

PENDAMPINGAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK PENGEMBANGAN PARIWISATA PULAU SEMAU NUSA TENGGARA TIMUR

Sari Angriany Natonis¹

Emilia Gie²

Junita C. Nenabu³

Arjuna Purba⁴

Universitas Nusa Cendana Kupang
sari.angriany.natonis@staf.undana.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 31 May 2024

Revised: 04 June 2024

Accepted: 05 June 2024

JEL Classification:

Key words:

*Pemberdayaan, Pengembangan,
Masyarakat, Pariwisata.*

DOI: 10.33508/peka.v7i1.5629

ABSTRAK

Pulau Semau sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang berdaya saing di Provinsi Nusa Tenggara Timur, namun masyarakat di Pulau Semau cenderung pasif terhadap potensi pariwisata yang dimiliki, hal ini terlihat dari masih jarangnyanya masyarakat lokal yang terlibat dalam penyediaan jasa maupun produk untuk ditawarkan kepada pengunjung. Hal ini juga disebabkan karena karena lemahnya kemampuan pelaku usaha dari masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan produk dan jasa, baik dari sisi manajemen maupun kualitas produknya. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan untuk pengembangan sektor pariwisata di Pulau Semau diharapkan dapat membantu peningkatan kapasitas masyarakat terutama sebagai aktor utama dalam pengelolaan potensi wisata di Pulau Semau. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan sosialisasi sadar wisata dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat keterlibatan mereka dalam pengelolaan potensi wisata yang dimiliki oleh desa mereka. Kemudian diberikan sosialisasi dan praktik pengolahan produk wisata berbasis kearifan local, serta sosialisasi tentang marketing, packaging, dan labeling produk sebagai buah tangan bagi wisatawan.

ABSTRACT

Semau Island is one of the competitive tourist destinations in East Nusa Tenggara Province, but the people on Semau Island tend to be passive about the tourism potential they have, this can be seen from the lack of local people involved in providing services and products to be offered to visitors. This is also due to the weak ability of business actors from local communities to manage and develop products and services, both in terms of management and product quality. Therefore, community empowerment through assistance for the development of the tourism sector on Semau Island is expected to help increase community capacity, especially as the main actor in managing tourism potential on Semau Island. This service activity is carried out by providing tourism awareness outreach with the aim of increasing community awareness of the benefits of their involvement in managing the tourism potential of their village. Then there is socialization and practice of processing tourism products based on local wisdom, and socialization about marketing, packaging and labeling products as souvenirs for tourists.

PENDAHULUAN

Pulau Semau adalah sebuah pulau kecil yang terletak di bagian barat pulau Timor. Pulau ini hanya memiliki total luas wilayah 26.570 ha sehingga digolongkan sebagai pulau kecil (Kaho, 2019). Pulau Semau termasuk pemerintahan Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. Sehubungan dengan letak alam dan kondisi geografis Pulau Semau adalah sebuah daerah kepulauan maka kekayaan alam yang dimiliki adalah bentangan pantai dengan pasir putih yang begitu indah untuk dijadikan sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang berdaya saing di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Terdapat beberapa pantai yang memiliki peluang untuk dikelola sebagai objek wisata antara lain Pantai Otan, Pantai Uinian, Pantai Onanbalu, Pantai Liman, dan Pantai Pulau Tabui. Namun sayangnya, masyarakat belum aktif terlibat dalam pengelolaan bisnis pariwisata. Kesadaran masyarakat untuk turut aktif dalam pengembangan potensi pariwisata menjadi sangat penting karena dengan meningkatkan peran aktif masyarakat maka dapat mengurangi tingkat kebocoran ekonomi untuk pihak kapitalis dan memberikan manfaat lebih banyak bagi masyarakat local (Ndivo & Cantoni, 2016).

