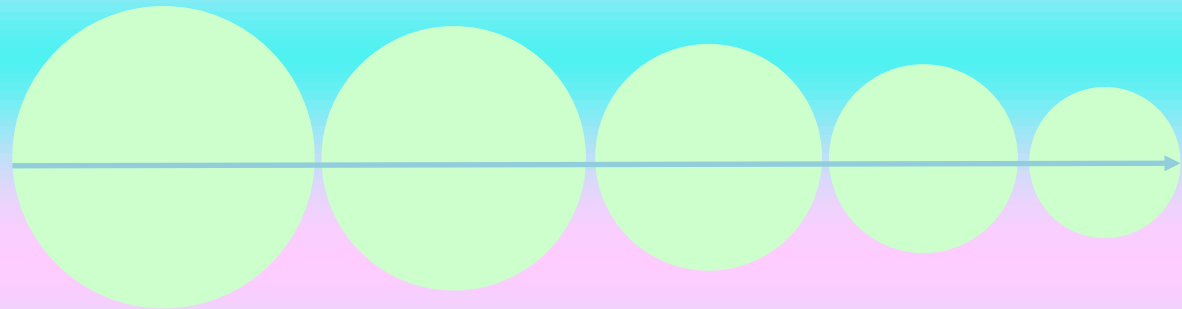


POLICY BRIEF



INTEGRASI UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DENGAN PARIWISATA DI KABUPATEN BONE BOLANGO



Presented To:
BAPPEDA LITBANG
Kabupaten Bone Bolango

Prepared By:
Dr. Idris Yanto Niode, S.Pd., MM
Dr. Endi Rahman, SE., MM
Dr. Roy Hasiru, S.Pd., M.Pd
Moh. Zubair Hippy, SE., M.Pd., M.Si



RINGKASAN EKSEKUTIF

Policy Brief ini sebagai wadah untuk mengembangkan sebuah model integrasi UMKM berbasis ekonomi kreatif dengan pariwisata yang dianalisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil kajian menunjukkan bahwa desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menghasilkan suatu model intergrasi dan optimalisasi yakni “**TUAWA-Hepta Helix Model (PHHM)**” yang merupakan akronim dari Tatakelola UMKM & Wisata berWawasan-Berkelanjutan yang dioptimalkan oleh 7 (tujuh) aktor yakni pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata dan Dinas Perindag & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelerator*), Universitas (*Conseptor*), BUMN/BUMS (*Enabler/Creditur*), UMKM Kreatif (*Creator/Designer*), Media (*Catalisator*) dan Wisatawan (*Afiliator*). Model ini yang merupakan model pengembangan dengan langkah konsistensi untuk melakukan integrasi dan optimalisasi produk utama pariwisata dan produk kreatif yang dipadukan dengan kearifan lokal dan pengembangan yang memperhatikan aspek ekologi, ekonomi, kelembagaan dan teknologi untuk membentuk Citra Destinasi yang menarik dan berkelanjutan untuk menjadi pilihan utama dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata di Kabupaten Bone Bolango.

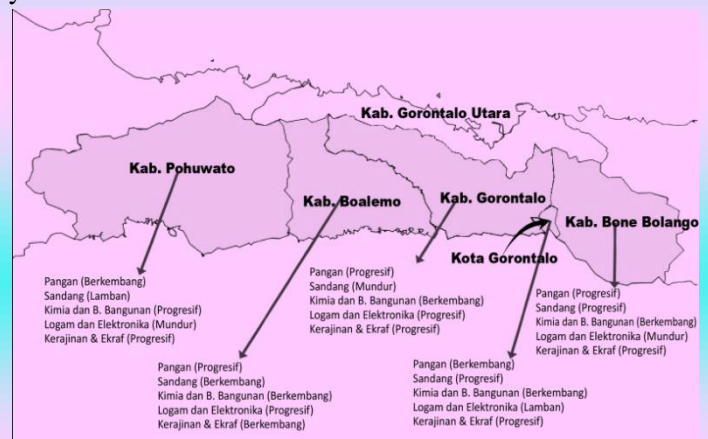
PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peran strategis yang sangat penting dalam mencapai tujuan pembangunan nasional, terutama dalam konteks ekonomi, seperti yang disebutkan oleh Asmarani (2006). Oleh karena itu, kolaborasi antara sektor UKM dan pariwisata menjadi krusial. Potensi pariwisata harus dimanfaatkan secara optimal melalui dukungan dan pembinaan UKM, terutama dalam industri kreatif. Upaya ini bertujuan untuk memperkuat hasil penjualan UKM, seperti yang ditegaskan oleh Niode dan Hinelo (2020). Florita dkk (2018) menjelaskan bahwa pembinaan ini melibatkan peningkatan keterampilan melalui pelatihan reguler, dengan harapan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat lokal, menciptakan lapangan kerja, dan akhirnya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pemahaman mendalam tentang perkembangan industri pariwisata menjadi sangat penting dalam persiapan untuk menjadikannya sebagai penyumbang devisa terbesar. Pariwisata adalah sektor yang mampu

mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memberikan dampak positif pada sektor lainnya. Ini sejalan dengan pernyataan Suwena dan Widyatama (2017) tentang perencanaan pengembangan pariwisata yang mencari keselarasan antara permintaan pasar dan produk wisata yang ditawarkan. Ketika UKM di bidang industri kreatif berkolaborasi dengan sektor pariwisata, hal ini dapat memberikan peluang ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal, seperti yang disebutkan oleh Mendo dan rekan-rekan (2021) dan Nugraha dan rekan-rekan (2017). Analisis motivasi usaha juga mengindikasikan bahwa pertumbuhan pariwisata mendorong pengusaha untuk memanfaatkan peluang bisnis.

UMKM di Kabupaten Bone Bolango memiliki berbagai potensi yang dapat diintegrasikan dengan potensi pariwisata sebagai sektor yang multidimensi, multidisiplin dan multi sektoral. Adapun gambaran mengenai daya UMKM berdasarkan klasifikasi UMKM yang dianalisis menggunakan LQ Share dan LQ Shift yakni:



Gambar 1: Daya Saing UMKM di Kawasan Teluk Tomini Provinsi Gorontalo

UMKM di Kabupaten Bone Bolango cenderung berada pada kriteria progresif meskipun terdapat jenis UMKM yang masih berkembang dan cenderung mundurt. Potensi kolaborasi ini juga dapat dikembangkan di Kabupaten Bone Bolango yang memiliki wilayah pesisir yang luas dan terletak di koridor Teluk Tomini, dengan banyak objek wisata yang potensial. Masyarakat lokal dapat berperan dalam industri pariwisata melalui UKM yang mendukung, seperti industri kreatif, souvenir, makanan, dan minuman. Komoditas yang dihasilkan oleh UKM dapat disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, seperti akomodasi, penyewaan kendaraan, restoran, dan fasilitas lainnya. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata dapat mendorong pertumbuhan UKM di sekitar kawasan wisata. Namun, terdapat hambatan dalam pengembangan kedua sektor ini, baik dari

masyarakat, pemerintah, maupun pihak lainnya. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk mendorong pengembangan potensi desa melalui UKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata di Kawasan Teluk Tomini. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga kepada pemerintah daerah dalam mengoptimalkan potensi wilayah pesisir Teluk Tomini dan memperkuat ekonomi masyarakat melalui program pembinaan dan dukungan yang sesuai.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan pendekatan *Mix Method Eksploratory* dimana untuk penguatan analisis kuantitatif menggunakan statistik deskriptif. Pengumpulan data menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD), penyebaran angket, wawancara serta observasi. Analisis data menggunakan analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk merumuskan suatu model yang sesuai dengan desain pengembangan potensi umkm berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango

TEMUAN

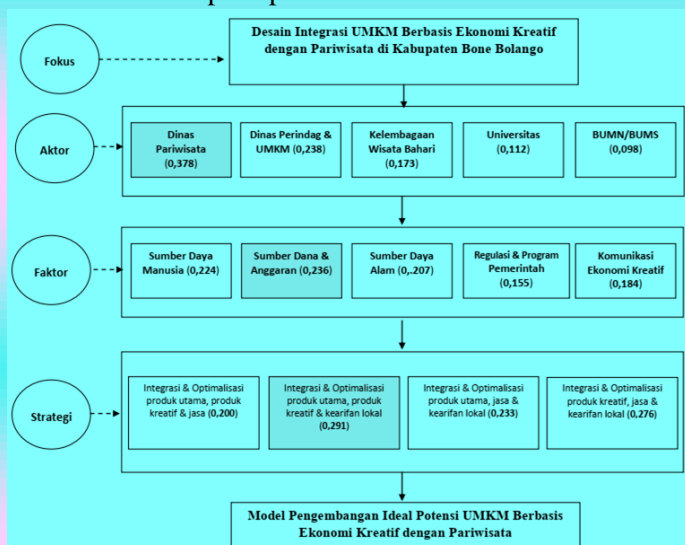
Hasil perhitungan menggunakan teknik AHP (*Analytical Hierarchy Process*) ditunjukkan bahwa yang menjadi prioritas desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah pada masing masing level adalah seperti pada Gambar 3.

1. Tingkat Peranan Elemen Aktor

Tingkat peranan elemen aktor terhadap elemen fokus ditemukan bahwa aktor yang memiliki dampak besar karena Dinas Pariwisata Kabupaten Bone Bolango menjadi stimulus utama dalam sebuah kebijakan dimana banyak program yang dilakukan oleh instansi ini, baik dilakukan secara mandiri maupun dengan bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mengenalkan pariwisata di Kabupaten Bone Bolango. Kemudian aktor kedua yang berperan dalam desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah yakni Dinas Perindag dan UMKM yang sangatlah krusial terutama dalam pengembangan kapasitas dari pelaku UMKM, BUMDes yang bergerak dalam UMKM kerajinan kreatif dan kerajinan fashion Karawo yang menjadi ciri khas dari Kabupaten Bone Bolango terutama untuk motif daun potensi pertanian Bone Bolango. Pada posisi ketiga yakni kelembagaan pariwisata yang menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang sadar akan pariwisata sangatlah penting karena menjadi ujung tombak atau pelaksana dalam kebijakan dan program sektor pariwisata, sehingga pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menjadi lebih baik. Posisi keempat yakni pihak Universitas yang selama ini sudah cukup intens dengan berbagai program pengabdian dan konseptor. Pengabdian masyarakat untuk pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan yang dilakukan oleh universitas masih belum maksimal dan harus terus ditindaklanjuti dengan program-program kerja sama untuk daerah pesisir yang lebih baik. Kemudian aktor dengan peran yang kurang optimal yakni pihak BUMN/BUMS terutama pemanfaatan CSRnya dalam bentuk bantuan fasilitas dan peralatan dalam kegiatan UMKM yang masih minim sehingga perlu adanya upaya yang aktif dalam melakukan kerja sama dengan pihak swasta terutama swasta yang rutin memberikan dana CSR untuk masyarakat dan pemerintah.

2. Tingkat Peranan Elemen Faktor

Tingkat peranan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor ditemukan bahwa terdapat 5 faktor yang saling berkaitan dengan aktor dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah. Faktor yang menjadi prioritas dalam upaya pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah yakni sumber dana dan anggaran yang berarti bahwa ketersediaan dana yang



Gambar 2: Model dan Nilai AHP

Penjelasan dari hasil desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah dapat disajikan sebagai berikut ini:

memadai dan anggaran untuk investasi bidang pariwisata sangatlah krusial karena dengan adanya dana ini maka berbagai program pemerintah bisa berjalan sesuai dengan perencanaan yang dilakukan.

