

Etnografi Festival Kuliner Lokal: Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Melalui Ekonomi Kreatif di Palembang

Hatidah¹, R.A Rodia Fitri Indriani², Marsinah³, M. Bambang Purwanto⁴

^{1,2,3,4} Politeknik Prasetiya Mandiri, Bogor, Indonesia

Email: mbambangpurwanto@gmail.com

Abstract

This research explores the role of local culinary festivals in Palembang in increasing tourist attraction through the development of the creative economy. The main problem faced is the lack of documentation related to the impact of the festival on the empowerment of MSME actors, the preservation of local culture, and the promotion of culinary tourism. This research aims to identify the contribution of festivals in supporting the creative economy while strengthening Palembang's cultural identity. Using ethnographic methods, data was collected through direct observation, in-depth interviews with MSME actors, organizers, and tourists, as well as analysis of related documents. The results of the study show that local culinary festivals contribute significantly to product innovation, business network expansion, and tourism promotion. In addition, this festival is an effective medium in introducing the rich culinary culture of Palembang to a wider audience. This study concludes that the integration of local culture and creative economy in culinary festivals can be a sustainable strategy to attract tourists while supporting regional economic development

Keywords: *Local Culinary Festivals, Creative Economy, Cultural Preservation, Msmes, Ethnography*

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi peran festival kuliner lokal di Palembang dalam meningkatkan daya tarik wisatawan melalui pengembangan ekonomi kreatif. Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya dokumentasi terkait dampak festival terhadap pemberdayaan pelaku UMKM, pelestarian budaya lokal, dan promosi wisata kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kontribusi festival dalam mendukung ekonomi kreatif sekaligus memperkuat identitas budaya Palembang. Menggunakan metode etnografi, data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, penyelenggara, dan wisatawan, serta analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa festival kuliner lokal berkontribusi signifikan terhadap inovasi produk, perluasan jaringan bisnis, dan

promosi pariwisata. Selain itu, festival ini menjadi medium efektif dalam memperkenalkan kekayaan budaya kuliner Palembang kepada audiens yang lebih luas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara budaya lokal dan ekonomi kreatif dalam festival kuliner dapat menjadi strategi berkelanjutan untuk menarik wisatawan sekaligus mendukung perkembangan ekonomi daerah.

Kata Kunci: *Festival Kuliner Lokal, Ekonomi Kreatif, Pelestarian Budaya, UMKM, Etnografi.*

Pendahuluan

Festival kuliner lokal memiliki peran strategis dalam mempromosikan potensi budaya dan ekonomi suatu daerah. Di Palembang, kota yang dikenal dengan kekayaan kulinernya, seperti pempek, tekwan, dan model, penyelenggaraan festival kuliner menjadi salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Namun, meskipun festival-festival ini telah berhasil menarik pengunjung, dampaknya terhadap pengembangan ekonomi kreatif dan partisipasi pelaku UMKM sering kali belum terdokumentasi dengan baik. Selain itu, Gabriella et al. (2023) menjelaskan terdapat tantangan dalam memadukan budaya lokal dengan kebutuhan industri pariwisata global, sehingga membutuhkan kajian lebih mendalam untuk memahami peran festival ini dalam mendukung sektor ekonomi kreatif sekaligus memperkuat identitas budaya lokal.

