

Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Faktor Pengungkit Pengembangan Desa Wisata: Studi Kasus pada Wisata Sawah Sumber Gempong

Veny Megawati

Universitas Surabaya, Surabaya

Andhy Setyawan*

Universitas Surabaya, Surabaya

Hari Hananto

Universitas Surabaya, Surabaya

Hayuning Purnama Dewi

Universitas Surabaya, Surabaya

Njoto Benarkah

Universitas Surabaya, Surabaya

Aloysius Hery Pratono

Universitas Surabaya, Surabaya

Ninik Juniati

Universitas Surabaya, Surabaya

* andhy@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Pengembangan potensi desa menjadi desa pariwisata menjadi salah satu fokus pemerintah pusat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari persepsi dan dukungan komunitas didalamnya. Dukungan komunitas terhadap pengembangan pariwisata dapat dijelaskan dalam kerangka pikir ekonomi maupun non ekonomi. Peran masyarakat sebagai bagian komunitas yang berfokus pada pendekatan ekonomi, yakni sisi manfaat dan biaya dijelaskan dalam perspektif *Social Exchange Theory (SET)*. Selain faktor ekonomi, faktor non ekonomi juga menjadi pertimbangan yang tak kalah pentingnya dalam pengembangan desa wisata. Pemberdayaan masyarakat desa menjadi faktor pengungkit non ekonomi yang penting untuk menggerakkan perubahan ke arah pengembangan desa wisata. Bertumpu pada *Resident Empowerment through Tourism (RETS)*, penelitian ini berupaya mengungkap peran pemberdayaan masyarakat desa pada wisata sawah Sumber Gempong dalam ranah pengembangan desa wisata. Desain penelitian kualitatif dengan teknik *field research* dipilih untuk menelaah empat dimensi pemberdayaan masyarakat meliputi *personal economic benefit, psychological empowerment, social empowerment, dan political empowerment*. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi pihak terkait, misalnya pemerintah desa (Kepala Desa dan jajarannya), BUMDesa Mutiara Welirang (Direktur, Manajer dan staff), serta masyarakat lokal pelaku wisata. Hasil penelitian menunjukkan adanya peran positif empat dimensi pemberdayaan masyarakat sebagai faktor pengungkit terhadap pengembangan desa wisata.

Kata Kunci: *desa wisata, pemangku kepentingan pariwisata lokal, pariwisata berkelanjutan, pemberdayaan masyarakat*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor penghasil devisa negara yang cukup signifikan di Indonesia. Tak heran jika pemerintah mencanangkan pengembangan desa wisata untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Peran terbesar dalam pengembangan pariwisata yang ditemukan dalam beberapa literatur pengembangan pariwisata berkelanjutan mempunyai tujuan untuk menyeimbangkan hubungan wisatawan dan masyarakat melalui peningkatan pemberdayaan masyarakat (*Community Based Tourism*) (Cole, 2006). Peran ini merupakan dasar dari *Social Exchange Theory* (SET) dan pemahaman bagaimana persepsi masyarakat terhadap biaya dan manfaat dalam pengembangan sebuah pariwisata di kawasannya serta dukungan atau tantangan terhadap pengembangan pariwisata tersebut. (Ap, 1992; Nunkoo & Ramkissoon, 2012).

Mempertahankan dukungan masyarakat sangat penting dalam pengembangan pariwisata. SET tidak cukup untuk menjelaskan persepsi penduduk terhadap pariwisata. SET hanya berfokus pada perspektif ekonomi yang menggerakkan perubahan sosial masyarakat untuk mendukung pengembangan desa wisata. Merujuk pada keterbatasan SET, lahirlah pendekatan *Weber's Theory of Formal and Substantive Rationality* (WFSR) sebagai penjelas faktor non ekonomi yang mendasari persepsi masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata. Tokoh-tokoh pariwisata memberikan masukan pertimbangan non-ekonomi lainnya seperti nilai, keyakinan dan moral dalam melihat dukungan masyarakat untuk pariwisata karena manfaat ekonomi bukan menjadi satu-satunya faktor utama (Ranasinghe & Pradeepamali, 2019). Pada penelitian Boley dan McGehee (2014) *Resident Empowerment through Tourism Scale* (RETS) mengatasi perbedaan ini dengan memasukkan 3 dimensi *empowerment* yaitu *psychological*, *social* dan *political* yang semuanya memiliki hubungan langsung dan signifikan terhadap persepsi masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata.

Pada sebuah desa wisata, *psychological empowerment* terjadi ketika pengembangan wisata di daerah tinggalnya dapat memberikan kebanggaan dan meningkatkan harga diri masyarakat ketika wisatawan mengakui keindahan alam pariwisata tersebut. Kebanggaan dan peningkatan harga diri ini yang memberikan manfaat non ekonomi untuk mendukung pariwisata dan memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (Strzelecka *et al.*, 2017b). Oleh karena itu, banyak penulis telah menemukan hubungan yang kuat antara *psychological empowerment* masyarakat untuk mendukung pengembangan pariwisata (Boley & McGehee, 2014; Strzelecka *et al.*, 2017b).

Social Empowerment dapat terjadi ketika pariwisata memberikan kontribusi pada pengembangan masyarakat dengan memperkuat hubungan antar masyarakat yang mempunyai dampak positif (Scheyvens & Scheyvens, 1999). *Social Empowerment* ini secara konsisten memberikan dampak positif pada pengembangan pariwisata (Boley & McGehee, 2014; Strzelecka *et al.*, 2017a; Maruyama *et al.*, 2017; Yeager *et al.*, 2020)

Political Empowerment akan memberikan dorongan bagi masyarakat untuk menggunakan sumber daya sosial dan politik dalam pengembangan pariwisata yang dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat (Cole, 2006; Strzelecka *et al.*, 2017b). *Political Empowerment* ini secara konsisten memberikan dampak positif pada pengembangan pariwisata (Boley & McGehee, 2014; Strzelecka, *et al.*, 2017a; Maruyama *et al.*, 2017; Yeager *et al.*, 2020)

Economic Empowerment mempunyai peran yang penting dalam memberikan manfaat yang nyata seperti pemberian lapangan kerja dan peluang usaha dalam pengembangan pariwisata (Scheyvens & Scheyvens, 1999). Pengaruh *Economic Empowerment* dalam

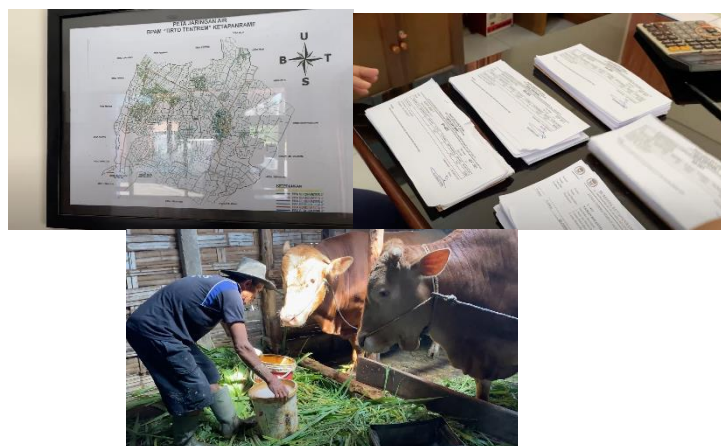
Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi,
Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratomo, Ninik Juniati

mengembangkan pariwisata menjadi temuan yang konsisten dari tahun ke tahun (Boley *et al.*, 2018).

