

OPTIMASI COMMUNITY BASED TOURISM DAN PENGUATAN UMKM BERBASIS ONE VILLAGE ONE PRODUCT UNTUK MENGEMBANGKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DESA BANYUANYAR BOYOLALI

Dina Rahmasari, Kenny Reyza Feranda, Tifani Rizki Dianisa, Merinda Putri Dewi, Yundha Rachmawati, Aditya Wisnu, Fitri Wulandari, Manda Ardianingrum, Putri Balqis Salsabila, Tsabbita Ahmilul Husna, Akri Winarto, Akhmad Faahim Fannani, Kadek Merry Parwati, Kharisma Mayang Puspita, Muhammad Rustamaji, Rysca Indreswari
Universitas Sebelas Maret
dinarahma22@student.uns.ac.id

Abstract

The establishment of Banyuanyar Village as a tourism village is a form of realization of the mandate contained in the 2020-2024 RPJMN. The designation, which was made two years ago, has not yet provided significant income generation due to the absence of tourist destinations as leverage for tourist visits and the limited scale of production and marketing of UMKMs because they do not yet have business legality. Based on these problems, the PPK Ormawa KSP "Principium" Team as a service team collaborated with Banyuanyar Village to formulate a solution in the form of community service and empowerment through the initiation of the development of Barendo Coffee Land and Nature Camp as a superior icon that aims to attract tourist visits and institutional strengthening of tourism village managers and UMKMs based on one village one product (OVOP) through training in business legality, tourism management, and online marketing. The service and empowerment method applied is Participatory Rural Appraisal (PRA) by emphasizing active community participation in the development of tourist villages. The results of this service and empowerment have an impact on the strengthening of the Banyuanyar tourism village management institution, the registration of business legality in the form of NIB, PIRT, and the Oveje (Omah Varian Jahe) brand in class 29, the "Omah Susu Cowboy" brand in class 29, and the NIB and service brand of the Banyuanyar Coffee Campus IKM, the construction of the Barendo Coffee Land and Nature Camp, and increased sales of UM products.

Keywords: *banyuanyar; community-based tourism; sustainable tourism; umkm*

Abstrak

Penetapan Desa Banyuanyar sebagai desa wisata merupakan bentuk perwujudan mandat yang tertuang pada RPJMN Tahun 2020-2024. Penetapan yang dilakukan dua tahun silam, ternyata belum memberikan income generating yang signifikan yang disebabkan belum adanya destinasi wisata sebagai daya ungkit kunjungan wisatawan dan terbatasnya skala produksi serta pemasaran UMKM karena belum memiliki legalitas usaha. Berdasarkan permasalahan tersebut, Tim PPK Ormawa KSP "Principium" sebagai tim pengabdian berkolaborasi dengan Desa Banyuanyar merumuskan ide solutif dalam bentuk pengabdian dan pemberdayaan Masyarakat melalui inisiasi pembangunan Barendo Coffee Land and Nature Camp sebagai icon unggulan yang bertujuan untuk menggaet kunjungan wisatawan serta penguatan kelembagaan pengelola desa wisata dan UMKM berbasis one village one product (OVOP) melalui pelatihan legalitas usaha, manajemen pengelolaan wisata, dan online marketing. Metode pengabdian dan pemberdayaan yang diterapkan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) dengan menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Hasil dari pengabdian dan pemberdayaan ini memberikan dampak pada menguatnya kelembagaan pengelola desa wisata Banyuanyar, terdapatnya legalitas usaha berupa NIB, PIRT, dan merek Oveje (Omah Varian Jahe) di kelas 29, merek "Omah Susu Cowboy" di kelas 29, serta NIB dan merek jasa IKM Kampus Kopi Banyuanyar, terbangunnya Barendo Coffee Land and Nature Camp, dan meningkatnya penjualan produk UMKM dan jumlah kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: *banyuanyar; pariwisata berbasis masyarakat; pariwisata berkelanjutan; umkm*

1. PENDAHULUAN (Introduction)

Konsep pengembangan desa wisata menjadi salah satu rangkaian perjalanan panjang dalam mewujudkan ketahanan ekonomi nasional pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Alternatif pengembangan pariwisata melalui desa wisata menekankan pada pemanfaatan potensi lokal desa beserta masyarakatnya sebagai produk atau atribut wisata yang dikemas menjadi rangkaian aktivitas yang terpadu dan bertema

(Syarifah & Rochani, 2021). Selaras dengan World Tourism Organization, pengembangan pariwisata tidak akan berarti jika tidak melibatkan masyarakat (Purnomo et al., 2020). Konteks tersebut berkaitan erat dengan konsep pariwisata berbasis masyarakat atau yang biasa disebut *Community Based Tourism* (CBT). Pemanfaatan potensi lokal desa dengan meletakkan masyarakat sebagai penggerak peningkatan pengembangan pariwisata akan berdampak pada terpenuhinya kebutuhan ekonomi dan mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan (Purnomo et al., 2020).

Mencermati Desa Banyuwangi yang telah ditetapkan sebagai desa wisata, memiliki berbagai keunggulan dalam sektor alam dan budaya. Potensi Desa Banyuwangi dipetakan menjadi potensi fisik, maupun nonfisik. Potensi fisik meliputi pertanian, perkebunan peternakan, serta budidaya lebah. Sedangkan, potensi nonfisik Desa Banyuwangi tecermin pada kesenian Campur Bawur, Jaranan, Topeng Ireng, dan berbagai lembaga sosial meliputi kelompok tani, kelompok wanita tani, kelompok seni budaya, kelompok kerajinan, kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), karang taruna, kelompok sadar wisata (pokdarwis), pengelola omah susu, pengelola omah jahe, pengelola omah kopi, Badan Usaha Milik Desa Kampung Susu (Kampus) Kopi, dan aparatur desa. Kolaborasi potensi tersebut menghasilkan berbagai produk unggulan UMKM, seperti stik sayur, keripik sayur, minuman herbal instan, teh bunga telang, nastar jahe, geplak jahe, sirup jahe, madu, pie susu, dodol jahe, yoghurt, minuman susu kemasan, bubuk kopi, dan sebagainya. Potensi pariwisata Desa Banyuwangi kemudian dikembangkan dengan model *Community Based Tourism* (CBT) yang mengelompokkan produk-produk unggulan dalam sembilan klaster atau yang disebut *one village one product* (OVOP), yakni setiap kampung memiliki produk unggulannya tersendiri. Kesembilan klaster tersebut yaitu Kampung Kuliner, Kampung Madu Lanceng dan Susu Rempah, Kampung Biofarmaka, Kampung Ekonomi Kreatif, Kampung Budaya dan Kebun Kopi, Kampung Kopi Barista, Kampung *Homestay*, Kampung Susu/Keju dan Kopi Klasik, serta Kampung Jahe dan Kopi Klasik. Dengan demikian, disandangnya status desa wisata selama hampir dua tahun oleh Desa Banyuwangi, seharusnya dapat memberikan kontribusi pada perekonomian warga (*income generating*).