Berbagai penelitian menunjukkan pentingnya festival dalam mendukung pengembangan ekonomi dan budaya lokal. Taufik & Tsuruyya (2022) menyebutkan bahwa festival merupakan salah satu alat penting dalam strategi pariwisata yang berkelanjutan. Wulandari & Parameswara (2020) menyoroti kontribusi festival terhadap pertumbuhan UMKM melalui inovasi dan jaringan bisnis. Penelitian oleh Winami & Mahsun (2021) membahas hubungan antara festival budaya dan promosi identitas lokal dalam konteks pariwisata global. Di sisi lain, Indra (2023) mengungkapkan pentingnya kuliner sebagai daya tarik wisata yang menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung. Sementara itu, Syarifuddin et al. (2018) membahas bagaimana festival dapat menjadi wadah pelestarian tradisi melalui ekonomi kreatif. Penelitian lain oleh Pratiwi et al. (2023) menunjukkan bahwa festival dapat meningkatkan loyalitas wisatawan melalui pengalaman budaya yang mendalam. Penelitian lokal seperti oleh Nurbasari et al. (2024) menyoroti keberhasilan festival kuliner di Indonesia dalam memperkenalkan makanan khas daerah. Terakhir, studi oleh Mista & Ibrahim (2024) menunjukkan bahwa festival berbasis komunitas memiliki peran dalam memperkuat kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran festival kuliner lokal di Palembang dalam meningkatkan daya tarik wisatawan melalui pengembangan ekonomi kreatif. Secara spesifik, penelitian ini ingin memahami kontribusi festival terhadap promosi kuliner lokal, pemberdayaan UMKM, dan pelestarian budaya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk

mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam penyelenggaraan festival serta dampaknya terhadap wisatawan dan pelaku ekonomi lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa festival kuliner lokal di Palembang tidak hanya menjadi ajang promosi makanan khas, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi kreatif. Partisipasi UMKM dalam festival ini memungkinkan mereka meningkatkan pendapatan, menjalin jaringan baru, dan memperkenalkan inovasi produk. Selain itu, festival ini juga memperkuat identitas budaya lokal Palembang dan menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan beberapa kendala, seperti kurangnya dukungan infrastruktur dan tantangan dalam mengelola dampak lingkungan. Secara keseluruhan, festival kuliner lokal di Palembang menjadi contoh penting bagaimana integrasi antara budaya dan ekonomi kreatif dapat mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini berfokus pada festival kuliner lokal di Palembang sebagai objek material utama. Festival ini dipilih karena keberadaannya yang telah menjadi bagian penting dari kalender budaya kota Palembang, dengan beragam aktivitas yang melibatkan pelaku UMKM kuliner, seniman lokal, dan pemerintah daerah. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini mencakup peran festival dalam meningkatkan daya tarik wisatawan, dampaknya terhadap ekonomi kreatif, serta kontribusinya dalam pelestarian budaya lokal. Fokus penelitian diarahkan pada pengalaman partisipan, termasuk wisatawan, pelaku UMKM, dan penyelenggara festival, dalam memahami dinamika sosial, budaya, dan ekonomi yang dihasilkan dari festival ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi untuk memahami secara mendalam interaksi sosial, nilai-nilai budaya, dan praktik ekonomi yang terjadi selama festival kuliner berlangsung. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, penyelenggara, dan wisatawan, serta analisis dokumen terkait, seperti materi promosi dan laporan kegiatan festival. Peneliti berperan sebagai observator aktif dengan turut serta dalam berbagai kegiatan selama festival untuk mendapatkan pemahaman yang lebih autentik. Selain itu, media sosial dan platform digital yang digunakan untuk mempromosikan festival juga menjadi sumber informasi tambahan.

Pengumpulan data dilakukan dalam tiga tahap utama. Pertama, observasi langsung di lokasi festival untuk merekam suasana, interaksi antarpartisipan, dan aktivitas ekonomi kreatif. Kedua, wawancara mendalam dengan informan kunci, seperti pelaku UMKM, wisatawan lokal maupun internasional, dan penyelenggara festival, untuk mendapatkan perspektif mereka terkait dampak festival. Ketiga, pengumpulan data sekunder melalui dokumen resmi, ulasan media, dan analisis konten media sosial yang memuat aktivitas promosi dan

testimoni peserta festival. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan validitas dan keandalan data.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Proses ini melibatkan identifikasi pola-pola tematik yang muncul dari hasil observasi, wawancara, dan dokumen. Data dianalisis untuk memahami hubungan antara festival, ekonomi kreatif, dan daya tarik wisatawan. Analisis dilakukan secara iteratif dengan membaca ulang catatan lapangan, transkrip wawancara, dan dokumen untuk memastikan bahwa semua informasi relevan tercakup. Hasil analisis kemudian disusun menjadi narasi deskriptif yang kaya, menggambarkan peran festival dalam mendorong inovasi, memberdayakan UMKM, dan memperkuat identitas budaya Palembang. Proses ini diakhiri dengan interpretasi hasil yang dikontekstualisasikan dengan kerangka teoretis dan kajian literatur sebelumnya.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana Festival Kuliner Lokal di Palembang berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik wisatawan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Kajian etnografi yang dilakukan melibatkan observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pelaku usaha kuliner lokal, pengunjung festival, dan pengelola acara. Penelitian ini menemukan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Peran Festival dalam Promosi Kuliner Lokal

