
**EKSISTENSI PRODUK LOKAL DI KAWASAN WISATA: STUDI KOMPARASI
KAWASAN PANTAI CEMARA LEMBAR****Oleh****Masrun¹, Hadi Mahmudi², TitiYuniarti³, Hj. Siti Fatimah⁴, M. Firmansyah⁵**
^{1,2,3,4,5}Universitas Mataram**E-mail: ¹masrun@unram.ac.id, ²Hadimahmudi99@yahoo.com,
³titalamsyah61@gmail.com, ⁴sifa25023@gmail.com, ⁵Firmansyah.feb@unram.ac.id****Abstract**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi berbagai produk local, menyusun strategi pengembangan produk local, dan menjelaskan kelebihan dan kelemahan produk local di kawasan wisata Pantai Cemara Lembar. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode pengumpulan data melalui wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Dari hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut: 1. Produk local di kawasan Pantai Cemara Lembar teridentifikasi antara lain: a. Produk barang/produksi yaitu kuliner, terasi, keripik, b. Produk jasa, seperti hutan mangrove, makam keramat, camping ground dan homestay. 2. Strategi pengembangan produk local di kawasan Pantai Cemara Lembar: a. Melakukan promosi melalui media cetak maupun online, b. Mengembangkan produk yang memiliki daya tarik obyek wisata, c. Membuat peraturan terkait menjaga kelestarian ekosistem lingkungan, d. Kerjasama dengan pihak sthakeholders, e. Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, f. Pengembangan produk local (barang/pengolahan) dapat mengimplementasikan strategi pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion). 3. Kelebihan produk local di kawasan Pantai Cemara Lembar antara lain a. Memberi dampak positif terhadap kondisi ekonomi masyarakat/UKM di kawasan wisata, b. Harganya relative terjangkau bagi konsumen pengunjung kawasan wisata, c. Adanya Peraturan Pemerintah Kabupaten (Perda), Peraturan Desa (Perdes), Peraturan Lokal (Awiq-Awiq) sebagai rujukan aktivitas ekonomi masyarakat, pengusaha UKM di kawasan wisata, d. Terbentuknya Pokdarwis, Kelompok Usaha Bersama (KUB) di kawasan wisata, e. Pemandangan pantai dan pohon mangrove yang indah di kawasan wisata. Sedangkan kelemahannya antara lain: a. Pengunjung/wisatawan di kawasan Pantai Cemara yang rame tidak setiap waktu/hari, hanya pada periode tertentu (sabtu dan minggu), b. Bahan bakunya terbatas dan untuk memperolehnya agak jauh, c. Manajemen usahanya yang kurang baik, tentu ini tidak terlepas dari tingkat kemamampaun/ketrampilan SDM yang masih rendah, d. Promosi/pemasaran produk local masih kurang, e. Modal usaha relative kecil sehingga tidak bisa pengembangan produksi dan kreatif maupun inovasi, f. Kurangnya penyuluhan dan pembinaan lapangan oleh instansi terkait untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat maupun pengusaha UKM

Kata Kunci: Produk Lokal, UMKM, Destinasi Wisata**PENDAHULUAN**

Akibat perubahan teknologi menyebabkan terjadi perubahan aspek sosial budaya. Demikian pula persepsi masyarakat terhadap makanan dan minuman juga mengalami pergeseran. Makan dan minum tidak lagi sebagai pemberi tenaga, nutrisi untuk hidup dan bekerja, namun juga sebagai gaya hidup

(Misal: Aschemann-Witzeletal., 2021; Jungles et al., 2021; Van Huy et al., 2019; Yang et al., 2021). Dalam perkembangannya, produk pabrik modern menggantikan penggunaan produk lokal. Tidak hanya makanan, produk lokal lainnya juga. Saat ini produk lokal semakin tergantikan oleh produk manufaktur yang produksinya banyak, bercita rasa tinggi, murah,



tahan lama dan mudah diolah. Sedangkan produk lokal dianggap tidak standar, mahal, kemasan tidak menarik dan tidak mudah didapat. Sisi lain, harapan konsumen untuk mengonsumsi produk lokal sebenarnya cukup tinggi. Szegedyné Fricz (2020) menyarankan operator pasar petani sebagai penyedia pasar lokal untuk lebih memahami harapan, sikap dan kebiasaan konsumen (Szegedyné Fricz et al., 2020). Dari aspek perekonomian daerah, produk lokal juga memberi kontribusi nyata bagi keunggulan ekonomi daerah. Sehingga produk lokal perlu ditingkatkan inovasinya (Winarso et al., 2020)

Keberadaan produk lokal ini sangat penting, karena didalamnya terkait dengan ekonomi lokal. Hanya dengan berkembangnya produk lokal ekonomi lokal juga dapat berkembang. Pengembangan produk lokal tidak saja memberi keuntungan secara ekonomi, namun juga lingkungan, sosial dan budaya (Gonda et al., 2021). Secara definisi, Produk lokal adalah penggunaan baku asli dan produksi lokal, diproses secara khas daerah dan teknologi tertentu (Gonda et al., 2021). Bicara produk lokal akan saling terkait dengan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal), dan UMKM sebagai produsen produk lokal. Peran UMKM terhadap PEL bagi bangsa signifikan dan diakui (Ayandibu & Houghton, 2017). Dengan demikian, Pengembangan ekonomi lokal, harus menyinergikan antara penguatan kapasitas UMKM dan perluasan pemasaran produk lokal. Upaya pengembangan tiga instrumen ini, lebih ideal dilakukan di sektor pariwisata.

Dalam kawasan wisata produk lokal perlu diupayakan berkontribusi besar. Produk lokal merupakan warisan budaya yang dapat dijual di destinasi (Gonda et al., 2021). Dengan keberadaan produk lokal menjadi jalan untuk mengembangkan pariwisata dan peningkatan lapangan kerja. Menurut Ramakumba et al (2012) lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan dalam mencapai tujuan PEL sangat tepat dikembangkan pada sektor pariwisata (Ramakumba et al., 2012). Sisi lain, sumber pendapatan dan pengentasan kemiskinan

ditekankan pada UMKM (Jili et al., 2017). Dengan demikian, pengembangan UMKM dalam sektor pariwisata sebagai langkah penting untuk meningkatkan ekonomi lokal dan mengentaskan kemiskinan.

