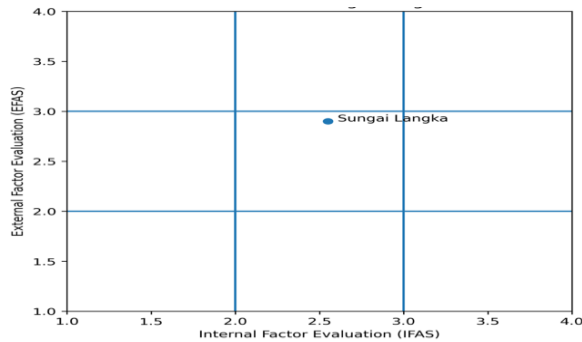
No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
OPPORTUNITIES				
1.	Tren pariwisata berbasis pengalaman (<i>experience tourism</i>)	0.15	4	0.60
2.	Dukungan kebijakan desa wisata nasional	0.12	4	0.48
3.	Pertumbuhan <i>platform</i> digital dan <i>marketplace</i>	0.13	4	0.52
4.	Lokasi yang berdekatan dengan Bandar Lampung (akses pasar regional)	0.10	3	0.30
THREATS				
5.	Persaingan dengan desa wisata lain	0.12	2	0.24
6.	Ketergantungan pada kunjungan musiman	0.12	2	0.24
7.	Perubahan preferensi wisatawan	0.13	2	0.26
8.	Keterbatasan infrastruktur pendukung	0.13	2	0.26
TOTAL EFAS		1.00		2.90

Sumber: Hasil Penelitian.

Hasil skoring IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) menunjukkan angka 2.55, hal ini menjelaskan kondisi internal berada pada kategori sedang menuju kuat. Sedangkan hasil skoring EFAS (*External Factor Analysis Summary*) yakni 2.90 menunjukkan bahwa peluang eksternal relatif tinggi dan mendukung strategi pertumbuhan. Berdasarkan model yang telah dibentuk dan analisis SWOT yang telah dilakukan, maka strategi penguatan model yang dapat diformulasikan adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Formulasi Strategi Penguatan Model

	Strengths	Weakness
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan paket wisata berbasis <i>workshop</i> sulam dan tur kakao sebagai <i>experiential tourism</i> - <i>Branding</i> produk lokal sebagai identitas desa wisata - Kolaborasi promosi digital berbasis komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan digital <i>marketing</i> intensif - Pendampingan standarisasi <i>homestay</i> - Inkubasi UMKM berbasis teknologi
Threats	<ul style="list-style-type: none"> - Diferensiasi produk berbasis keunikan budaya lokal - Penguatan narasi interpretasi wisata - Diversifikasi produk untuk mengurangi resiko musiman 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembentukan unit kelembagaan khusus UMKM - Penyusunan SOP dan sistem monitoring - Kemitraan dengan <i>travel agent</i> dan pemerintah daerah



Gambar 3. Internal-External (IE) Matrix Desa Wisata Sungai Langka

Dari hasil analisis SWOT di atas, model pendampingan yang telah dibuat memiliki dasar strategis yang kuat karena tidak hanya berbasis gap internal, tetapi juga mempertimbangkan dinamika eksternal sehingga menghasilkan strategi yang adaptif dan berkelanjutan. Hasil analisis SWOT menunjukkan Desa Wisata Sungai Langka berada pada posisi strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dimana kondisi ini menunjukkan bahwa peluang eksternal relatif besar dan dapat dimanfaatkan melalui penguatan kelemahan internal, khususnya pada aspek digitalisasi, standarisasi layanan, dan penguatan kelembagaan. Oleh karena itu, model pendampingan berbasis ekosistem yang dirumuskan menjadi relevan sebagai strategi akseleratif untuk meningkatkan integrasi UMKM dengan rantai nilai pariwisata desa.