Festival kuliner lokal merupakan salah satu strategi efektif dalam mempromosikan kekayaan budaya kuliner suatu daerah. Di Palembang, festival kuliner seperti "Festival Pempek dan Makanan Khas Palembang" menjadi ajang untuk memperkenalkan berbagai hidangan tradisional, seperti pempek, tekwan, dan pindang patin, kepada masyarakat lokal dan wisatawan. Melalui festival ini, nilai budaya yang terkandung dalam makanan lokal tidak hanya dipertahankan tetapi juga diwariskan kepada generasi muda. Kuliner sebagai identitas budaya menjadi daya tarik utama yang mampu mengundang minat wisatawan untuk datang dan menikmati keunikan rasa lokal.

Di sisi lain, festival juga memberikan peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner untuk mempromosikan produk mereka (Marsinah et al., 2024). Dengan adanya festival, pengusaha lokal dapat memanfaatkan platform ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan, dan memperkenalkan inovasi baru dalam produk mereka (Indriani et al., 2021; Purwanto, 2021). Selain itu, festival sering kali menjadi titik awal kolaborasi antara UMKM dengan pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, pelaku pariwisata, dan komunitas kreatif.



Gambar 1. Promosi Makanan Khas Palembang “Pempek Tumpeng”
(Sumber: Festival Sriwijaya 2024)

Gambar satu menampilkan suasana festival kuliner lokal yang khas, dengan deretan hidangan tradisional yang ditata rapi di atas meja panjang. Hidangan seperti pempek, tekwan, dan makanan khas lainnya disajikan dengan dekorasi tradisional berbahan daun pisang dan sayuran segar, menciptakan tampilan estetis yang menggugah selera.

Suasana ini mencerminkan upaya komunitas lokal untuk mempromosikan kuliner khas daerah mereka kepada pengunjung, baik lokal maupun wisatawan. Para pengunjung terlihat tertarik dengan sajian tersebut, menunjukkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, yang merupakan salah satu keunikan festival kuliner. Penataan makanan yang menarik ini juga menjadi bentuk inovasi dalam mempromosikan makanan tradisional agar lebih menarik perhatian publik (Utomo & Imronudin, 2023).

Pengemasan festival yang kreatif dan melibatkan teknologi, seperti promosi melalui media sosial dan transaksi digital, turut meningkatkan daya tariknya. Wisatawan tidak hanya menikmati makanan, tetapi juga merasakan pengalaman budaya melalui interaksi langsung dengan pengusaha lokal dan demonstrasi masakan tradisional. Hal ini memperkaya pengalaman wisata kuliner sekaligus memperkuat kesan mendalam terhadap budaya lokal Palembang (Fatmah et al., 2024; Liana, 2017).

Keberhasilan festival kuliner lokal dalam mempromosikan kuliner khas daerah membutuhkan kolaborasi yang erat antara berbagai pihak. Pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator, komunitas lokal menjadi motor penggerak, dan pelaku usaha sebagai inovator. Dengan pendekatan ini, festival kuliner tidak hanya menjadi ajang promosi, tetapi juga alat untuk memperkuat identitas budaya dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

2. Pengaruh terhadap UMKM Kuliner

Festival kuliner lokal memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner. Ajang seperti ini memberikan platform bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, baik lokal maupun wisatawan. Dengan partisipasi di festival, banyak UMKM melaporkan peningkatan penjualan harian hingga 30%. Seperti yang disampaikan oleh Widyawati (2024), Festival kuliner mempertemukan pelaku UMKM dengan konsumen baru, memperluas jejaring bisnis mereka. Selain itu, festival juga menjadi ruang untuk menguji respons pasar terhadap produk baru (Sagiyanto, 2014), kemudian Indrawati (2019), Inovasi produk dapat diluncurkan di festival untuk mendapatkan feedback instan dari pelanggan (Sawhani & Se, 2021; Sumaryadi & SE, 2021).