Dimensi di atas tidak luput menjadi *sub topic* bahasan dari konteks pengembangan desa menjadi desa wisata. Desa wisata di Indonesia mulai berkembang dalam 10 tahun terakhir. Saat ini ranah pengembangan desa wisata di Indonesia berada dibawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Beragam program termasuk pemberian *award* guna merangsang perangkat desa memacu warganya untuk bersama mengembangkan tanah kelahiran sendiri. Tidak sedikit desa yang merespon kebijakan Kemenparekraf. Di Jawa Timur, desa Ketapanrame salah satunya.

Ketapanrame merupakan sebuah desa di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto yang mempunyai 3 Dusun yaitu Dusun Ketapanrame, Dusun Sukorame, Dusun Slepri. Untuk menjalankan berbagai macam usaha di Desa Ketapanrame ini dibentuklah sebuah Badan Usaha Milik Desa yang bernama BUMDesa Ketapanrame. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan legalitas BUMDES terdapat kendala karena nama BUMDES tidak boleh sama dengan nama Desa maka pada tahun 2022 ini nama BUMDesa Ketapanrame berubah menjadi BUMDES Mutiara Welirang.

Usaha utama BUMDES ini adalah berawal dari program air bersih dari pemerintah melalui tim pembangunan kecamatan pada tahun 1978 dengan dibangunlah sarana air bersih berupa pemasangan pipa dan pembuatan bak penampungan air. Dalam perkembangannya BUMDES ini terus melakukan inovasi untuk mengembangkan unit bisnisnya. Saat ini BUMDES Mutiara Welirang sudah memiliki 5 unit Usaha yaitu, (1) Unit Pengelolaan Air Minum, (2) Unit Pengelola Kios dan Kandang, (3) Unit Pengelola Sampah, (4) Unit Pengelola Wisata dan yang paling baru (5) Unit Simpan Pinjam dan Kerjasama. Beberapa kegiatan dari unit-unit tersebut ditunjukkan dalam Gambar 1. Di tahun 2022 ini, BUMDES tersebut baru saja meraih penghargaan BUMDES Award Nasional 2022 dalam kategori *Community Development and Engagement Award* karena Desa ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisatanya. Pendapatan bersih BUMDES Tahun 2019 mencapai 1,29 Milyar (M), Tahun 2020 mencapai 1,94 M, Tahun 2021 mencapai 1,65 M dan Tahun 2022 ditarget 2,47 M.



(a)

(b)

(c)

Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi,
Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratomo, Ninik Juniati



Gambar 1. Kegiatan-kegiatan yang Dilakukan di Unit-unit yang Dikelola BumDesa (a) Peta Jaringan Air BPAM “Tirto Tentrem” Ketapanrame (b) Tagihan Air Warga yang Dikelola Unit Pengelolaan Air Minum (c)Warga sedang Memberi Makan Ternak dari Unit Pengelola Kios dan Pangan (d) Petugas sedang Memilah Sampah di Unit Pengelola Sampah (e)Warga sedang Melakukan Transaksi di Unit Simpan Pinjam dan Kerjasama

Desa Ketapanrame ini mempunyai banyak potensi wisata seperti Taman Ghanjaran, sebuah taman yang berada di lokasi strategis dengan berbagai macam wahana wisata, kolam renang, taman terbuka, kuliner dan pusat oleh-oleh. Pembangunan Taman Ghanjaran ini mendapatkan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Mojokerto sebesar 5 M di atas Tanah Kas Desa (TKD) dan pengembangan lanjutan Taman Ghanjaran ini melibatkan investasi dari, oleh, dan untuk masyarakat terutama masyarakat Dusun Ketapanrame, Desa Ketapanrame senilai 3,8 M dengan 404 KK yang terlibat serta didukung dari pihak lain sebesar 2M. Potensi wisata lainnya, Air Terjun Dlundung yang merupakan objek wisata alam yang berada di Kawasan Perhutani dan Taman Kelinci yang dibangun bersama komunitas masyarakat dan dikelola di bawah BUMDES Mutiara Welirang.

Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang mengunjungi berbagai tempat wisata di Desa Ketapanrame, maka Pemerintah Desa merasa perlu pengembangan wisata di TKD lain yang dimiliki karena TKD tersebut memiliki potensi yang sangat bagus juga. Dusun Sukorame ini memiliki TKD sebesar 3,5 ha dan lahan sawah warga yang ada disana sekitar 10 ha. Di lokasi ini terdapat sebuah mata air yang dikenal dengan nama Sumber Gempong dan sawah terasering yang indah. Pengembangan pertama diawali sekitar tahun 2020 dengan mengembangkan wisata pendidikan di Wisata Sawah Sumber Gempong Dusun Sukorame Desa Ketapanrame. Wisata pendidikan yang pernah dilakukan adalah membajak sawah, menanam padi sawah, memandikan sapi di sawah, pembuatan krupuk samiler, susur sungai, outbound dan beberapa kegiatan yang lainnya. Lokasi ini seringkali dijadikan tempat camping dan nongkrong anak muda dengan pemandangan sawah dan fasilitas yang terbatas pada saat itu. Kemudian pemuda Karang Taruna mencoba buka warung kopi sederhana di lokasi tersebut dan ternyata semakin banyak pengunjung yang datang. Kondisi ini semakin memantapkan Pemerintah Desa dan BUMDES untuk mengembangkan “Wisata Sawah Sumber Gempong” dimulai dengan pembangunan Warung Kuliner dengan nama “GRIYA TETEDAN”, sebuah warung dengan nuansa Jawa yang menjual makanan tradisional dan masakan khas desa. Griya Tetedan ini memfasilitasi 4 tenan berasal dari masyarakat Dusun Sukorame dilanjutkan dengan mengembangkan kolam pemandian yang airnya berasal dari air sumber sehingga membuat tempat ini semakin ramai lagi. Secara bertahap pada bulan Mei 2021 Wisata Sawah Sumber Gempong yang baru dibuka dengan menggunakan tiket masuk sebesar Rp 5.000 per orang. Gambar 2 menunjukkan salah satu ikon dari Wisata Sawah Sumber Gempong, yaitu replika Gerbang Ibukota Kerajaan Majapahit yang berada di salah satu bukit di Wisata Sawah Sumber Gempong. Di puncak bukit tersebut juga terdapat peninggalan sejarah berupa arca Ganesha. Sumber Gempong juga terkenal dengan sumber mata airnya yang jernih.