Aspek pemberdayaan masyarakat dalam konteks pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai upaya penguatan dan peningkatan kapasitas peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan untuk berpartisipasi, berperan aktif dan strategis sebagai subjek maupun penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan berkelanjutan (Alamineh et al., 2023). Masyarakat di Pulau Semau cenderung pasif terhadap potensi pariwisata yang dimiliki, hal ini terlihat dari masih jarangnyanya masyarakat lokal yang terlibat dalam penyediaan jasa maupun produk untuk ditawarkan kepada pengunjung. Pengunjung secara bebas dan tidak terorganisir berkunjung ke Pulau Semau. Belum optimalnya, peran aktif masyarakat dalam pengembangan pariwisata disebabkan beberapa hal, antara lain, karena masih lemahnya kapasitas dan kemampuan masyarakat lokal sehingga masyarakat tidak memiliki akses yang memadai untuk terlibat dan menjadi bagian dari industri kepariwisataan yang berkembang (Rusyidi & Fedryansah, 2019). Hal ini juga disebabkan karena karena lemahnya kemampuan pelaku usaha dari masyarakat lokal dalam mengelola dan

mengembangkan produk dan jasa, baik dari sisi manajemen maupun kualitas produknya (Marliana Nurani et al., 2022). Padahal jika masyarakat terlibat secara aktif maka pariwisata bisa menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat di Pulau Semau.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan didasari dari adanya beberapa permasalahan yang dihadapi masyarakat lokal Pulau Semau yakni rendahnya minat masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan wisata, padahal keterlibatan masyarakat penting untuk menggugah rasa kepemilikan masyarakat terhadap potensi desa wisata yang dikembangkan. Rasa memiliki tidak serta merta timbul tanpa adanya partisipasi aktif dari masyarakat lokal. Serta masalah lainnya adalah masyarakat belum mampu mengelola potensi dan produk wisata desa yang bisa menjadi salah satu sumber pendapatan desa. Oleh karena itu, mengacu pada permasalahan tersebut maka masyarakat di Pulau Semau, khususnya di Desa Uitiuhtuan dengan Liman Beach sebagai salah satu wisata Pulau Semau perlu untuk mendapatkan edukasi sadar wisata dan sapta pesona serta pengembangan produk wisata, maka tim pengabdian Universitas Nusa Cendana dalam kegiatan melakukan pelatihan kepada masyarakat setempat terkait masyarakat sadar wisata dan sapta pesona. Hal ini merupakan hal pertama yang perlu dilakukan sebelum melakukan berbagai strategi lainnya, karena keterlibatan masyarakat tidak akan tercipta jika tidak ada kesadaran masyarakat akan potensi wisata yang menjadi peluang pendapatan. Serta melakukan pendampingan untuk pengembangan potensi produk dan jasa wisata. Hal ini dilakukan agar masyarakat bisa memproduksi produk-produk unggulan yang memiliki nilai ekonomis berbasis kearifan lokal.

Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan untuk pengembangan sektor pariwisata di Pulau Semau diharapkan dapat membantu peningkatan kapasitas masyarakat terutama sebagai aktor utama dalam pengelolaan potensi wisata di Pulau Semau sehingga masyarakat tidak jalan di tempat dalam pengelolaan potensi wisata dan makin percaya diri dalam mengelola aset wisata yang dimiliki. Serta mendorong bertumbuhnya industri rumah tangga yang mampu menghasilkan produk berbasis kearifan lokal yang berdaya jual bagi pengunjung atau wisatawan.

KAJIAN LITERATUR

Penyuluhan Sadar Wisata

Sadar Wisata merupakan suatu kondisi yang menggambarkan peran serta dan dukungan seluruh komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan pariwisata di suatu destinasi atau wilayah (van Niekerk & Saayman, 2013). Peningkatan peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata memerlukan berbagai upaya pemberdayaan agar masyarakat dapat berperan lebih aktif dan optimal sekaligus memperoleh manfaat positif dari kegiatan pembangunan yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Dengan membantu membangun kesadaran pariwisata di masyarakat, tingkat partisipasi masyarakat yang lebih tinggi akan lebih besar kemungkinannya terjadi. Hal ini membantu mewujudkan *Community based Tourism* yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan melibatkan mereka dalam pengambilan keputusan, manfaat ekonomi, dan pelestarian budaya. Dalam CBT, wisatawan berinteraksi langsung dengan penduduk lokal, budaya, dan lingkungannya, sehingga memberikan pengalaman perjalanan yang lebih autentik dan berkelanjutan. Pendekatan ini dapat membantu mendorong pengembangan masyarakat, melestarikan warisan budaya, dan menciptakan peluang ekonomi bagi penduduk setempat (Shimray, 2019).