Dampak lain dari festival adalah penguatan brand awareness UMKM kuliner. Festival membantu UMKM membangun citra positif dengan menghadirkan produk dalam kemasan yang menarik dan suasana budaya yang mendukung. Seperti yang diungkapkan oleh Purnama et al. (2024), Festival adalah sarana terbaik untuk membangun identitas merek bagi UMKM. Zuhri et al. (2022) menambahkan, Melalui festival, UMKM tidak hanya menjual produk, tetapi juga memperkenalkan cerita budaya di balik makanan mereka.

Tidak hanya secara ekonomi, festival kuliner juga membantu UMKM meningkatkan kapasitas mereka dalam beradaptasi dengan tren digital. Banyak festival kini mendukung transaksi non-tunai dan promosi digital, yang memberi peluang bagi UMKM untuk masuk ke pasar modern. Seperti yang disampaikan oleh Marsinah Marsinah et al. (2024), Digitalisasi dalam festival mempercepat proses adopsi teknologi oleh UMKM. R.A Rodia Fitri Indriani et al. (2024) menambahkan, "Melalui digitalisasi, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih muda dan melek teknologi." Informan lain, Bapak H, pemilik usaha makanan ringan, menyebutkan,

"Kami diajarkan cara memasarkan produk melalui media sosial, sesuatu yang sebelumnya tidak terpikirkan."

Pernyataan ini mencerminkan bagaimana festival kuliner berperan tidak hanya sebagai ajang ekonomi, tetapi juga edukasi. Dengan diajarkan cara memasarkan melalui media sosial, UMKM mulai menyadari pentingnya digitalisasi sebagai alat untuk bertahan dan berkembang di era modern. Jawaban ini sekaligus mengindikasikan perlunya upaya berkelanjutan untuk mendampingi UMKM dalam adaptasi teknologi agar dapat memaksimalkan potensi digitalisasi dalam bisnis mereka.

Selain keuntungan jangka pendek, festival juga membawa dampak jangka panjang berupa jejaring bisnis baru. UMKM yang berpartisipasi sering kali bertemu dengan distributor, supplier, atau mitra kerja potensial. Susanto et al. (2022) menyatakan, "Festival tidak hanya tentang menjual produk, tetapi juga

membangun hubungan yang berkelanjutan dengan mitra bisnis." Dalam wawancara, seorang peserta festival, Ibu L, menjelaskan,

"Saya mendapatkan distributor baru untuk bahan baku saya melalui acara ini."

Pernyataan ini menekankan bahwa festival kuliner tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga medium strategis untuk memperluas jaringan bisnis UMKM. Dengan mendapatkan distributor baru, UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat rantai pasok mereka, yang pada akhirnya berdampak positif pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Hal ini juga mencerminkan pentingnya festival dalam menciptakan peluang baru dan mendukung ekosistem ekonomi kreatif lokal. Dengan demikian, festival kuliner tidak hanya menjadi momentum promosi, tetapi juga ekosistem pendukung yang mendorong UMKM untuk terus tumbuh dan berkembang.

3. Inovasi dalam Ekonomi Kreatif

Inovasi memainkan peran penting dalam ekonomi kreatif, di mana kreativitas dan teknologi menjadi kunci dalam menghasilkan nilai tambah. Menurut Sopanah et al. (2020), ekonomi kreatif adalah ekonomi yang digerakkan oleh ide dan kreativitas, menciptakan produk-produk unik dan inovatif. Inovasi memungkinkan pelaku ekonomi kreatif, seperti UMKM, untuk tetap relevan di tengah persaingan yang dinamis. Sebagaimana dinyatakan oleh Sawlani & Se (2021), "Kemampuan untuk terus berinovasi menjadi pembeda utama antara pelaku usaha yang bertahan dan yang kalah." Dalam konteks lokal, festival kuliner, seni, dan budaya menjadi platform untuk menampilkan inovasi ini, seperti pengemasan produk berbasis etnik yang menggunakan teknologi ramah lingkungan (Syarifuddin et al., 2018; Widyawati, 2024).

