



PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN UMKM PARIWISATA DI PURWOKERTO: TANTANGAN DAN STRATEGI UNTUK ERA DIGITAL

Muhammad Amin Rosyadi¹, Herdian Farisi², Anjar Safitri³

^{1 2 3} Fakultas Sosial Ekonomi Humaniora, Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

e-mail: just.amin234@gmail.com¹, hedianfarisi@gmail.com², anjar.safitri.90@gmail.com³

Accepted: 26/2/2025; Published: 28/2/2025

ABSTRAK

Di Purwokerto, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki fungsi sumber daya manusia (SDM) dalam pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berpusat pada pariwisata. Analisis peran SDM dalam ekspansi UMKM, identifikasi hambatan utama dalam pengembangan kapasitas SDM, dan pengembangan strategi pemberdayaan SDM yang sukses adalah tujuan utama studi ini. Dengan menggunakan buku-buku teks akademis, makalah pemerintah, dan jurnal ilmiah sebagai referensi, metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur. Menurut temuan penelitian, daya saing, produktivitas, dan kreativitas UMKM pariwisata dapat ditingkatkan secara signifikan dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Namun, tantangan seperti literasi digital yang rendah, kurangnya akses ke pelatihan berbasis industri, dan infrastruktur teknologi yang terbatas menjadi hambatan yang signifikan. Untuk mengatasi hambatan tersebut, strategi yang disarankan meliputi pelatihan literasi digital, penyediaan akses ke teknologi, program inkubasi, dan peningkatan kerja sama antarpemangku kepentingan. Penelitian ini juga menyoroti perlunya evaluasi berkala untuk memastikan efektivitas program pengembangan SDM. Namun, fokus regional dan keterbatasan data sekunder dalam penelitian ini membatasi seberapa luas hasil penelitian ini dapat diterapkan. Untuk mendorong pertumbuhan UMKM pariwisata di Purwokerto, penelitian lebih lanjut diperlukan, termasuk studi empiris dan pemeriksaan dampak transformasi digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pariwisata, Sumber Daya Manusia, UMKM.

ABSTRACT

In Purwokerto, this study is to investigate the function of human resources (HR) in the growth of micro, small, and medium-sized businesses (MSMEs) centered around tourism. Analysis of HR's role in MSMEs' expansion, identification of the primary barriers to HR capacity building, and development of successful HR empowerment plans are the study's primary goals. By using academic textbooks, government papers, and scientific journals as references, the research method employs a descriptive qualitative approach through literature studies. According to the study's findings, tourist MSMEs' competitiveness, productivity, and creativity are all significantly boosted by having high-quality human resources. However, challenges such as low digital literacy, lack of access to industry-based training, and limited technological infrastructure are significant obstacles. To overcome these obstacles, suggested strategies include digital literacy training, providing access to technology, incubation

programs, and increasing multi-stakeholder cooperation. The study also highlights the need for periodic evaluation to ensure the effectiveness of HR development programs. The research's regional focus and secondary data restrictions, however, limit how broadly the results may be applied. In order to encourage the growth of tourist MSMEs in Purwokerto, more research is therefore required, including empirical studies and an examination of the effects of digital transformation.

Keywords: *Digitalization, Human Resources, MSMEs, Tourism.*

PENDAHULUAN

Potensi pertumbuhan ekonomi yang di ciptakan suatu daerah salah satunya dari sektor Pariwisata. Pariwisata, menurut Wirawan & Semara (2021) adalah serangkaian perjalanan yang dilakukan secara berkala atau spontan, baik yang terencana maupun tidak, dengan tujuan untuk memberikan pengalaman yang menyeluruh kepada masyarakat. Hal ini mencakup berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata secara berkelanjutan, sehingga kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata merupakan bagian dari seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata. Dengan kata lain, pariwisata adalah serangkaian kegiatan aktivitas atau hiburan guna memberikan pengalaman yang menyeluruh kepada pengunjungnya. Industri pariwisata di Indonesia telah muncul sebagai salah satu sektor terpenting yang mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB negara. Karena keindahan alamnya yang luar biasa dan keragaman budayanya yang khas, Purwokerto yang merupakan bagian dari Kabupaten Banyumas memiliki harta karun berupa kekayaan alam yang menjadi bagian dari peluang emas pariwisata.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan badan usaha produktif yang dikelola sesuai skala ekonominya, sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun (2008), UMKM mendasarkan kegiatannya pada asas kemandirian, keberlanjutan, dan semangat kebersamaan. UMKM memegang peranan penting dalam menggerakkan perekonomian daerah, termasuk industri pariwisata dan perjalanan. UMKM di Purwokerto menawarkan berbagai barang dan jasa, mulai dari kerajinan tangan dan kuliner hingga investasi dan transportasi, yang mendukung pariwisata. Namun, keberhasilan pengelolaan UMKM dipengaruhi oleh mutu Sumber Daya Manusia (SDM). SDM merupakan kumpulan keterampilan fisik dan mental seseorang, yang dipengaruhi oleh variabel lingkungan dan faktor keturunan. Dorongan untuk mencapai kepuasan pribadi mempengaruhi kinerjanya (Asir, 2022).

Sekitar 27.000 perusahaan di sektor kuliner mendominasi dari 90.000 UMKM di wilayah Banyumas. Dengan hanya 5.400 perusahaan yang terhubung dengan platform digital, penggunaan teknologi digital di kalangan UMKM kuliner masih tergolong rendah (Radar Banyumas, 2024). Sebenarnya, peralihan ke era digital menghadirkan berbagai peluang unik bagi UMKM, baik yang baru maupun yang sudah mapan, untuk memperluas dan meningkatkan kinerja bisnisnya (Suyanto et al., 2023).