Namun, pada praktiknya pengembangan desa wisata masih menemui berbagai permasalahan. Belum adanya destinasi wisata yang mampu menjadi daya ungkit kunjungan wisatawan yang masif menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya *income generating* yang diharapkan. Pada saat yang bersamaan, UMKM sebagai saka penggerak pariwisata mengalami kendala khususnya pada aspek legalitas usaha dan pemasaran yang mengakibatkan terhambatnya pengelolaan produk UMKM. Urgensi dari izin usaha bagi pelaku usaha selain sebagai suatu perlindungan hukum dan identitas diri, juga dapat memudahkan pemasaran usaha. Apabila suatu usaha telah memiliki izin, izin tersebut dapat dicantumkan dalam produk yang dimilikinya sehingga konsumen akan merasa terjamin dalam membeli produk tersebut. Selain itu, dengan mengantongi izin ini, pelaku usaha akan memiliki rasa percaya diri dalam mempromosikan usahanya karena telah terjamin legalitasnya. Adanya izin usaha akan semakin memudahkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Ketidakmampuan UMKM dalam menjangkau pasar yang luas diakibatkan ketiadaan legalitas, berimplikasi pada skala produksi yang masih terbatas.

Merespons realitas kendala yang telah terurai di atas, perlu dilakukan sinergi penguatan UMKM melalui potensi yang dimiliki Desa Banyuwang dengan sektor pariwisata. Hal ini menjadi hal yang krusial mengingat sektor pariwisata memberikan *multiplier effect* ke berbagai sektor, khususnya ekonomi kreatif. Penguatan UMKM berbasis *one village one product* diproyeksikan berdampak pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan citra suatu kawasan. Status Desa Banyuwang sebagai desa wisata perlu ditunjang dengan pemberdayaan masyarakat dengan berfokus pada optimalisasi pembangunan ekonomi melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) yang mengkolaborasikan partisipasi masyarakat, pelestarian alam dan budaya, dan ketahanan untuk pembangunan berkelanjutan yang berbentuk kemitraan masyarakat (Dolezal & Novelli, 2022).

Berdasarkan pencarian studi literatur, laman, science direct, Anjani, dan jurnal, didapatkan bahwa penelitian dan pengabdian dengan judul “Optimasi *Community Based Tourism* (CBT) dan Penguatan UMKM Berbasis *One Village One Product* untuk Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan Desa Banyuwang Boyolali” belum pernah dilakukan. Namun, penelitian dan pengabdian terkait telah banyak dilakukan seperti yang dilakukan oleh Putra Pratama Saputra dkk tahun 2023 pada kegiatan pengabdiannya yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui *Community Based Tourism* dalam Upaya Pengembangan Pariwisata di Pulau Buku Limau, Kabupaten Belitung Timur”. Hasil dari penelitian tersebut hanya berfokus untuk mendorong komunitas-komunitas lokal agar aktif terlibat secara langsung dalam pengembangan pariwisata yang dilakukan melalui penyuluhan dan pelatihan pembuatan cinderamata makrame, namun belum menyoroti pada legalitas usaha, strategi pemasaran, dan Pembangunan destinasi yang dapat menjadi magnet kunjungan wisatawan (Saputra et al., 2023). Selanjutnya, Indah Permatasari tahun 2022 dalam penelitiannya yang berjudul “Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) di Bali yang hasilnya menekankan pada peran penting masyarakat setempat, pemerintah, pemerintah daerah, maupun pengusaha pariwisata untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Namun, penelitian tersebut tidak mengulas strategi perwujudan pariwisata berkelanjutan melalui *Community Based Tourism* di Bali dalam praktiknya (Permatasari, 2022).

Penelitian lain dilakukan oleh Acep Rahmat dkk tahun 2022 yang berjudul “Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan *Community Based Tourism* di Desa Mirat Kabupaten Majalengka – Jawa Barat” yang menitikberatkan pada perlunya pembuatan program-program pelatihan berupa pemahaman mengenai pengembangan pariwisata yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap wisata, perlunya lahan untuk menyediakan atraksi sebagai daya tarik utama serta amenities yang menunjang kegiatan wisata, perlunya promosi atau branding terhadap kawasan desa wisata, analisis jenis tanaman yang akan ditanam, dan kerja sama antara masyarakat selaku pengelola destinasi wisata tersebut dengan pengembang dan pemangku kebijakan. Meski sudah memberikan perhatian secara komprehensif pada aspek pengembangan pariwisata melalui pendekatan *Community Based Tourism*, namun penelitian tersebut belum mengulas pentingnya legalitas usaha dan penguatan UMKM pada suatu pariwisata (Rahmat et al., 2022). Pengabdian lain juga dilakukan oleh Baihaqi dengan tema “Pelatihan dan Pendampingan Pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Banyumas”. Pada pengabdian ini, pengabdian berfokus pada pentingnya legalitas usaha berupa merek bagi produk UMKM di Banyumas (Baihaqi et al., 2021). Namun, tidak mengulas mengenai keterkaitan hubungan antara UMKM dan sektor pariwisata.

Oleh karena itu, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS melakukan pengabdian yang berfokus pada pengembangan ekonomi lokal melalui pariwisata berbasis masyarakat dalam mewujudkan *sustainable tourism* yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tata kelola UMKM dengan konsep *one village one product* (OVOP) melalui penguatan kelembagaan UMKM serta pembangunan *icon* unggulan berupa Barendo *Coffee Land and Nature Camp* sebagai daya tarik wisatawan. Dengan demikian, pengabdian ini diproyeksikan dapat meningkatkan *income generating* desa yang bermuara pada kesejahteraan masyarakat.

2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan kekayaan alam yang sangat indah. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa terdapat 17.001 pulau yang tersebar di 34 provinsi pada 2022 (Annur, 2023). Pulau-pulau tersebut memiliki keindahan alam yang beragam sehingga Indonesia menjadi tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan lokal maupun internasional dari seluruh dunia. Di samping itu, Indonesia juga kaya akan budaya karena memiliki 1331 kategori suku bangsa berdasarkan sensus penduduk BPS pada 2010 (Badan Pusat Statistik, 2015). Banyaknya suku bangsa tersebut berimplikasi pada beragamnya wisata budaya sebab setiap suku pasti memiliki ciri khas tersendiri. Dengan berbagai macam kekayaan tersebut, sektor pariwisata selama 10 tahun ke depan diperkirakan akan tumbuh rata-rata sebesar 10% per tahun, yakni dua kali lipat dari pertumbuhan perekonomian secara keseluruhan, yang diperkirakan akan tumbuh sebesar 5,1% (World Travel & Tourism Council, 2022). Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) terus berupaya untuk mengoptimalkan pembangunan sektor pariwisata di Indonesia.