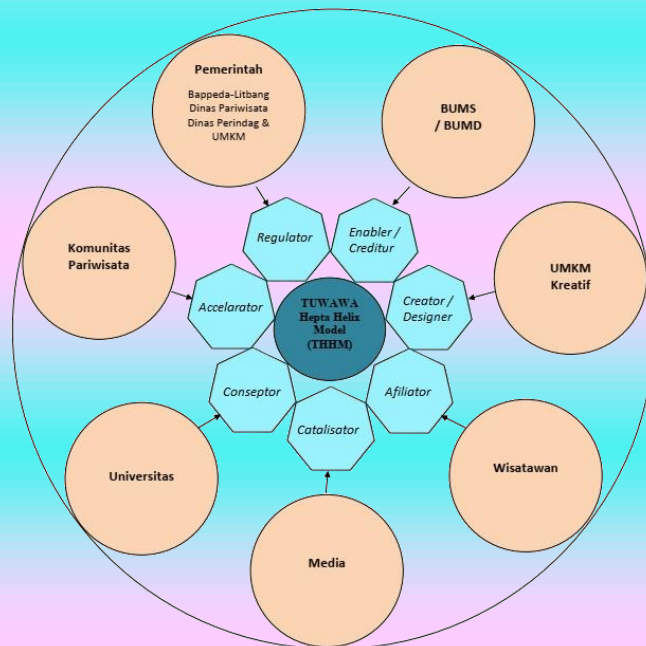
Faktor kedua yakni faktor sumber daya manusia yang berarti bahwa sumber daya manusia masih harus lebih inovatif dalam rangka untuk menciptakan berbagai keunggulan dari ekonomi kreatif yang dijalankan yang terintegrasi dengan pariwisata. Faktor sumber daya manusia ini dapat dioptimalkan melalui peran dari universitas dalam berbagai program pengabdian dan inisiasi program lainnya serta peran dari kelembagaan dimana dalam hal ini perbankan khususnya Bank Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kapasitas SDM. Faktor ketiga yakni sumber daya alam yang berarti bahwa berbagai potensi alam di Kabupaten Bone Bolango khususnya pariwisata sangatlah mungkin untuk optimalnya berbagai keunggulan daerah melalui sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut.

Faktor keempat yakni faktor komunikasi dan kerja sama ekonomi kreatif yang berarti bahwa kerja sama lintas sektor dalam pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah cukup penting untuk dilakukan, karena suatu kebijakan yang secara serempak dilaksanakan oleh stakeholder akan berdampak nyata dalam mencapai hasil yang diharapkan, dimana Kabupaten Bone Bolango akan lebih dikenal dengan kota kreatif pada aspek pariwisatanya. Faktor terakhir yakni regulasi dan program pemerintah yang berarti bahwa keberlanjutan program pemerintah dan konsistensinya perlu untuk dijaga sehingga akan berdampak nyata secara jangka panjang dalam peningkatan animo masyarakat untuk menjadikan wisata di Bone Bolango menjadi lebih berkembang untuk menjadi sektor unggulan dalam Kota Kreatif yakni Kabupaten Bone Bolango.

3. Tingkat Peranan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor

Desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango menghasilkan suatu model intergrasi dan optimalisasi yakni “TUWAWA-Hepta Helix Model (PHHM)” yang merupakan akronim dari Tatakelola UMKM & Wisata berWawasan-Berkelanjutan yang dioptimalkan oleh 7 (tujuh) aktor yakni pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata dan Dinas Perindag & UMKM (*Regulator*), komunitas kelembagaan pariwisata (*Accelerator*), Universitas (*Conseptor*), BUMN/BUMS (*Enabler/Creditur*), UMKM Kreatif

(*Creator/Designer*), Media (*Catalisator*) dan Wisatawan (*Afiliator*). Adapun gambaran mengenai desain pengembangan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai sektor unggulan daerah di Kabupaten Bone Bolango “TUWAWA-Hepta Helix Model (PHHM)” disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 10: TUWAWA-Hepta Helix Model (PHHM)