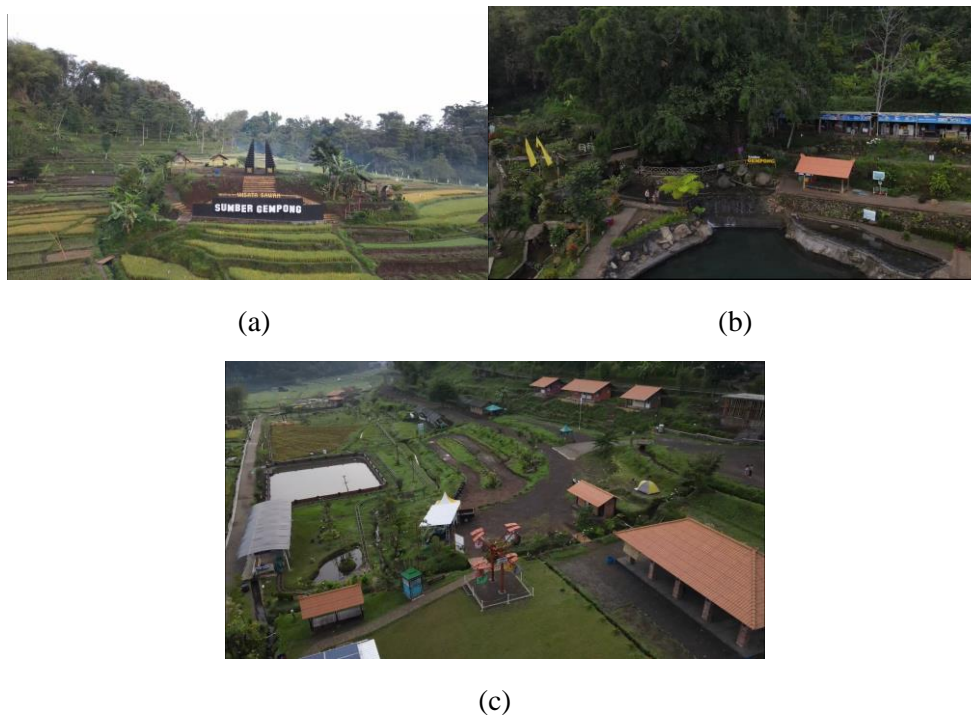
Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi,
Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratomo, Ninik Juniati

Untuk mempercepat pengembangan wisata ini, desa memberikan kesempatan khusus kepada masyarakat Dusun Sukorame yang merupakan dusun terkecil dengan pendapatan terendah (awalnya 60 % lebih dari masyarakat adalah pengangguran atau tidak produktif dan tidak mempunyai pendapatan) untuk melakukan investasi di Wisata Sawah Sumber Gempong ini dengan target Rp 500 juta. Investasi ini ditawarkan khusus untuk warga Dusun Sukorame karena pada investasi tahap 1 (Taman Ghanjaran) investasi warga Dusun Sukorame ini memberikan kontribusi yang paling kecil. Dengan melihat keberhasilan investasi warga Tahap 1 di Taman Ghanjaran maka antusiasme masyarakat menjadi besar karena melihat bukti yang sudah ada. Dana yang terkumpul tahap 2 ini mencapai Rp 877 juta dari 97 KK. Dana investasi dari warga sudah diwujudkan pembangunannya untuk pembuatan wahana kolam boat dayung, kolam boat pancal, kereta keliling sawah sepanjang 360 meter, sepeda gantung, becak gantung dan ATV dengan tetap memperhatikan lingkungan yang produktif untuk pertanian.

Warga Dusun Sukorame juga diberikan kesempatan untuk berjualan di tempat ini dengan total 23 lapak dengan harga sewa Rp 150.000 per lapak. Warga juga diberikan subsidi dana Rp 1,5 juta untuk membangun dangau di tengah sawah. Sampai saat ini sudah ada 19 dangau sawah yang sudah dibangun.

Petani sayur juga mendapatkan manfaat yang luar biasa karena mereka tidak perlu lagi menjual barang dagangan mereka ke pasar namun sayuran nya dapat di beli oleh wisatawan. Saat ini jumlah wisatawan yang mengunjungi tempat ini sekitar 500 wisatawan di hari biasa, mencapai 3.000 di hari Sabtu dan 4.000 di hari Minggu.

Kegiatan pengembangan budaya juga banyak dilaksanakan seperti Latihan Tari, Gamelan, Bantengan dan Pencak Silat dimana anak-anak, remaja, masyarakat dewasa Desa Ketapanrame akan tampil di kegiatan Desa, Taman Ghanjaran dan Wisata Sawah Sumber Gempong.



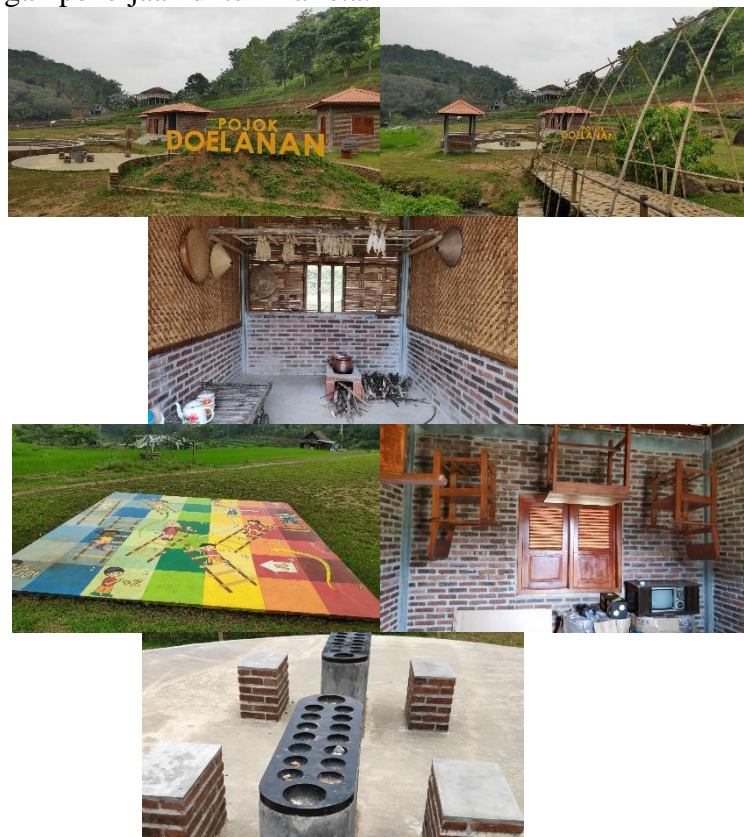
Gambar 2. Aerial View Wisata Sawah Sumber Gempong (a) Tampak Megah Replika Gerbang Ibukota Kerajaan Majapahit di Bukit Wisata Sawah Sumber Gempong (b) Sumber Mata Air

Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi,
Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratomo, Ninik Juniati

Sumber Gempong dan Kolam Bermain Di Sebelahnya (c) Wahana-wahana Permainan di Wisata
Sumber Gempong

Pengembangan Wisata Sawah Sumber Gempong yang berbasis pada *Community Based Tourism dan Edu Tourism* ini akan diperkuat dengan dibukanya Wahana Pojok Doelanan yang berfokus pada pengembangan mainan tradisional, spot foto yang instagramable, pertunjukan seni dan budaya lokal. Beberapa spot tempat bermain dapat dilihat di Gambar 3. Wisatawan yang masuk ke Pojok Doelanan ini akan diajak untuk melakukan berbagai macam aktivitas seperti permainan dakon, kelereng, gobak dosor, engklek, egrang, lompat tali, ular tangga, omah walik, dapoer tradisional. Hal tersebut mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan ke sekolah-sekolah, karena saat ini *field trip* siswa di daerah Trawas banyak di ajak ke Kota Malang dan Kota Batu.