PEL menjadi urusan semua orang, pemerintah, pengusaha dan penduduk setempat (Meyer, 2014). Strategi pembangunan ekonomi lokal (PEL) semakin direkomendasikan sebagai alternatif atau pelengkap strategi pembangunan tradisional (Rodríguez-Pose & Palavicini-Corona, 2013). Pembangunan Ekonomi Lokal (PEL) sebagai penggerak inovasi, lapangan kerja dan pertumbuhan menghadirkan peluang besar (Bilatney Bimi, 2020). Dengan demikian, perlu ada upaya pemerintah memberi ruang produk lokal untuk berkembang. Salah satu ruang itu adalah akses penjualan produk lokal di kawasan-kawasan wisata.

Beberapa penelitian terkait produk lokal dan pariwisata sebelumnya telah dilaksanakan, antara lain: *tourism dan local experience* (Bilatney Bimi, 2020), *tourism dan budaya lokal* (Bagus et al., 2020), *local food dan tourism* (Barska & Wojciechowska-Solis, 2020; Black, 2009; Chaichana et al., 2021; Madaleno et al., 2019; Szegedyné Fricz et al., 2020), *local product tourism souvenir* (Aini et al., 2019; Hidayat et al., 2021; Wu et al., 2022; Zhang, 2019), *lokal agrikultur produk dan tourism* (Chaichana et al., 2021; Sanches-Pereira et al., 2017) dan pemanfaatan bambu sebagai produk lokal untuk pariwisata (Wigraha et al., 2021). Namun belum banyak penelitian yang mengidentifikasi berapa kontribusi produk lokal dalam kawasan wisata dan apa kendala yang dihadapi produk lokal untuk dapat bersaing di kawasan wisata

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh pada penelitian ini terdiri dari:

- a. Studi Kepustakaan, yaitu mendalami teks-teks terkait Pengembangan Wisata Pantai. Teks yang diprioritaskan bersumber dari jurnal ilmiah nasional dan internasional

b. Data Lapangan, dengan melalui: 1) wawancara mendalam (*indepthinterview*), 2). Observasi dan 3). Dokumentasi. Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini terdiri dari: Pelaku UKM dan tokoh masyarakat sekitar kawasan Pantai Cemara Lembar, 2). Instansi terkait 3). Akademisi bidang pariwisata.

Ada-pun tahapan penelitian tentang eksistensi produk lokal di kawasan wisata pantai melalui pemberdayaan produk lokal adalah:

1). Melakukan Pra riset, untuk mengetahui instrument penelitian, 2). Melakukan wawancara dan observasi lapangan, 3). Menyusun coding atau sortir data, 4). Melakukan pelaporan.

Penelitian ini difokuskan untuk menemukan strategi yang diperlukan dalam pengembangan ekonomi lokal melalui produk lokal dan sektor pariwisata disekitar kawasan Pantai Cemara Lembar. Dari hasil ini, dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah kedepan dalam merancang model kebijakan dibidang ekonomi pada umumnya dan ekonomi kreatif pada khususnya.

Output penelitian adalah berupa dokumen hasil penelitian yang terdiri dari gambaran pentingnya berkontribusi dalam konsep model pengembangan ekonomi lokal masyarakat melalui produk lokal sehingga dapat menikmati *trickle dow effect* dari aktivitas ekonomi.

Data diperoleh dari hasil wawancara terkait program eksisting, persiapan program dan upaya-upaya lain. Peneliti akan menelaah lebih jauh tentang pengembangan wisata pantai melalui pemberdayaan produk lokal telah berjalan atau dipersiapkan. Dari hasil studi lapangan tersebut, peneliti mencoba mengombinasikan dengan studi-studi literatur yang relevan, khususnya terkait pengembangan produk lokal di wisata pantai untuk menentukan strategi pengembangan ekonomi melalui produk lokal kedepan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Pantai Cemara

Pantai Cemara merupakan salah satu destinasi wisata pantai dengan panjang 7 (tujuh) kilometer. Letaknya di Desa Lembar Selatan, Kecamatan Lembar, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat, sebelah utara Pelabuhan Lembar yang menjadi perhubung antara Daerah Propinsi NTB dengan Bali. Wisatawan yang berkunjung ke Pantai Cemara biasanya datang pada sore hari untuk menikmati matahari tenggelam di balik Gunung Agung Balik. Di Pantai Cemara, wisatawan dapat naik perahu kano mengelilingi 70 hektare hutan mangrove di sana. Bisa ziarah ke Makam Keramat Syech Alwi Bagdadi yang selalu ramai setiap Hari Raya Idul Fitri, atau ber-*selfie* ria dengan latar foto yang menarik, sementara anak-anak asyik bermain di arena khusus. Oleh karena itu, Pantai Cemara cocok untuk wisatawan rombongan keluarga. Di sana, kondisi ombaknya landai dan dilengkapi fasilitas rekreasi untuk segala usia. Warung-warungnya sudah tertata rapi dan kulinernya lengkap dengan berbagai aneka ragam. Sisi penyediaan penginapan dengan menawarkan konsep ramah lingkungan cukup tersedia jika ingin bermalam di sekitar Pantai Cemara, **wisatawan** bisa singgah di salah satu penginapan di ujung utara pantai, Lombok Sunset Hideway. Menurut penuturan dari pemilik penginapan itu, bahwa selama ini tamu yang datang adalah wisatawan mancanegara dari Bali yang baru tiba di Pelabuhan Lembar. Penginapan Lombok Sunset Hideway berdiri di atas lahan seluas 3.000 meter persegi. Di sana terdapat enam buah kamar yang terbuat dari kayu dan bambu.

Masyarakat di kawasan pantai Cemara Lembar pada umumnya sangat memahami arti dan fungsi hutan mangrove bagi kehidupan mereka, namun seringkali karena alasan ekonomi (kebutuhan keluarga dalam rumah tangga), masyarakat cenderung mengabaikan fungsi hutan mangrove untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dalam waktu cepat. Masyarakat melakukan penebangan pohon



mangrove karena berbagai peruntukan seperti membuka lahan tambak, pemukiman serta kayu mangrove dengan berbagai kepentingan untuk kayu bakar. Penanggulangan terhadap kondisi tersebut, program yang dilakukan melalui pendekatan secara kelembagaan baik formal maupun informal untuk merubah sikap mental dan perilaku masyarakat. Pemecahan terhadap persoalan ini memang tidak mudah mengingat disisi lain kenaikan BBM yang semakin meningkat merupakan salah satu ancaman bagi pengrusakan habitat mangrove kedepan, karena sebagian besar masyarakat di sekitar kawasan pantai Cemara Lembar dalam kondisi ekonomi yang lemah. Oleh karena itu perlu segera diantisipasi melalui mata pencaharian alternative. Melalui pola ini diharapkan masyarakat akan mendapatkan manfaat ekonomi dan pada saat yang bersamaan upaya peningkatan pengetahuan dan kesadaran masyarakat dapat terwujud, sehingga dapat mengurangi tekanan terhadap sumberdaya mangrove dan pada gilirannya berpengaruh pada aspek kelestarian mangrove bisa terjaga.

