

PEMANFAATAN PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL: KERANGKA KONSEPTUAL UNTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN

Sulistyo¹, *Yuni Mariani Manik², Taufiq Hidayat³

¹Universitas PGRI Kanjuruhan. Coresponding author: Yuni@unikama.ac.id

²Universitas PGRI Kanjuruhan. sulistyo@unikama.ac.id

³IKIP PGRI Bojonegoro. Taufiq_hidayat@ikipgribojonegoro.ac.id

ABSTRACT

Even while local opinions of tourist behavior have been the subject of several publications and studies, the tourism industry as a whole has realized that local knowledge has emerged as a crucial area for additional study. The challenge is how to preserve the customs while making the instruments required to satisfy locals' requirements without exploiting them or modifying their way of life by repeatedly utilizing them over an extended period of time. This essay aims to introduce the body of literature on locally informed tourism and its mechanisms. It also goes through related theories and illustrates how the social theory of group behavior works well for long-term travel.

Keywords: *local wisdom, tourism development, sustainable tourism, cultural tourism, social interaction*

ABSTRAK

Terlepas dari kenyataan bahwa telah ada beberapa artikel pengabdian dan penelitian tentang persepsi lokal tentang perilaku pariwisata, masyarakat pariwisata secara keseluruhan telah memahami bahwa kearifan lokal telah menjadi topik penting untuk penelitian lebih lanjut. Pertanyaannya adalah bagaimana menegakkan tradisi sekaligus menciptakan alat-alat yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal tanpa memanfaatkannya dan mengubah cara hidup mereka karena menggunakannya dalam jangka panjang dan berulang. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memperkenalkan literatur yang ada tentang pariwisata berbasis kearifan lokal dan prosesnya. Selain itu, membahas teori terkait dan menjelaskan teori sosial kelompok perilaku sebagai alat yang efektif untuk pariwisata jangka panjang.

Kata kunci: *kearifan lokal, pengembangan pariwisata, pariwisata berkelanjutan, pariwisata budaya, interaksi sosial.*

PENDAHULUAN

Pariwisata telah diidentifikasi oleh para peneliti sebagai industri terbesar dan paling cepat berkembang di seluruh dunia. Selain itu banyak pembahasan tentang pariwisata budaya yang merupakan komponen industri yang sangat penting. Selain itu, semua kalangan ulama dan civitas akademika sepakat bahwa untuk lebih memahami wisata budaya, kita harus memahami bagaimana zona perang global digunakan untuk memenuhi kebutuhan esensial masyarakat. Saat ini, mayoritas profesional di bidang pariwisata prihatin dengan kemiringan lereng pariwisata konstruksi. Mengingat hal ini, ada banyak diskusi tentang pariwisata yang terus berlanjut. Konsep pariwisata dimodifikasi dari gagasan konstruksi berkelanjutan, khususnya konstruksi yang memperhatikan kebutuhan generasi saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi

penerus untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Teori dibangun melalui diskusi atas 21 prinsip (Butler, 1999; Hardy et al., 2002).

Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) mengatakan pedoman dan praktik manajemen pengembangan pariwisata berkelanjutan sesuai untuk semua jenis pariwisata, termasuk pariwisata massal dan berbagai jenis. Oleh karena itu, aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial dari pengembangan pariwisata adalah yang paling penting. aspek konstruksi yang cepat. Selain itu, kemampuan berkomunikasi di antara ketiga kondisi tersebut sangat penting untuk menjamin kelanggengan jangka panjang. tidak mungkin untuk mengatakan apakah suatu tujuan atau kegiatan tertentu yang berkelanjutan, tetapi juga untuk memperhatikan suatu indikator pariwisata berkelanjutan yang diperlukan. Sebagai contoh, perhatikan hal-hal berikut:

- 1) Manfaatkan permukaan bumi dan udara dengan sebaik-baiknya dengan mempertimbangkan kebutuhan saat ini dan masa depan.
- 2) Dengan membatasi kemampuan mereka untuk membangun dan lokasi mereka di dunia, mereka menimbulkan rasa hormatisme dan kurangnya kepercayaan tentang realitas sosial setempat dan masyarakat kebenaran.
- 3) Memberikan manfaat sosial dan ekonomi kepada anggota masyarakat setempat (Dulloo et al., 2009; Gardarsdóttir & Dittmar, 2012).