Pengembangan lain yang dilakukan adalah membuat brand Kopi Khas Ketapanrame yang dikembangkan dengan Merk Kopi Banggoel. Kopi Banggoel ini sudah di launching-kan pada Bulan November 2021 pada kegiatan Festival Desa Berdaya sekaligus dengan peresmian Wisata Sawah Sumber Gempong oleh Ibu Bupati Kabupaten Mojokerto pada bulan Desember 2020. Pelatihan Barista juga sudah dipersiapkan dalam launching ini dengan harapan ketika wisatawan datang dan mencoba kopi yang ada maka akan membawa pulang biji kopi atau kopi bubuk. Tentunya penjualan kopi ini akan dapat meningkatkan pendapatan bagi petani kopi dan menambah lagi lapangan pekerjaan untuk Barista.



Gambar 3. Spot-spot Tempat Wisatawan Bermain di Pojok Doelanan

Dukungan dari masyarakat menjadi suatu hal yang penting untuk membangun desa wisata, maka pengelola bersama dengan pemerintah Desa membentuk kelompok sadar wisata yang mereka namakan RAKASIWI (Penggerak Aksi Wisata), dimana kelompok ini sebagai

pengelola dan bermitra dengan BUMDES dengan sistem bagi hasil. Sawah milik warga sekitar lokasi tetap dimanfaatkan untuk lahan pertanian agar tetap menjadi pendukung fasilitas wisata jelajah sawah dan swafoto tanpa menghilangkan konsep alamnya. Dengan digunakannya lahan mereka untuk fasilitas wisata, maka pihak pengelola juga mengalokasikan sebagian hasil usahanya kepada para petani di lokasi sekitar wisata.

Masyarakat yang tidak memiliki sawah diberikan kesempatan ikut berpartisipasi dalam usaha kuliner, oleh-oleh, maupun ikut berinvestasi modal untuk pengembangan wahana yang ada. Dengan memanfaatkan lahan yang sudah tidak produktif karena sering terdampak luapan air kini menjadi tempat favorit bagi pengunjung baik anak-anak maupun dewasa. Disini juga tersedia lapak kaki lima yang menjual makanan cepat saji dibuka untuk seluruh masyarakat Dusun Sukorame yang ingin mendapatkan penghasilan di lokasi ini.

Pada riset lapangan ini, dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi yaitu :

1. Bagaimana gambaran *Personal Economic Benefit* yang dirasakan masyarakat di Desa Ketapanrame?
2. Bagaimana gambaran *Psychological Empowerment* yang dirasakan masyarakat di Desa Ketapanrame?
3. Bagaimana gambaran *Social Empowerment* yang dirasakan masyarakat di Desa Ketapanrame?
4. Bagaimana gambaran *Political Empowerment* yang dirasakan masyarakat di Desa Ketapanrame?

Landasan Teori

Teori Weber menunjukkan dampak ekonomi maupun nonekonomi dari masyarakat akan mendukung atau tidak terhadap pengembangan pariwisata baik bagi pelaku wisata maupun masyarakatnya. Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh dampak ekonomi yang didapatkan dari pariwisata dan dampak sosial budaya serta lingkungan. Banyak masyarakat juga masih mendukung pengembangan pariwisata meskipun tidak ada manfaat ekonomi langsung (Long *et al.*, 1990). Teori Weber, ketika diselaraskan dengan SET, memberikan gambaran yang kuat untuk menyelidiki berbagai faktor ekonomi dan non-ekonomi yang mempengaruhi sikap penduduk terhadap pariwisata. *Personal Economic Benefit* ditambahkan untuk menyempurnakan Teori Weber dan SET. *Personal Economic Benefit* memberikan dampak yang kuat pada dukungan untuk pariwisata (McGehee *et al.*, 2010).

Psychological Empowerment seorang individu terkait dengan harga diri seseorang dan tingkat partisipasi individu. Dalam konteks pariwisata, *Psychological Empowerment* mengacu pada kebanggaan masyarakat terhadap lingkungan tempat tinggal dan identitas budayanya. Meskipun pengaruh ini harus dioperasionalkan lebih lanjut sebagai konstruksi untuk melihat persepsi masyarakat terhadap pariwisata, (Besculides *et al.*, 2002; Woosnam *et al.*, 2009) mempunyai keyakinan bahwa *Psychological Empowerment* akan menghasilkan dampak positif masyarakat untuk pengembangan pariwisata. (Boley & McGehee, 2014) menggambarkan *Psychological Empowerment* harus dimasukkan sebagai salah satu faktor persepsi masyarakat terhadap pariwisata, karena itu dengan adanya *Psychological Empowerment* maka masyarakat akan menerima pariwisata yang akan meningkatkan kebanggaan dan harga dirinya.

Social Empowerment merupakan salah satu syarat yang penting untuk pembangunan ekonomi lokal dan memberikan peran penting dalam bekerja bersama dan untuk kepentingan bersama juga (Kay, 2006). *Social Empowerment*, dalam konteks pariwisata dapat menyatukan komunitas, meningkatkan hubungan yang saling mengikat, meningkatkan keseimbangan dalam masyarakat dan masyarakat dapat mengembangkan hubungan yang lebih baik serta bekerjasama (Scheyvens & Scheyvens, 1999). Selain itu, *Social Empowerment* juga memiliki

banyak kesamaan dengan konsep lain yang telah diteliti sebelumnya dalam pariwisata seperti kolaborasi masyarakat (Jamal & Getz, 1995) dan *social capital* (McGehee *et al.*, 2010). Pada dasarnya pengembangan yang berbasis masyarakat ini adalah interaksi dan kolaborasi yang kuat akan berdampak signifikan pada persepsi penduduk menafsirkan dampak pariwisata, serta dukungan mereka secara keseluruhan untuk pariwisata.

Political Empowerment akan semakin terdukung jika semua anggota masyarakat merasa bahwa ide dan usulan dari masyarakat untuk pengembangan pariwisata mendapatkan tanggapan dari pemangku kepentingan mulai dari tahapan perencanaan dan pelaksanaannya (Scheyvens & Scheyvens, 1999). Dibandingkan dengan *Psychological Empowerment* dan *Social Empowerment*, *Political Empowerment* ini yang menjadi faktor lebih kuat pada persepsi masyarakat untuk mendukung pariwisata (Látková & Vogt, 2012; Nunkoo & Ramkissoon, 2012).

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif untuk memahami secara mendalam melalui pemaknaan suatu konteks penelitian (Myers, 2013: 5; Saunders *et al.*, 2016: 168). Konteks penelitian yang dimaksud adalah bagaimana para pelaku pengembangan desa wisata dan para pemangku kepentingan berproses dari sudut pandang pemberdayaan masyarakat guna pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Peneliti menggunakan pendekatan case study untuk menggali dan memahami sudut pandang, pemikiran, perasaan, dan keinginan (Yin, 2016: 68) para pelaku pengembangan desa wisata dan para pemangku kepentingan. Case study merupakan salah satu pendekatan penelitian kualitatif yang semakin populer dan relevan untuk mengembangkan teori berdasar fenomena empiris (Eisenhardt & Graebner, 2007).