UMKM di Purwokerto menunjukkan tren yang menarik dalam menghadapi pesatnya kemajuan teknologi digital, kecenderungan yang tinggi untuk berinteraksi langsung dengan klien (Primasari et al., 2019). Kecenderungan ini, yang mencerminkan cita-cita perusahaan konvensional, menghadirkan hambatan besar bagi inisiatif digitalisasi UMKM. Rendahnya pandangan terhadap kemudahan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh kurangnya minat untuk mengimplementasikan platform *e-commerce*, yang merupakan akibat dari preferensi ini. Kurangnya pelatihan berbasis kebutuhan yang berkaitan dengan kemajuan teknologi digital dan preferensi untuk komunikasi tatap muka ini menghambat potensi pertumbuhan UMKM di era digital dan memperlambat adopsi *e-commerce*. Akibatnya, diperlukan pendekatan menyeluruh terhadap pemberdayaan SDM UMKM, yang menghargai dan

menggabungkan nilai-nilai komunikasi interpersonal yang dijunjung tinggi UMKM sambil secara bersamaan meningkatkan kemampuan digital. Hal ini menunjukkan betapa mendesaknya untuk melakukan penelitian tentang taktik pemberdayaan SDM UMKM agar mereka dapat bersaing di era digital.

Pengembangan sumber daya manusia UMKM yang berkualitas akan memberikan manfaat bagi banyak pemangku kepentingan. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia akan meningkatkan pendapatan, daya saing, dan produktivitas pelaku UMKM. Peningkatan kualitas layanan akan memberikan manfaat bagi wisatawan karena memberikan pengalaman yang lebih baik dan meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan. Warga Purwokerto akan diuntungkan dengan pertumbuhan UMKM pariwisata yang akan meningkatkan lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf hidup mereka, sekaligus memajukan daerah secara signifikan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan suatu kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan industri pariwisata Purwokerto. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan inisiatif dan kebijakan pelatihan yang akan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia UMKM. Lebih jauh, pelaku UMKM dapat menggunakan pengetahuan dalam penelitian ini untuk membangun perusahaan mereka dan mendorong pertumbuhan UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana dukungan sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM berbasis pariwisata di Purwokerto, apa saja kendala yang dihadapi dalam peningkatan kapasitas SDM UMKM berbasis pariwisata di Purwokerto, dan bagaimana upaya yang dilakukan guna meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis pariwisata di Purwokerto sebagaimana telah diuraikan pada konteks di atas. Untuk tujuan penelitian, Mengkaji kontribusi sumber daya manusia terhadap pertumbuhan UMKM pariwisata di Purwokerto, menentukan kendala utama dalam peningkatan kemampuan sumber daya manusia UMKM pariwisata di Purwokerto, dan menyusun rencana pemberdayaan sumber daya manusia UMKM pariwisata di Purwokerto berdasarkan hasil kajian pustaka.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM di sektor pariwisata, kualitas sumber daya manusia (SDM) memegang peran kunci. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan SDM tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memicu inovasi dalam bisnis, sejalan dengan teori Modal Manusia yang dikembangkan oleh Becker pada tahun 1964. Menurut Becker, keterampilan dan kemampuan individu memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan bisnis, terutama bagi UMKM yang mengandalkan inovasi dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar.

Riset menunjukkan bahwa pemasaran media sosial yang menyediakan informasi berkualitas tinggi dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan mereka untuk membeli sesuatu atau menggunakan layanan (Alim et al., 2024). Hal ini berkaitan dengan pariwisata UMKM karena informasi yang dipelajari wisatawan sendiri memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan mereka terhadap suatu destinasi atau layanan. Oleh karena itu, pemasaran media sosial menjadi semakin penting untuk menarik pengunjung dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang ditawarkan.

Lebih jauh lagi, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, khususnya dalam industri yang berhubungan dengan layanan seperti pengiriman makanan, di mana visibilitas, jaminan, dan daya tanggap memiliki dampak yang lebih besar daripada empati dan atribut fisik (Afrianingsih et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di industri pariwisata harus meningkatkan komponen layanan yang berhadapan dengan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan.

Namun demikian, minimnya literasi manajerial dan digital menjadi salah satu kendala terbesar dalam pengelolaan sumber daya manusia pada UMKM pariwisata. Banyak pegiat UMKM masih berorientasi pada cara-cara tradisional dalam mengelola bisnis, yang menyebabkan keterbatasan dalam daya saing mereka di era digital. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi peningkatan keterampilan SDM yang mencakup pelatihan digital, manajemen bisnis, serta pengelolaan hubungan pelanggan.

Program pelatihan digital marketing yang diadakan untuk pelaku UMKM di Kota Tebing Tinggi berhasil menunjukkan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kinerja pemasaran peserta. Pemahaman peserta terkait digital marketing mengalami kemajuan pesat, dengan skor pengetahuan naik dari 45% menjadi 85%. Selain itu, setelah menerapkan strategi digital marketing, rata-rata penjualan peserta meningkat antara 20% hingga 50% (Nasution, 2025). Hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Lebih lanjut, kemampuan bersaing dan daya tarik bisnis dapat ditingkatkan melalui penerapan strategi pemasaran yang komprehensif, termasuk peningkatan kualitas layanan dan optimasi promosi digital (Farisi et al., 2024). Hal ini menggarisbawahi pentingnya perencanaan pemasaran yang strategis dalam mendukung pertumbuhan UMKM.