Menurut penelitian sebelumnya, United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) mengambil langkah untuk mengidentifikasi, melindungi, dan melestarikan warisan agama dan sekuler dari setiap negara di dunia yang memiliki standar hidup yang tidak adil bagi manusia. Warisan budaya digambarkan oleh UNESCO sebagai "monumen, kelompok bangunan, dan situs dengan rasa estetika, arkeologi, ilmiah, etnologi, atau antropologi" (UNESCO, 2008).

Ada dua kelompok besar dalam literatur pariwisata budaya berkelanjutan. Pertama, studi yang menekankan pentingnya definisi yang tepat dan menentukan konsepsi yang pasti tentang pariwisata budaya berkelanjutan, menyoroti pentingnya indikator dan cara untuk melakukannya (Bramwell & Lane, 2011; Lozano-Oyola et al., 2012). Pariwisata digunakan dalam setiap jenis kegiatan Wisata. Jilid terbaru Jurnal Manajemen Warisan Budaya dan Pembangunan Berkelanjutan memberikan beberapa informasi latar belakang tentang interaksi dan hubungan signifikan antara warisan budaya dan pariwisata berkelanjutan. Jurnal ini juga menyediakan volume lain (Van Oers & Pereira Roders, 2012) untuk membahas tentang prinsip-prinsip pengelolaan warisan kota berkelanjutan dan peran esensialnya bagi kota-kota bersejarah. Dalam bagian ini, beberapa studi mengeksplorasi isu pembangunan kota berkelanjutan dalam konteks budaya (Al-hagla, 2010; Choi & Ahn, 2013).

Abankina, (2013) menyajikan tiga model pengembangan budaya yang terkait dengan daya warisan daya dalam konteks model pengembangan budaya. Ia membandingkan tiga model bangunan regional, di antaranya model pertumbuhan berkembang (Inggris Raya), model deindustrialisasi (Jerman), dan model enclave (Rusia). Kenali perbedaan potensi sumber daya budaya di masing-masing wilayah. Vargas-Hernández, (2012) menggunakan model normatif untuk menganalisis karakteristik Jalisco Selatan (Meksiko) sebagai destinasi wisatawan di kawasan pengembangan wilayah terkait pariwisata budaya berkelanjutan. Temuan studi memberikan beberapa panduan untuk interpretasi yang lebih akurat dari prinsip-prinsip panduan gerakan pariwisata budaya di daerah yang bersangkutan.

Studi tentang bagaimana perilaku manusia mempengaruhi pertumbuhan pariwisata dimulai pada tahun 1970. Pemahaman dan penilaian masyarakat lokal sangat penting untuk mencapai pariwisata berkelanjutan yang cukup substansial seperti temuan (Burns & Sancho,

2003; Diedrich & García-Buades, 2009) menyatakan penurunan pasar pariwisata dapat menurun jika ekonomi industri pariwisata menjadi lebih apung secara signifikan. Para ahli menyarankan menggunakan hubungan teoretis sebagai titik konvergensi pendapat untuk mencapai dan prinsip-prinsip gabungan dapat membantu untuk memutuskan keputusan dalam literatur pariwisata sambil menjadi dan membuat kemampuan prediksi yang kuat.