Dengan demikian, partisipasi masyarakat memungkinkan masyarakat untuk mengelola sumber daya mereka dengan tepat dan menggunakan kemampuan pengambilan keputusan, sehingga memberikan kontrol yang lebih besar terhadap kegiatan-kegiatan yang berdampak pada kehidupan mereka (Gunawijaya & Pratiwi, 2018).

Masyarakat perlu membentuk sebuah Kelompok Sadar Wisata. Tujuan dibentuknya Kelompok Sadar Wisata adalah: 1) Meningkatkan kedudukan dan peran masyarakat sebagai subyek atau pelaku penting dalam pembangunan pariwisata, serta dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas pembangunan pariwisata. 2) Membangun dan membina sikap positif serta dukungan masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona bagi pertumbuhan dan perkembangan pariwisata daerah serta manfaatnya bagi pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat, dan 3) Memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan

potensi tempat wisata yang ada di setiap daerah

Pengembangan Produk Berbasis Kearifan Lokal

Potensi usaha masyarakat adalah usaha masyarakat yang mempunyai potensi pengembangan produk yang dikaitkan dengan kearifan lokal dan/atau identitas etnis, yang mempunyai potensi untuk mengembangkan produk sesuai dengan unsur potensi dan ciri penting usaha masyarakat. Kearifan lokal mengacu pada hal-hal yang dapat ditemukan sendiri oleh penduduk desa dan digunakan untuk memecahkan masalah (Tancharoen, 2023). Merupakan suatu teknik, metode, atau khazanah pengetahuan masyarakat desa, baik secara luas maupun mendalam, yang disusun sendiri oleh masyarakat desa dengan menggunakan potensi yang ada dalam menyelesaikan permasalahan kehidupan lokal yang sesuai dengan zamannya dan terus menerus dilakukan dan diwarisi dari nenek moyang dari dahulu sampai sekarang.

Kearifan lokal merupakan modal sosial dan budaya yang sangat berharga untuk menciptakan karya guna mendukung terciptanya komunitas mandiri dengan mendorong dan mengembalikan kekuatan budaya dan kearifan lokal untuk mendorong pengembangan modal sosial dan untuk memberikan nilai tambah terhadap sumber daya yang dimiliki masyarakat. Oleh karena itu pendekatan ini penting untuk memimpin masyarakat membangun kekuatan dan kemandirian dalam jangka panjang.

Packaging, Labelling, & Marketing

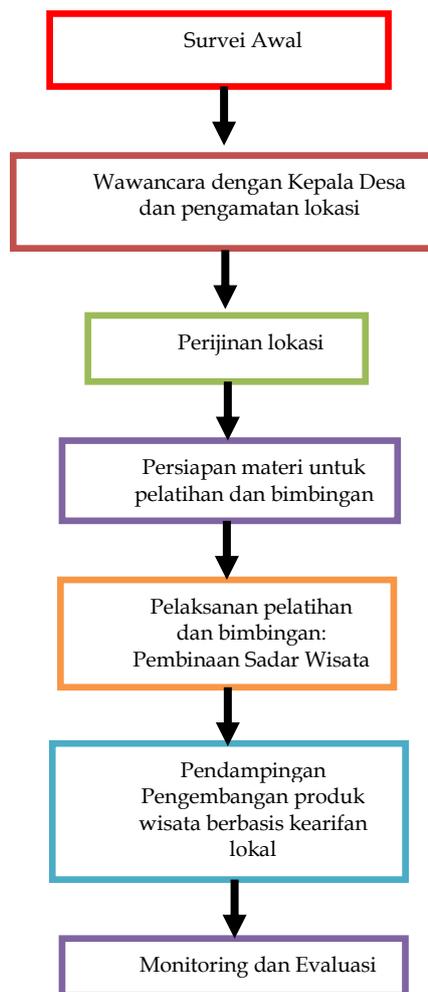
Kemasan mengacu pada bahan fisik yang digunakan untuk menampung dan melindungi suatu produk selama transportasi dan penyimpanan. Ini bisa berupa kotak, tas, botol, dan jenis wadah lainnya. Pengemasan dirancang untuk menjaga produk tetap aman dan terlindungi, serta memberikan informasi tentang produk itu sendiri. Ini juga dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik visual suatu produk dan membuatnya lebih menarik bagi calon pelanggan (Hutchins & Hurley, 2024).