Keberhasilan UMKM pariwisata juga dipengaruhi oleh faktor nonteknis seperti komunikasi dan pelayanan, selain kemampuan teknis. Menurut penelitian yang dilakukan Mabai & Hove (2020), departemen harus membuat investasi strategis untuk meningkatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk membantu staf melaksanakan pekerjaan mereka secara efisien dan memastikan ada cukup sumber daya manusia untuk memenuhi tujuan strategis. UMKM *homestay* di sektor pariwisata Baturaden, Purwokerto mulai menyadari pentingnya mengajarkan berbagai bahasa kepada karyawan dan menyediakan layanan keramahtamahan untuk menarik minat wisatawan mancanegara. Namun, program pelatihan tersebut masih sedikit dan belum tertuang dalam peraturan daerah. Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan strategi yang komprehensif, baik pelatihan teknis maupun nonteknis. Perguruan tinggi dan lembaga swasta perlu bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk menyediakan modul pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Selain menjadi penopang ekonomi lokal, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga menyediakan barang dan jasa umum yang menarik wisatawan. Sejalan dengan filosofi Resource-Based View (RBV) dari Barney (1991), keunggulan kompetitif sebuah destinasi wisata seringkali berakar pada kekhasan sumber daya lokalnya. Di Purwokerto, misalnya, kerajinan batik Banyumas dan kelezatan kuliner soto Sokaraja menjadi daya tarik yang membedakan. Selain itu, Barney menekankan bahwa sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang tahan lama menurut kerangka VRIO (Nilai, Kelangkaan, Kemampuan Ditiru, Organisasi).

Dalam konteks pemasaran digital, media sosial telah terbukti efektif dalam mendorong pembelian impulsif. Namun, efektivitas ini tidak semata-mata bergantung pada persepsi harga; emosi positif juga memainkan peran penting sebagai mediator (Rakhmawati & Farisi, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa dampak media sosial terhadap perilaku konsumen bersifat kompleks dan multifaset. Oleh karena itu, pemasar di industri pariwisata perlu mempertimbangkan aspek-aspek psikologis yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi atau layanan. Emosi positif, khususnya, sangat berpengaruh dalam membentuk pengalaman wisatawan, terutama dalam kaitannya dengan pembelian impulsif yang dipicu oleh insentif hedonis, suasana toko, dan daya tarik visual produk (Lutfiani et al., 2023). Untuk mengoptimalkan potensi pembelian impulsif, destinasi wisata dan toko souvenir perlu menciptakan atmosfer yang menarik dan menggugah selera, yang mendorong wisatawan untuk melakukan pembelian spontan.

Namun, UMKM di industri pariwisata kerap menghadapi tantangan akses pasar dan pengelolaan keuangan. Menurut penelitian Sidahuruk & Sulistyono (2022), 60% UMKM di kawasan Danau Toba kesulitan menembus pasar nasional karena tidak mengetahui undang-undang ekspor dan standar mutu. Selain itu, keterbatasan akses pasar menjadi hambatan besar bagi UMKM pariwisata di Purwokerto. Tanpa strategi pemasaran digital yang tepat, banyak UMKM kesulitan menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan pelatihan pemasaran digital dalam program pengembangan SDM bagi UMKM pariwisata. Akibat keterbatasan dana dan jalur distribusi, UMKM kerajinan batik Purwokerto hanya memasarkan produknya secara lokal (BPS Banyumas, 2023). Sertifikasi produk dan kolaborasi dengan platform *e-commerce* ternyata dapat meningkatkan penjualan lintas daerah hingga 40%, menurut studi (Helmita & Naim, 2012).

Peran UMKM dalam menjaga lingkungan dan budaya juga diabadikan. Dengan menggunakan material ramah lingkungan dan melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya, UMKM homestay di Desa Wisata Ketenger, misalnya, menerapkan ide ekowisata (Dinas Pariwisata Banyumas, 2023). Pendekatan ini menganut prinsip pariwisata berkelanjutan, yang mendorong keseimbangan antara ekonomi, masyarakat, dan lingkungan. Penerapan dalam skala besar masih terkendala oleh berbagai masalah, seperti rendahnya kesadaran lingkungan dan minimnya insentif pemerintah.

Pariwisata, sebagai sebuah kerangka kerja yang dinamis, melibatkan jalinan kompleks antara pengunjung, area asal, jalur perpindahan, lokasi tujuan, dan sektor industri terkait (Wibowo et al., 2024). Sifat terbuka dari sistem ini mengakibatkan interaksi konstan dengan faktor-faktor lingkungan, budaya, sosial, ekonomi, dan teknologi. Kemampuan memahami perilaku konsumen dan mengembangkan keunikan yang sesuai dengan tuntutan pasar juga penting dalam konteks ini, karena hal tersebut menentukan keberhasilan rencana pemasaran selain kualitas produk (Hasibuan et al., 2022). Lebih jauh, peningkatan peran ibu rumah tangga dalam usaha kewirausahaan dan promosi literasi keuangan serta pemasaran digital terbukti dapat mendorong kemandirian ekonomi bagi keluarga di daerah pedesaan (Safitri et al., 2024). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pengembangan sumber daya manusia dan pengetahuan pasar yang mendalam bagi keberhasilan UMKM.

Pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat, tiga pelaku utama dalam industri pariwisata memiliki peran berbeda-beda dalam pengembangan destinasi (Pitana & Gayatri, 2005). UMKM sangat penting bagi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Purwokerto. Keberadaan UMKM lokal, seperti pengrajin, penyedia makanan, dan pengelola akomodasi, memberikan pengalaman wisata yang otentik. Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM di sektor UMKM menjadi sangat vital untuk meningkatkan daya saing pariwisata Purwokerto dan memastikan manfaat ekonomi yang merata bagi warga lokal.

SDM yang kompeten merupakan faktor penentu keberhasilan pariwisata yang berkelanjutan (Smith et al., 2013). Dalam konteks UMKM, SDM yang berkualitas tidak hanya memberikan pelayanan yang unggul, tetapi juga mampu berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Di era digital, pemasaran pariwisata memerlukan pemanfaatan teknologi informasi. Pemasaran digital, melalui platform daring dan konten berkualitas, menjadi sarana utama untuk menjangkau wisatawan potensial (Kotler & Armstrong, 2017). UMKM di Purwokerto perlu mengadopsi strategi pemasaran yang kreatif dan berkelanjutan untuk meningkatkan visibilitas dan menarik minat pengunjung.