Dalam banyak penelitian, untuk mengeksplorasi keterkaitan antara kearifan lokal para ahli pengembangan pariwisata menggunakan sejumlah model teoritis termasuk siklus hidup kawasan pariwisata (BUTLER, 1980), teori interaksi sosial (Ap, 1992), model Irridex Doxey (Doxey, 1976), teori pemangku kepentingan (Freeman, 1984), teori Reason Action (Fishbein M, 1980). Dalam konteks pariwisata, sebagian besar studi mengkategorikan sikap penduduk terhadap pengembangan pariwisata di bawah dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan (Andereck et al., 2005; Dyer et al., 2007; Jimura, 2011; Kuvan & Akan, 2005; Lee, 2013; Nicholas et al., 2009).

Hasil beberapa survei menunjukkan bahwa penduduk memiliki sikap yang baik terhadap pengembangan pariwisata tetapi mereka juga khawatir tentang dampak negatif pariwisata (Andereck et al., 2005; Dyer et al., 2007; Jimura, 2011; Kuvan & Akan, 2005; Lee, 2013; Lepp, 2007; Nicholas et al., 2009; Zamani-Farahani & Musa, 2008; Zhang et al., 2017). Inovasi terbaru di era pasca-industri adalah partisipasi masyarakat, yang lahir dari ranah politik. Keterlibatan masyarakat pariwisata dianggap sebagai subjek utama proyek konstruksi pariwisata yang sedang berlangsung. Penulis mencantumkan banyak faktor yang mempengaruhi kekuatan seseorang, termasuk: tingkat partisipasi pariwisata, jenis pertumbuhan pariwisata, karakteristik sosio-demografis mereka, hubungan mereka dengan wisatawan, dan lain-lain.

Tosun, (2000) mengungkapkan dengan jelas partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan bangsa. Ia juga membahas dan menganalisis tiga kelemahan serius, termasuk kelemahan operasional, struktural, dan agama. Keterlibatan masyarakat dalam konteks dan pariwisata dapat diberikan sebagai dua sudut pandang: dalam proses pengambilan keputusan dan dalam manfaat pengembangan pariwisata. Dalam hal ini Nyaupane et al., (2006) mengkaji peran keterlibatan masyarakat dan jumlah pengunjung terhadap dampak pariwisata. Penekanan khusus ditempatkan pada efek identitas masyarakat pada pariwisata warisan dalam sejumlah penelitian. Pendekatan ini dimiliki untuk memantau peran masyarakat lokal dalam pengembangan dan pariwisata warisan pertambangan di selatan.

Berdasarkan hal ini, warisan dianggap sebagai satu-satunya komponen pariwisata yang paling penting dan cepat dimulai. Selain itu, beberapa penelitian telah meneliti dan menggambarkan kemungkinan faktor penjaga pariwisata tertentu. Dampak yang dimaksud dapat dipengaruhi oleh perubahan penggunaan dan spesifikasi bangunan, kepadatan situs, komersialisasi bisnis lokal, dan masalah konservasi dan peluncuran. Beberapa pakar besar telah mengakui bahwa kelompok pemangku dengan peran terkait pariwisata telah muncul (Byrd, 2007; Byrd et al., 2009; Nicholas et al., 2009). Karena itu, sangat penting adanya kerjasama antar komunitas masyarakat untuk meningkatkan pembangunan pariwisata. Poin pentingnya adalah pemahaman yang jelas tentang sikap dan kepentingan pemangku kepentingan yang mengarah pada pembangunan berkelanjutan untuk mencapai perencanaan dan pengelolaan yang komprehensif.