Potensi perikanan laut di kawasan pesisir pantai Cemara Lembar merupakan pulau yang dikelilingi oleh lautan. Berbagai jenis ikan dominan yang ditangkap adalah Tongkol, Kembung, Tuna, Cakalang, Kakap, Ekor kuning, Sotong, Kerapu, Selar, Lemuru, dan beberapa ikan hias. Terdapat beberapa jenis ikan yang mempunyai nilai ekonomis penting dan mempunyai nilai produksi tinggi, seperti ikan Kerapu, Cakalang, Ten, Kembung, Tembang, Kakap, Lemuru, Ekor kuning, Udang dan Cumi-cumi. Potensi penikanan di wilayah pantai Cemara Lembar ini mempunyai prospek yang cukup baik. Pemanfaatan komoditi perikanan masih dapat dikembangkan mengingat potensidi wilayah ini masih besar. Saat ini usaha penikanan ikan hias laut di Lombok belum berkembang, sekalipun sumberdaya yang tersedia cukup besar. Oleh sebab itu tingkat penguasaan perlu dikembangkan, karena prospek pasar terhadap permintaan ikan hias laut semakin meningkat, baik untuk kebutuhan dalam negeri maupun untuk tujuan

ekspor..Nelayan di kawasanpantai Cemara Lembar sebagian besar merupakan nelayan kecil. Keberadaan nelayan tersebut cukup memprihatinkan yang ditandai dengan kondisi sosial ekonomi yang tergolong miskin. Salah satu penyebabnya adalah sebagian masyarakat nelayan memiliki sarana penangkapan yang kurang memadai. Umumnya sarana penangkapan yang dimiliki masih berupa alat tangkap tradisional, sehingga nelayan masih memiliki keterbatasan dalam memperoleh hasil tangkapan. Kecilnya pendapatan yang diterima nelayan karena rendahnya kepemilikan modal dan kapasitas alat tangkap yang dimiliki, sehingga aktivitas penangkapan hanya di wilayah tertentu dan jenis ikan yang tidak bernilai ekonomis tinggi. Fenomena ini terjadi karena selama ini belum pernah mendapat bantuan sarana penangkapan modern dari pemerintah, sedangkan untuk membeli sarana penangkapan yang modern masyarakat nelayan tidak memiliki modal yang cukup. Pantai Cemara Lembar secara fisik termasuk wilayah pesisir yang merupakan daerah yang potensial bagi pengembangan usaha dibidang perikanan. Namun karena pengetahuan dan tingkat kesadaran masyarakat yang relatif rendah merupakan faktor penyebab pemanfaatan kawasan ini belum dikelola secara optimal

Perkebunan merupakan segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu yang tumbuh dalam ekosistem yang sesuai. Mata pencaharian masyarakat pantai Cemara Lembar di bidang perkebunan dengan jenis tanaman yang ditanam antara lain kelapa, jambu mete, kapuk, mangga, pisang, jambu dan pepaya. Pemasaran dari hasil perkebunan ini banyak ragamnya yaitu dijual langsung ke konsumen, dijual melalui tengkulak dan pengecer. Kondisi kebun kelapa dan kebun campuran terbentuk karena campuran tangan manusia dan segenap aktivitasnya telah memberikan tempat hidup beberapa jenis satwa liar yang beradaptasi untuk melakukan perkembangbiakan

Eksistensi Produk Lokal Di Kawasan Pantai Cemara Lembar

Keberadaan produk lokal di kawasan pesisir pantai Cemara Lembar terdiri dari produk barang/produksi dan jasa.

1. Produk barang/produksi UKM

A. Kuliner

Keterkaitan antara makanan dan pariwisata di suatu lokasi obyek wisata sangat mendalam. Dalam dunia pariwisata, dimana kuliner sebagai produk lokal berperan dalam mendukung kegiatan suatu pariwisata dan begitu pula sebaliknya bahwa pariwisata dapat mempromosikan produk kuliner. Kuliner merupakan salah satu unsur penunjang yang sangat penting dalam keberhasilan pariwisata pada suatu destinasi. Kuliner terutama kuliner lokal bahkan mampu menggambarkan keseluruhan budaya masyarakat pada suatu wilayah. Begitu juga pada Kawasan Pantai Cemara, pengembangan kuliner lokal adalah satu peluang untuk mendorong perkembangan kawasan ini. Kawasan pantai Cemara Lembar merupakan salah satu destinasi dengan kuliner lokalnya dikalangan pengunjung terutama wisata domestik.

Kuliner lokal dengan berbagai jenis makanan yang dapat ditawarkan yang dapat dinikmati di kawasan wisata dan dapat mendukung untuk menunjang kegiatan pariwisata. Kuliner merupakan salah satu elemen penting yang akan mampu menjadi pengalaman wisatawan secara utuh terhadap budaya tuan rumah pada sebuah destinasi. Kuliner mampu menceritakan keseluruhan budaya yang dimiliki oleh masyarakat pada suatu daerah wisata sehingga mampu memperkaya pengalaman perjalanan yang didapatkan oleh wisatawan. Wisata kuliner juga akan mampu meningkatkan daya saing Pulau Lombok untuk menjadi destinasi unggulan (Suteja dan Wahyuningsih: 2019).

Keberadaan kuliner lokal yang terdapat lapak yang menyajikan menu aneka kuliner di kawasan pantai Cemara telah memberikan dampak dari segi ekonomi Beberapa jenis

kuliner lokal yang ada di kawasan pantai Cemara Lembar, antara lain: ikan bakar, cumi, kerang dan kepiting yang dapat memesan lengkap dengan nasi, lauk dan sambalnya yang lezat. Para pengunjung/wisatawan di kawasan pantai Cemara dengan menikmati keindahan obyek wisata dengan sambil menikmati berbagai jenis kuliner yang tidak kalah kualitasnya. Kondisi ini tentu akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi masyarakat/UKM dan wisata di kawasan pantai Cemara Lembar. Dalam suatu kegiatan usaha termasuk kuliner ini tidak selamanya menghadapi kondisi yang memiliki kelebihan, namun juga adanya kelemahan. Berikut ini diuraikan beberapa hal tentang kelebihan maupun kelemahan usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Lembar:

A. Kelebihan

- a) jumlah pengunjung/wisatawan di kawasan pantai cemara relative banyak sebagai konsumen yang menikmati lezatnya berbagai jenis kuliner.
- b) usaha kuliner di kawasan ini berpotensi untuk dikembangkan dengan beragam
- c) harganya relative murah dapat terjangkau bagi konsumen pengunjung kawasan wisata.
- d) memberi dampak positif terhadap kondisi ekonomi masyarakat/UKM di kawasan wisata.