Pengambilan data diperoleh melalui Teknik wawancara dan observasi. Komponen narasumber yang diwawancarai melibatkan partisipasi dan perangkat pemerintah desa (Kepala Desa dan jajarannya), BUMDesa Mutiara Welirang (Direktur, Manajer dan staff), serta masyarakat lokal pelaku wisata sebagai informan kunci. Data yang diperoleh kemudian dikelompokkan dan diolah sesuai permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

Pembahasan

Personal Economic Benefit

Dengan adanya pengembangan Wisata Sawah Sumber Gempong ini membuat masyarakatnya mempunyai penghasilan, tingkat pengangguran menurun dan masyarakat menjadi lebih produktif. Banyak sekali manfaat ekonomi yang didapatkan dari pengembangan wisata ini seperti pendapatan dari investasi pembelian saham 1 lembar setara dengan investasi Rp 1.000.000 dimana setiap kepala keluarga (KK) maksimal membeli 10 lembar, investor tersebut mendapatkan hasil pembagian keuntungan sekitar Rp 100.000 - Rp 150.000 per lembar sahamnya per bulan sehingga pada investasi ini sudah BEP pada masa 1 tahun saja. Jumlah KK yang terlibat dalam investasi ini adalah 97 KK dari 160 KK yang ada di Dusun Sukorame ini.

Selain itu masyarakat yang membuka lapak ada sebanyak 23 lapak dengan sistem undian di awal karena banyak sekali peminatnya. Dengan disediakannya lapak ini tentunya memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat di mana pedagang lapak ini bisa mendapatkan penghasilan bersih mencapai Rp 3-4 juta per bulan per lapak yang dijaga sendiri dan Rp 4-5 juta bagi lapak yang mempunyai karyawan 1 orang. Ada 4 lapak lain di Griya Tetedan yang menjual makanan juga mendapatkan hasil kurang lebih sama. Pada saat awal

*Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi,
Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratomo, Ninik Juniati*

penentuan 4 pemilik lapak ini yaitu dengan perlombaan memasak. Pengelolaan Griya Tetedan ini berada dibawah BUMDES dengan sistem potongan harga untuk BUMDES.

Masyarakat yang memiliki sawah dapat membangun dangau sawah dan mendapatkan pembagian hasil sebesar 10 persen dari tiket masuk yang diterima dibagi dengan jumlah dangau yang ada. Pendapatan pemilik dangau sekitar Rp 500.000 sampai Rp 1,2 juta per bulan per dangaunya.

Para pemuda yang dulunya bekerja di luar Dusun saat ini banyak yang kembali bekerja di Wisata Sawah Sumber Gempong ini yang jumlahnya mencapai 37 orang sebagai bagian dari penggerak wisata seperti petugas loket, wahana, parkir, warung dengan pendapatan mencapai Rp 2-3 juta per bulannya. Selain itu petani juga mendapatkan hasil langsung seperti dapat menjual hasil pertaniannya kepada wisatawan dan menjual oleh-oleh kripik dan krupuk di lahan sawah yang dimiliki dan saat ini bisa menjual air mineral.

Psychological Empowerment

Tidak pernah terbayang di Dusun Sukorame yang mempunyai 2 daerah yaitu Tekik dan Juwok ini viral karena adanya Wisata Sawah Sumber Gempong. Daerah ini merupakan dusun yang mempunyai luasan terkecil, tingkat pengangguran paling besar dan tingkat kemiskinan yang tertinggi di Desa Ketapanrame. Masyarakat ini disini selama bertahun-tahun mendapatkan “cap” sebagai “wong tekik dan juwok” dengan konotasi yang negatif. Saat ini, masyarakat disini sangat bangga bisa tinggal di Desa ini terbukti dengan pembuatan kaos yang bertuliskan “Wong Juwok”.

Pada pemuda yang dulunya bekerja di dunia perhotelan di Kecamatan Trawas keluar dari pekerjaan tetapnya dan memilih untuk mengembangkan wisata ini mulai dari awal ketika karang taruna membuka kedai kopi kecil kecilan. Para tokoh pemuda ini akhirnya didorong pemerintah desa untuk membuat organisasi Rakasiwi (Penggerak Aksi Wisata) yang kedudukannya sah di Pemerintah Desa sejajar dengan BUMDES.

Secara keseluruhan masyarakat sangat mendukung pengembangan pariwisata dengan mengajak orang lain untuk mengunjungi, membawa keluarga jauh datang, menceritakan pengalaman wisata di desa ini melalui berbagai macam media sosial yang dimiliki, ikut serta mengembangkan budaya yang ada seperti kesenian tari, music, bantengan dan tandakan. Di dusun ini juga ada pemuda yang sekolah di institute seni Indonesia yang mendedikasikan dirinya sebagai guru tari gratis kepada masyarakat sekitar untuk dapat belajar menari dan membuat pentas pada semua anak didiknya. Tentunya hal ini semakin didukung oleh masyarakat karena anak-anak kecil dapat mengembangkan budaya yang ada.

Social Empowerment

“Uang bukan satu-satunya yang dicari dalam hidup”, ungkapan Ria seorang pedagang lapak di Wisata Sawah Sumber Gempong. Kehidupan bersosialisasi dalam komunitas menjadikan sebagian besar masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan wisata sawah sumber gempong, banyak kegiatan di antara pelaku usaha untuk saling support. Para pemuda di Rakawisi setiap minggu selalu melakukan evaluasi tentang layanan yang diberikan kepada wisatawan kemudian pemuda senior yang dulu kerja di dunia perhotelan selalu memberikan sharing bagaimana membuat service excellent. Para pemuda yang dulunya bekerja serabutan, buruh bahkan pengangguran dapat belajar banyak dan harus praktek dalam memberikan layanan.

Pada kelompok manula, ibu-ibu merasa memiliki pariwisata ini karena tenaga mereka dimanfaatkan untuk membuat sajian makanan. Ibu-ibu tersebut merasa bahwa keberadaannya

Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi,
Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratomo, Ninik Juniati

tersebut dapat membawa kebaikan kepada orang lain bukan sekedar pendapatan yang diterima. Berbagi rejeki dengan orang lain merupakan semangat pariwisata yang digaungkan. Wisatawan boleh membawa makanan dari luar sehingga membuat para pedagang lapak meminta kepada pengelola untuk membuat peraturan tidak boleh membawa makanan dari luar namun keinginan ini tidak disetujui oleh pengelola karena pada prinsipnya tidak semua wisatawan memiliki budget yang banyak untuk berwisata sehingga pada pedagang diminta untuk menerima rejeki yang diperoleh. Lambat laun himbauan dari pengelola ini semakin diresapi oleh masyarakat dan menjadikan itu budaya sendiri yang diterima.