Lepp (2007) telah membentuk hubungan antara sikap penduduk dan niat perilaku kearifan lokal. Ia menggunakan teori Reason Action (Fishbein M, 1980) untuk mengidentifikasi kekuatan pemangku kepentingan atas pariwisata di Bigodi, sebuah desa di mana sekitar 385 orang lanjut usia telah terkena dampak pariwisata sejak tahun 1991. Temuan studi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki sikap positif terhadap pariwisata. Karena itu, mereka

memahami bahwa pariwisata memberi mereka banyak peluang untuk pekerjaan dan standar hidup yang lebih tinggi daripada sebelumnya. Dengan demikian, penyebab utama retorika pro-pariwisata adalah pandangan positif terhadap pariwisata. Beberapa variabel yang dapat digunakan untuk memutuskan hubungan ini adalah: "kenikmatan manfaat, keterlibatan dalam mengungkapkan niat, tahap siklus tujuan hidup." Sejalan dengan itu, sebuah konferensi internasional tentang organisasi masyarakat dan pariwisata budaya diadakan di Yogyakarta, Indonesia, pada bulan Februari 2006. Beberapa studi warisan dan bicara tentang partisipasi massa, peran pariwisata budaya, dan rencana pariwisata berkelanjutan, konservasi sumber daya, pemerintah, dan kebijakan disampaikan oleh para sarjana dan peneliti pariwisata. Tampaknya sebagian besar penelitian ini dilakukan di negara-negara Asia (World Tourism Organization, 2006).

Dari segi teori sosial, ada dua tradisi yang saling bertentangan: satu yang "individualistik" menurut Homans dan yang lain "kollektivistik" menurut Levi-Strauss. Tradisi kolektivistik dalam sosiologi telah membuat dampak besar di bidang teori sosiologi yang disebut interaksi sosial. Teori asal usul manusia merupakan reaksi terhadap teori sosial yang lebih kuno tentang interaksi interpersonal dalam banyak tradisi pengajaran.

Target dari kegiatan pengabdian ini adalah:

- a. Mitra termotivasi untuk tetap kreatif dan produktif meskipun dalam masa pandemi. Motivasi yang tinggi akan memunculkan semangat untuk kreatif mencari solusi dan peluang dari pandemi
- b. Pengurus dan anggota dapat melakukan pemasaran online melalui sosial media maupun e-marketplace sehingga penjualan akan kembali meningkat karena pasar menjadi tidak terbatas.
- c. Pengurus dan anggota dapat melakukan pembukuan usaha berbasis aplikasi sehingga mereka bisa mengetahui perkembangan usahanya dan kemudian dapat membuat perencanaan untuk pengembangan usahanya.
- d. Pengurus dan anggota dapat menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat melalui kretaitivitas dan produktivitas mereka.
- e. Hasil pengabdian ini dimasukkan ke jurnal.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian dilakukan secara langsung dengan mengunjungi mitra maupun secara daring dan menyelenggarakan beberapa kegiatan bersama seperti sharing, pelatihan, seminar dan pendampingan. Selain itu personal Tim Pengabdian dibantu dengan pihak-pihak yang berkompeten melakukan pendampingan kepada pengurus dan anggota Koperasi "Boonpring Makmur Sejahtera" agar bersemangat dan tekun berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian. Metode pelaksanaan pengabdian di Koperasi "Boonpring Makmur Sejahtera" meliputi beberapa tahap : Tahap 1) Pemberian Motivasi, 2) Pelatihan Pemasaran Online, 3) Pelatihan pembukuan praktis berbasis aplikasi, 4) Pendampingan dan 5) Evaluasi.

Pemberian Motivasi

Masa Pandemi membuat mental pengurus dan anggota Koperasi "Boonpring Makmur Sejahtera" menjadi menurun. Kesulitan demi kesulitan yang dihadapi terutama dalam memasarkan produk memunculkan rasa putus asa . Kegiatan pengabdian ini perlu memberikan penguatan motivasi bagi pengurus dan anggota Koperasi "Boonpring Makmur Sejahtera" agar semangat dalam berkreasi dan produktif meskipun pandemi. Harapannya jika para pengurus

dan anggota koperasi semakin kreatif dan produktif, mereka dapat memberdayakan masyarakat di sekitar mereka tinggal. Para pengrajin kayu & bambu dapat melatih masyarakat sekitarnya sehingga mereka dapat memperoleh pendapatan dari menekuni kerajinan pengrajin kayu & bambu. Produk-produk kerajinan pengrajin kayu & bambu berpotensi menjadi produk ekonomi kreatif unggulan sebagai pendukung pariwisata di Kota Malang. Kerajinan pengrajin kayu & bambu dipilih menjadi salah satu dari One Village One Product (OVOP) Kota Malang (Suparwoko, 2015).