Hasil penelitian menunjukkan adanya transformasi peran UMKM dari sekedar penyedia produk (*product-oriented*) menjadi penyedia pengalaman (*experience-oriented*). Pergeseran ini tidak terjadi secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh perubahan preferensi wisatawan global yang semakin menekankan aspek emosional, partisipatif, dan autentik dalam konsumsi wisata. Secara teoritis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *experience economy* yang dikemukakan oleh Pine & Gilmore (2011), di mana nilai ekonomi tidak lagi bertumpu pada produk atau jasa semata, tetapi pada pengalaman yang mampu menciptakan keterlibatan emosional. Dalam konteks desa wisata, UMKM tidak hanya menjual barang (keripik dan kain sulam), tetapi mengemasnya menjadi aktivitas seperti *workshop*, demonstrasi, atau tur edukatif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zahro & Hartiningsih (2025) yang menekankan bahwa keberhasilan desa wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi inovasi berbasis pengalaman. Namun, berbeda dengan penelitian tersebut yang bersifat konseptual, penelitian ini menunjukkan mekanisme konkret transformasi, yaitu melalui pendampingan berbasis ekosistem yang mengintegrasikan pelatihan, digitalisasi, dan kelembagaan. Dengan adanya model pendampingan ini, terdapat pergeseran dengan adanya pendekatan *experience-based tourism* dimana *workshop* sulam sejalan menjadi atraksi yang edukatif, demo pengolahan keripik dapat menjadi bagian dari paket wisata, dan kebun kakao dapat menjadi wisata

agro-edukasi. Transformasi ini menjadi penting karena wisatawan modern tidak hanya sekedar mencari produk fisik, melainkan juga mencari pengalaman yang autentik. Hasil observasi menunjukkan bahwa literasi digital para pelaku UMKM masih rendah, setelah dilakukannya intervensi dapat terlihat adanya peningkatan kesadaran *branding* dan pemasaran digital. Namun, digitalisasi ini bukanlah solusi tunggal karena tanpa adanya integrasi kelembagaan, promosi tetap tidak akan berjalan. Keberhasilan model akan sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan Pokdarwis, dukungan aparatur pemeritahan desa, dan keterlibatan UMKM dalam pengambilan keputusan. Model yang berbasis ekosistem ini hanya akan efektif jika terdapat koordinasi multi-stakeholder yang konsisten.

Transformasi menuju *experience-oriented tourism* memiliki implikasi psikologis yang signifikan terhadap wisatawan di mana keterlibatan langsung dalam aktivitas seperti *workshop* sulam atau pengolahan keripik menciptakan pengalaman yang bersifat *immersive*. Wisatawan tidak hanya menjadi penonton, tetapi pelaku aktif. Hal ini meningkatkan *emotional attachment* terhadap destinasi. Pengalaman berbasis aktivitas menghasilkan memori episodik yang lebih kuat dibandingkan konsumsi produk pasif. Wisatawan cenderung lebih mengingat pengalaman “melakukan” dibanding “membeli”. Interaksi langsung dengan masyarakat lokal meningkatkan persepsi autentisitas yang merupakan faktor kunci dalam pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*). Hal ini sejalan dengan penelitian Ermayanti et al. (2024), yang menekankan bahwa pengalaman berbasis komunitas memperkuat identitas destinasi.

Hasil observasi menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dan pengelola desa wisata setelah tahapan-tahapan tersebut selesai. Pelatihan pengemasan produk dan pemasaran digital mampu meningkatkan kualitas tampilan produk UMKM serta memperluas jangkauan pasar. Produk sulam sejalan dan olahan pangan lokal mengalami peningkatan nilai jual. Selain itu, pelatihan manajemen *homestay* berbasis budaya mendorong masyarakat untuk menyiapkan akomodasi wisata yang layak dan bernuansa lokal. Pelatihan kependidikan wisata dan bahasa inggris dasar meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam berinteraksi dengan wisatawan. Keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh rangkaian kegiatan menunjukkan peningkatan pada partisipasi dan rasa memiliki terhadap pengembangan desa wisata. Temuan ini menegaskan bahwa model pendampingan terpadu mampu mendorong penguatan UMKM dan keberlanjutan desa wisata.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang melihat pendampingan sebagai intervensi parsial, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi sangat bergantung pada integrasi kelembagaan, koordinasi antar *stakeholder*, dan