Budaya diskusi tiap minggu untuk rakasiwi, tiap bulan untuk seluruh pemilik bisnis dan tiap 3 bulan sekali untuk investor digunakan sebagai sarana komunikasi yang efektif. Berbagai macam keluhan diselesaikan pada pertemuan ini sehingga terciptanya sebuah komunitas yang sehat. Selain itu “hidup dalam komunitas baik akan menjadi bekal untuk dunia akhirat karena mereka percaya matiku di dusun ini”

Political Empowerment

Masyarakat secara keseluruhan memiliki kesempatan yang besar untuk menyampaikan berbagai macam keluhan baik dari sisi pengusaha maupun wisatawan. Berbagai macam forum terbuka diadakan tiap bulan dan tiap tiga bulanan. Di dalam forum ini akan dicapai kesepakatan-kesepakatan bersama dalam menangani berbagai macam kasus seperti penentuan jenis makanan yang dijual. Di Wisata Sawah Sumber Gempong ini ada 2 titik pedagang kuliner, banyak wisatawan menginginkan bakso namun di griya tetedan tidak ada yang jual bakso, maka melalui forum inilah disepakati penambahan menu bakso. Karena bakso ini menjadi favorit di lapak ataspun terjadi “*chaos*” ketika wisatawan nya banyak, maka diputuskan ada 2 pedagang bakso diatas dengan jarak lapak yang berjauhan.

Pada investasi yang dilakukan oleh masyarakat, ternyata ada beberapa KK mempunyai kemampuan dalam membeli saham namun belum melakukan pembelian saham. Kondisi ini juga menjadi kegelisahan yang ada di masyarakat. Pada forum ini diputuskan jika nanti ada penambahan investasi maka akan diprioritaskan kepada KK yang belum melakukan investasi. Bagi masyarakat yang memang tidak mempunyai kemampuan untuk berinvestasi diberikan tunjangan sosial sebesar 2,5 % dari pendapatan tiket setiap bulannya. Tentunya hal tersebut memberikan kebermanfaatan buat masyarakat luas.

Lokasi wisata ini cukup besar sehingga ada masukkan dari wisatawan untuk menjual minuman di tengah sawah, akhirnya pengelola hanya mengizinkan pedagang oleh oleh menjual air mineral saja supaya pemilik lapak kuliner tidak kehilangan pendapatan penjualan minuman. Pengendalian harga juga dilaksanakan selalu oleh pengelola supaya citra pariwisata di desa ini tetap baik. Jika ada komplain dari wisatawan tentang harga, pengelola pasti akan mereviewnya secara langsung seperti penjualan bakso iga, bandeng cabut duri dan tongseng kambing yang dirasa mahal namun setelah dipelajari memang harga nya sudah pantas. Bagi pedagang gorengan awal nya menjual dengan harga Rp 2.000 diminta untuk menurunkan hingga Rp 1.500 per bijinya. Setiap Kartu Keluarga juga dibatasi hanya boleh memiliki 2 jenis usaha saja supaya terjadi pemerataan pendapatan di desa tersebut.

Kesimpulan

Empat dimensi pengembangan desa wisata dalam *Resident Empowerment through Tourism Scale* (RETS) yang diteliti yaitu *personal economic benefit, psychological empowerment, social empowerment, politic empowerment* secara nyata memberikan dampak yang sebagian besar bernilai positif. Upaya Pemerintah Desa mendukung kinerja BUMDes

Mutiara Welirang serta Rakasiwi menjadi fondasi yang kokoh untuk mengembangkan empat dimensi tersebut. Kebermanfaatan secara ekonomi yang berkontribusi awal sebagai pemicu terjadinya pengembangan ketiga dimensi lainnya. Setelah berjalannya waktu, Wisata Sawah Sumber Gempong menjadi bukti bahwa stigma desa, kondisi desa, mata pencaharian utama desa dapat berubah kearah lebih baik jika warga desa Ketapanrame memiliki komitmen yang sama untuk bersama mengembangkan desa.

Pengelolaan desa dengan sistem musyawarah mufakat guna membahas masalah yang dihadapi, warga merasakan menjadi bagian penting dalam mengembangkan potensi desa. Setiap warga punya kontribusi dan kesempatan menerima manfaat dari hasil Wisata Sawah Sumber Gempong. Setiap kepala keluarga dengan apapun kepemilikannya, diatur sedemikian rupa oleh Pemerintah Desa mendapatkan hal positif dari empat dimensi diatas. Memang masih belum merata dari perhitungan persentase kepemilikan, namun Pemerintah Desa memastikan semua KK mendapat *positif benefit* dari kebijakannya. Kedepan yang menjadi pekerjaan serius adalah menjaga keberlangsungan wisata serta memanfaatkan optimal dengan lahan yang ada dan desa wisata mampu memberikan dukungan pada pariwisata yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
- Boley, B. B., & McGehee, N. G. (2014). Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS). *Tourism Management*, 45, 85–94. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.04.003>
- Boley, B. B., Strzelecka, M., & Watson, A. (2018). Place distinctiveness, psychological empowerment, and support for tourism. *Annals of Tourism Research*, 70(August 2017), 137–139. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.010>
- Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 629–644. <https://doi.org/10.2167/jost607.0>
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50 (1), 25-32.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Kay, A. (2006). Social capital, the social economy and community development. *Community Development Journal*, 41(2), 160–173. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi045>
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67. <https://doi.org/10.1177/0047287510394193>
- Long, P. T., Perdue, R. R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3–9. <https://doi.org/10.1177/004728759002800301>
- Maruyama, N. U., Woosnam, K. M., & Boley, B. B. (2017). Residents' attitudes toward ethnic neighborhood tourism (ENT): Perspectives of ethnicity and empowerment. *Tourism Geographies*, 19(2), 265–286. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1258432>

- McGehee, N. G., Lee, S., O'Bannon, T. L., & Perdue, R. R. (2010). Tourism-related social capital and its relationship with other forms of capital: An exploratory study. *Journal of Travel Research*, 49(4), 486–500. <https://doi.org/10.1177/0047287509349271>
- Myers, M. D. (2013). *Qualitative research in business & management* (2nd ed.). Sage Publications Ltd.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997–1023. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
- Ranasinghe, R., & Pradeepamali, J. (2019). Community empowerment and their support for tourism development: An inquiry based on resident empowerment through tourism scale. *Journal of Tourism and Services*, 10(19), 55–76. <https://doi.org/10.29036/jots.v10i19.96>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (7th ed.). Pearson Education Ltd.
- Scheyvens, R., & Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(APRIL 1999), 245–249.
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Strzelecka, C. (2017a). Empowerment and resident support for tourism in rural Central and Eastern Europe (CEE): The case of Pomerania, Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 554–572. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1224891>
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K. M. (2017b). Place attachment and empowerment: Do residents need to be attached to be empowered? *Annals of Tourism Research*, 66, 61–73. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.06.002>
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245–258.
- Yeager, E. P., Boley, B. B., Woosnam, K. M., & Green, G. T. (2020). Modeling residents' attitudes toward short-term vacation rentals. *Journal of Travel Research*, 59(6), 955–974. <https://doi.org/10.1177/0047287519870255>
- Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish* (2nd ed.). The Guilford Press.