Pelatihan Pemasaran Online

Pelatihan yang dilakukan meliputi pelatihan dan workshop mengenai manfaat pemasaran online, jenis-jenis pemasaran online dan cara-cara pemasaran online. Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online. Adopsi Internet yang meluas untuk bisnis dan penggunaan pribadi telah menghasilkan banyak saluran baru untuk keterlibatan periklanan dan pemasaran, termasuk yang disebutkan di atas. Ada juga banyak manfaat dan tantangan yang melekat pada pemasaran online, yang menggunakan media digital terutama untuk menarik, melibatkan, dan mengkonversi pengunjung virtual ke pelanggan. mencakup media seperti facebook, instagram, whatsapp dan tiktok (Sutanti, 2019).

Pelatihan Pembukuan praktis berbasis aplikasi

Sebuah bisnis yang sukses diawali dengan pembukuan yang terstruktur. Pembukuan atau pencatatan memang sangat penting untuk memantau perkembangan usaha. Tim pengabdian memilih aplikasi Buku Warung sebagai pembukuan usaha yang praktis dan mudah bagi pengurus dan anggota Koperasi "Boonpring Makmur Sejahtera". Berikut ini kemudahan aplikasi Buku Warung: Ukuran aplikasi kecil; Bisa dipakai tanpa koneksi; Gratis pengingat lewat SMS; Mudah dipahami oleh pemula; Bisa buat laporan usaha otomatis; Bisa dipakai banyak HP bersamaan; Akuntansi sederhana saja.

Pendampingan

Tim pengabdian mendampingi seluruh proses pemasaran online yang berjalan, yang dimulai dari download aplikasi, proses pemotretan produk, penyuntingan gambar, upload gambar produk, penulisan profil produk, pemostingn pada jejaring sosial, proses targetting pada jejaring social, proses respon pelanggan, proses transaksi elektronik, proses pembayaran dan proses pengiriman produk. Tim pengabdian juga mendampingi pengurus dan anggota Koperasi "Boonpring Makmur Sejahtera" dalam melakukan pembukuan usaha menggunakan aplikasi Buku Warung.

Evaluasi

Tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap pengurus dan para anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan, berkaitan dengan pemasaran online dan pembukuan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberian Motivasi

Dalam program kerja ini, kami mendatangkan salah satu dosen fakultas psikologi yaitu Bapak Renaldi untuk memberikan motivasi pada anggota koperasi. Kegiatan ini kami lakukan pada hari Sabtu, 15 Agustus 2022 secara offline di rumah kepala Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” yaitu Abah Samsul. Anggota koperasi yang datang sebanyak 6 orang dan untuk mengevaluasi hasil dari penyuluhan, kami mengadakan post-test. Motivasi yang diberikan Pak Aldi mampu menggugah para pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” untuk tidak menyerah dengan keadaan dan tidak berputus asa karena pandemi. Pak Aldi menekankan bahwa para pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” justru harus bisa menjadi penyulut semangat bagi keluarganya dan masyarakat di sekitar mereka tinggal. Para pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” harus bisa menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.

Pelatihan pemasaran online dengan sosial media

Pelatihan pemasaran online ini merupakan kegiatan lanjutan dari webinar pemasaran online. Pemasaran online yang dipilih untuk dilatihkan adalah dua aplikasi yaitu Whatsapp Bisnis dan Instagram Bisnis untuk diajarkan pada anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membuka potensi penjualan kerajinan pengrajin kayu & bambu ke pasar nasional dengan bantuan e-commerce. Pelatihan ini secara online dengan menyertakan modul pelatihan yang kami kirim ke tempat mitra menggunakan go-send. Kegiatan telah kami laksanakan tanggal 22 Agustus 2022 dan telah diikuti oleh 6 orang.