Panduan potensi pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif yang disusun oleh Kemenparekraf/Baparekraf terbagi menjadi 4 sub-bab, yakni potensi pengembangan destinasi, pemasaran, industri, dan kelembagaan pariwisata (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Sub-bab pengembangan destinasi pariwisata menyebutkan bahwa pembangunan pariwisata harus berbasis pemberdayaan masyarakat yang utuh dan berkelanjutan. Selain itu, pada sub-bab tersebut juga dijelaskan ragam potensi pariwisata yang salah satunya ialah atensi dan sikap masyarakat terhadap kepariwisataan serta potensi wilayah pedesaan. Konteks tersebut erat kaitannya dengan konsep *Community Based Tourism* (CBT), *sustainable tourism* atau pariwisata yang berkelanjutan, dan desa wisata. *Community Based Tourism* (CBT) merupakan konsep pariwisata berbasis masyarakat yang identik dengan *sustainable tourism*. Istilah *Community Based Tourism* (CBT) muncul pada pertengahan tahun 1990-an yang didefinisikan sebagai bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan berpartisipasi dalam manajemen dan pengembangan pariwisata (Hausler, 2005). CBT yang melibatkan interaksi antara wisatawan dan masyarakat sering diterapkan pada bentuk pariwisata ‘lokal’ seperti desa wisata, yang mengutamakan penyedia

layanan dan pemasok lokal dan berfokus pada interpretasi dan komunikasi budaya dan lingkungan lokal (Asker et al., 2010). Bentuk-bentuk pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu melalui swadaya (seluruhnya dari masyarakat), kemitraan (melalui kerja sama dengan korporasi), dan pendampingan (dilakukan oleh LSM atau perguruan tinggi) (Amerta, 2017). Dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat ini, masyarakat lokal dianggap sebagai aktor utama, sebab berfokus untuk membangun dan memperkuat kemampuan organisasi masyarakat lokal sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat (Suansri, 2003). Oleh karenanya, konsep CBT dikatakan dapat mendukung pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.

Pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* merupakan hasil elaborasi dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang pertama kali diusung oleh World Commission on Environment and Development (WCED) pada 1987. Pada konsep tersebut, terdapat tiga komponen yang harus dipenuhi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan menurut Heillbronn (Tamaratika & Rosyidie, 2017), yaitu berkelanjutan secara lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya. Berkelanjutan secara lingkungan dilakukan dengan pemanfaatan sumber daya lingkungan secara optimal melalui batasan penggunaan sumber daya, mempertahankan proses ekologi, dan menjaga kelestarian serta keberadaan warisan alam dan keanekaragaman hayati pada destinasi wisata. Kemudian, berkelanjutan secara ekonomi dilakukan dengan mengurangi tingkat kemiskinan, membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta meningkatkan kapasitas sumber daya masyarakat demi meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, berkelanjutan secara sosial budaya dilakukan dengan menjaga keaslian budaya masyarakat setempat, pelestarian adat istiadat, budaya serta kearifan lokal setempat, dan pemahaman toleransi antarbudaya (Syafiqah et al., 2022). Dengan demikian, untuk memenuhi tiga komponen pembangunan pariwisata berkelanjutan tersebut maka dibutuhkan partisipasi masyarakat dalam mengelola suatu pariwisata atau yang disebut dengan *Community Based Tourism* (CBT).

Pada konteks desa wisata, penerapan CBT menjadi penting untuk merealisasikan desa wisata yang berkelanjutan. Hal demikian karena konsep desa wisata lebih menekankan pada pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melalui potensi yang dimiliki (Ahsani et al., 2018). Bentuk partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi. Pengabaian partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata menjadi awal dari kegagalan tujuan pengembangan desa wisata (Nasikun, 1997). Gagasan pengembangan desa wisata yang dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat lokal menargetkan adanya *income generating* desa sehingga berdampak pada meningkatnya angka pertumbuhan ekonomi dan bahkan menciptakan *multiplier effect* bagi masyarakat setempat.

Di sisi lain, *nomadic tourism* menjadi tren baru dalam pengembangan pariwisata selain CBT. Beberapa literatur mengklasifikasikan tren pengembangan pariwisata menjadi tiga, yakni CBT, *nomadic tourism*, dan *nomadic tourism* yang dikembangkan oleh Kemenparekraf/Baparekraf. Tren *nomadic tourism* ditemui di wilayah pariwisata dengan daya tarik alam dan keakraban dengan budaya lokal (Lindawati et al., 2021). Sedangkan, *nomadic tourism* yang dikembangkan oleh Kemenparekraf/Baparekraf mengategorikan menjadi tiga

elemen penting, yaitu *nomadic attraction* atau atraksi hiburan, *nomadic facilities* atau ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan wisatawan, dan *nomadic access* atau kemudahan menuju destinasi wisata (Mahadewi, 2018). Paparan demikian menunjukkan bahwa konsep *nomadic tourism* memberikan warna baru dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) yang lebih berkelanjutan. Hal tersebut karena penerapan CBT tidak hanya menitikberatkan pada jumlah kunjungan wisatawan (*mass tourism*) (Fifiyanti et al., 2023).

3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah dengan *Participatory Rural Appraisal* (PRA), yaitu metode yang mengutamakan partisipasi aktif dari masyarakat desa dalam setiap kegiatan. Pelaksanaan pemberdayaan melalui metode PRA memposisikan masyarakat Desa Banyuanyar sebagai subjek pembangunan sehingga turut serta dalam proses perencanaan, penentuan skala prioritas program, penganggaran, pelaksanaan, dan pemanfaatan hasil pembangunan (Hudayana et al., 2019). Dengan tingginya partisipasi masyarakat desa melalui metode PRA, maka program pemberdayaan yang dijalankan akan berbasis kerja sama, keswadayaan, dan kemandirian masyarakat (Hudayana et al., 2019). Khalayak sasaran pada program pemberdayaan ini adalah BUMDes Kampus Kopi Banyuanyar (16 orang), Pokdarwis Kampus Kopi (14 orang), Kelompok UMKM (15 orang), Tim Pengembang Desa Wisata (5 orang), dan Komunitas Boyolali Jip Adventure (10 orang), dengan total keseluruhan 60 orang.