Pengelolaan produk wisata yang efektif bertujuan untuk menjaga nilai-nilai asli destinasi dan memastikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal (Fletcher et al., 2017). Di Purwokerto, ini berarti mempertahankan keunikan budaya dan tradisi dalam setiap aspek pariwisata. SDM yang terlibat perlu memahami dan menghargai nilai-nilai ini, serta mampu mengkomunikasikannya kepada wisatawan. Dalam konteks Purwokerto, SDM yang kompeten dan berdedikasi sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan,

menciptakan produk wisata inovatif, dan mempromosikan Purwokerto sebagai destinasi yang menarik dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Melalui studi pustaka, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. SDM, UMKM, serta industri pariwisata semuanya dikaji secara menggunakan metode ini (Creswell & Poth, 2017). Metode kualitatif deskriptif memfasilitasi peneliti untuk mengeksplorasi data sekunder secara komprehensif, sehingga pola dan tren yang muncul dapat diidentifikasi dan dianalisis, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan kerangka teoretis dan aplikasi praktis (Sugiyono, 2018). Dalam konteks pariwisata budaya, dengan menggunakan metode ini, akademisi dapat memahami bagaimana budaya lokal direpresentasikan dan dikelola, serta bagaimana interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal terjadi (Smith et al., 2013). Fokus pada kajian literatur yang membahas SDM, UMKM, dan pariwisata di wilayah Purwokerto. Studi pustaka ini memanfaatkan berbagai sumber data yang relevan, termasuk jurnal ilmiah, buku teks akademik, dan laporan yang diterbitkan oleh pemerintah.

Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui sejumlah studi pustaka, termasuk yaitu identifikasi literatur berupa pencarian referensi dilakukan melalui basis data jurnal terindeks seperti Scopus, SINTA, dan Google Scholar untuk memastikan cakupan literatur yang luas dan relevan. Berikutnya seleksi Literatur berupa hasil pencarian, artikel - artikel yang dianggap paling berkaitan berdasarkan kontribusi teoretis dan empirisnya. Proses seleksi ini mempertimbangkan faktor-faktor seperti dampak publikasi, metodologi penelitian yang digunakan, dan relevansi kontekstual dengan topik penelitian (Djamba & Neuman, 2002). Selanjutnya kategorisasi Data yaitu artikel-artikel yang terpilih kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema utama yang relevan, seperti pengembangan kapasitas SDM, pengelolaan UMKM, dan dampak dari kedua aspek tersebut terhadap sektor pariwisata.

Data dianalisis dengan metode analisis isi kualitatif yang terinspirasi dari metodologi yang dibuat oleh (Miles et al., 2018). Tahapan analisis meliputi: Reduksi Data berupa proses pemilihan dan peringkasan informasi yang paling relevan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penyajian Data yaitu penggunaan kerangka kerja konseptual untuk menginterpretasikan hubungan antar variabel yang diteliti. Penarikan kesimpulan yang merupakan penyusunan rekomendasi yang didasarkan pada temuan-temuan utama dari literatur yang dianalisis, dengan mempertimbangkan implikasi praktis bagi pengembangan SDM di UMKM pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran SDM dalam Pengembangan UMKM Berbasis Pariwisata di Purwokerto

Pertumbuhan industri pariwisata di daerah seperti Purwokerto bergantung pada tumpuan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM). Studi menunjukkan bahwa pelatihan SDM membantu usaha kecil dan menengah (UKM) meningkatkan kinerja dan fokus pada kebutuhan pelanggan (Domi & Domi, 2021). SDM tidak hanya menjalankan operasional UKM pariwisata, tetapi juga berinovasi dan menyediakan layanan terbaik. Kekayaan budaya dan kearifan lokal memiliki potensi besar dalam pariwisata dan diperkirakan akan menjadi daya tarik utama di masa depan. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata perlu dirancang berdasarkan budaya dan kearifan lokal agar lebih menarik secara estetika dan etis. Hal ini memerlukan sumber daya manusia yang kompeten untuk melestarikan dan mengelola objek wisata dengan baik. Selain itu, pariwisata daerah harus memberikan jaminan keamanan bagi

pengunjung, karena masyarakat beserta budaya dan kreativitasnya merupakan daya tarik wisata yang unik dan menarik (Rahma, 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan dan inovasi memainkan peran krusial dalam memberdayakan UMKM. Teknologi yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan pariwisata. Namun, pemanfaatan teknologi dalam tata kelola dan transparansi belum menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap sektor pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak pekerjaan untuk menyelaraskan teknologi dengan strategi pariwisata yang ada. Selain itu, pemberdayaan UMKM terbukti memiliki pengaruh besar terhadap pengembangan pariwisata dan keberlanjutan desa wisata, yang mengindikasikan adanya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan (Purnomo & Purwandari, 2025). Pelatihan pembuatan produk olahan jagung di desa pertanian meningkatkan keterampilan warga, berpotensi menambah pendapatan keluarga dan memperkuat ketahanan pangan lokal (Lestari et al., 2024). Ini menunjukkan bahwa pelatihan sesuai kebutuhan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung UMKM pariwisata.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, dukungan tokoh terkenal, dan citra merek (Tabar & Farisi, 2023). Produk berkualitas tinggi dan promosi media sosial yang efektif dengan harga bersaing meningkatkan minat beli konsumen (Saputri et al., 2024). Kombinasi produk berkualitas dan pemasaran yang tepat menarik pelanggan. Suasana nyaman dan sesuai gaya hidup konsumen, seperti kafe modern, meningkatkan kepuasan pelanggan (Triana et al., 2024). Pengalaman positif pelanggan membangun hubungan jangka panjang dan mendorong pembelian berulang.