Dalam mendukung pemasaran online produk-produk Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”, Tim pengabdian bersama tim Pandemika melakukan rebranding untuk Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”. Rebranding dilakukan mencakup perubahan logo, pembuatan katalog dan perbaikan kemasan. Pengurus maupun ibu-ibu anggota koperasi pengrajin kayu & bambu ini juga belum memiliki ide mengenai logo, jadi Tim pengabdian bersama Kelompok Pandemika 2 membantu pembuatan logo. Adapun logo Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” yang baru desain berdasarkan selera dari anggota koperasi sendiri dan telah dirundingkan dengan anggota sampai matang. Dengan logo yang menarik tentu akan menarik perhatian pelanggan untuk melihat produk pengrajin kayu & bambu dari Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”. Desain packaging yang menarik akan membuat produk pengrajin kayu & bambu “Boonpring Makmur Sejahtera” lebih diingat dan dikenal oleh pelanggan dan dapat membantu meningkatkan kualitas visual dari produk yang di jual Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”.

Bazaar Offline dan Onlien Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”

Pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” menginginkan ada bazaar offline meskipun dengan menjaga protokol kesehatan yang ketat. Bazaar offline dilaksanakan bersama Tim pengabdian dan Pandemika. Adapun Bazaar offline dilaksanakan di Toko Oleh-

Oleh Malangan dan Mall. Sedangkan Bazaar online dilakukan dengan open order produk-produk Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” yang ditawarkan secara online.

Kegiatan Pendampingan

Untuk memastikan pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” dapat beradaptasi dengan pemasaran online, Tim Pengabdian dan Pandemika terus mendampingi mereka dalam mengelola akun pemasaran online baik yang dengan medsos maupun dengan e – market place. Tim Pengabdian dan Tim Pandemika secara terus menerus memberikan konsultasi dan petunjuk jika terjadi kesulitan dalam pemasaran online. Tim Pengabdian dan Tim pandemika juga terus membantu mempromosikan produk-produk Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” secara online maupun secara offline , salah satunya dengan memamerkan produk Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” di Galery. Selama 1 bulan pendampingan dalam pemasaran online, pengurus dan anggota “Boonpring Makmur Sejahtera” telah mampu mengelola operasional pemasaran online. Saat ini penjualan secara online produk –produk anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” sudah berjalan, pesanan dari medsos dan e-market place mulai meningkat. Stock produk-produk Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” yang menumpuk juga telah terjual melalui penjualan online.

Evaluasi

1. Evaluasi hasil pengabdian dilakukan secara online pada tanggal 23 September 2022. Evaluasi dilakukan melalui gmeet dengan peserta tim pengabdian, tim pandemika, pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera”. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian, baik berdasarkan pengamatan maupun respon dari para pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” sangat antusias mengikuti kegiatan pengabdian ini, karena para pengurus dan anggota koperasi merasa: Merasa termotivasi untuk kreatif dan produktif meskipun masa pandemi dan merasa memiliki tanggung jawab untuk menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.
2. Menambah pengetahuan dan kemampuan dalam pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi
3. Kegiatan pendampingan belum optimal karena keterbatasan pada masa pandemi ini. Padahal mitra membutuhkan pendampingan tatap muka yang intens untuk dapat melakukan pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi
4. Pengabdian berikutnya, mitra menginginkan dilakukan pendampingan kembali dalam pengembangan produk.