Di sisi lain, pelabelan mengacu pada informasi yang dicetak atau ditempelkan pada kemasan itu sendiri. Ini dapat mencakup nama produk, deskripsi, bahan, informasi nutrisi, dan peringatan atau petunjuk penggunaan. Pelabelan sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki semua informasi yang mereka perlukan untuk membuat keputusan yang tepat mengenai produk yang mereka beli (Elements, 2003).

Sedangkan pemasaran mengacu pada aktivitas yang dilakukan seseorang atau perusahaan untuk mempromosikan pembelian atau penjualan produk atau layanannya. Pemasaran mencakup periklanan dan memungkinkan bisnis untuk menjual produk dan layanan kepada konsumen, bisnis lain, dan organisasi (M, 2020).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang dipilih dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah melalui beberapa metode untuk menyelesaikan masalah dari fenomena yang ada di masyarakat, yaitu survey awal, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi. Pada survei awal, tim melakukan dengan wawancara curah pendapat (*brainstorming*) mengumpulkan Masyarakat dan aparat desa untuk mengetahui potensi daya Tarik masing-masing desa, hambatan kegiatan pariwisata, pengelolaan desa wisata yang diharapkan, dan pelatihan yang dibutuhkan untuk pengembangan desa wisata. Tahap selanjutnya ialah pelatihan, setelah memperoleh data mengenai daya tarik desa, fenomena atau masalah apa yang ada sehingga terbentuk pelatihan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengembangkan desa wisata. Pelatihan ini diikuti juga oleh seluruh aparat desa, bumdes, dan karang taruna. Pelatihan dengan menggunakan media *powerpoint* dan video untuk memberikan literasi pariwisata, bumdes, pengelola keuangan, dan pemasaran desa wisata dilakukan secara interaktif dibawakan oleh pemateri dari tim peneliti. Setelah pelatihan, tim membuat pendampingan melalui media *online* (WA Group) untuk mempermudah mendampingin jarak jauh dan secara aktif memberikan presenden cara mengelola desa wisata dari desa wisata yang sudah maju serta masukan-masukan lainnya sesuai kebutuhan. Metode terakhir ialah tim monitoring kembali ke desa dengan melihat kegiatan pariwisata apa saja yang sudah dilakukan dan mengevaluasi program pengabdian pada masyarakat ini melalui kuesioner yan dibagikan pada peserta pelatihan yang terdiri dari aparat desa (camat dan kepala desa), bumdes, dan karang taruna sehingga program pengabdian pada masyarakat ini dapat terukur keberhasilannya. Secara skematis rencana kegiatan dalam program PKM yang telah disepakati bersama mitra adalah sebagai berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama 1 hari pada tanggal 18 Mei 2024 di Desa Uitiuhtuan, Kecamatan Semau Selatan. Peserta dalam kegiatan ini berjumlah 30 orang dari pemuda-pemudi dan ibu-ibu PKK dari desa setempat. Kategori peserta ini sesuai dengan tujuan kegiatan yakni untuk meningkatkan kesadaran wisata dan pengembangan produk wisata berbasis kearifan lokal.

Adapun rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi tentang Sadar Wisata. Dalam sosialisasi ini masyarakat diberikan edukasi tentang pentingnya kesadaran masyarakat atas potensi wisata yang dimiliki dan benefit dari keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata yang dimiliki oleh desa tersebut. Materi sosialisasi pertama disampaikan oleh narasumber dari Dosen Pengampuh Manajemen Pariwisata yang sudah ahli dibidang pariwisata. Masyarakat diberikan pemahaman agar dapat mengembangkan

dan mengelola pariwisata di desanya berdasarkan sumber daya yang tersedia dengan harapan dapat membantu mengurangi kemiskinan di pedesaan melalui partisipasi dan pemberdayaan masyarakat setempat (Mujanah et al., 2015). Salah satu hambatan utama yang harus diatasi adalah kurangnya pengetahuan dan kesadaran pariwisata di kalangan masyarakat pedesaan (Saufi et al., 2014). Terbatasnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang pariwisata ini membuat upaya besar menjadi penting untuk mendorong mereka berpartisipasi dalam proses pengembangan pariwisata. Dukungan masyarakat terhadap pariwisata merupakan hal mendasar bagi keberhasilan partisipasi masyarakat, yang hanya terjadi jika tingkat pemahaman mereka terhadap proses pengembangan pariwisata sama dengan pemangku kepentingan lainnya.