Kegiatan pemberdayaan dilakukan mulai bulan Februari 2023 sampai bulan Oktober 2023 dengan beberapa tahapan, yakni identifikasi kebutuhan masyarakat desa, sosialisasi dan *focus group discussion* (FGD) program ke mitra, penguatan kelembagaan melalui pelatihan legalitas usaha, pelatihan manajemen pengelolaan wisata, dan pelatihan *online marketing*, pembangunan “Barendo *Coffee Land and Nature Camp*”, pemasaran destinasi pariwisata berkelanjutan “Barendo *Coffee Land and Nature Camp*”, pendaftaran merek dan hak cipta, *launching* “Barendo *Coffee Land and Nature Camp*”, publikasi media *online* dan cetak, pendampingan, monitoring dan evaluasi, lokakarya dengan *stakeholder*, diseminasi hasil program, serta pelaporan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

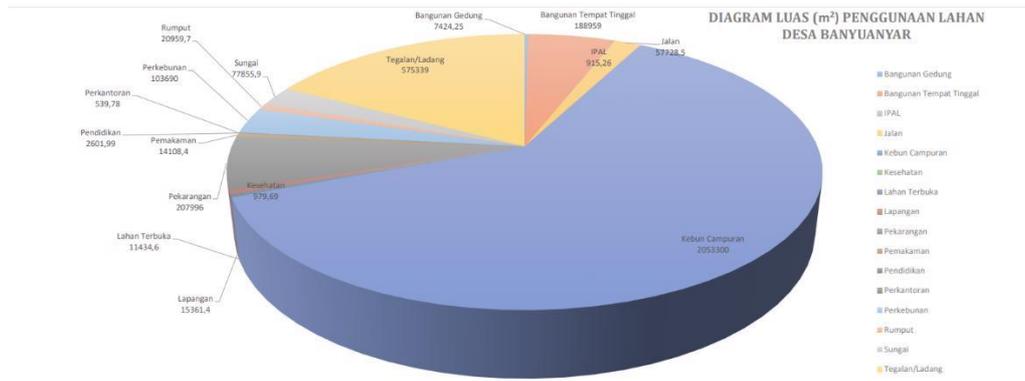
Banyuanyar ditetapkan sebagai desa wisata berdasarkan Keputusan Bupati Boyolali Nomor 556/193 Tahun 2021 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Boyolali. Selama dua tahun pascapenetapan tersebut, Desa Banyuanyar belum memperoleh *income generating* yang signifikan. Oleh karena itu, melalui Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) 2023 yang diselenggarakan oleh Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Tim PPK Ormawa Kelompok Studi dan Penelitian (KSP) “Principium” Fakultas Hukum (FH) Universitas Sebelas Maret (UNS) berupaya menghadirkan konsep pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan dengan menyinergikan seluruh potensi lokal desa untuk mengoptimalisasi pembangunan ekonomi.

Pada tahap implementasi, gagasan Tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS tersebut direalisasikan dengan menerapkan strategi POAC dan *sustainable collaboration*, yakni strategi

manajemen yang dilakukan mulai dari *planning, organizing, actuating, dan controlling* (Terry, 2006). Serta perintisan kemitraan untuk mengembangkan dan menjamin keberlanjutan program, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS melakukan kerja sama dengan beberapa elemen kemitraan *pentahelix*, diantaranya masyarakat Desa Banyuanyar dengan berbagai kelembagaan yang ada, Universitas Sebelas Maret, Pemerintah (Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Pertanian, Perkebunan dan Perhutanan, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja), Perusahaan Swasta (Aorta *Tour & Travel*, Jejamon Tawangmangu), dan Media (Solopos, Suara Merdeka, dan Kedaulatan Rakyat). Selanjutnya, uraian strategi di atas dituangkan dalam beberapa tahapan kegiatan untuk mengaplikasikan ide solutif dalam membedah permasalahan yang menjadi penghambat pengembangan desa wisata Desa Banyuanyar.

a) **Identifikasi Kebutuhan Masyarakat**

Pada tahap awal, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS mengidentifikasi kebutuhan masyarakat melalui wawancara dengan Kepala Desa, Pengurus BUMDes, Pokdarwis Kampus Kopi, Kelompok UMKM, dan Tim Pengembang Desa Wisata selaku pihak pengelola Desa Wisata Banyuanyar untuk menggali potensi SDA, SDM, dan kelembagaan. Tahap ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui semua potensi dan permasalahan yang ada sebagai dasar pengembangan suatu desa wisata, seperti yang dilakukan oleh Rizal sebagai Kepala Desa Tamansari, Banyuwangi, Jawa Timur, yakni desa wisata yang terkenal dengan destinasi Kawah Ijen (Wirdayanti et al., 2021). Berdasarkan data pada profil Desa Banyuanyar, ditemukan berbagai macam jenis potensi, yakni di sektor pertanian atau perkebunan, peternakan, ekonomi kreatif, dan pariwisata. Luas lahan Desa Banyuanyar sebesar 333,90 hektar mayoritas digunakan sebagai kebun campuran, yakni sebesar 205,330 hektar sehingga berimplikasi pada hasil pertanian dan perkebunan. Jumlah lahan petani kopi sebesar 44, 4 hektar menghasilkan 32,45 ton kopi dan lahan petani jahe sebesar 34, 32 hektar menghasilkan 51,64 ton jahe pada 2022. Sedangkan, sektor peternakan terdiri dari sapi perah sebanyak 1.155 ekor dan kambing sebanyak 1.024 ekor pada 2022. Potensi di sektor pertanian, perkebunan, dan peternakan tersebut kemudian mempengaruhi potensi ekonomi kreatif, yakni pengolahan madu, susu, kopi, biofarmaka, dan jahe organik. Selain itu, juga ditemukan potensi budaya, seperti Kelompok Seni Budaya Manunggal Laras yang menghimpun beberapa kegiatan, yakni karawitan, reog, seni tari, pertunjukan campur bawur, dan pertunjukan jaranan. Kemudian, pada potensi pariwisata, Desa Banyuanyar memiliki beberapa daya tarik, yaitu wisata Agro Kampung Kopi, Jahe, dan Susu, wisata budaya kuliner, wisata budaya Kampung Budaya, wisata buatan kompleks Gedung IKM, wisata alam Kebun Kopi, wisata Ekologi Susur Sungai Kering, serta wisata Edukasi. Sehubungan dengan potensi pariwisata tersebut, Desa Banyuanyar juga memiliki potensi kewilayahan karena terletak di koridor konektivitas kawasan destinasi pariwisata Jawa Tengah dan kawasan strategis pariwisata nasional (destinasi super prioritas) Borobudur dengan rute jalur Solo-Selo-Borobudur. Letak Desa Banyuanyar yang sangat strategis tersebut juga didukung oleh infrastruktur jalan dan jembatan serta transportasi. Dengan demikian, aksesibilitas sebagai salah satu komponen pengembangan desa wisata (Wirdayanti et al., 2021) terpenuhi dalam hal ini.