B. Kelemahan

Pengunjung/wisatawan di kawasan Pantai Cemara yang rame tidak setiap waktu/hari, hanya pada periode tertentu (sabtu dan minggu), sehingga mempengaruhi jumlah konsumen yang menikmati lezatnya berbagai jenis kuliner.

Bahan bakunya, seperti jenis ikan sebelum dimasak/dibakar ketersediaan terbatas dan untuk memperolehnya agak jauh yaitu di Lombok Timur dan bahkan sampai ke Sumbawa.

Manajemen usahanya yang kurang baik, tentu ini tidak terlepas dari tingkat ketrampilan yang masih rendah Promosi keberadaan kuliner di kawasan Pantai Cemara oleh pengelola masih kurang.

2. Produksi Pengolahan

Sekarang ini pada kegiatan pengolahan produk tidak lagi hanya dilakukan oleh para kaum lelaki namun juga para wanita. Di kawasan pesisir Pantai Cemara Lembar memiliki kelompok wanita dengan nama Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang bermula hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga, saat ini mulai melakukan produksi pengolahan produk. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya membantu perekonomian keluarga. Kelompok Usaha Bersama tersebut telah membuat berbagai pengolahan produk olahan yang antara lain terasi dan keripik.

A. Terasi

Terasi Sangrai khas Lombok merupakan terasi gurih bermutu dan berbahan udang rebon yang diproses secara alami, bersih, dan sehat tanpa bahan pengawet, telah di uji kelayakan, kesehatan dan kehalalannya oleh badan BPOM dan MUI. Terasi ini diproduksi turun temurun tiga generasi sejak tahun 2009. Pemerksa terbentuknya "Putri Pesisir Mandiri" yang merupakan pengerajin yang memproduksi terasi Sangrai Khas Lombok di pesisir Pantai Cemara Lembar kabupaten Lombok Barat.



Gambar 1. Produksi Terasi Di Kawasan Pantai Cemara Lembar

B. Keripik

Produksi pengolahan keripik bahan baku cukup mudah mendapatkannya dan memiliki peluang keberhasilan yang cukup baik. Waktu proses pengolahannya tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama hanya rata-rata sehari. Keripik merupakan salah satu makanan ringan yang banyak digemari orang mulai dari anak-

anak hingga orang dewasa. Di kawasan pantai Cemara Lembar produksi keripik merupakan salah satu usaha pengolahan dari Kelompok Usaha Bersama (KUB)

Usaha pengolahan produksi di kawasan Pantai Cemara Lembar memiliki kelebihan maupun kelemahan, antara lain:

- a. Kelebihan
 - a) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar dengan tersedianya bahan baku
 - b) Memiliki potensi untuk berkembang, dengan berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut.
 - c) Menggunakan manajemen dengan usaha mengelola secara sederhana.
- b. Kelemahan
 - a) Modal usaha relative kecil sehingga tidak bisa untuk pengembangan meningkatkan produksi dan kreatif maupun inovasi.
 - b) Terbatasnya kemampuan sumberdaya manusia, ketrampilan masih relative rendah.
 - c) Lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan pada sisi pemasaran kurang mampu mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar.

3. Produk Jasa Wisata.

A. Hutan Mangrove

Kawasan Pantai Cemara sebagai salah satu kawasan di Teluk Lembar Kecamatan Lembar Kabupaten Lombok Barat dengan memiliki hamparan hutan bakau mangrove yang cukup luas mencapai sekitar 65 Ha. Masyarakat yang ada di kawasan tersebut sebagian besar sangat bergantung pada keberadaan hutan mangrove, hal ini karena masyarakat di sana lebih banyak berprofesi sebagai nelayan. Hanya sebagian kecil masyarakat yang berprofesi di bidang lain, sehingga keberadaan hutan mangrove tentu sangat membantu menunjang

perekonomian masyarakat yang ada di kawasan tersebut selain hasil laut. Masyarakat biasanya memanfaatkan hutan mangrove untuk mencari hewan – hewan yang hanya hidup di sana seperti kepiting, kerang, udang dan rajungan.

1) Fungsi Sebagai Daya Tarik Wisata Alam

Hutan mangrove di pantai cemara lembar merupakan salah satu obyek wisata yang menarik minat wisatawan dan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Hutan mangrove memiliki keindahan yang dikemas menjadi daya tarik yang menarik dan diminati pengunjung wisatawan.

Hutan/taman mangrove di kawasan pesisir pantai Cemara memiliki daya tarik wisata yang dapat menimbulkan rasa senang, indah dan nyaman. Adanya akses jalan yang mudah dijangkau kendaraan motor maupun mobil pengunjung wisata, sehingga membuat obyek wisata tersebut selalu ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun nusantara. Keberadaan hutan mangrove untuk memenuhi kebutuhan pengembangan pariwisata dan memiliki daya tarik wisata. Hutan mangrove merupakan salah satu sumber daya alam yang memiliki sumber daya wisata, menarik untuk dilihat dan dinikmati oleh para pengunjung. Hutan mangrove merupakan daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan baik lokal, domestik maupun mancanegara.

2) Keberadaan Dalam Perkembangan Pariwisata

Keberadaan hutan mangrove dapat terjadinya perkembangan pariwisata di kawasan pantai Cemara dan telah berkontribusi terhadap warga di sekitarnya, UMKM dan Desa Lembar Selatan. Melalui Pokdarwis yang menjaga dan memelihara hutan bakau supaya dapat tumbuh subur dan pantai terjaga bersih, sehingga pengunjung/wisatawan akan merasa nyaman untuk menikmati wisata alam. Sekitar kawasan hutan mangrove dimanfaatkan untuk usaha jualan makanan dan minuman serta usaha lain, sehingga memberikan kontribusi terhadap ekonomi dengan memperoleh pendapatan masyarakat maupun UMKM.

Hutan mangrove di kawasan Pantai Cemara Lembar dapat dimanfaatkan sebagai obyek wisata, keberadaannya selain memiliki kelebihan namun juga terdapat kelemahan. Kelebihan dan kelemahan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Kelebihan: 1. Keberadaan hutan mangrove sebagai obyek wisata dapat berkontribusi terhadap ekonomi UKM dan masyarakat yang melakukan aktivitas usaha di sekitarnya, 2. Hutan Mangrove disekitar kawasan, telah ditetapkan sebagai Kawasan Ekosistem Esensial, 3. Adanya Peraturan Pemerintah Kabupaten, Peraturan Desa (Perdes), Peraturan Lokal (Awiq-Awiq) tentang penebangan pohon mangrove dan konversi lahan.
- b. Kelemahan: 1. Penebangan pohon mangrove oleh masyarakat sekitar kawasan akan menyebabkan terjadinya dampak turunan seperti erosi yang terpengaruh terhadap kondisi perairan di kawasan Pantai Cemara Lembar, 2. Kesadaran masyarakat kurang dengan adanya pembuangan limbah di sekitar kawasan hutan mangrove, 3. Kurangnya penyuluhan dan pembinaan lapangan oleh instansi terkait untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat.