SIMPULAN

- a. Kegiatan pengabdian di Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” telah menumbuhkan semangat bagi Pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” untuk tidak menyerah dengan kesulitan-kesulitan di masa pandemi, bahkan berani bangkit menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.
- b. Pengurus dan anggota Koperasi “Boonpring Makmur Sejahtera” sangat antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi
- c. Peserta dapat memahami pentingnya pembukuan usaha untuk mengetahui perkembangan usahanya.
- d. Pelatihan pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi diikuti dengan baik oleh para pengurus dan anggota Koperasi karena

diberikan penjelasan dan yang sangat sederhana dan mudah dipahami yang pada akhirnya dapat dilaksanakan oleh peserta pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada DPPM Universitas PGRI Kanjuruhan Malang yang telah mendanai pengabdian ini sehingga pengabdian ini dapat berjalan dan selesai dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abankina, T. (2013). Regional development models using cultural heritage resources. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1108/17506181311301318>
- Al-hagla, K. S. (2010). Sustainable urban development in historical areas using the tourist trail approach: A case study of the Cultural Heritage and Urban Development (CHUD) project in Saida, Lebanon. *Cities*, 27(4). <https://doi.org/10.1016/j.cities.2010.02.001>
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4). [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Ballesteros, E. R., & Ramírez, M. H. (2007). Identity and community - Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism Management*, 28(3). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.001>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. In *Journal of Sustainable Tourism* (Vol. 19, Issues 4–5). <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Burns, P. M., & Sancho, M. M. (2003). Local perceptions of tourism planning: The case of Cuéllar, Spain. *Tourism Management*, 24(3). [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00069-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00069-9)
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1). <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- BUTLER, R. W. (1980). THE CONCEPT OF A TOURIST AREA CYCLE OF EVOLUTION: IMPLICATIONS FOR MANAGEMENT OF RESOURCES. *Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, 24(1). <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2). <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.021>
- Choi, H. S., & Ahn, K. H. (2013). Assessing the sustenance and evolution of social and cultural contexts within sustainable urban development, using as a case the MAC in South Korea. *Sustainable Cities and Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1016/j.scs.2012.08.003>
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.009>

- Dulloo, M. E., Ebert, A. W., Dussert, S., Gotor, E., Astorga, C., Vasquez, N., Rakotomalala, J. J., Rabemiafara, A., Eira, M., & Bellachew, B. (2009). Cost efficiency of cryopreservation as a long-term conservation method for coffee genetic resources. *Crop Science*, 49(6), 2123–2138.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002>
- Fishbein M, A. I. (1980). “ Understanding attitudes and predicting social behavior, Englewood Cliffs. *Journal of Personality and Social Psychology*, , Jan 1992, 98-109.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Perspective*. Prentice-Hall.
- Gardarsdóttir, R. B., & Dittmar, H. (2012). The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland’s perceived prosperity. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 471–481. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.008>
- Hardy, A., Beeton, R. J. S., & Pearson, L. (2002). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6). <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>
- Jimura, T. (2011). The impact of world heritage site designation on local communities - A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32(2). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.005>
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents’ attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.019>
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Lepp, A. (2007). Residents’ attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.004>
- Lozano-Oyola, M., Blancas, F. J., González, M., & Caballero, R. (2012). Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. *Ecological Indicators*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.01.014>
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). RESIDENTS’ PERSPECTIVES OF A WORLD HERITAGE SITE. The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B., & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27(6). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.013>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6). [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Van Oers, R., & Pereira Roders, A. (2012). Historic cities as model of sustainability. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 2(1). <https://doi.org/10.1108/20441261211223298>
- Vargas-Hernández, J. G. (2012). Sustainable cultural and heritage tourism in regional development of Southern Jalisco. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 8(2/3). <https://doi.org/10.1108/20425961211247752>
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2008). Residents’ attitudes and perception towards tourism

development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29(6).
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.008>

Zhang, L., Tochen, R. M., Hibbard, M., & Tang, Z. (2017). The Role of Local Leaders in Environmental Concerns in Master Plans. *Journal of Planning Education and Research*.
<https://doi.org/10.1177/0739456x17699063>