Gambar 1. Diagram Luas (m²) Penggunaan Lahan Desa Banyuwangi

DATA PERTANIAN DAN PERKEBUNAN DESA BANYUWANGI TAHUN 2022									
	DK. REKUNING	DK. GRENJENG	DK. BANYUWANGI	DK. GENENG	DK. BUNDER	DK. NGEEMPLAK	DK. DUKUH	DK. WANGAN	DK. JUMBLENG
REKAP DATA TANAMAN KOPI									
Luas Lahan Kopi (m ²)	23.500	42.125	23.730	33.991	27.212	52.150	171.492	36.425	33.420
Jumlah tanaman kopi (pohon)	865	2.030	2.873	2.111	5.360	9.290	19.286	4.772	2.535
Total hasil panen tertinggi (kg)	1.610	2.831	1.946	1.960	3.655	12.560	14.128	3.911	4.115
Total hasil panen terendah (kg)	811	709	299	314	1.090	6.190	6.042	988	1.783
Perkiraan merata hasil panen kopi (kg)	1.211	1.770	1.123	1.137	2.373	9.355	10.085	2.450	2.949
REKAP DATA TANAMAN JAHE									
Luas Lahan Jahe (m ²)	30.500	41.539	31.040	34.654	21.130	33.115	84.588	27.840	38.834
Jumlah tanaman jahe (pohon)	6.115	19.720	18.580	27.246	30.480	40.790	66.035	22.155	40.935
Total hasil panen tertinggi (kg)	1.730	6.350	4.854	4.850	8.600	22.870	19.220	4.117	5.174
Total hasil panen terendah (kg)	873	1.754	1.000	1.281	2.495	4.412	5.845	1.465	3.399
Perkiraan merata hasil panen kopi (kg)	1.302	4.052	2.927	3.066	5.548	13.641	12.033	2.791	6.287
DATA REHABILITASI									
REKAP DATA TANAMAN KOPI									
Luas Lahan Kopi (m ²)	444.045	44,40	Hitar						
Jumlah tanaman kopi (pohon)	49.701								
Total hasil panen tertinggi (kg)	44.786								
Total hasil panen terendah (kg)	18.186								
Perkiraan merata hasil panen kopi (kg)	32.451	32,45	Ton						
REKAP DATA TANAMAN JAHE									
Luas Lahan Jahe (m ²)	343.240	34,32	Hitar						
Jumlah tanaman jahe (pohon)	272.056								
Total hasil panen tertinggi (kg)	80.765								
Total hasil panen terendah (kg)	22.524								
Perkiraan merata hasil panen kopi (kg)	51.645	51,64	Ton						

Gambar 2. Data Potensi Perkebunan dan Pertanian Desa Banyuwangi 2022

DATA SAPI dan KAMBING DESA BANYUWANGI, KECAMATAN ANPEL, KABUPATEN BOYOLALI PER TANGGAL 1 MARET 2022								
No	Desa	Dusun	RT	RW	Jumlah Sapi		Jumlah Kambing	
					Jantan	Betina	Jantan	Betina
1	Banyuwangi	Banyuwangi	1	1	9	18	21	9
2		Banyuwangi	2	1	0	20	41	9
3		Banyuwangi	3	1	15	13	40	27
4		Geneng	4	1	25	25	10	5
5		Geneng	5	1	16	15	9	1
6		Rekuning	1	2	65	49	39	20
7		Grenjeng	2	2	20	6	15	8
8		Grenjeng	3	2	20	10	19	8
9		Bunder	1	3	57	39	51	16
10		Ngeemplak	2	3	51	18	66	16
11		Ngeemplak	3	3	164	26	82	27
12		Dukuh	1	4	63	25	23	16
13		Dukuh	2	4	58	24	38	35
14		Dukuh	3	4	49	20	23	18
15		Wangan	1	5	58	9	21	4
16		Wangan	2	5	30	9	34	14
17		Wangan	3	5	57	12	37	4
18		Jumbleng	4	5	11	24	38	40
19		Jumbleng	5	5	8	17	77	63
JUMLAH (Ekor)					776	379	684	340
TOTAL JUMLAH SAPI DAN KAMBING					1.155		1.024	

Gambar 3. Data Potensi Peternakan Desa Banyuwangi 2022



Gambar 4. Lokasi Desa Banyuwangi menjadi Penghubung Antara Jalur Utama Tol Trans Jawa Menuju Jalur Solo-Selo-Borobudur (SSB)

Dengan berbagai macam potensi yang dimiliki, Desa Banyuwangi masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan desa wisatanya sehingga Tim PPK Ormawa KSP “Principium” berdiskusi mengenai kendala-kendala yang masih dihadapi, kebutuhan pengembangan desa wisata, dan solusi yang dapat dicapai melalui program PPK Ormawa. Berdasarkan hasil observasi Tim PPK Ormawa KSP “Principium”, dosen pendamping, dan mitra (Desa Banyuwangi) ditemukan beberapa permasalahan yang kemudian disusun berdasarkan skala prioritas berikut: 1) belum adanya legalitas produk-produk UMKM; 2) perlunya peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) sektor UMKM dan kepariwisataan; 3) skala produksi UMKM masih terbatas karena pelaku UMKM hanya memproduksi dalam skala kecil menyesuaikan wisatawan yang datang berkunjung ke desa, padahal jumlah kunjungan wisatawan masih terbatas; 4) UMKM belum mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang memadai tentang *online marketing*; dan 5) belum adanya destinasi yang dapat menjadi magnet kunjungan wisatawan. Merespons berbagai permasalahan tersebut, maka Tim PPK Ormawa KSP “Principium” beserta Desa Banyuwangi merumuskan rancangan solusi dalam bentuk beberapa intervensi. Bentuk intervensi yang diangkat oleh tim pengusul yakni: a) Pelatihan legalitas usaha; b) Pelatihan manajemen pengelolaan wisata; c) Pelatihan *online marketing*; d) Pengembangan kelembagaan yang telah ada sebelumnya (Kelompok Sadar Wisata Kampus Kopi) sebagai pendukung program yang diusulkan secara optimal; e) Pendampingan perencanaan pengembangan wisata; dan f) Pendampingan pendaftaran legalitas usaha.