pendampingan berkelanjutan. Tanpa kelembagaan yang kuat, transformasi menuju *experience-oriented tourism* cenderung tidak berkelanjutan. Hal ini menjelaskan mengapa banyak desa wisata gagal berkembang meskipun memiliki potensi besar. Temuan ini memperluas hasil penelitian Radyanto & Prihastono (2020), yang menekankan pentingnya sistem pendampingan berbasis manajemen kinerja dengan menambahkan dimensi ekosistem pariwisata.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pergeseran dari *product-oriented* ke *experience-oriented* tidak hanya merupakan adaptasi terhadap tren global pariwisata, tetapi juga menjadi strategi fundamental dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi dan keberlanjutan desa wisata. Transformasi ini berdampak signifikan terhadap pengalaman wisatawan melalui peningkatan keterlibatan emosional dan persepsi autentisitas, serta terhadap masyarakat lokal melalui diversifikasi pendapatan, penguatan modal sosial, dan integrasi dalam rantai nilai pariwisata. Dibandingkan dengan model pendampingan sebelumnya yang bersifat sektoral, pendekatan berbasis ekosistem yang dikembangkan dalam penelitian ini terbukti lebih efektif dalam mendorong transformasi struktural UMKM dalam konteks desa wisata rintisan. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori dengan menunjukkan bahwa transformasi UMKM dalam desa wisata tidak cukup melalui *capacity building* saja, tetapi diperlukan *reframing* peran UMKM sebagai *experience provider* sehingga pendampingan harus bersifat integratif, berbasis ekosistem, dan berorientasi pada pengalaman. Dengan demikian penelitian ini mengisi *gap* antara teori *experience economy*, praktik pendampingan UMKM, dan implementasi *community-based tourism*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model pendampingan berbasis ekosistem pariwisata memiliki potensi besar dalam meningkatkan integrasi UMKM dengan rantai pariwisata desa. Model ini tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM tetapi juga memperkuat struktur kelembagaan dan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Dengan demikian, pendekatan pendampingan berbasis ekosistem dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

E. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM pendukung pariwisata di Desa Wisata Sungai Langka tidak terhambat oleh keterbatasan potensi, melainkan oleh belum terintegrasinya komponen ekosistem pariwisata secara sistematis. Hasil *gap analysis* menegaskan adanya kesenjangan utama pada aspek integrasi atraksi, standar amenities, promosi digital, dan kelembagaan, yang menyebabkan UMKM masih berorientasi pada produk (*product oriented*) dan belum berperan sebagai penyedia pengalaman wisata (*experience provider*).

Melalui pendekatan *Research and Development* (R&D), penelitian ini berhasil merumuskan model pendampingan berbasis ekosistem pariwisata yang terdiri atas 4 (empat) komponen utama, yaitu peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan produk berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), digitalisasi dan *branding*, serta penguatan kelembagaan kolaboratif. Model ini terbukti mampu mendorong transformasi peran UMKM dari sekedar unit produksi menjadi bagian integral dari atraksi wisata, sehingga menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik dan bernilai tambah.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pergeseran dari *product-oriented* ke *experience-oriented* memberikan dampak signifikan, baik secara psikologis maupun ekonomi. Bagi wisatawan, pendekatan berbasis pengalaman meningkatkan keterlibatan emosional, persepsi autentisitas, serta kepuasan dan loyalitas terhadap destinasi. Sementara itu, bagi masyarakat lokal, transformasi ini mendorong diversifikasi sumber pendapatan, memperpanjang rantai nilai pariwisata, serta memperkuat modal sosial dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian tentang *experience economy* dalam konteks desa wisata dengan menunjukkan bahwa nilai keberhasilan implementasi tidak hanya bergantung pada inovasi produk, tetapi pada integrasi sistemik antar *stakeholder* dalam ekosistem pariwisata. Secara praktis, model yang dikembangkan memberikan kerangka aplikatif bagi pengembangan desa wisata rintisan, khususnya dalam mengintegrasikan UMKM ke dalam rantai nilai pariwisata secara berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan pendampingan berbasis ekosistem yang integratif, kolaboratif, dan berorientasi pengalaman merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekonomi desa wisata. Model ini memiliki potensi untuk direplikasi pada desa wisata dengan karakteristik serupa, dengan penyesuaian terhadap konteks lokal dan kapasitas sumber daya yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsani, R. D. P., Suyaningsih, O., Ma'rifah, N., & Aerani, E. (2018). Penerapan konsep *community based tourism* (CBT) di desa wisata candirejo borobudur mewujudkan kemandirian desa. *Publisia (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 3(2), 135–146.
- Aisyah, H., Puspita, S., & Yanto, G. (2022). MSME empowerment in the tourism sector as an effort to improve the economy of the thematic village community Padang City History Tourism. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 278–283.
- El Anshori, Y. T., & Enceng, E. (2024). Empowering