Berdasarkan gambar di atas dapat dijabarkan bahwa strategi yang pertama dapat dikembangkan untuk jadi prioritas pemerintah Kabupaten Bone Bolango adalah dengan menggabungkan informasi pariwisata ke dalam kemasan produk UMKM dan membuat kemasan dengan gambar pariwisata. Menggabungkan informasi pariwisata ke dalam kemasan produk UMKM merujuk pada praktik menyertakan elemen-elemen terkait pariwisata dalam desain, kemasan, dan pemasaran produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tujuannya adalah untuk menciptakan produk yang lebih menarik dan bermakna bagi konsumen dengan menyampaikan informasi atau cerita tentang destinasi pariwisata tertentu yang terkait dengan daerah atau tempat asal UMKM tersebut. Penggabungan informasi pariwisata ke dalam kemasan produk UMKM merupakan strategi yang dapat menciptakan dampak positif baik bagi bisnis UMKM itu sendiri maupun bagi komunitas dan destinasi pariwisata lokal. Ini adalah cara yang kreatif untuk menghubungkan ekonomi lokal dengan sektor pariwisata dan menawarkan pengalaman berbeda kepada konsumen.

Berbagai manfaat diperoleh dari hal ini yakni UMKM dapat menggunakan unsur-unsur seperti

gambar, motif, warna, atau bahkan bahan-bahan yang terinspirasi dari destinasi pariwisata lokal. Ini menciptakan koneksi visual antara produk dan tempat asalnya. Produk UMKM dapat menyertakan informasi pariwisata dalam kemasannya. Ini bisa berupa cerita singkat tentang sejarah, budaya, atau keunikan tempat tersebut. Penggunaan kode QR atau tautan ke situs web pariwisata juga bisa mengarahkan konsumen untuk mendapatkan lebih banyak informasi. Selain memperkuat merek produk, ini juga membantu mempromosikan destinasi pariwisata lokal. Produk UMKM menjadi salah satu medium untuk memperkenalkan dan mempopulerkan daerah tersebut. Kolaborasi dengan pihak-pihak terkait, seperti kantor pariwisata atau kelompok seni dan budaya setempat, dapat membantu mendukung ekonomi lokal dan komunitas yang berada di sekitar destinasi pariwisata.

Namun integrasi ini harus dimotori oleh 2 OPD pada tiap pemerintahan yakni Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian, Koperasi dan UMKM dimana kedua instansi ini harus mengalokasikan anggaran untuk memberikan dispensasi biaya bagi UMKM yang akan mencetak kemasan, atau dalam hal ini kedua instansi tersebut harus membuat pabrik atau UMKM tersendiri yang memang bertugas dalam mencetak kemasan yang selama ini masih dipesan oleh pelaku UMKM di pulau Jawa. Selama ini biaya UMKM atas kemasan bisa mencapai 20% bahkan lebih dari harga pokok produksi (HPP) produk yakni rata-rata Rp 1.900-2.300 per kemasan kemudian HPP tiap produk berkisar Rp 10.000-11.500 per satuan produk. Sehingga dengan kerjasama yang erat antara Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian, Koperasi, dan UMKM khususnya dalam anggaran untuk sentra produksi kemasan maka UMKM sekitar dapat mengintegrasikan informasi pariwisata ke dalam kemasan produk dengan lebih baik dan efektif, sehingga meningkatkan daya tarik produk, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan mempromosikan destinasi pariwisata.

Berbagai upaya tersebut tentu akan menciptakan kesan positif dan menjadi *Brand Image* Pariwisata bagi wisatawan, sehingga minat berkunjung kembali akan semakin tinggi yang kemudian tingkat penjualan UMKM kreatif semakin tinggi dan begitu pula produk utama pariwisata semakin memberikan dampak ekonomi pada masyarakat pesisir Kabupaten Bone Bolango. Pengelolaan Wisata Pesisir masih dalam tanggung jawab Pemerintah Kabupaten Bone Bolango. Satu hal yang menjadi catatan dalam pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bone Bolango adalah masih minimnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan. Selain itu, perlu adanya dukungan

pemerintah dalam hal ketersediaan fasilitas dan aksesibilitas yang mendukung perjalanan wisata kondisinya kurang memadai, dan kegiatan wisata dijalankan hanya dengan fasilitas seadanya menjadi fokus Pemerintah Kabupaten Bone Bolango, agar pengembangan pariwisata dapat selaras dengan apa yang dibutuhkan wisatawan. Sehingga wisatawan dapat memperoleh kepuasan, dan kedepannya berencana mengulangi kunjungannya atau merekomendasikan pada orang lain bahwa Pariwisata di Kabupaten Bone Bolango sebagai salah satu destinasi pariwisata yang menarik dikunjungi.