INO BIS
Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia
ISSN, 2614-0462 (Online)

Volume 5, No. 4, September 2022

Daftar Isi

- 432-442 **Pengaruh Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Keuangan dan Non-Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah**
Donard Games, Elva Desriyanti
- 443-460 **Authentic Leader and Employee's Silence Behavior: Testing a Happiness at Work Mechanism**
Muhammad Rasyid Abdillah, Adi Rahmat, Agusanto, Rizqa Anita
- 461-474 **Mengapa Perilaku Burnout dikuatirkan oleh Para Manager di Industri Manufaktur?**
Alif Rafi Nurfakhriansyah, Mochamad Soelton, Noermijati Noermijati, Harefaan Arief, Intan Apriadi, Muhammad Sadiq
- 475-488 **Analisis Penempatan Iklan dan Logo Sponsor pada Acara Olahraga dengan Teknologi Eye Tracking**
Argo Hadi Kusumo, I Made Ronyastra, Markus Hartono, Andrew Sofian
- 489-504 **Studi Fenomenologi Terkait Psychological Well-Being pada Pelaku Usaha Batik di Kampong Batik Kauman Kota Pekalongan**
Mochammad Eric Suryakencana Wibowo
- 505-520 **Strategi Social-Interactive Marketing Dalam Rangka Menciptakan Brand Awareness dan Brand Image Produk Mobil Bev (Battery Vehicle) Indonesia**
Rudi Triyono, Yustina Andra Mutia, Yuvicko Gerhaen Purwansya, Nurul Hidayati
- 521-535 **Tourist loyalty dalam wisata kreatif agrowisata di kota Batu**
Siti Rahayu, Brian Marcellino Ezar, Fitri Novika Widjaja
- 536-552 **Peran kreativitas dan keterikatan karyawan sebagai pemediasi pada pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan milenial**
Jodi Syahmirza, Tjahjani Prawitowati
- 553-568 **Peran Pembelajaran Organisasi Pada Pengaruh Kapabilitas Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Organisasi**
Taufik Hidayat, Muhammad Ali Fikri, Desta Rizky Kusuma
- 569-580 ***Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Faktor Pengungkit Pengembangan Desa Wisata: Studi Kasus pada Wisata Sawah Sumber Gempong***
Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi, Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratono, Ninik Juniati
- 581-586 **Analisis Event Study Antarsektor Di Bursa Efek Indonesia Terhadap Peristiwa Pandemi Covid-19**
Melisa Rosman, Ambang Aries Yudanto

Editor

[Home] [Archives] [Announcement] [Submit]

Pemimpin Redaksi / Editor in Chief

Andhy Setyawan (Universitas Surabaya, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Scopus ID](#) ; [Orcid ID](#))

Tim Editor / Editorial Board

1. Tuwanku Aria Aullandri (Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Scopus ID](#) ; [Orcid ID](#))
2. Syaifuddin Fahmi (STIE Kertanegara Malang, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Orcid ID](#))
3. Muhammad Sabir Mustafa (Universitas Ichsan Gorontalo, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#))
4. Ronny Malavia Mardani (Universitas Islam Malang, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#))
5. Mohamad Agus Salim Monoarfa (Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#))

Tim Reviewer / Reviewer Board

1. Fatchur Rohman (Universitas Brawijaya Malang, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Scopus ID](#) ; [Orcid ID](#))
2. Tifa Noer Amelia (Perbanas Institute Jakarta, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Scopus ID](#) ; [Orcid ID](#))
3. Utik Bidayati (Universitas Ahmad Dahlan Jogjakarta, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Scopus ID](#))
4. Fani Firmansyah (Universitas Islam Negeri Malang, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Orcid ID](#))
5. Murtianingsih (Institut ASIA Malang, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Orcid ID](#))
6. Aditya Budi Krisnanto (STIEKN Jayanegara Malang, Indonesia ; [Sinta ID](#) ; [Google Scholar](#) ; [Orcid ID](#))

Hubungi kami / Contact us

- Sekretariat Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOVIS)
- Email = inobis.info@gmail.com
- Web = <http://jurnal.inobis.org/>
- IG FB Twitter [@InobisOfficial](#)

Index & Afiliasi Jurnal INOBIS



ISSN 2614-0462 (Online)

INOVIS: JURNAL INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN INDONESIA

JURNAL TERAKREDITASI SINTA-5
SK Dirjen Dikti-Ristek, tanggal 27 Des 2021, No. 164/E/KPT/2021

DITERBITKAN OLEH:
Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOVIS)
Mulai diterbitkan sejak tahun 2017
Frekuensi Penerbitan: Maret, Juni, September, Desember

ARTIKEL TEMA RISET:
Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen SDM,
Manajemen Operasi / Rantai Pasok, Sistem Informasi Manajemen,
serta Kewirausahaan & Manajemen UMRK.



Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOVIS), diterbitkan oleh Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOVIS), secara berkala empat kali dalam setahun.

Jurnal INOBIS bertujuan untuk menyebarkan hasil penelitian di bidang manajemen dan bisnis kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa dan pihak yang berminat. Jurnal INOBIS menerima kiriman artikel yang ditulis dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke Jurnal INOBIS tidak dikirim atau dipublikasikan ke jurnal lain.

Penentuan artikel yang dimuat di Jurnal INOBIS melalui proses review oleh tim dewan redaksi Jurnal INOBIS dengan mempertimbangkan antara lain: terpenuhinya persyaratan baku publikasi jurnal, metode riset yang digunakan, signifikansi, dan kontribusi hasil penelitian terhadap keilmuan manajemen.

ALAMAT REDAKSI
PENGURUS FORUM INOVASI
BISNIS DAN MANAJEMEN
INOVIS



<http://jurnal.inobis.org/>

[@InobisOfficial](#)

inobis.info@gmail.com

Vol. 5 No. 4 (2022): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia - Edisi September 2022

INOVIS
Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia
ISSN 2656-8042 (Online)

Volume 5, No. 4, September 2022

Daftar Isi

432-442	Pengaruh Kompetensi Berwirausaha Terhadap Kinerja Keuangan dan Non-Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah
443-460	Authentic Leader and Employee's Silence Behavior: Testing a Happiness at Work Mechanism
461-474	Mengapa Perilaku Burnout dikuatirkan oleh Para Manager di Industri Manufaktur?
475-488	Analisis Penempatan Iklan dan Logo Sponsor pada Acara Olahraga dengan Teknologi Eye Tracking
489-504	Studi Fenomenologi terkait Psychological Well-Being pada Pelaku Usaha Batik di Kampong Batik Kauman Kota Pekalongan
505-520	Strategi Social-Interactive Marketing Dalam Rangka Menciptakan Brand Awareness dan Brand Image Produk Mobil BEV (Battery Vehicle) Indonesia
521-535	Peran Perencanaan Anggaran Pada Pengaruh Kualitas Manajemen Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan
536-552	Pengaruh Perilaku Berwirausaha Terhadap Kinerja Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah
553-568	Pengaruh Kompetensi Berwirausaha Terhadap Kinerja Keuangan dan Non-Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah
569-584	Pengaruh Kompetensi Berwirausaha Terhadap Kinerja Keuangan dan Non-Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah
585-598	Pengaruh Kompetensi Berwirausaha Terhadap Kinerja Keuangan dan Non-Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah

INOVIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia - Edisi September 2022

DOI: <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i4>

Published: 2022-08-15

Full Issue

[INOVIS Vol 5 No 4: Sep 2022](#)

Articles

Pengaruh kompetensi berwirausaha terhadap kinerja keuangan dan non-keuangan pada usaha mikro kecil menengah

Donard Games, Elva Desriyanti
432 - 442

[pdf](#) Abstract Views: 116 | Published: 2022-08-15

Authentic Leader and Employee's Silence Behavior: Testing a Happiness at Work Mechanism

Muhammad Rasyid Abdullah, Rizqa Anita, Agusanto Agusanto, Adi Rahmat
443 - 460

[pdf](#) Abstract Views: 77 | Published: 2022-08-15

Mengapa Perilaku Burnout dikuatirkan oleh Para Manager di Industri Manufaktur?