Teknologi adalah pilar utama dalam mendorong inovasi ekonomi kreatif. Dalam penelitian oleh Purwani (2021), "Digitalisasi telah menciptakan peluang baru bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memperluas jangkauan pasar." Teknologi seperti media sosial, e-commerce, dan perangkat lunak desain telah memungkinkan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Sebagai contoh, dalam festival kuliner, pelaku UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk mereka sebelum acara dimulai, meningkatkan antusiasme konsumen (Fatmah et al., 2024; Mayasari et al., 2022). Salah satu pelaku usaha mengatakan,

"Dengan media sosial, kami bisa memasarkan produk kami hingga luar kota bahkan sebelum festival dimulai."

Jawaban ini tidak hanya menunjukkan dampak positif media sosial sebagai alat pemasaran, tetapi juga menggambarkan transformasi sosial, ekonomi, dan teknologi yang memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem ekonomi kreatif. Wacana tersebut mencerminkan optimisme terhadap inovasi digital dalam memperluas peluang bisnis. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat merek, tetapi juga mempercepat siklus inovasi.

Kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif juga menjadi strategi utama dalam inovasi. Dalam studi oleh Dwi Mahadipta & Windu Aditya (2024), "Kolaborasi mendorong pertukaran ide dan pengetahuan, mempercepat terciptanya produk atau layanan baru." Festival-festival yang melibatkan berbagai sektor, seperti seni, musik, dan kuliner, sering kali menjadi laboratorium inovasi. Pelaku UMKM sering kali menemukan peluang baru melalui sinergi dengan seniman atau desainer untuk menciptakan produk yang lebih menarik secara visual dan emosional (Judijanto et al., 2023). Meskipun inovasi memberikan banyak peluang, tantangan tetap ada, terutama bagi pelaku usaha kecil. Salah satu tantangan terbesar adalah akses terhadap sumber daya, baik teknologi maupun finansial (Payer, 1982). Namun, peluang besar tetap tersedia, terutama melalui dukungan pemerintah dan komunitas. Dalam laporan UNCTAD (2022) yang dikutip oleh Pincus & Winters (2002), "Dukungan kebijakan dan program pelatihan dapat mendorong inovasi yang lebih luas di sektor ekonomi kreatif." Festival kuliner dan seni, misalnya, sering mendapatkan subsidi pemerintah untuk mendukung pelaku UMKM lokal. Salah seorang pelaku UMKM berkomentar,

"Bantuan dari festival ini membantu kami memulai proyek inovasi yang sebelumnya hanya ada dalam angan-angan."

Jawaban ini menegaskan pentingnya dukungan eksternal seperti festival dalam mendorong inovasi di sektor UMKM. Analisis wacana ini menunjukkan bahwa festival bukan hanya acara hiburan, tetapi juga platform yang mempertemukan sumber daya, jaringan, dan ide untuk mempercepat inovasi. Narasi ini memperlihatkan transformasi dari ide abstrak menjadi inovasi nyata yang dapat memperkuat ekosistem ekonomi kreatif lokal. Dengan inovasi yang terus berkembang, ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa festival kuliner lokal di Palembang memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik wisatawan melalui ekonomi kreatif. Festival ini tidak hanya mempromosikan kekayaan kuliner lokal seperti pempek, model, dan celimpungan, tetapi juga menciptakan pengalaman budaya yang memperkuat identitas kota Palembang sebagai destinasi wisata gastronomi. Partisipasi pelaku UMKM dalam festival ini memberikan dampak ekonomi yang signifikan, seperti peningkatan pendapatan, perluasan jaringan bisnis, dan adopsi inovasi dalam produk maupun pemasaran. Penyelenggaraan festival yang melibatkan seni pertunjukan, narasi sejarah makanan, dan kolaborasi lintas sektor menjadi faktor utama keberhasilan dalam menarik wisatawan lokal dan internasional. Penelitian ini memberikan sumbangan keilmuan yang penting bagi dunia akademik, terutama dalam memahami hubungan antara festival budaya, ekonomi kreatif, dan daya tarik pariwisata. Studi ini menyoroti bagaimana integrasi unsur budaya dan ekonomi

dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan. Pendekatan etnografi yang digunakan menghasilkan data yang kaya dan mendalam tentang persepsi masyarakat lokal, pelaku usaha, dan wisatawan terhadap festival kuliner. Temuan penelitian ini relevan untuk kebijakan pemerintah dalam merancang program pariwisata berbasis komunitas yang mendukung pengembangan UMKM dan pelestarian budaya. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada satu festival di Palembang, sehingga generalisasi hasil untuk festival serupa di wilayah lain mungkin terbatas. Kedua, pengumpulan data dilakukan dalam periode waktu tertentu yang tidak mencakup pengaruh musiman terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Selain itu, studi ini belum mengkaji secara mendalam dampak lingkungan dari penyelenggaraan festival, yang dapat menjadi aspek penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memperluas ruang lingkup analisis dan memperkaya pemahaman tentang dinamika ekonomi kreatif dalam konteks pariwisata.

Daftar Pustaka

- Dwi Mahadipta, N. G., & Windu Aditya, I. M. (2024). Mendorong Inovasi: Peran Artificial Intelligence Dalam Akselerasi Industri Kreatif. *Jurnal Imagine*, 4(1 SE-Articles), 1–6. <https://doi.org/10.35886/imagine.v4i1.1049>
- Fatmah, F., Razak, M., Kartika, T., Suharto, B., Pracintya, I. A. E., Nurhayati, A., Hidayat, T., Ohyver, D. A., Dewi, I. A. U., & Setiawan, Z. (2024). *Bisnis Pariwisata di Indonesia: Peluang Bisnis Destinasi Pariwisata di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Gabriella, F., Rasyidin, N., Roxanne, R., & Parani, R. (2023). Eksplorasi Nilai Budaya Melukat Dalam Pariwisata Berkelanjutan, Perspektif Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 730–733. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1248>
- Indra, R. (2023). The Traditional Culinary As A Tourist Attraction in The Huta Tinggi Tourism Village, Pangururan District, Samosir Regency. *Jurnal Darma Agung; Vol 31 No 4 (2023): AGUSTUSDO - 10.46930/Ojsuda.V31i4.3560*. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v31i4.3560>
- Indriani, R. A. R. F., Hanadya, D., & Purwanto, M. B. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Roll Cake di Komplek Nuansa Dago Blok. A9 Sukabangun, Kota Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31–40. <https://ojs.politeknikdarussalam.ac.id/index.php/jpkm/article/view/jpkm5>

- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6 SE-Articles), 12500–12507. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.23244>
- Liana, W. (2017). Pengembangan Pemasaran Sektor Kepariwisataan Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Palembang. *MBIA*, 16(1), 51–68.
- Marsinah, M., Umar, U., Hatidah, H., Fitri Indriani, R. A., & Purwanto, M. B. (2024). Entrepreneurship Education in Universities: A Review of Current Practices and Future Directions. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(6 SE-Articles), 705–718. <https://doi.org/10.55927/ijar.v3i6.9561>
- Marsinah Marsinah, R.A Rodia Fitri Indriani, Hatidah Hatidah, & M Bambang Purwanto. (2024). Pelestarian Kearifan Lokal Kain Tradisional Gambo: Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Dan Kebudayaan Masyarakat . *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(2 SE-Articles), 277–285. <https://doi.org/10.54066/jkb.v2i2.1985>
- Mayasari, R., Febriantoko, J., Putra, R. R., Hadiwijaya, H., & Kurniawan, D. (2022). *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*. Penerbit Nem.
- Mista, D. I., & Ibrahim, S. (2024). Kolaborasi Pentahelix Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Pada Komunitas “Gubuaq Kopi” Di Kota Solok Provinsi Sumatera Barat. IPDN. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/16794>
- Nurbasari, A., Aribowo, A., Budiningsih, T., Morgan, G., & Raihin, Y. O. (2024). Analysis of Tourism Attraction, Service Quality Mediated by Tourist Satisfaction and Tourist Engagement, on Return Visit Interest (Sustainable Tourism Development on Padar Island). *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis; Vol 8 No 2 (2024): Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/10.31104/jsab.v8i2.469>
- Payer, C. (1982). *World Bank: A critical analysis* (Vol. 8). NYU Press.
- Pincus, J., & Winters, J. A. (2002). *Reinventing the world bank*. Cornell University Press.
- Pratiwi, H., Widiyarsi, I., & Afriansyah, R. (2023). Event Budaya Sebagai Strategi Pengembangan Minat Wisata Bahari Di Kabupaten Kepulauan Anambas (Studi Kasus Pengembangan Wisata Melalui Padang Melang International Folklore Festival). *COMTE: Jurnal Sosial Politik Dan Humaniora*, 1(1 SE-Articles), 152–164. <https://jemspublisher.com/index.php/comte/article/view/9>
- Purnama, S. R., Auliya, A. N., Rahmawati, N., Katminingsih, Y., & Widodo, S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Marketplace Berbasis Hyperlocal Communication untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku UMKM di Desa