Masyarakat diberikan arahan untuk membentuk Kelompok Sadar Wisata dan diberikan gambaran terkait tugas dan peran Kelompok Sadar Wisata. Pemateri juga memberikan studi kasus pengembangan desa wisata yang sudah sukses dikembangkan seperti di Desa Penglipuran (Bali). Masyarakat juga diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi dengan tim pengabdian, dan bahkan menyampaikan berbagai hambatan yang dimiliki, salah satunya yakni keterbatasan sumber daya yang kompeten dan kurangnya konsistensi dalam pengembangan pariwisata desa. Melalui POKDARWIS yang terbentuk akan berlangsung koordinasi yang berkelanjutan dengan tim pengabdian untuk pengembangan kompetensi pemuda-pemudi yang ada di desa setempat.

Pemateri menjelaskan bahwa terbatasnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat dapat menyebabkan beberapa masalah, seperti semakin lebarnya kesenjangan pengetahuan antara masyarakat lokal dan pengambil keputusan yang bisa saja melakukan eksploitasi terhadap potensi wisata yang ada demi kepentingan pribadi dan memonopoli masyarakat setempat, harapan yang salah mengenai manfaat pariwisata, kurangnya persiapan menghadapi perubahan yang berhubungan dengan pariwisata, dan meningkatnya eksklusivitas keterlibatan penduduk lokal dalam proses pengambilan keputusan. Dengan adanya kesadaran masyarakat untuk terlibat aktif mengelola potensi wisata yang ada dapat membantu mereka menjadi agen dalam pengembangan pariwisata dibandingkan hanya menjadi objek seperti yang masih sering terjadi pada masyarakat pedesaan di negara berkembang

Oleh karena itu penting untuk mengetahui pengetahuan dan kesadaran warga terhadap pengembangan pariwisata di daerah mereka dalam rangka mewujudkan pariwisata berkelanjutan.

Materi kedua yang disampaikan terkait dengan pengembangan produk wisata berbasis kearifan local. Hal ini dilakukan dengan melakukan praktik pengolahan Bawang Merah yang menjadi komoditas unggulan di Desa Uitiuhtuan yang diolah menjadi Keripik Bawang yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selama ini bawang merah hanya dijual mentahan ke Ibu Kota Provinsi dengan harga yang murah. Sebagai desa wisata tentunya buah tangan menjadi salah satu hal yang dicari oleh wisatawan, sehingga keripik bawang yang diolah bisa menjadi salah satu produk kebanggaan Desa Uitiuhtuan.

Adapun alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses pengolahan bawang merah menjadi keripik bawang adalah sebagai berikut:

Alat:

1. Kompor dan seperangkat alat menggoreng
2. Baskom
3. Pisau
4. Roll adonan

Bahan:

1. 500 gr tepung terigu
2. 250 gr tepung kanji
3. 150 gr margarin
4. Irisan bawang merah (20 siung/secukupnya)
5. 2 bungkus royco ayam
6. 1 butir telur
7. Air secukupnya sesuai tekstur adonan

Cara membuat:

1. Campur semua bahan menjadi satu
2. Tambahkan air secara perlahan sampai adonan mencapai konsistensi yang tepat.
3. Bagi adonan menjadi beberapa bagian dan rol menjadi tipis, lalu dipotong sesuai bentuk yang diinginkan
4. Goreng dalam minyak panas dengan api sedang, hingga keripik berwarna *golden brown*.
5. Dinginkan lalu bungkus keripik bawang dalam packaging yang telah disiapkan.