Gambar 5. Wawancara dengan UMKM dan Diskusi dengan Tim Pengembang Pariwisata Desa Banyuwangi

b) *Focus Group Discussion (FGD)*

Setelah merumuskan beberapa bentuk intervensi untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi Desa Banyuanyar, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” menggelar *Focus Group Discussion (FGD)* dengan mengundang Kepala Desa Banyuanyar beserta Perangkat Desa, BUMDes, Pokdarwis Kampus Kopi, Kelompok UMKM, Tim Pengembang Desa Wisata, Komunitas Boyolali Jip Adventure, Ketua dan Pembimbing Bina Desa Center UNS, serta Direktur Reputasi Akademik dan Kemahasiswaan UNS yang bertempat di Gedung Industri Kecil Menengah (IKM) Kampus Kopi Banyuanyar, Desa Banyuanyar pada 7 Juli 2023. FGD ini diisi dengan diskusi bersama seluruh peserta yang hadir, baik dari mitra, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS, dan perguruan tinggi. Pada kegiatan FGD ini, diskusi ini tidak hanya ditujukan untuk memberikan gambaran awal pelaksanaan kegiatan PPK Ormawa saja, tetapi juga sebagai sarana untuk menghimpun masukan dan saran dari pihak-pihak terkait agar pelaksanaan kegiatan PPK Ormawa dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan diskusi untuk memecahkan segala permasalahan demikian juga pernah dilakukan oleh Mursidi seorang warga asli Desa Nglanggeran, Gunung Kidul, DIY yang terkenal sebagai desa wisata yang memiliki wisata adrenalin dan wisata petualangan (Buku Pedoman Keikutsertaan PSBE, 2012).



Gambar 6. *Focus Discussion Group (FGD)* PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS

c) **Penguatan Kelembagaan Melalui Pelatihan Legalitas Usaha, Manajemen Pengelolaan Wisata, dan *Online Marketing***

Adanya suatu kelembagaan dibutuhkan dalam penerapan konsep *Community Based Tourism (CBT)* pada pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan (Topowijono, 2018). Hal tersebut karena lembaga berperan menggerakkan setiap sendi sektor wisata dalam suatu desa wisata dengan melibatkan partisipasi masyarakat (Fifiyanti et al., 2023). Desa Banyuanyar telah memiliki beberapa kelembagaan yang menunjang statusnya sebagai desa wisata, tetapi lembaga-lembaga tersebut masih belum maksimal dalam menjalankan fungsinya. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan kelembagaan di Desa Banyuanyar, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” menginisiasi pelatihan legalitas usaha, manajemen pengelolaan wisata, dan *online marketing*. Kegiatan tersebut diselenggarakan pada 29 Juli 2023 secara bersamaan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra UMKM, BUMDes, dan Pokdarwis berkenaan dengan pentingnya legalitas usaha serta syarat dan mekanisme untuk mendapatkan legalitas usaha, strategi dalam mengelola desa wisata, dan optimalisasi berbagai platform digital untuk mendukung pemasaran wisata dan produk UMKM. Narasumber pada

pelatihan ini adalah Nanang Wijayanto S.S.T., M.M. Par. selaku Dosen Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Vokasi UNS, Hanif Alwan Mumtaz, S.H. selaku Owner Omah Undur, dan Aditya Tri Wijaya, S.H. selaku Tenaga Ahli BKKBN. Pada pelatihan ini, pelaku UMKM, BUMDes, dan Pokdarwis secara aktif memberikan pertanyaan terkait materi yang diberikan oleh narasumber. Hasil dari adanya pelatihan ini adalah teredukasinya para pelaku UMKM Desa Banyuwangi dalam hal proses pendaftaran legalitas usaha dan strategi pemasaran produk UMKM melalui platform digital. Di sisi lain, BUMDes dan Pokdarwis juga mendapatkan pengetahuan mengenai cara mengembangkan desa wisata, cara agar suatu wisata memiliki daya saing yang tinggi, bagaimana mengolah suatu potensi desa menjadi produk pariwisata, dan aspek-aspek pemantauan serta evaluasi dalam pengelolaan suatu wisata. Selain itu, BUMDes dan Pokdarwis juga mendapatkan pengetahuan mengenai strategi untuk memasarkan wisata melalui sosial media. Berbagai pelatihan yang dilakukan telah berhasil mencapai tujuan tim untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tata kelola (pendaftaran legalitas dan penyusunan strategi pemasaran) UMKM serta meningkatkan kapasitas SDM lokal desa sebagai upaya penguatan kelembagaan Pokdarwis.



Gambar 7. Pelatihan Manajemen Pengelolaan Wisata, *Online Marketing*, dan Legalitas Usaha PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS

d) Pendampingan Legalitas Produk UMKM

Setelah melaksanakan kegiatan pelatihan, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” melakukan pendampingan pendaftaran legalitas usaha, berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), Perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan merek. Kegiatan pendampingan ini merupakan bagian dari peran *pentahelix* pariwisata (Prasiasa, 2022). Pendampingan dilakukan mulai dari konsultasi persyaratan pendaftaran ke instansi terkait, mengumpulkan persyaratan pendaftaran, mendaftarkan akun untuk pendaftaran NIB, PIRT, dan merek, serta mengurus berkas persyaratan ke instansi yang bersangkutan. Legalitas usaha yang didaftarkan diantaranya, NIB, PIRT, dan merek “Oveje (Omah Varian Jahe)” di kelas 29 serta merek “Omah Susu Cowboy” di kelas 29, dan merek jasa IKM Kampus Kopi Banyuwangi. Kemudian, bersamaan dengan pendampingan pendaftaran legalitas usaha, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” membangun Barendo *Coffee Land and Nature Camp* sebagai destinasi yang menjadi daya tarik wisatawan dan sarana peningkatan pendapatan asli desa.



Gambar 8. Pendampingan Pendaftaran Legalitas Usaha

e) Pembangunan Barendo *Coffee Land and Nature Camp*

Pembangunan Barendo *Coffee Land and Nature Camp* dilakukan dengan partisipasi masyarakat desa dan memanfaatkan potensi lokal desa, salah satunya dengan melibatkan tenaga kerja yang berasal dari penduduk lokal. Barendo *Coffee Land and Nature Camp* dibangun di Lapangan Gedung Industri Kecil Masyarakat (IKM) Kampus Kopi dengan pertimbangan letak yang strategis dan fasilitas yang memadai. Adanya destinasi baru berbentuk *camping site* tersebut mengintegrasikan kegiatan pariwisata yang melibatkan UMKM Desa Banyuwangi dengan model paket *tour* wisata. Pada konsep *tour* wisata tersebut, wisatawan mengelilingi kampung-kampung UMKM menggunakan transportasi lokal berupa mobil *pick up*. Barendo *Coffee Land and Nature Camp* yang mengadopsi konsep *nomadic tourism* sebagai tempat istirahat bagi para wisatawan setelah melakukan *tour* wisata ditujukan untuk menambah durasi kunjungan wisatawan sehingga wisatawan memiliki waktu yang lebih untuk mengeksplor Desa Banyuwangi.