Mochamad Soelton, Alif Rafi Nurfakhriansyah, Intan Apriadi, Harefaan Arief , Noermijati Noermijati , Nico Alexander Vizano
461-474

[pdf](#) Abstract Views: 156 | Published: 2022-08-15

Analisis Penempatan Iklan dan Logo Sponsor pada Acara Olahraga dengan Teknologi Eye Tracking

Argo Hadi Kusumo, I Made Ronyastra, Markus Hartono, Andrew Sofian
475-488

[pdf](#) Abstract Views: 195 | Published: 2022-08-15

Studi Fenomenologi terkait Psychological Well-Being pada Pelaku Usaha Batik di Kampong Batik Kauman Kota Pekalongan

Mochammad Eric Suryakencana Wibowo
489-504

[pdf](#) Abstract Views: 168 | Published: 2022-08-15

Strategi Social-Interactive Marketing Dalam Rangka Menciptakan Brand Awareness dan Brand Image Produk Mobil BEV (Battery Vehicle) Indonesia

Rudi Triyono, Yustina Andra Mutia, Yuvicko Gerhaen Purwansya, Nurul Hidayati
505-520

[pdf](#) Abstract Views: 583 | Published: 2022-08-15


Tourist loyalty dalam wisata kreatif agrowisata di kota Batu

Siti Rahayu, Brian Marcellino Ezar, Fitri Novika Widjaja
521-535

 Abstract Views: 73 | Published: 2022-08-15

Peran kreativitas dan keterikatan karyawan sebagai pemediasi pada pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan milenial

Jodi Syahmirza, Tjahjani Prawitowati
536-552

 Abstract Views: 215 | Published: 2022-08-15

Peran Pembelajaran Organisasi Pada Pengaruh Kapabilitas Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Organisasi

Taufik Hidayat, Muhammad Ali Fikri, Desta Rizky Kusuma
553-568

 Abstract Views: 181 | Published: 2022-08-15

Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Faktor Pengungkit Pengembangan Desa Wisata: Studi Kasus pada Wisata Sawah Sumber Gempong

Veny Megawati, Andhy Setyawan, Hari Hananto, Hayuning Purnama Dewi, Njoto Benarkah, Aloysius Hery Pratono, Ninik Juniati
569-580

 Abstract Views: 294 | Published: 2022-08-15

Analisis Event Study antarsektor di Bursa Efek Indonesia terhadap Peristiwa Pandemi Covid-19

Melisa Rosman, Ambang Aries Yudanto
581-586

 Abstract Views: 102 | Published: 2022-08-15

AUTHOR INFO

[About Journal INOBIS](#)
[Announcement](#)
[Submit an Article](#)
[Guidelines for Authors](#)
[Publication Charge](#)
[Authors Fact Sheet](#)
[Current Edition](#)
[Archives All Editions](#)

PEOPLE

[Editorial Board](#)
[Reviewer Board](#)
[Publisher Journal INOBIS](#)
[Contact](#)

JOURNAL POLICY

[Focus and Scope](#)
[Publication Ethics](#)
[Peer Review Process](#)
[Plagiarism Policy](#)
[Open Access Policy](#)
[Archiving Policy](#)
[Copyright Notice](#)

eISSN: 2614-0462



ACCREDITATION



INOBIS CITEDNESS IN GOOGLE SCHOLAR

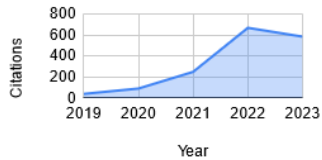


Citation : Journal INOBIS		
	All	Since 2018
Citations	1656	1652
h-index	21	21
i10-index	42	42

Journal INOBIS >

*Automatically updated in 5 minutes

Citations vs. Year



INOBIS Citedness in Scopus

Secondary Documents: 13

Total Citations: 25

(Updated: 19apr2023)



RECOMMENDED TOOLS



VISITOR COUNTER



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

INOBIS: Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia - <http://jurnal.inobis.org/>

JOURNAL INDEX





JOURNAL AFFILIATION



Jurnal INOBIS berafiliasi dengan Asosiasi Forum Manajemen Indonesia (FMI) untuk penerbitan artikel aktivitas Call for Papers & Seminar Nasional FMI - <https://fmi.or.id/jurnal>.

Platform &
workflow by
OJS / PKP



INOBIS: JURNAL INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN INDONESIA

FORUM INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN INDONESIA

* P-ISSN : <> E-ISSN : 26140462

3.13559
Impact Factor

1540
Google Citations

Sinta 5
Current Accreditation

[Google Scholar](#) [Garuda](#) [Website](#) [Editor URL](#)

History Accreditation

2019 2020 2021 2022 2023 2024

Garuda [Google Scholar](#)

[Pengaruh Atmosfer Sitoris dan Kemudahan Penggunaan Terhadap emotional Arousal Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 430 - 445](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.288](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Model kualitas aset dan e-commerce pada kinerja UMKM yang dimoderasi oleh strategi persaingan produk](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 446 - 457](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.289](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Pengaruh Etika Penyedia Layanan Situs E-Commerce Pada Kepuasan Dan Loyalitas](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 458 - 467](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.290](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Analisis Pengaruh Citra Merek , Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek dan Loyalitas Merek Kosmetik Wardah](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 468 - 479](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.291](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Keputusan Pembelian Sepatu di FU Second Branded Malang yang dipengaruhi oleh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 480 - 487](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.292](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Pengaruh Kompetensi Manajer melalui Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi UKM Berorientasi Ekspor di Indonesia](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 488 - 505](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.293](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Mengukur Pengenalan Peluang Berwirausaha Sebagai Dampak Pendidikan Kewirausahaan](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 506 - 523](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.294](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Analisis Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja Dosen Pasca Berakhirnya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat \(PPKM\)](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 4 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 524 - 535](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i4.295](#) [Accred : Sinta 5](#)

[Determining Factors in SMEs Innovation Performance: An Empirical Study in Indonesia](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 2 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 149 - 162](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i2.265](#) [Accred : Sinta 5](#)

[The impact of community marketing on the food-online application during the pandemic in the region of Karawang West Java](#)

[Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen](#) [INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 2 \(2023\): INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 163 - 174](#)

[DOI: 10.31842/journalinobis.v6i2.266](#) [Accred : Sinta 5](#)

[View more ...](#)