Teknologi meningkatkan kualitas layanan dan berdampak besar pada pariwisata. Teknologi digital dalam transportasi meningkatkan kepuasan pelanggan melalui sistem informasi yang akurat dan responsif serta aplikasi yang mudah digunakan (Rakhmawati & Farisi, 2024). Penggunaan teknologi digital dalam transportasi daring meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi yang mudah digunakan dan sistem informasi yang akurat dan responsif (Rakhmawati & Farisi, 2024). Ini relevan untuk pariwisata Purwokerto, di mana wisatawan bergantung pada transportasi daring. Integrasi sistem informasi yang andal dalam transportasi wisata penting untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Ini penting untuk pariwisata Purwokerto, di mana wisatawan bergantung pada transportasi daring. Sistem integrasi informasi yang andal meningkatkan pengalaman wisatawan.

Regulasi pariwisata perlu lebih banyak memasukkan teknologi. Kepercayaan konsumen memediasi hubungan antara sistem pembayaran elektronik dan keinginan pembelian daring (Imam et al., 2024). Sistem pembayaran elektronik tidak langsung meningkatkan minat beli, tetapi kepercayaan yang terbentuk melaluinya memperkuat niat beli (Imam et al., 2024). Di era digital, kepercayaan konsumen penting bagi keberhasilan UKM.

Pariwisata berbasis masyarakat (CBT) diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal Purwokerto melalui partisipasi aktif. Kepemimpinan sama pentingnya dengan layanan dan teknologi dalam organisasi pariwisata. Kepemimpinan partisipatif dan kekeluargaan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan meningkatkan kinerja karyawan tanpa insentif materi (Shonhaji et al., 2024). Di sektor UMKM pariwisata, kepemimpinan yang mengutamakan hubungan interpersonal yang baik efektif meningkatkan produktivitas karyawan. Kepemimpinan partisipatif dan kekeluargaan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis serta meningkatkan kinerja karyawan tanpa insentif materi (Shonhaji et al., 2024). Di sektor UMKM pariwisata, kepemimpinan yang mengutamakan hubungan interpersonal yang baik efektif meningkatkan produktivitas pekerja.

Agar CBT efektif, masyarakat harus berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang terkait dengan pariwisata (Putra et al., 2023). Pengalaman pariwisata yang autentik diciptakan dengan memanfaatkan pemahaman masyarakat lokal tentang warisan budaya, adat istiadat, dan alam. Pelatihan keterampilan pariwisata

meningkatkan profesionalisme dan layanan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing destinasi wisata (Nawaningrum & Atmaja, 2022).

UMKM pariwisata di Purwokerto dapat meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan teknologi informasi dan transformasi digital. Ulasan pelanggan lebih berdampak pada keputusan pembelian daripada peringkat bintang dalam pemasaran digital (Priyatin & Farisi, 2023). Informasi ini penting bagi UMKM untuk fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan agar mereka memberikan tanggapan positif yang menarik pelanggan baru. Solusi digital yang meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau audiens yang lebih luas meliputi media sosial, situs web *e-commerce*, dan sistem tiket yang dapat disesuaikan. Kecerdasan buatan (AI) juga transformasi digital memberdayakan UMKM untuk menciptakan bisnis berkelanjutan di era Revolusi Industri 4.0 (R et al., 2024). Dukungan pemerintah dan swasta diperlukan untuk membantu UMKM mengadopsi teknologi terbaru, seperti chatbot untuk layanan pelanggan otomatis, yang saat ini masih terbatas.

Selain teknologi dan kepemimpinan, kurangnya akses ke pelatihan SDM berbasis industri menjadi tantangan bagi UMKM pariwisata di Purwokerto. Banyak pelatihan bersifat umum dan tidak spesifik untuk kebutuhan sektor pariwisata. Program pelatihan berbasis industri yang mencakup keterampilan layanan pelanggan, pemasaran digital, dan inovasi produk diperlukan. Pelatihan ini membantu UMKM mengembangkan kapasitas SDM yang kompetitif. Kepemimpinan partisipatif dan kekeluargaan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan meningkatkan produktivitas karyawan tanpa insentif materi (Shonhaji et al., 2024).

Pemasaran digital, kepemimpinan, dan teknologi sangat penting untuk membuat UMKM pariwisata Purwokerto lebih kompetitif. Pendekatan terintegrasi dalam pengelolaan SDM, pemasaran digital, dan inovasi layanan diperlukan untuk mendukung pertumbuhan pariwisata berbasis UMKM. Pengembangan model bisnis berbasis teknologi terbaru, seperti AI dan platform digital, menciptakan perusahaan yang tangguh di era digital dan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal.

Tantangan Utama dalam Meningkatkan Kapasitas SDM UMKM di Purwokerto.

Purwokerto memiliki potensi besar bagi UMKM pariwisata, namun terdapat sejumlah kendala signifikan yang harus diatasi untuk meningkatkan kemampuan SDM. Keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun manusia, salah satunya dapat menjadi kendala utama. Salah satu tujuan utama Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah mengurangi kemiskinan, dan pengembangan pariwisata alam serta budaya lokal diyakini sebagai alat efektif untuk mencapai hal tersebut melalui peningkatan pendapatan masyarakat lewat UMKM. Pariwisata sangat penting untuk meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja, menurut penelitian yang dilakukan di daerah pesisir di Kulon Progo. Namun, masih ada hambatan, termasuk distribusi manfaat yang tidak merata, kurangnya dukungan pemerintah yang adil, dan terbatasnya akses terhadap teknologi dan pembiayaan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pengembangan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan, melibatkan semua pemangku kepentingan, dengan fokus pada peningkatan akses layanan keuangan dan teknologi, penguatan program pelatihan UMKM, serta peningkatan infrastruktur pendukung. Dengan demikian, diharapkan dapat dirumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir (Subarsono et al., 2025).