Gambar 8. Proses Pembangunan Barendo *Coffee Land and Nature Camp*

f) *Launching* dan Pemasaran Destinasi Barendo *Coffee Land and Nature Camp*

Pascapendirian destinasi wisata baru, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” bersama mitra mengadakan *launching* Barendo *Coffee Land and Nature Camp* dengan mengundang

stakeholder (Masyarakat Desa Banyuwangi dengan berbagai kelembagaan yang ada), Universitas Sebelas Maret, Pemerintah (Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Pertanian, Pangan dan Perikanan, dan Dinas Koperasi dan Ketenagakerjaan Kabupaten Boyolali), Perusahaan Swasta (Aorta Tour & Travel, Jejamon Tawangmangu), Media (Solopos, Suara Merdeka, dan Kedaulatan Rakyat) dan *local influencer* sebagai langkah awal promosi. Selanjutnya, strategi pemasaran dilakukan dengan pembuatan konten video yang disebarluaskan ke berbagai media sosial. Di samping itu, pemasaran juga dilakukan dengan pembuatan katalog produk UMKM baik dalam bentuk elektronik maupun cetak serta penjualan produk melalui *marketplace* yaitu Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Berbagai upaya untuk mempromosikan dan memasarkan destinasi baru dan produk UMKM tersebut ditempuh sebab dalam dunia bisnis strategi pemasaran merupakan salah satu kunci untuk menjamin kelancaran usaha (Lestari et al., 2022). Praktik *digital marketing* yang dilakukan oleh Tim PPK Ormawa KSP “Principium” dan mitra tersebut dikarenakan pemasaran melalui platform digital dapat menjangkau konsumen yang lebih luas mulai dari kalangan atas sampai bawah (Mahesti & Faristiana, 2021). Setelah pelaksanaan promosi dan pemasaran, Tim PPK Ormawa KSP “Principium” bersama mitra melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk menemukan solusi atas permasalahan pada saat pelaksanaan program.

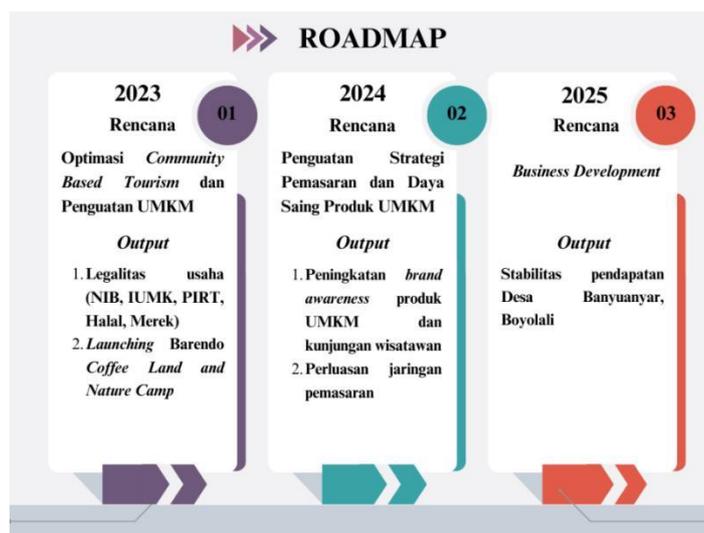
g) Lokakarya dan Audiensi ke Pemerintah Setempat

Pelaksanaan lokakarya dan audiensi ke Pemerintah setempat merupakan upaya menjamin keberlanjutan program oleh Tim PPK Ormawa KSP “Principium”. Lokakarya hasil diselenggarakan dengan menghadirkan *stakeholder pentahelix* guna melakukan diseminasi dan menyampaikan hasil program yang telah dilakukan Tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS sejak Maret 2023 agar dapat berkelanjutan. Sementara itu, audiensi dilakukan Tim PPK Ormawa KSP “Principium” dengan menghadirkan berbagai *stakeholder*, yakni Masyarakat Desa Banyuwangi dengan berbagai kelembagaan yang ada, Universitas Sebelas Maret, Pemerintah (Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Pertanian, Pangan dan Perikanan, dan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja) guna menyampaikan *progress* dan ketercapaian program serta membahas keberlanjutan. Pemerintah berperan penting dalam mengawasi pengembangan produk pariwisata, terutama desa wisata dan membantu melakukan promosi pasar (Effendi & Prastiyo, 2020) sehingga pengembangan pariwisata berbasis masyarakat tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dari pemerintah (Permatasari, 2022).



Gambar 9. Lokakarya dan Audiensi

Selain itu, sebagai bentuk paradigma berpikir berkelanjutan tim pelaksana PPK Ormawa UNS menyusun *Roadmap* terkait target capaian setiap tahun yakni: a) *Roadmap* tahun pertama (2023) Optimalisasi *Community Based Tourism* dan Penguatan UMKM; b) *Roadmap* tahun kedua (2024) Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing Produk UMKM; c) *Roadmap* tahun ketiga (2025) *Business Development*. Setelah menyelesaikan laporan akhir, BUMDes diharapkan mampu melanjutkan pengelolaan *Barendo Coffee Land and Nature Camp*. Sedangkan, terkait dengan kemitraan dari luar yakni Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Pertanian, Perkebunan dan Perhutanan, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali diharapkan melakukan pembinaan kepada BUMDes sebagai bentuk dukungan terhadap program yang telah dilaksanakan.



Gambar 10. *Roadmap* Target Capaian Tim PPK Ormawa KSP “Principium”

5. KESIMPULAN (*Conclusions*)

Tidak tercapainya *income generating* desa pascapenetapan Desa Banyuanyar sebagai desa wisata disebabkan belum adanya destinasi wisata yang mampu menjadi daya ungkit kunjungan wisatawan dan terbatasnya skala produksi UMKM karena belum adanya legalitas usaha yang berimplikasi pada ketidakmampuan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karenanya, kekayaan potensi Desa Banyuanyar harus diimbangi dengan penguatan potensi ekonomi lokal melalui kelembagaan UMKM berbasis *one village one product* (OVOP) yang dilakukan dengan pelatihan legalitas usaha, manajemen pengelolaan wisata, dan *online marketing*, melakukan kerja sama dengan kemitraan *pentahelix*, dan inisiasi *Barendo Coffee Land and Nature Camp* sebagai bentuk konsep *nomadic tourism*. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah menguatnya kelembagaan pengelola desa wisata Banyuanyar dan terdaftarnya legalitas usaha Sebagai berikut:

Nomor	Jenis Legalitas Usaha	Subjek
1.	NIB	UMKM Oveje (Omah Varian Jahe)
2.	PIRT	UMKM Oveje (Omah Varian Jahe)
3.	Merek Dagang	UMKM Oveje (Omah Varian Jahe)

Nomor	Jenis Legalitas Usaha	Subjek
4.	Merek Dagang	UMKM Omah Cowboy (Omah Susu Cowboy)
5.	NIB	IKM Kampus Kopi Banyuanyar
6.	Merek Jasa	IKM Kampus Kopi Banyuanyar

Di samping itu, hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terbangunnya Barendo *Coffee Land and Nature Camp* dan meningkatnya penjualan produk UMKM dan jumlah kunjungan wisatawan. Hal demikian berdampak pada meningkatnya angka pertumbuhan ekonomi dan bahkan menciptakan *multiplier effect* bagi masyarakat setempat.