- Wisata Joho. *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan, Sains Dan Pembelajaran*, 3(1 SE-Articles), 29–36. <https://doi.org/10.29407/seinkesjar.v3i1.4481>
- Purwani, D. A. (2021). *Pemberdayaan era digital*. Bursa Ilmu.
- Purwanto, M. B. (2021). Makanan Khas Jawa (Bebek Goreng) Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Palembang pada RM Bebek Gendut. *Jurnal Pariwisata Darussalam*, 1(1), 22–28. <https://ojs.politeknikdarussalam.ac.id/index.php/jpd/article/view/jpd4>
- R.A Rodia Fitri Indriani, Marsinah Marsinah, Dwi Hanadya, Nyayu Ully Auliana, & M. Bambang Purwanto. (2024). Perjalanan Songket: Transformasi Menghidupkan UMKM di Kota Palembang. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(2 SE-Articles), 209–216. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i2.2643>
- Sagiyanto, A. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Event Jakcloth Summer Festival 2014 “Heroes of Our Time.” *Komunikator*, 6(2).
- Sawlani, D. K., & Se, M. (2021). *Digital marketing: brand images*. Scopindo Media Pustaka.
- Sopannah, S. E., CA, A., Bahri, S., Ghozali, M., & SH, M. A. (2020). *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. Scopindo Media Pustaka.
- Sumaryadi, A. P., & SE, M. M. (2021). *Inovasi Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19 Dufan (TIJA)*.
- Susanto, Y., Effendi, M., & Purwanto, M. B. (2022). Sosialisasi Penggunaan Literasi Digital dalam Memasarkan Produk UKM di Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musirawas. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1408–1415. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8612>
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i1.2866>
- Taufik, M. N. B., & Tsuroyya, T. (2022). Kemiren Tourism Village Empowerment Communication Strategy To Support Sustainable Development Goals. *The Commercium*, 6(1 SE-Artikel Ilmiah IKOM), 21–34. <https://doi.org/10.26740/tc.v6i1.49269>
- Utomo, T. S., & Imronudin, I. (2023). Pembuatan Usaha Getuk Sultan Dalam Program Wirausaha Merdeka Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5 SE-Articles), 9884–9891. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i5.20621>
- Widyawati, N. (2024). *Teori dan Penerapan Bisnis Model Canvas pada UMKM*. Scopindo Media Pustaka.

- Winarni, E., & Mahsun, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 51–66.
- Wulandari, I., & Parameswara, A. (2020). Problematika umkm berbasis budaya lokal di Bali (studi kasus pemasaran produk umkm berbasis budaya lokal di pesta kesenian Bali). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 101. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1263>
- Zuhri, A. D. A., Alim, A. H., El Sahal, A., & Azizah, N. (2022). Pemberdayaan UMKM Pada Sektor Pemasaran Melalui Kampung Festival di Kelurahan Pegirian. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 87–98.