- Rural Tourism through BUMDes Innovation: An Exploratory Study in Klaten Regency. *Advances in Tourism Studies*, 2(3), 92–103.
- Ermawati, Y., & Pujiyanto, P. (2021). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis PKK di Desa Wisata Sekapuk Kabupaten Gresik. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(3), 886–912.
- Ermayanti, E., Rahman, F., & Irwandi, A. (2024). Community-based tourism development and commodification in Sarugo Tourism Village. *Humaniora*, 15(2), 149–160.
- Ginting, J. E. G. B., Putri, A. S., Nayoan, R. A., Adji, Y. B., & Nafi'ah, B. A. (2025). Model Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Pada Sektor UMKM di Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(2), 936–948.
- Hanafi, M. (2024). Community based tourism dalam pengembangan desa wisata di Magelang. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 95–112.
- Hasbullah, R., Surahman, M., Yani, A., Almada, D. P., & Faizaty, E. N. (2014). Model pendampingan UMKM pangan melalui inkubator bisnis perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 19(1), 43–49.
- Kartika, N. M. A. W., & Mudana, I. G. (2023). Implementation of sustainable tourism at Ketapang Beach Lampung. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(3), 201–210.
- Lapian, A. L. C. P., Walewangko, E. N., & Mandagie, Y. (2025). Enhancing Local Community Welfare through the Resilience of Marine Ecotourism Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Likupang Special Economic Zone, North Minahasa Regency. *SOSIOEDUKASI: JURNAL ILMIAH ILMU PENDIDIKAN DAN SOSIAL*, 14(4), 4393–4414.
- Mastuki Mastuki, Anita Asnawi, Galuh Ajeng Ayuningtyas, & Andry Herawati. (2025). Expansion of Local Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Market Through the Development of Tourism Villages. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 2(3), 199–209. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i3.539>
- Nabila, P., & Irawan, E. (2024). The Role of the Tourism Sector in Improving the Local Community's Economy in the Moyo Island Tourism Village, Sumbawa Regency. *Escalate: Economics and Business Journal*, 1(03), 135–151.
- Onibala, N., Kaparang, V., Putri, A. P., & Alhasni, R. A. (2025). Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises in Budo Tourism Village, North Minahasa Regency: Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Wisata Budo Kabupaten Minahasa Utara. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(4), 1099–1108.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- Primadona, I. A. L., & Rustiarini, N. W. (2024). Challenges and benefits of implementing corporate social responsibility in MSMEs. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 2(1), 47–53.
- Radyanto, M. R., & Prihastono, E. (2020). Pengembangan Sistem Pendampingan Usaha Berkelanjutan Bagi UMKM Berbasis Sistem Manajemen Kinerja. *Opsi*, 13(1), 17–24.
- Rofieq, M., Permatasari, D., & Farida, L. (2018). Model pendampingan umkm bidang kerajinan menjadi start-up sukses di Kota Malang. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(2), 1–8.
- Sari, Y. P., Farida, I., & Hetika, H. (2019). Model pendampingan UMKM pengolahan hasil laut dengan metode pendekatan pendampingan terintegrasi. *Monex: Journal of Accounting Research-Politeknik Harapan Bersama Tegal*, 8(1), 293–302.
- Sihombing, N. L. N. (2018). Model Pendampingan UKM di Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Sembadha*, 1, 84–90.
- Wijaya, A. A. M., Basir, M. A., & Lawelai, H. (2022). Community Based Tourism in The Development of Sustainable Tourism in Baubau City. *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, 1(1), 28–38.
- Zahro, Y., & Hartiningsih, S. (2025). Strategies for Empowering Small and Medium Enterprises to Promote Sustainable Tourism in Tourist Villages: A Systematic Literature Review. *Global Economic, Social, and Development Review*, 29(1), 29–40.