6. UCAPAN TERIMA KASIH (*Acknowledgement*)

Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada mitra *pentahelix* dalam memberikan dukungan atas keberhasilan PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS, yakni Desa Banyuanyar (Kepala Desa Banyuanyar beserta Perangkat Desa, BUMDes, Pokdarwis Kampus Kopi, Kelompok UMKM, Tim Pengembang Desa Wisata, Komunitas Boyolali Jip Adventure) dalam menyediakan data, lahan, Gedung Industri Kecil Masyarakat (IKM) Kampus Kopi, tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi, dan alokasi anggaran APBDDes. Dukungan juga terus mengalir dari Bina Desa Center (BDC) dan Direktorat Reputasi Akademik dan Kemahasiswaan (DRAK) UNS dalam memfasilitasi rekognisi mata kuliah, dana pendamping, pendampingan, monitoring, dan evaluasi secara berkala, dan pemerintah daerah setempat (Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Pertanian, Perkebunan dan Perhutanan, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja), serta Perusahaan Swasta (*Aorta Tour & Travel*, Jejamon Tawangmangu), dan Media (Solopos, Suara Merdeka, dan Kedaulatan Rakyat) yang turut membantu melakukan publikasi yang masif sehingga dapat menampilkan citra dari program kerja yang berjalan sehingga Desa Banyuanyar dan tim PPK Ormawa KSP “Principium” FH UNS semakin dikenal masyarakat luas.

7. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

- 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).
- Amerta, I. M. S. (2017). Community Based Tourism Development. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(3).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21744/ijssh.v1i3.60>
- Annur, C. M. (2023). *Ada 17.001 Pulau di Indonesia pada 2022, Ini Provinsi dengan Pulau Terbanyak*. *DEMOGRAFI*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/28/ada-17001-pulau-di-indonesia-pada-2022-ini-provinsi-dengan-pulau-terbanyak>
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Mengulik Data Suku di Indonesia*. Bps.Go.Id.
<https://www.bps.go.id/news/2015/11/18/127/mengulik-data-suku-di-indonesia.html>

- Baihaqi, W. M., Prima, C., & Widiyanto, N. P. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Banyumas. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.37802/society.v2i1.176>
- Buku Pedoman Keikutsertaan PSBE. (2012). Buku Pedoman. In *Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral* (Issue 31).
- Dolezal, C., & Novelli, M. (2022). Power in Community-Bases Tourism: Empowerment and Partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1838527>
- Effendi, D., & Prastiyo, E. B. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Kampung Tanjung Siambang Kota Tanjungpinang. *Jurnal Neo Societal*, 5(4).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52423/jns.v5i4.12739>
- Fifiyanti, D., Taufiq, M. L., & Ermawati, K. C. (2023). Penerapan Konsep Community Based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata Burai. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2).
- Hausler, N. (2005). *Planning for Community Based Tourism—A Complex and Challenging Task*.
- Hudayana, B., Kutanegara, P. M., Setiadi, Indiyanto, A., Fauzanafi, Z., F.N., M. D., Sushartami, W., & Yusuf, M. (2019). Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul. *Bakti Budaya*, 2(2), 99–112.
- Kemendikbud/Kemendagri/Baparekraf RI. (2021). *Panduan Potensi Pembangunan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Kemendikbud.Go.Id. <https://kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/Panduan-Potensi-Pembangunan-Sektor-Pariwisata-dan-Ekonomi-Kreatif>
- Lestari, A. A., Ramadani, Y., Febrian, R., & Alviona, V. (2022). Upaya Meningkatkan Pengelolaan Dan Pemasaran Produk Umkm Kulit Manis Desa Pungut Mudik Kecamatan Air Hangat Timur, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi. *Sarwahita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(3).
- Lindawati, L., Damayanti, A., & Putri, D. H. (2021). The Potential of Community-Based Nomadic Tourism Development: Insight from Three Case Study in Yogyakarta. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 5(1).
<https://doi.org/10.14421/jpm.2021.051-06>
- Mahadewi, N. M. E. (2018). Nomadic Tourism, Wisata Pendidikan Digitalisasi dan Wisata Event dalam Pengembangan Usaha Jasa Akomodasi Homestay di Destinasi Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 17(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.52352/jpar.v17i1.26>
- Mahesti, D., & Faristiana, A. R. (2021). Pendampingan Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing Pada UMKM Bakpao Ijo Lumer. *Sarwahita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 18(2).
- Nasikun. (1997). Model Pariwisata Pedesaan: Pemodelan Pariwisata Pedesaan untuk Pembangunan Pedesaan yang Berkelanjutan. *Prosiding Pelatihan Dan Lokakarya Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*.
- Permatasari, I. (2022). Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Bali. *Kertha Wicaksana*, 16(2).

- <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/kw.16.2.2022.164-171>
- Prasiasa, D. P. O. (2022). Pendampingan Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Desa Wisata Baha, Mengwi, Badung, Bali. *Jurnal Bina Cipta*, 1(2).
- Purnomo, A., Idris, & Kurniawan, B. (2020). Understanding Local Community in Managing Sustainable Tourism at Baluran National Park-Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 29(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30892/gtg.2>
- Rahmat, A., Novianti, E., Khadijah, U. L. S., Dienaputra, R. D., & Nugraha, A. (2022). Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan Community Based Tourism di Desa Mirat Kabupaten Majalengka – Jawa Barat. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Saputra, P. P., Hayati, L., & Bahtera, N. I. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Based Tourism dalam Upaya Pengembangan Pariwisata di Pulau Buku Limau, Kabupaten Belitung Timur. *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Syafiqah, K. K., Aprilia, D., & Maharani, F. (2022). Implementasi Konsep Community Based Tourism (CBT) Dalam Mendukung Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan pada Destinasi Wisata Sanghyang Kenit di Kabupaten Bandung Barat. *MAHACITA: Jurnal Pencinta Alam Dan Lingkungan*, 1(2).
- Syarifah, R., & Rochani, A. (2021). Studi Literatur: Pengembangan Desa Wisata Melalui Community Based Tourism Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1).
- Tamaratika, F., & Rosyidie, A. (2017). Inkorporasi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata di Lingkungan Pantai. *Jurnal Sositologi*, 16(1). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.10>
- Terry, G. R. (2006). *Prinsip- Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Topowijono. (2018). Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Berkelanjutan (Studi Pada Desa Wisata Bangun, Kecamatan Munjungan, Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(2).
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S, H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *Pedoman Desa Wisata* (2nd ed.). Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- World Travel & Tourism Council. (2022). *More than five million new Travel & Tourism jobs to be created in Indonesia within the next decade*. Wttc-Org. More than five million new Travel & Tourism jobs to be created in Indonesia within the next decade