B. Makam Keramat

Makam Keramat terletak di Dusun Cemare, Desa Lembar Selatan, lokasi yang berada di tengah laut menjadi salah satu daya tariknya. Makam keramat merupakan makam dari Sheikh Alwi al Bagdadi yang merupakan salah satu penyebar agama Islam di Pulau Lombok. Puncak kunjungan terjadi pada saat seminggu setelah lebaran Idul Fitri atau dikenal dengan Lebaran Topat. Untuk menuju makam keramat ini harus menggunakan sampan nelayan. Pemandangan makam ini juga menakjubkan karena di belakangnya sering hilir mudik kapal penumpang yang menuju ke Pulau Bali.

Makam keramat yang lokasinya berada di laut ini ramai dikunjungi bagi penjiarah



sekalipun menggunakan transportasi perahu. Keberadaan makam keramat ini, sekalipun memiliki kelebihan ada juga kelemahan yaitu antara lain:

1. Kelebihan

- a. memiliki nilai religious, sehingga hampir setiap hari dikunjungi penjiarah
- b. dapat sebagai salah satu alternatif bagi warga setempat untuk memperoleh penghasilan/nafkah.
- c. menikmati pemandangan indah dalam penyeberangan ke makam keramat

2. Kekurangan

- a. Sarana dan prsarana masih relatif kurang/minim, seperti WC umum dan air bersih.
- b. Rawan terhadap kecelakaan, karena penyeberangan melalui laut dengan menggunakan transportasi yang sederhana
- c. Pemeliharaan terhadap makam kurang perhatian bagi pengelolanya.

C. *Camping Ground*

Wisata berkemah adalah salah satu tujuan wisata yang sedang tren sekarang ini, dimana masyarakat lokal/wisatawan luar mencari Daerah Tujuan Wisata (DTW) secara alternatif di tempat terbuka yang dapat menghilangkan rasa jenuh dan penat. Di kawasan pantai Cemara Lembar usaha camping ground menerima tamu atau wisatawan yang menggunakan jasa ini oleh pengelola.

Ada beberapa kelebihan maupun kelemahan dari eksistensi *Camping Ground* di kawasan Pantai Cemara, yang dapat diuraikan berikut ini.

- 1) Kelebihan: 1. Pemandangan pantai dan pohon mangrove yang indah di lokasi *Camping Ground*, 2. Ketersediaan fasilitas yang memadai di sekitar area *Camping Ground*, 3. Pengelola *Camping Ground* memberikan pelayanan cukup baik dan informative.
- 2) Kelemahan: 1. Kondisi sarana jalan menuju lokasi *Camping Ground* belum memadai, terutama keberadaan jembatan, 2. Promosinya masih relatif kurang/minim, 3.

Di lokasi *Camping Ground* papan informasi belum tersedia.

D. *Homestay*

Homestay sebetulnya cukup sederhana, suatu tempat tinggal (rumah) yang dapat disewakan untuk jangka pendek kepada tamu yang bepergian di tempat tertentu. Tinggal di sini juga memungkinkan wisatawan bertemu dengan komunitas dan budaya lokal dari tempat yang dikunjungi. Di kawasan pantai Cemara Lembar, *homestay* suatu bangunan rumah kayu di lengkapi dengan tempat tidur yang bersih seprai dan sarung bantal serba putih, lampu penerangan, ventilasi udara yang sangat baik, lemari pakaian kipas, stopkontak, kunci pintu Glamping Kayu, dapur, teras, dan kursi, tempat sampah. Berdasarkan hasil survey, bahwa usaha *Homestay/ Beach Camp Kayu* di kawasan Pantai Cemara Lembar memiliki kelebihan maupun kelemahan

- 1) Kelebihan: 1. Sewa penginapan *homestay* terjangkau, agak murah bila dibandingkan hotel, 2. Usaha penginapan *homestay* tidak membutuhkan modal besar, 3. Menikmati pemandangan pantai/laut
- 2) Kelemahan: 1. Promosinya masih relatif kurang/minim, 2. Keterbatasan sumber air bersih, 3. Manajemen dalam pengelolaan usaha *homestay* masih relatif sederhana.

Strategi Pengembangan Produk Lokal Di Kawasan Pantai Cemara

1. Produk barang/produksi UKM

Strategi yang diterapkan dalam pengembangan produk lokal kuliner, terasi dan keripik di kawasan Pantai Cemara dari hasil analisis diatas maka dapat mengimplementasikan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yaitu sebagai berikut:

A. *Product* (Produk)

Strategi produk untuk kuliner dan produksi pengolahan (terasi dan keripik) dilakukan dengan cara:

- a. membuat variasi jenisnya yang berpotensi disukai konsumen pengunjung/wisatawan.
- b. pengemasan produk dibuat modern dan higienis agar bisa menarik konsumen serta

dalam kemasan disebutkan kandungan protein tinggi dari pantai cemara lembar.

- c. perlu didaftarkan pada instansi /dinas kesehatan kabupaten lombok barat untuk mendapatkan keabsahan produk secara legal.

B. *Price* (Harga)

Strategi harga yang dilakukan dengan menetapkan harga yang efisien yang sesuai dengan daya beli konsumen tetapi tetap memberikan keuntungan bagi pelaku usaha UKM di kawasan Pantai Cemara Lembar. Keseragaman harga diantara para penguaha UKM juga dimungkinkan. Dari berbagai macam barang/produksi, dimana harganya yang memadai sesuai dengan bentuk produk itu sendiri.

C. *Place* (Tempat)

Untuk produksi pengolahan (terasi dan keripik) selain dipasarkan disekitar lokasi kawasan Pantai Cemara Lembar, warung-warung sepanjang jalan jalur wisata, selain di rumah produksi tentunya. Sehingga akan sangat mudah untuk konsumen menemukan produk olahan. Pemasaran juga bisa dilakukan di supermarket/swalayan setempat maupun ke luar daerah.

