



“Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Desa Adat Panglipuran Bali”

"Msme Development To Improve Msme Performance In Panglipuran Traditional Village, Bali"

Andi Litriyanto^{1*}, Aditya Joshua K², Aji Sajiwo³, Nafa Latifuzzahro⁴, Maya Putri Amalia⁵, Khalimatus Sa'diyah⁶, Teti Safari⁷

¹⁻⁷ Institut Teknologi dan Bisnis Semarang, Indonesia

Email : andilitri17@gmail.com^{1*}, adityajoshua39@gmail.com², sajiwo242001@gmail.com³, nafalatif380@gmail.com⁴, mayaputriamalia1805@gmail.com⁵, khalimatus226@gmail.com⁶, tetisafari@gmail.com⁷

Alamat : Jl. Jenderal Sudirman No.346 Lant. 2, Gisikdrono, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah 50149, Indonesia

*Penulis Korespondensi

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 29 Oktober 2023;

Revisi: 13 Agustus 2023;

Diterima: 30 Agustus 2023;

Terbit: 09 September 2025

Keywords:

Community Empowerment; Cultural Tourism; Local Wisdom; Msmes; Panglipuran Traditional Village.

Abstract: Panglipuran Traditional Village in Bali has gained international recognition as one of the cleanest tourist villages in the world and serves as a model for culture-based sustainable tourism. The economic foundation of the village relies heavily on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) rooted in local wisdom, which simultaneously function as drivers of economic growth and instruments of cultural preservation. This study seeks to examine the management practices, marketing strategies, and challenges faced by MSMEs in Panglipuran Village. The research applied qualitative methods, including field observation, in-depth interviews with key stakeholders, documentation review, and descriptive analysis. The findings reveal a strong synergy between customary values and economic activities, reflected in flagship products such as bamboo handicrafts, traditional cuisine, and signature beverages. Success factors include an effective organizational structure, the support of customary institutions, and the ability to adopt adaptive marketing approaches. Nonetheless, several challenges were identified, including limited utilization of digital marketing platforms, constraints in production capacity, and insufficient product innovation to meet the demands of broader markets. Recommendations highlight the importance of strengthening online marketing, diversifying product variations, and expanding cooperative networks both within and beyond the village. Overall, the study underscores the significant potential of culture-based MSMEs to enhance community welfare, increase competitiveness, and ensure the sustainability of local traditions within the dynamics of modern tourism.

Abstrak

Desa Adat Panglipuran di Bali telah memperoleh pengakuan internasional sebagai salah satu desa wisata terbersih di dunia dan menjadi contoh praktik pariwisata berkelanjutan berbasis budaya. Fondasi ekonomi desa ini bertumpu pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis kearifan lokal yang berfungsi ganda, yaitu sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi sekaligus sarana pelestarian budaya. Penelitian ini bertujuan mengkaji praktik pengelolaan, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi UMKM di Desa Panglipuran. Penelitian menggunakan metode kualitatif melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, telaah dokumentasi, dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya sinergi kuat antara nilai-nilai adat dengan aktivitas ekonomi, yang tercermin pada produk unggulan berupa kerajinan bambu, kuliner tradisional, dan minuman khas. Faktor keberhasilan utama meliputi struktur organisasi yang efektif, dukungan lembaga adat, serta kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran adaptif. Namun demikian, terdapat sejumlah tantangan, di antaranya keterbatasan pemanfaatan pemasaran digital, kapasitas

produksi yang masih rendah, serta minimnya inovasi produk untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Rekomendasi penelitian menekankan perlunya penguatan pemasaran daring, diversifikasi produk, dan perluasan jaringan kerja sama baik di tingkat lokal maupun eksternal. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan potensi besar UMKM berbasis budaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat daya saing, serta menjamin keberlanjutan tradisi lokal di tengah dinamika pariwisata modern.

Kata Kunci: Desa Adat Panglipuran; Kearifan Lokal; Pariwisata Budaya; Pemberdayaan Masyarakat; Ukm.