Penelitian ini menghasilkan model sistemik yang valid untuk membantu UMKM perhotelan Meksiko meningkatkan kemampuan adaptasi mereka melalui perbaikan manajemen modal manusia (Núñez-Ríos et al., 2020). Pengembangan pariwisata budaya di Banyumas menghadapi tantangan terkait penerimaan seni dan tradisi lokal oleh wisatawan di era globalisasi. Identitas lokal belum sepenuhnya dipahami dan dikembangkan oleh lembaga

terkait, dengan pembinaan pemerintah yang cenderung fokus pada aspek material. Oleh karena itu, pengembangan identitas lokal yang mencerminkan kearifan lokal menjadi sangat krusial dan memerlukan promosi wisata budaya yang inklusif, melibatkan wisatawan, pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat lokal. Dengan demikian, promosi wisata budaya harus dilakukan 'oleh', 'dari', dan 'untuk' semua pihak terkait guna mencapai hasil yang optimal dan bermanfaat bagi pelaku serta penikmat budaya Banyumas (Ahdiati & Kusumanegara, 2020). Situasi UMKM di Purwokerto yang sering kali kesulitan mendapatkan sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman juga relevan dengan hal ini.

Masalah lain yang dihadapi UMKM pariwisata Purwokerto adalah keterampilan digital. Suyanto et al., (2023) menemukan bahwa UMKM menghadapi kendala dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital, kurangnya literasi digital. UMKM harus mendapatkan pelatihan literasi digital agar dapat menggunakan platform digital untuk administrasi bisnis, pemasaran, dan promosi. Lebih lanjut, Zuñiga-Collazos et al., (2025) mengemukakan bahwa meskipun digitalisasi mendorong inovasi, namun dampaknya terhadap keberhasilan UMKM pariwisata Kolombia masih sangat kecil. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan UMKM pariwisata, pendampingan transformasi digital dan promosi yang kreatif dan ramah lingkungan menjadi sangat penting.

Di kalangan UMKM pariwisata Purwokerto, pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) masih cukup terbatas. Meskipun UMKM telah mengadopsi platform digital, R et al., (2024) menemukan bahwa pemanfaatan AI masih tergolong baru dan belum tepat sasaran. Untuk mendorong pemanfaatan teknologi ini, sosialisasi dan pelatihan penggunaan AI menjadi hal yang penting. Selain itu, kendala signifikan bagi UMKM dalam memanfaatkan peluang pemasaran dan inovasi digital adalah belum tersedianya infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang andal dan perangkat komputasi yang memadai.

Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM pariwisata Purwokerto adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya pengembangan sumber daya manusia. Banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya investasi dalam pengembangan sumber daya manusia karena masih disibukkan dengan operasional bisnisnya. Ketidaktahuan tersebut dapat menghambat upaya peningkatan daya saing dan kapasitas sumber daya manusia UMKM. Menurut Gutierrez-Gonzalez et al., (2025), kreativitas karyawan sangat dipengaruhi oleh pemahaman mereka tentang dasar pemikiran penerapan metode Manajemen Sumber Daya Manusia. Oleh karena itu, kreativitas pekerja pada UMKM dapat ditingkatkan dengan strategi MSDM yang mengutamakan pengembangan staf dan penciptaan lingkungan kerja yang positif.

Strategi Peningkatan Kapasitas SDM UMKM Pariwisata di Purwokerto

Diperlukan pendekatan yang menyeluruh dan terkoordinasi untuk mengatasi kendala peningkatan kemampuan sumber daya manusia UMKM pariwisata Purwokerto. Peningkatan literasi digital melalui pendampingan dan pelatihan merupakan salah satu taktik utama. Pelatihan literasi digital harus disesuaikan dengan kebutuhan UMKM di industri pariwisata, dengan menitikberatkan pada pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, promosi, dan pelestarian perusahaan. Manajemen Sumber Daya Manusia Hijau (*Green HRM*) menjadi sarana penting untuk meningkatkan kinerja bisnis berkelanjutan dan memenuhi standar lingkungan, terutama di industri perhotelan dan pariwisata (Suleman et al., 2025). Menurut laporan Hadi & Zakiah (2021), meskipun efektif dalam mendongkrak penjualan, baru 15,08 persen pelaku usaha yang memanfaatkan pemasaran digital. Oleh karena itu, pelatihan dapat dilakukan melalui workshop, seminar, atau program pendampingan langsung.

Akses terhadap infrastruktur dan teknologi digital yang memadai juga harus tersedia. Untuk pembelian perangkat keras komputer, konektivitas internet, dan platform digital, pemerintah dan lembaga terkait dapat menawarkan dukungan dalam bentuk pinjaman lunak

atau subsidi. Selain itu, pelatihan pengelolaan, termasuk teknik pengemasan dan pemasaran modern, terbukti efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok PKK di Desa Mentasan. Program ini juga membuka peluang usaha baru berbasis ekonomi sirkular di wilayah tersebut (Sukowati et al., 2023). Telah dibuktikan bahwa menggabungkan investasi pariwisata ke dalam kelompok bisnis yang lebih besar meningkatkan adopsi teknologi digital (Lopes et al., 2025). Penggunaan teknologi dan peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan adalah dua manfaat lebih lanjut dari investasi signifikan dalam digitalisasi.