D. *Promotion* (Promosi)

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai situs jual beli *online* sudah menjadi aktivitas yang umum dilakukan oleh masyarakat sekarang ini. Harga yang relatif murah, mudah dan cepat menjadi pertimbangan-pertimbangan tertentu bagi pelaku usaha kecil mikro (UKM) untuk memasarkan produknya, tidak terkecuali dengan para pengusaha kuliner/makanan, terasi dan keripik lokal. Selain dilakukan secara *online*, cara lain ialah membuat pamflet yang bisa diedarkan/disebarkan di berbagai tempat.

2. Produk Jasa Wisata

Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk jasa wisata (Hutan Mangrove, Makam Keramat, *Camping Ground* dan *Homestay*) di kawasan Pantai Cemara yaitu sebagai berikut:

A. Hutan Mangrove

- a. Pihak pengelola perlu mengembangkan daya tarik obyek wisata untuk dapat meningkatkan pengunjung bukan saja masyarakat lokal tapi juga luar daerah, sehingga implikasinya dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan hutan mangrove.

- b. Pengembangan obyek wisata hutan mangrove tetap menjaga kelestarian ekosistemnya.

- c. Pembuatan Awiq-Awiq tentang pelarangan penebangan hutan mangrove dan membentuk Pokdarwis

B. Makam Keramat

- a. melakukan pemasaran secara luas baik dalam negeri maupun luar negeri, sehingga produk wisata religi dapat dikenal dan dinikmati.

- b. buat paket wisata dengan harga dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat sesuai dengan pendapatan dan kebutuhan yang diinginkan calon wisatawan.

- c. melakukan kerjasama bisnis to bisnis yang saling menguntungkan dari kedua belah pihak.

C. *Camping Ground*

- a. Melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk Pada pengembangan lokasi wisata perlu kerjasama dengan pihak lain.

- b. Pemuda dikutsertakan untuk menjaga keamanan tempat wisata bekerjasama dengan Pokdarwis.

- c. Membangun dan memfasilitasi aksesibilitas sarana dan prasarana untuk kenyamanan pengunjung.

D. *Homestay*

- a. Membuat desain penginapan menarik, karena akan dapat menjadi cirri khas tersendiri.

- b. Mendaftarkannya secara *online* di berbagai platform penginapan, banyak situs web yang bisa gunakan promosi

- c. Sediakan fasilitas karena dapat membuat pengunjung bisa lebih betah/lama

mengingat.

Model Pemberdayaan Produk Lokal Di Kawasan Pantai Cemara

1. Besarnya potensi sumberdaya alam (terutama ekosistem laut dan pesisir) dan UKM maupun kesiapan masyarakat dalam mengelola komoditi produk lokal di kawasan pesisir Pantai Cemara Lembar merupakan hal yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak untuk memanfaatkan potensi yang ada melalui upaya pemberdayaan masyarakat dengan menangani potensi produk lokal tersebut secara baik dan terencana. Melalui pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, ekonomi masyarakat diharapkan bisa berkembang/meningkat dan pada akhirnya dapat mensejahterahkan masyarakat maupun pengusaha UKM yang ada di kawasan pesisir Pantai Cemara Lembar.

2. Berdasarkan hasil survei terbatas yang dilaksanakan Tim Peneliti dengan dihadiri peserta dari pelaku usaha (UKM), tokoh masyarakat dan pemuda serta instansi terkait terdapat beberapa tanggapan dan masukan yang dapat dirumuskan sebagai program/model pemberdayaan masyarakat terhadap eksistensi produk lokal yang dampaknya pada ekonomi UKM dan masyarakat di kawasan Pantai Cemara Lembar.

3. Dari hasil wawancara dengan responden tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut

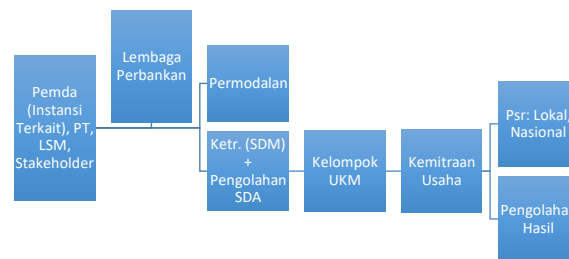
- a. peran serata dari berbagai pihak seperti pemerintah daerah (instansi terkait), lembaga perbankan, perguruan tinggi, lsm dan *stakeholder* sangat diperlukan dalam hal bantuan modal usaha, pembinaan/pengembangan sdm (ketrampilan) dan pelatihan/penyuluhan pengelolaan sda, tanpa ada komitmen ini upaya yang akan dilaksanakan pasti akan gagal.
- b. ukm penting diperlukan sebagai peran ikut menggerakkan ekonomi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di

kawasan pesisir pantai cemara lembar, oleh karena itu perlu membentuk kelompok ukm.

- c. perlu adanya jaringan/kemitraan usaha yang dapat memperlancar kegiatan/operasional usaha dalam rangka pemberdayaan masyarakat pesisir

Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Dalam Pengembangan Pariwisata

Program/model pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui produk lokal dalam pengembangan pariwisata yang dibuatkan bagan seperti berikut ini:



Dari bagan program/model pemberdayaan masyarakat tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- A. Peran serata dari berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah (instansi terkait), Lembaga Perbankan, Perguruan Tinggi, LSM dan *stakeholder* sangat diperlukan dalam hal bantuan modal usaha, pembinaan/pengembangan SDM (ketrampilan) dan pelatihan/penyuluhan pengelolaan SDA, tanpa ada komitmen ini upaya yang akan dilaksanakan pasti akan gagal.
- B. UKM penting diperlukan sebagai peran ikut menggerakkan ekonomi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di kawasan pesisir Pantai Cemara Lembar, oleh karena itu perlu membentuk Kelompok UKM.
- C. Perlu adanya jaringan/kemitraan usaha yang dapat memperlancar kegiatan/operasional usaha dalam rangka pemberdayaan masyarakat pesisir.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang diuraikan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Produk lokal di kawasan Pantai Cemara Lembar teridentifikasi antara lain:
 - a. produk barang/produksi, yaitu kuliner, terasi dan keripik
 - b. produk jasa, seperti hutan mangrove, makam keramat, *camping ground* dan *homestay*.
2. Strategi pengembangan produk lokal di kawasan Pantai Cemara Lembar adalah sebagai berikut:
 - a. melakukan promosi melalui media cetak maupun online
 - b. mengembangkan produk yang memiliki daya tarik obyek wisata
 - c. membuat peraturan terkait menjaga kelestarian ekosistem lingkungan, seperti awiq-awiq, pokdarwis.
 - d. kerjasama dengan pihak sthakeholders (masyarakat, pemerintah, pengusaha)
 - e. menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, seperti jalan, jembatan, air bersih, lingkungan sehat.
 - f. pengembangan produk lokal (barang/pengolahan) dapat mengimplementasikan strategi pemasaran 4p (*product, price, place, Promotion*).
3. Kelebihan dan Kelemahan produk lokal di kawasan Pantai Cemara Lembar, sebagai berikut:
 - A. Kelebihan
 - a. memberi dampak positif terhadap kondisi ekonomi masyarakat/ukm di kawasan wisata.
 - b. harganya relative terjangkau bagi konsumen pengunjung kawasan wisata.
 - c. adanya peraturan pemerintah kabupaten (perda), peraturan desa (perdes), peraturan lokal (awiq-awiq) sebagai rujukan aktivitas ekonomi masyarakat, pengusaha ukm di kawasan wisata.