Selanjutnya pemateri ketiga menyampaikan materi terkait *packaging, labeling, dan marketing*. Masyarakat diberikan pemahaman tentang pentingnya memilih kemasan yang tepat untuk produk sehingga kemasan bisa membuat produk tetap aman dan juga menarik. Serta *labeling* membuat produk menjadi lebih *informative*. Dan

cara memasarkan produk dengan cara yang tepat dan meminimalkan biaya marketing dengan memanfaatkan *social media*. Tim pengabdian membawa contoh kemasan berupa *Standing Pouch* dan *labeling* yang didesain dan dicetak untuk produk keripik bawang yang sudah diolah, sehingga produk bisa siap dipasarkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan oleh Tim Universitas Nusa Cendana, ada beberapa kesimpulan yang bisa ditarik, yakni:

1. Masyarakat antusias dengan adanya kegiatan yang dilakukan. Hal ini bisa diketahui dengan melihat fokusnya masyarakat dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan, dan bersedia untuk membentuk Kelompok Pemuda Sadar Wisata yang akan bersinergi secara berkelanjutan dengan Universitas Nusa Cendana untuk membuat perencanaan pengembangan Desa Wisata Uitiuhtuan.
2. Masyarakat terlibat aktif dalam praktik pengolahan produk berbasis kearifan lokal yakni bawang merah menjadi keripik bawang. Masyarakat juga memandang produk ini mudah untuk diolah dengan bahan baku yang mudah diperoleh disekitar desa dan murah karena bawang merupakan produk pertanian desa yang dihasilkan secara massal.
3. Masyarakat mulai paham untuk tidak mengemas produk secara asal-asalan, tapi informatif lewat *packaging* dan *labeling* yang menarik. Proses pemasaran juga akan dibantu oleh pemuda-pemudi yang sudah melek teknologi untuk dipromosikan lewat akun sosial media mereka. Universitas Nusa Cendana juga bersedia untuk mengundang UMKM yang ada untuk terlibat dalam berbagai event yang diadakan oleh UNDANA guna memperkenalkan produk unggulan Desa Uitiuhtuan.

REFERENCES

Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Endaweke, Y., & Tadesse, B. (2023). The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara regional state. *Heliyon*, 9(6), e17088. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17088>

Elements, B. (2003). Branding, packaging and

labelling. *Australian Journal of Pharmacy*, 84(1003), 773.

Gunawijaya, J., & Pratiwi, A. (2018). How Local Community Could Contribute to the Tourism Development in Rural Area? *KnE Social Sciences*, 3(11), 826. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.2809>

Hutchins, D. A., & Hurley, R. A. (2024). A systematic review of articles influencing United States retail cheese packaging, labeling, and market trends related to cheese in the marketplace and cheese during consumption. *Journal of Dairy Science*. <https://doi.org/10.3168/jds.2023-23977>

Kaho, N. R. (2019). *Kajian Bentang Alam Semau*. August, 33–34.

M, D. K. (2020). *Role of Packaging in Marketing Product and Organisation*. April 2006.

Marliana Nurani, L., Dwipantara Putra, B., Handayani Sukaemi, L., & Ardianto, P. (2022). Pengembangan Potensi Pedesaan DIY Melalui Pelatihan Pembuatan Paket Wisata Budaya Upacara Wiwitan. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.11993>

Mujanah, S., Ratnawati, T., & Andayani, S. (2015). The strategy of tourism village development in the hinterland Mount Bromo, East Java. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 18(1), 81. <https://doi.org/10.14414/jebav.v18i1.385>

Ndivo, R. M., & Cantoni, L. (2016). Rethinking local community involvement in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 57, 275–278. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.014>

Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20490>

Saufi, A., O'Brien, D., & Wilkins, H. (2014). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 801–820. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.861468>

Shimray, S. R. (2019). Ways to create awareness on cultural heritage: An overview. *Library Philosophy and Practice*, 2019(May).

Tancharoen, S. (2023). The Study of Community Potential for Local Wisdom Product

Development in U-thong, Suphanburi Province. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 19(1), 72-83.

van Niekerk, M., & Saayman, M. (2013). The influences of tourism awareness on the travel patterns and career choices of high school students in South Africa. *Tourism Review*, 68(4), 19-33. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2013-0049>

LAMPIRAN