Penguatan kelembagaan untuk wisata sangatlah penting terutama suatu wisata yang dikelola secara kelembagaan oleh BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan pariwisata di Kabupaten Bone Bolango. BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan pariwisata sebagai lembaga sosial berpihak kepada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyediaan pelayanan sosial, sedangkan sebagai lembaga komersial bertujuan mencari keuntungan untuk meningkatkan pendapatan dan ekonomi masyarakat desa (Wasilu, dkk 2021), (Hapsari, dkk 2014). Hal yang sama juga diungkapkan oleh bahwa Suwondo (2021), dan Supriyanto (2016: 32) bahwa UMKM di desa dan wilayah pesisir ini diharapkan juga mampu menstimulasi dan menggerakkan roda perekonomian di pedesaan, aset ekonomii yang ada di desa harus dikelola sepenuhnya oleh masyarakat desa, substansi dan filosofi BUMDes, UMKM kreatif dan kelembagaan pariwisata harus dijiwai dengan semangat kebersamaan dan upaya memperkuat aspek ekonomi kelembagaannya.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil kajian dan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlunya pemerintah Kabupaten Bone Bolango melakukan langkah strategi yang dilakukan berdasarkan proses manajemen terpadu pada pengembangan wisata seperti melibatkan semua pihak dalam proses perencanaan, pengorganisasi, pelaksanaan dan evaluasi dalam rangka pengembangan wisata, dimana Pemerintah dan masyarakat harus lebih optimal dalam komunikasi dan pemanfaatan teknologi informasi terutama media sosial dalam rangka untuk mempromosikan wisata dengan berbagai kelebihan alat promosi yang ada dalam media sosial.
2. Sebaiknya pemerintah Kabupaten Bone Bolango membuat program atau kebijakan untuk

- menggabungkan informasi pariwisata ke dalam kemasan produk UMKM dan membuat kemasan dengan gambar pariwisata. Pembangunan fasilitas kemasan yang sesuai dan pengemasan produk untuk mendorong wisatawan adalah bagian dari langkah ini. Langkah-langkah teknisnya adalah sebagai berikut: (1) membuat desain kemasan yang menarik yang berisi informasi tentang lokasi pariwisata terdekat, nilai ekowisata, dan cerita di balik produk dan pariwisata tersebut; (2) membangun atau mendukung pendirian pabrik kemasan produk UMKM dengan gambar pariwisata yang bagus; dan (3) mempertimbangkan biaya yang terjangkau dan subsidi pemerintah atas kemasan dan promosi UMKM-pariwisata.
3. Penting bagi masyarakat perlu menjaga dan meningkatkan komitmen dalam pengembangan wisata dan meningkatkan kemauan untuk lebih kreatif dalam membuat produk atau jasa yang mendatangkan manfaat ekonomi masyarakat dan meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat dengan terus melakukan inovasi pada produk kreatif baik fashion maupun kerajinan tangan sebagai cendera mata.
 4. Pemerintah perlu menawarkan konsep keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat yang berbasis budaya dan ekonomi kreatif dengan mengacu pada upaya-upaya mempromosikan destinasi secara bertanggung jawab (responsible) yang tujuannya adalah memaksimalkan benefit bagi masyarakat lokal dan berkelanjutan. Dalam hal ini pemasaran suatu destinasi tidak hanya diorientasikan pada meraih kunjungan yang sebesar-besarnya tetapi juga memperhitungkan daya dukung lingkungan dan sumberdaya yang tersedia serta bagaimana kebermanfaatan kelangsungan UMKM ataupun BUMDes di wilayah pesisir pantai Kabupaten Bone Bolango.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pemerintah khususnya Bappeda Litbang Kabupaten Bone Bolango dan pimpinan Universitas Negeri Gorontalo khususnya LPPM UNG.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Ali Zaenal dan Moh. Budi Dharma. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi Dan UKM Kota Tangerang Selatan. Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Hlm 461-475.

- <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/786>
- Anomsari, Ariati; Lilis Setyowati, dan Ana Kadarningsih. 2013. Peningkatan Dan Pemberdayaan Strategi Untuk Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Melalui Program Pengembangan Dan Pelatihan Departemen Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Jawa Tengah. *J & P Jurnal Sustainable Competitive Advantage (SCA)*. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/248>
- Ariani dan Mohamad Nur Utomo. 2017. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118. <https://jurnal.ut.ac.id/index.php/jom/article/view/55>
- Asmarani, Dinda Estika. 2006. Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Empirik pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso Jepara). Tesis. Universitas Diponegoro Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/15482/>
- David, Fred R. & Forest R. David 2017. *Strategic Management*. Ichsan Setiyo Budi (Penterjemah). Manajemen Strategi. Salemba Empat. Jakarta.
- Florita, Aina; Jumiati & Adil Mubarak. 2018. Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* Vol.1 No.1 Halaman 143-153
- Hapsari, Pradnya Paramita; Abdul Hakim, dan Saleh Soeaidy. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). *Jurnal Wacana*— Vol. 17, No. 2 Hlm 88-96. <https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/308>
- Haryadi, 2016. *Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah*. Gajah Mada University Press Yogyakarta.
- Maku, D., & Pariono, A. (2018) Peran Kepala Desa Dalam Menyelesaikan Konflik Di Obyek Wisata Pantai Botutonuo Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango Vol.5 No.2 78-86. <https://stia-binataruna.ejournal.id/PUBLIK/article/view/27>

- Manullang, Sastrawan. 2018. Analisis Stakeholder ((Teori dan Teknik) Untuk Manajemen Proyek, Organisasi, Bisnis, Kajian Isu/Kebijakan, Politik dan Keseharian Anda. Bogor: IPB Press
- Masruroh, Rina & Neni Nurhayati. 2016. Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan. Jurnal SENTI. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/prosiding/article/view/369>
- Mendo, Andi Yusniar., Idris Niode., Rahmawaty Daud., & Vivin R Daud. 2021. Economic Potential By MSMEs At Coastal Area: Evidence Of Bone Balango Regency In Indonesia. *Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science*. Volume 3, Issue 1, October 2021. E-ISSN : 2686-6331, P-ISSN : 2686-6358. <https://dinastipub.org/DIJEMSS/article/view/1013>
- Niode. I. Y dan Raflin H. 2020. The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency. *Journal of Community Development In Asia JCDA*. Vol.2 No.2 (2020). <http://www.ejournal.aibpm.org/index.php/JCDA/article/view/814>
- Nugraha, Hari Susanta Rabith Jihan Amaruli, dan Darwanto. 2017. Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik* Volume 2 Nomor 1 Halaman 30-43. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/dialektikapublik/article/view/225>
- Permatasari, Maurisia Putri dan Annysa Endriastuti. 2020. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi Umkm Di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, vol 4 no 1 Tahun 2020, halaman 91-99. <https://ejournal.unair.ac.id/jlm/article/view/20348>
- Supriyanto. 2016. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol. 3, No,1: 1-16. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/627>
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suwena, I Ketut & I Gusti Ngurah Widyatama. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali: Udayana University Press
- Suwondo, Sulistia. 2021. Analisis Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan SAK EMKM (Studi Kasus pada UMKM CV. NELL'Q PERSADA MANDIRI). *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 2 Nomor 1. <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/akunsi/article/view/2284/2389>
- Tuloli, Nani. 1993. Cerita Rakyat Kepahlawanan Gorontalo. Gorontalo: STKIP Gorontalo
- Wasilu, M. Bahctiar., Idris Y. Niode., & Indri S. Dai. 2021. Empowerment Strategy of Micro, Small, and Medium Enterprises in Bone Bolango Regency. *Proceedings The 2st International Conference in Social Science*. University of Merdeka Malang, November 5-6, 2021. <https://seminar.unmer.ac.id/index.php/ICONISS/2ICONISS/paper/view/1154>
- Yoeti Oka A. 2013. Tours and Travel Marketing. Jakarta. Penerbit Pradnya Paramita