- d. terbentuknya pokdarwis, kelompok usaha bersama (kub) di kawasan wisata.

- e. pemandangan pantai dan pohon mangrove yang indah di kawasan wisata

B. Kelemahan

- a. wisatawan di kawasan pantai cemara yang rame tidak setiap waktu/hari, hanya pada periode tertentu (sabtu dan minggu).

- b. bahan bakunya terbatas dan untuk memperolehnya agak jauh.

- c. manajemen usahanya yang kurang baik, tentu ini tidak terlepas dari tingkat kemamampaun/ketrampilan sdm yang masih rendah.

- d. promosi/pemasaran produk lokal masih kurang.

- e. modal usaha relative kecil sehingga tidak bisa pengembangan produksi dan kreatif maupun inovasi.

- f. 6. kurangnya penyuluhan dan pembinaan lapangan oleh instansi terkait untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat maupun pengusaha ukm

- g. tersusunnya model pemberdayaan produk lokal dalam rangka pengembangan wisata pantai pantai cemara lembar

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adachi, Y. (2018). Applicability of agglomeration to tourism economics. *Japan and the World Economy*, 47, 5867. <https://doi.org/10.1016/j.japwor.2018.04.002>
- [2] Afolabi, O., Ozturen, A., & Ilkan, M. (2021). Effects of privacy concern, risk, and information control in a smart tourism destination. *Economic Research-Ekonomika* *strazivanja*, 34(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1867215>



- [3] Aini, W., Hayatunnufus, H., & Ismaniar, I. (2019). Development of Module in Increasing Tourism Awareness for Souvenir Merchants in Bukittinggi City. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(1). <https://doi.org/10.29313/mimbar.v35i1.4052>
- [4] Amir, S., Osman, M. M., Bachok, S., & Ibrahim, M. (2015). *Sustaining Local Community Economy Through Tourism: Melaka UNESCO World Heritage City*. *Procedia Environmental Sciences*, 28 (Sustain N2014), 443–452. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.054>
- [5] Aschemann-Witzel, J., deHooge, I. E., & Almlí, V. L. (2021). My style, myfood, mywaste! Consumer foodwaste-related lifestyle segments. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102353>
- [6] Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). The role of Small and Medium Scale Enterprise in local economic development (LED). *Banach Journal of Mathematical Analysis*, 11(2).
- [7] Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2). <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>
- [8] Bagus, C., BrahmaSari, I. A., & Suryani, T. (2020). THE EFFECTS OF LOCAL CULTURE ON TOURISM PRODUCTS AND DOMESTIC TOURIST SATISFACTION IN TOURISM DESTINATIONS. *Archives of Business Research*, 7(12). <https://doi.org/10.14738/abr.712.7560>
- [9] Barska, A., & Wojciechowska-Solis, J. (2020). E-consumers and local food products: A perspective for developing online shopping for local goods in Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12124958>
- [10] Bilatney Bimi. (2020). Post-Covid-19 and local economic development (LED): sharing experiences from Ghana. *Commonwealth Journal of Local Governance*. <https://doi.org/10.5130/cjlg.vi22.7454>
- [11] Black, J. (2009). The economics of local food. *The Washington Post*.
- [12] Caraba, C. (2011). Communist Heritage Tourism and Red Tourism: Concept, Development and Problems. *Cina Continents I(1)*, 29-39
- [13] Chaichana, T., Brennan, C. S., Osiriphun, S., Thongchai, P., & Wangtueai, S. (2021). Development of local food growth logistics and economics. *AIMS Agriculture and Food*, 6 (2). <https://doi.org/10.3934/AGRFOOD.2021035>
- [14] Chin, W. L., Haddock-Fraser, J., & Hampton, M. P. (2017). Destination competitive ness: evidence from Bali. *Current Issues in Tourism*, 20(12), 1265–1289. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1111315>
- [15] Chin, W. L., & Hampton, M. P. (2020). The relationship between destination competitiv enessand residents' quality of life: Lessonsfrom Bali. *Tourism and Hospitality Management*, 26(2), 311–336. <https://doi.org/10.20867/THM.26.2.3>
- [16] Cristian-Constantin, D., Radu-Daniel, P., Daniel, P., Georgiana, C. L., & Igor, S.(2015). *The Role of SPA Tourism in the Development of Local Economiesfrom Romania*. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 1573–1577. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00400-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00400-1)
- [17] Haryati, H. (2018). Pengembangan Ekonomi Lokal Yang Berorientasi Pada Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Jawa Timur. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol 14, Iss2, Pp245-269(2018)