Peningkatan inovasi merupakan taktik penting lainnya untuk membuat UMKM pariwisata Purwokerto lebih kompetitif. Program inkubasi dan pendampingan dapat membantu UMKM dalam menciptakan barang dan jasa mutakhir yang memenuhi permintaan konsumen. Menurut Putri & Widadi (2024), UMKM mendapat manfaat dari inovasi dalam hal peningkatan penetrasi pasar, efektivitas operasional, dan daya saing. Contohnya, pengembangan produk inovatif berbahan dasar ikan lele, seperti kerupuk, yang didukung dengan pelatihan produksi dan strategi pemasaran, berhasil meningkatkan keterampilan kewirausahaan serta memperluas cakupan pemasaran bagi kelompok Karang Taruna (Sukirno et al., 2022). Namun, pemerintah dan lembaga terkait harus memberikan dukungan karena UMKM menghadapi kendala seperti kurangnya sumber daya dan keterampilan digital. Pelatihan pemasaran digital dan desain label kemasan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola promosi online dan memperkuat identitas merek produk lokal Yuliana et al., (2023). Hal ini menunjukkan bahwa di era digital, untuk membuat UMKM lebih kompetitif, pelatihan berbasis kebutuhan dapat menjadi tindakan terbaik.

Akses pasar dan bantuan dana juga penting untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia UMKM pariwisata Purwokerto. Bantuan dari pemerintah dan lembaga terkait dapat berupa hibah, pinjaman lunak, atau inisiatif kerja sama dengan pasar kontemporer. Memfasilitasi akses UMKM ke pasar ekspor dan pasar digital juga penting. Menurut penelitian Sucitha et al., (2023), keunggulan kompetitif sangat penting dalam memoderasi dampak pemasaran digital terhadap kinerja pemasaran di UMKM kedai kopi Kota Denpasar. Oleh karena itu, rencana pemasaran digital yang sukses sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan menarik pelanggan.

Peningkatan kerja sama antara UMKM, pemerintah, dan lembaga terkait juga penting secara strategis. Forum kerja sama dan komunikasi dapat dibentuk untuk memudahkan berbagi sumber daya, pengetahuan, dan pengalaman. Untuk membuat dan menjalankan program pengembangan UMKM pariwisata yang terpadu, perlu dibentuk tim koordinasi dari beberapa pemangku kepentingan Terakhir, penilaian dan pemantauan inisiatif pengembangan UMKM pariwisata secara berkala menjadi hal yang penting. Tujuan penilaian ini adalah untuk mengukur keberhasilan program dan mengidentifikasi area yang perlu dikembangkan. Hasil evaluasi dapat digunakan untuk memberikan saran yang bermanfaat bagi para pihak yang berkepentingan, termasuk pelaku UMKM, perguruan tinggi, dan pemerintah daerah

KESIMPULAN

Sumber daya manusia sangat krusial bagi pertumbuhan UMKM berbasis pariwisata di Purwokerto. Kualitas SDM yang baik tidak hanya meningkatkan produktivitas dan inovasi, tetapi juga memperkuat daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang harus diatasi, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses ke pelatihan berbasis industri, minimnya infrastruktur teknologi, serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya pengembangan SDM. Untuk mengatasi kendala ini, strategi peningkatan kapasitas SDM perlu mencakup pelatihan literasi digital, pemberian akses teknologi yang memadai, program inkubasi dan pendampingan, serta peningkatan kerja sama multipihak antara UMKM, pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swasta. Evaluasi berkala juga diperlukan untuk memastikan efektivitas program pengembangan SDM.

Untuk selanjutnya penelitian disarankan melakukan studi empiris dengan melibatkan lebih banyak pelaku UMKM secara langsung guna mendapatkan wawasan mendalam tentang kebutuhan dan tantangan spesifik mereka. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi dampak transformasi digital, termasuk penerapan kecerdasan buatan (AI), dalam meningkatkan kinerja UMKM pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianiingsih, F., Farisi, H., & Safitri, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Driver GrabFood Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi di Kabupaten Banyumas)*. 21(2), 195–208.
- Ahdiati, T., & Kusumanegara, S. (2020). Kearifan Lokal dan Pengembangan Identitas untuk Promosi Wisata Budaya di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 25.
- Alim, I. N., Herdian Farisi, & Yuliana, A. (2024). Pengaruh Pemasaran Politik Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Niat Memilih Dengan Kepercayaan Dan Loyalitas Pemilih Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 106–117.
- Asir, M. (2022). *E-Book MANAJEMEN SDM* (Issue June).
- Barney, J. (1991). Firm Resources ad Sustained Competitive Advantage. In *Journal of Management* (Vol. 17, Issue 1, pp. 99–120).
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Teaching Sociology*, 30(3), 380.
- Domi, S., & Domi, F. (2021). The interplay effects of skill-enhancing human resources practices, customer orientation and tourism SMEs performance. *European Journal of Training and Development*, 45(8/9), 737–761.
- Farisi, H., Yuliana, A., Sukoco, H., & Andini, M. (2024). Optimalisasi Strategi Pemasaran Pada Bengkel Motor Di Purwokerto. *Gembira*, 2(4), 1256–1261.
- Fletcher, J., Fyall, A., Wanhill, S., & Gilbert, D. (2017). *Tourism: Principles & Practice*. Pearson Education.
- Gutierrez-Gonzalez, L., Monroy, E., Johnson Morgan, M., & Wiesner, R. (2025). Understanding HR attributions and creativity of SMEs employees in Colombia: a qualitative study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 7.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16, 32–41.
- Hasibuan, R. R., Afifah, H., Purnawati, E., & Farisi, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (suwali (ed.); 1st ed.). Tiga Cakrawala.
- Helmita, H., & Naim, N. (2012). The Role of UMKM Human Resource Competency in Improving Umkm Performance in Pujorahayu Village, Kec. Negeri Katon Pesawaran. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 15(1), 25–40.
- Imam, K. A., Suprpto, A., & Farisi, H. (2024). *Analysis of the Influence of Electronic Payment Systems on Buying Interest in Online Stores and Trust As*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Lestari, H. A., Erminawati, E., Farisi, H., Aini, N., Astuti, S. D., & Istiqomah, I. (2024). Pembuatan Susu dan Yoghurt Jagung Sebagai Salah Satu Cara Pemanfaatan Potensi Lokal di Desa Limpakuwus. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 5(02), 141–147.
- Lopes, J. M., Gomes, S., Ferreira, J. J., & Ferreira, L. (2025). What Is the Impact of Digital Tools on Hospitality Business Performance? The Case of <scp>SME</scp> Accommodation Sector in Portugal. *International Journal of Tourism Research*, 27(1), e70004.
- Lutfiani, I., Farisi, H., & Yuliana, A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Visual

- Merchandising, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Industri Retail Tiongkok di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 4(1), 74–88.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Nasution, H. S. (2025). Peningkatan Kemampuan UMKM Di Kota Tebing Tinggi. *INOVASI*, 2(November 2024), 30–35.
- Nawaningrum, U. S., & Atmaja, H. E. (2022). Analisis Peran SDM Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Magelang. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(1), 11.
- Núñez-Ríos, J. E., Sánchez-García, J. Y., & Tejeida-Padilla, R. (2020). Human Capital Management in Tourism SMEs from a Cyber-Systemic Approach. *Systemic Practice and Action Research*, 33(5), 527–559.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata : kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata* (1st ed.). CV Andi Offset.
- Primasari, D., Nining, S., Informatika, K., Bidang, D., & Usaha, R. (2019). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan Permintaan Kuantitas Produk Pada UMKM di Kabupaten Banyumas (Suatu Pendekatan Teori Technology Acceptance Model) Kecil Kementerian karena adanya kecenderungan perbedaan Acceptance Model (TAM). *implemen*. 10(1), 63–73.
- Priyatin, A., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 4(1), 60–73.
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). *A Comprehensive Micro , Small , and Medium Enterprise Empowerment Model for Developing Sustainable Tourism Villages in Rural Communities : A Perspective*.
- Putra, S. A., Fatmasari, B. R., Annisa, L., & Furqan, A. (2023). Pariwisata Berbasis Masyarakat: Langkah Tepat Keberlanjutan?. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 10, 159.
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189.
- R, M., Fahdillah, Y., Kadar, M., Hassandi, I., & R, M. (2024). Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 266–273.
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1.
- Rakhmawati, N., & Farisi, H. (2024). *The Influence of Price Value on Consumer Purchase Intention on the Food Delivery Application with the Attitude Variable as Mediation*. 26(4), 27–34.
- Safitri, A., Farisi, H., & Andini, M. (2024). Sosialisasi Literasi Keuangan Keluarga Dan Digital Marketing Pada Pembinaan Kesejahteraan Keluarga Di Desa Tambak Batu. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan ...*, 1, 225–237.
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial , Kualitas Produk , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu) *The Influence of Social Media Promotion , Product Quality , and Price on Purchasing Decisions (Case Study of Keikeu Cake Shop)*. November, 6424–6434.
- Shonhaji, M., Nugroho, A., & Farisi, H. (2024). The Impact of Participatory and Familial Leadership on Employee Performance in Religious Service Organizations. *Journal of Economic and Business Analysis*, 2(2), 21–27.

- Sidahuruk, R., & Sulistyono, D. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kawasan Pariwisata Danau Toba. *GRIN: Gerbang Riset Inovasi*, 1(1), 1929.
- Smith, M., Smith, M. K., & Richards, G. (2013). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge.
- Subarsono, A., Rahmawati, I. Z., Laksana, L. U. A., Prabawati, V. D. N., Wessiani, N. A., & Sulistiono, B. (2025). Poverty alleviation for coastal communities through tourism development: a case study of Kulon Progo Regency. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1–20.
- Sucitha, I. G. A., Giantari, I. G. A. K., Jaya Agung Widagda K., I. G. N., & Dana, I. M. (2023). Peran Competitive Advanteg Memediasi Pengaruh Digital Marketing Terhadap Marketing Performance Pada UMKM Coffee Shop. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(04), 666.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, Eti Wahyuningsih, & Herdian Farisi. (2022). Pengembangan Inovasi Dan Pemasaran Produk Kerupuk Berbasis Ikan Lele Pada Karang Taruna Karya 4 Di Desa Kebocoran Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 15–22.
- Sukowati, D., Farisi, H., & Yuwono, T. A. (2023). Peluang Bisnis Limbah Bonggol Jagung Menjadi Briket Pada Kelompok PKK Desa Mentasan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 3(3), 142–148.
- Suleman, A.-R., Nejati, M., Shafaei, A., & Redmond, J. (2025). Green human resource management practices in the hospitality and tourism industry: An integrative multilevel systematic review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 62(August 2024), 46–56.
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Egalita, N., Mas'udah, S., Singgih, D. S., & Sudarso. (2023). Digital literacy and survival mechanism of micro-small enterprises in practicing sharing economy. *Cogent Social Sciences*, 9(2).
- Tabar, F. ., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital* , 2(1), 1–19.
- Triana, D., Sukoco, H., Farisi, H., & Safitri, A. (2024). Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Café The Effect Of Café Atmosphere, Lifestyle, Consumer Satiffaction On Purchase Decisions Of Café Consumers. *November*, 6492–6501.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Wibowo, F., Saputra, N., Entas, D., Eddyono, F., sulaeman, eman, Dwiyan, N., Maryetti, M., yulianti, Sulistiyowati, R., & fitriana, rina. (2024). *PENGANTAR PARIWISATA*.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). *Pengantar Pariwisata*.
- Yuliana, A., Sukoco, H., Farisi, H., Studi Manajemen, P., & Nahdlatul Ulama Purwokerto, U. (2023). Digital Marketing Training and Product Packaging Label Design for Umkm Banana Chips “Banana Chips” in Dawuhan Village, Banyumas Regency. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1965–1971.
- Zuñiga-Collazos, A., Galvez-Albarracin, E. J., Vera-Jaramillo, F., & Patiño-Giraldo, L. V. (2025). Digitalization, innovation, sustainability and performance: A causal analysis applied to tourism MSMEs. *International Journal of Innovation Studies*, 9(1), 46–59.



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