1. PENDAHULUAN

Desa wisata adalah desa yang dijadikan tempat wisata karena daya tarik yang dimilikinya. Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Desa wisata itu, seluruhnya terintegrasi, semua unsur di dalam desa untuk mengangkat keunikan dan kearifan lokal sebagai pariwisata. Salah satu desa wisata yang ada di Bali yaitu Desa Adat Panglipuran. Desa Adat Panglipuran, terletak di Kecamatan Bangli, Bali, dikenal secara internasional sebagai salah satu desa wisata terbersih di dunia (*Green Destinations Foundation*, 2016). Desa ini memiliki ±980 jiwa yang kehidupannya diatur oleh Awig-Awig, hukum adat yang mengatur berbagai aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Pemerintah Desa Adat Panglipuran, 2024). Potensi ekonomi desa bertumpu pada sektor pariwisata budaya dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang kerajinan bambu, kuliner tradisional, minuman khas, dan jasa homestay. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangli (2024) menunjukkan bahwa sekitar 70% kepala keluarga terlibat langsung dalam kegiatan UMKM, dengan kontribusi signifikan terhadap Pendapatan Asli Desa (PADes).

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di desa ini menghadapi sejumlah isu strategis, antara lain keterbatasan pemasaran digital, kapasitas produksi yang fluktuatif pada musim puncak wisata, keterbatasan inovasi produk, dan persaingan dengan produk serupa dari luar daerah (Sutomo, 2022). Fokus pengabdian diarahkan pada penguatan pemasaran berbasis teknologi digital, diversifikasi produk tanpa menghilangkan identitas budaya, peningkatan kapasitas produksi melalui pelatihan dan teknologi pendukung, serta perluasan jejaring kerja sama dengan mitra eksternal seperti agen perjalanan, hotel, dan *marketplace*.

Pemilihan Desa Adat Panglipuran sebagai lokasi pengabdian didasarkan pada empat pertimbangan utama. Pertama, desa ini memiliki daya tarik wisata yang stabil dan produk UMKM dengan keunikan tinggi, baik dari segi bahan baku maupun desain. Kedua, terdapat dukungan kelembagaan yang kuat antara pemerintah desa, lembaga adat, dan pelaku UMKM. Ketiga, struktur organisasi UMKM yang jelas mempermudah implementasi program pengabdian. Keempat, relevansi akademisnya tinggi sebagai studi kasus penerapan teori

manajemen, pemasaran, dan pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

Tujuan pengabdian ini adalah mendorong penguatan kapasitas UMKM agar mampu meningkatkan daya saing di pasar lokal dan global, sekaligus menjaga kelestarian budaya. Perubahan sosial yang diharapkan mencakup: (1) peningkatan pendapatan rata-rata pelaku UMKM minimal 20% dalam satu tahun, (2) penguatan kohesi sosial melalui kolaborasi antar pelaku usaha dan lembaga adat, (3) pelestarian nilai tradisional melalui integrasi budaya dalam produk, dan (4) peningkatan literasi digital masyarakat. Dengan intervensi yang tepat, diharapkan akan tercipta ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan, mendukung kesejahteraan masyarakat, serta menjaga keberlanjutan tradisi.

2. METODE

Subyek pengabdian adalah pelaku UMKM Desa Adat Panglipuran, Kecamatan Bangli, Bali, yang mayoritas bergerak di sektor kerajinan bambu, kuliner tradisional, minuman khas, dan homestay. Lokasi dipilih karena potensi wisata budaya yang tinggi, dukungan kelembagaan yang kuat, serta keterlibatan $\pm 70\%$ kepala keluarga dalam UMKM (BPS Kabupaten Bangli, 2024).

Pendekatan yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), yang menggabungkan penelitian dan aksi kolaboratif. Proses diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa, Bendesa Adat, dan pengurus UMKM untuk memetakan masalah dan potensi. Pelaku UMKM terlibat aktif dalam identifikasi isu, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program.

Tahapan kegiatan meliputi: (1) identifikasi dan pemetaan awal, (2) perencanaan aksi bersama komunitas, (3) pelaksanaan program berupa pelatihan pemasaran digital, inovasi produk, dan penguatan kapasitas produksi, (4) monitoring capaian, serta (5) refleksi untuk tindak lanjut.

3. HASIL

Proses pendampingan UMKM Desa Adat Panglipuran berlangsung melalui serangkaian kegiatan kolaboratif antara tim pengabdian dan komunitas dampingan. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan diskusi kelompok untuk memetakan permasalahan utama, diikuti dengan pelatihan pemasaran digital, pendampingan inovasi produk, dan peningkatan kapasitas produksi. Aksi teknis meliputi pembuatan akun *marketplace*, pengelolaan media

sosial, perbaikan desain kemasan, dan pengenalan teknik produksi ramah lingkungan.

Dinamika pendampingan menunjukkan antusiasme tinggi dari pelaku UMKM, ditandai dengan partisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan dan keberanian mencoba strategi pemasaran baru. Beberapa UMKM mulai memasarkan produknya secara daring, memanfaatkan foto produk profesional, serta menjalin kemitraan dengan agen perjalanan.

Perubahan sosial yang mulai terlihat meliputi meningkatnya literasi digital, lahirnya pemimpin lokal yang mengoordinasikan kegiatan pemasaran bersama, terbentuknya kesadaran kolektif akan pentingnya inovasi, dan terbentuknya jejaring kerja sama lintas sektor. Transformasi ini menandai pergeseran dari pola usaha tradisional menuju model usaha adaptif dan berorientasi pasar, tanpa meninggalkan kearifan lokal.

4. DISKUSI

Pendampingan UMKM Desa Adat Panglipuran menunjukkan bahwa keterpaduan nilai adat dan aktivitas ekonomi mampu memperkuat daya saing usaha berbasis kearifan lokal. Temuan ini konsisten dengan konsep *community-based tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai pengelola utama dengan menjaga identitas budaya (Goodwin & Santilli, 2009).

Peningkatan literasi digital dan adopsi pemasaran daring pasca-program mendukung pandangan Rogers (2003) bahwa inovasi dapat diadopsi lebih cepat melalui partisipasi langsung dan pendampingan teknis. Munculnya pemimpin lokal serta kesadaran kolektif untuk berinovasi sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya *sense of ownership* (Ife & Tesoriero, 2006).

Perubahan perilaku, kolaborasi antarpelaku usaha, dan pemanfaatan teknologi menjadi indikator awal transformasi sosial yang diharapkan, menegaskan relevansi *Participatory Action Research* dalam pengembangan UMKM berbasis budaya.

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini telah dilaksanakan sesuai tahapan yang telah direncanakan sejak awal, mulai dari observasi hingga pendampingan UMKM Desa Adat Panglipuran. Seluruh rangkaian kegiatan melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat, pengurus UMKM, tim dosen pembimbing, serta mahasiswa. Dokumentasi pada Gambar 1 dan Gambar 2 menggambarkan jalannya kegiatan selama pelaksanaan di lapangan.



Gambar 1. Pemaparan Materi Narasumber Desa Adat Panglipuran.



Gambar 2. Foto Bersama Di Desa Adat Panglipuran.



Gambar 3. Pembelajaran Bersama Pembuatan Loloh Cemcem bersama Warga.



Gambar 4. Foto Bersama Tim Mahasiswa saat KKL.

Pada gambar 3 adalah Loloh Cemcem minuman herbal khas Desa Adat Panglipuran yang menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan. Minuman ini dibuat dari daun cemcem (*Phyllanthus acidus*) yang diolah bersama bumbu rujak, air kelapa, gula, asam jawa, dan rempah pilihan, menghasilkan cita rasa unik perpaduan asam, manis, pedas, dan sedikit pahit. Selain menyegarkan, Loloh Cemcem juga dipercaya memiliki khasiat untuk melancarkan pencernaan dan menjaga stamina, sehingga kerap menjadi pilihan oleh-oleh khas desa bagi pengunjung.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Desa Adat Panglipuran memberikan gambaran nyata bahwa UMKM yang dikelola berbasis kearifan lokal mampu menjadi kekuatan ekonomi sekaligus menjaga kelestarian budaya. Selama proses pendampingan, mulai dari pengamatan langsung, pelatihan pemasaran digital, hingga pengenalan inovasi produk, terlihat perubahan pada cara pandang pelaku usaha. Mereka mulai lebih terbuka terhadap teknologi, berani mencoba strategi baru, dan tetap mempertahankan ciri khas budaya dalam setiap produk yang dihasilkan.

Pengalaman ini menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada modal atau infrastruktur, tetapi juga pada keterlibatan aktif masyarakat dan dukungan kelembagaan yang solid. Ke depan, penting untuk terus memperkuat keterampilan digital, memperluas variasi produk yang relevan dengan tren pasar, serta membangun jejaring pemasaran yang lebih luas. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM Desa Adat Panglipuran

berpotensi tumbuh lebih kompetitif, baik di pasar nasional maupun internasional, tanpa kehilangan identitas budaya yang menjadi daya tarik utamanya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Desa Adat Panglipuran. Ucapan terima kasih ditujukan kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Semarang yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh bagi pelaksanaan program ini. Penghargaan juga disampaikan kepada Ketua Program Studi Manajemen dan seluruh dosen yang telah memberikan arahan, ilmu, serta motivasi selama proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan.

Apresiasi yang tulus diberikan kepada Ibu Teti Safari, S.Pd.I., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran dalam mendampingi setiap tahap kegiatan. Terima kasih juga kepada pemerintah Desa Adat Panglipuran, Bendesa Adat, dan pengurus UMKM yang telah menerima dengan hangat, memberikan informasi, serta memfasilitasi kelancaran program.

Tidak lupa, penulis menghargai partisipasi aktif masyarakat setempat dan rekan-rekan mahasiswa yang terlibat, yang dengan kerja sama dan semangat kebersamaan menjadikan kegiatan ini berjalan lancar dan memberikan manfaat nyata.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangli. (2024). *Kabupaten Bangli dalam angka*. BPS Kabupaten Bangli.
- Desa Wisata Tinalah. (2021). Memahami kembali konsep desa wisata – Jangan salah kaprah.
- Detik.com. (2024, Juni 2). UMKM di Desa Adat Panglipuran berkembang pesat berkat pariwisata. <https://travel.detik.com>
- Fajrin, F. (2021). Dinamika sosial budaya masyarakat Desa Adat Penglipuran di tengah globalisasi. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.15294/harmony.v6i2.47442>
- Green Destinations Foundation. (2016). *Top 100 sustainable destinations award*.
- Jadesta Kemenparekraf. (n.d.). Minuman Loloh Cemcem. *Jejaring Desa Wisata – Jadesta*.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Panduan pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2024). *Data desa wisata Indonesia*. Kemenparekraf RI.
- Kompas.com. (2024, Mei 15). Panglipuran, desa wisata terbersih di dunia. <https://travel.kompas.com>
- Natasari, W. A., & Siswoko, N. M. B. D. (2018). Peran kearifan lokal dalam pengelolaan sumber daya hutan di Desa Adat Penglipuran Kabupaten Bangli.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, perspective and challenges. Makalah dalam *Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya* (pp. 2–3). Gadjah Mada University Press.
- Pemerintah Desa Adat Panglipuran. (2024). *Profil Desa Adat Panglipuran*. Kantor Desa Adat Panglipuran.
- Sinarsari, N. M., & Sukadana, I. K. (2023). Minuman tradisional Loloh Don Cemcem sebagai welcome drink di Desa Wisata Penglipuran Bali. *Paryatka: Jurnal Pariwisata Budaya dan Keagamaan*, 2(1), 163–178. <https://doi.org/10.53977/pyt.v2i1.650>
- Sudiarta, M., & Nurjaya, I. W. (2017). Keunikan Desa Penglipuran sebagai pendorong menjadi desa wisata berbasis kerakyatan. *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(3), 183.
- Sutomo, Y. (2022). Strategi pemasaran UMKM di kawasan wisata budaya. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 10(2), 101–115.