- [18] Gelter, J., Fuchs, M., & Lexhagen, M. (2022). Making sense of smart tourism destinations: A qualitative text analysis from Sweden. *Journal of Destination Marketing and Management*, 23. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100690>
- [19] Gao, J., Ryan, C., Cave, J., & Zhang, C. (2019). *Tourism border-making: Apolitical economy of China's border tourism*. *Annals of Tourism Research*, 76 (July 2018), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.02.010>
- [20] Gonda, T., Angler, K., & Csóka, L. (2021). The Role of Local Products in Tourism. *European Countryside*, 13 (1). <https://doi.org/10.2478/euco-2021-0006>
- [21] Hidayat, I. K., Novica, D. R., Puspitasari, D. N., & bin Mat Daud, K. A. (2021). Collecting the Memories: The Potential of Augmented Reality Souvenirs in Agro-Tourism. *KnESocial Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i6.9222>
- [22] Horská, E., Petřířák, M., Šedík, P., & Nagyová, L. (2020). Factors influencing the sale of local product sthrough short supply chains: A case of family dairy farms in Slovakia. *Sustainability (Switzerland)*, 12 (20). <https://doi.org/10.3390/su12208499>
- [23] Jili, N. N., Masuku, M. M., & Selepe, B. M. (2017). SMME spromoting Local Economic Development (LED) in UM lalazi Local Municipality, KwaZulu-Natal. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(1).
- [24] Jungles, B. F., Garcia, S. F. A., de Carvalho, D. T., Braga, S. S., & da Silva, D. (2021). Effec to forganic food-related lifestyle to wards attitude and purchase intention of organic food: Evidence from Brazil. *Revista Brasileirade Marketing*, 20(4). <https://doi.org/10.5585/remark.v20i4.19192>
- [25] Karelakis, C., Papanikolaou, Z., Theodosiou, G., & Goylas, A. (2021). Local Products Dynamics and the Determinants of Purchasing Behaviour. *Studies in Business and Economics*, 16(3). <https://doi.org/10.2478/sbe-2021-0046>
- [26] Kim, Y. R., Williams, A. M., Park, S., & Chen, J. L. (2021). *Spatial spillovers of agglomeration economies and productivity inthe tourism industry: ThecaseoftheUK*. *TourismManagement*, 82 (June2020), 104201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104201>
- [27] Kiss, K., Ruzskai, C., Szucs, A., & Koncz, G. (2020). Examining the role of local products in rural development in the light of consumer preferences-Results of a consumer survey from Hungary. *Sustainability (Switzerland)*, 12 (13). <https://doi.org/10.3390/su12135473>
- [28] Lambarraa-Lehnhardt, F., Ihle, R., & Elyoubi, H. (2021). How success fulisorig inlabeling in a developing country context? Moroccancon sumers' preferences toward local products. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15). <https://doi.org/10.3390/su13158433>
- [29] Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/SU12103958>
- [30] Madaleno, A., Eusébio, C., & Varum, C. (2019). The promotion of local agro-food product sthrough tourism: a segmentation analysis. *CurrentIssues in Tourism*, 22(6). <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1296417>
- [31] Meyer, D. F. (2014). Local economic development (LED), challenges and solutions: The case of the Northern Free State Region, South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16). <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n16p624>
- [32] Pohan, N. (2020). Peran Pemuda dalam Mencintai Produk Lokal Indonesia (Role



- of Youth in Loving Indonesian Local Products). *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3626179>
- [33] Peypoch, N., Randriamboarison, R., Rasoamananjara, F., & Solonandrasana, B. (2012). *The length of stay of tourists in Madagascar*. *Tourism Management*, 33(5), 1230-1235. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.003>
- [34] Rahmi, S. A. (2016). Pembangunan Pariwisata dalam Perspektif Kearifan Lokal. *Reformasi Vol 6 No.1*
- [35] Ramukumba, T., Mmbengwa, V. M., Mwamayi, K. A., & Groenewald, J. A. (2012). Analysis of local economic development (LED) initiated partnership and support services for emerging tourism entrepreneurs in George municipality, Western Cape Province, RSA. *Tourism Management Perspectives*, 2–3. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2011.12.006>
- [36] Rodríguez-Pose, A., & Palavicini-Corona, E. I. (2013). Does local economic development really work? Assessing LED across Mexican municipalities. *Geoforum*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.07.010>
- [37] Sahubawa, A., Antariksa, & F.Usman. (2010). Kawasan Bersejarah Kota Tua Hindia Belanda di Bandaneira, Maluku. *Arsitektur e-Journal 3(1)*, 1-13
- [38] Sanches-Pereira, A., Onguglo, B., Pacini, H., Gómez, M. F., Coelho, S. T., & Muwanga, M. K. (2017). Fostering local sustainable development in Tanzania by enhancing linkages between tourism and small-scale agriculture. *Journal of Cleaner Production*, 162. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.164>
- [39] Santos-Júnior, A., Almeida-García, F., Morgado, P., & Mendes-Filho, L. (2020). Residents' quality of life in smart tourism destinations: A theoretical approach. *Sustainability (Switzerland)*, 12(20). <https://doi.org/10.3390/su12208445>
- [40] Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>
- [41] Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2021). Smart tourism destinations: a systematic review. *Tourism Review*, 76(3). <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0235>
- [42] Shankar, S. (2015). Impact of Heritage Tourism in India : A case Study . *International Journal of Innovative Research in Information Security (IJIRIS)* 6(2), 59-61
- [43] Soler, I.P., Gemar, G., & Correia, M.B. (2018). Length of stay for tourists' inland trips. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10 (November 2017) , 49–60. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.05.008>
- [44] Suteja, I. W & Wahyuningsih, S (2019), Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di KEK Mandalika Kab. Loteng. Vol.14.No 2. September 2019, <http://ejournal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- [45] Szegedyné Fricz, Á., Ittész, A., Ózsvári, L., Szakos, D., & Kasza, G. (2020). Consumer perception of local food products in Hungary. *British Food Journal*, 122(9). <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2019-0528>
- [46] Tamaratika, F., & Rosyidie, A. (2017). Inkorporasi Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Di Lingkungan Pantai. *Jurnal Sositelknologi*, 16 (1). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.10>
- [47] Van Huy, L., Chi, M. T. T., Lobo, A., Nguyen, N., & Long, P. H. (2019). Effective segmentation of organic food

- consumers in Vietnam using food-related life styles. *Sustainability (Switzerland)*, 11 (5). <https://doi.org/10.3390/su11051237>
- [48] Wigraha, N. A., Kustono, D., Tuwoso, & Sudjimat, D. A. (2021). Bamboo Fiber Reinforced Composite in Sokasi Craft Making To Increase Commodity of Local Tourism Products in Bali. *Review of International Geographical Education Online*, 11(2). <https://doi.org/10.33403/rigeo.800459>
- [49] Williams, G. B., Kim, Y. H., & Nauright, J. (2021). Destination development by sport event tourism (SET): a case study of Thailand. *Sport in Society*, 24(10), 1827–1837. <https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1916234>
- [50] Winarso, W., Hady, H., Panday, R., & Untari, D. T. (2020). Competitive Advantage and Marketing Performance on SMEs : Market Orientation and Innovation of Local Product in Bekasi , Indonesian. *Engineering & Management*, 1(1).
- [51] Wu, J., Zhang, L., Lu, C., Zhang, L., Zhang, Y., & Cai, Q. (2022). Exploring Tourists' Intentions to Purchase Homogenous Souvenirs. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031440>
- [52] Yang, S. P., Chang, S. C., Liang, T. C., Situmorang, R. O. P., & Hussain, M. (2021). Consumer confusion and green consumption intentions from the perspective of food-related life styles on organic infant milk formulas. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/su13041606>
- [53] Zahara, V. M., Sanusi, F., & Suci, S. C. (2020). Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Produk Lokal Kota Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1 (2). <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12385>
- [54] Zhang, Y. (2019). The impacts of new media on marketing effectiveness: A comparative study of China and South Korea tourism souvenirs website. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 17 (2). <https://doi.org/10.4018/JECO.2019040102>



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN