



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 2996-3000

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Dari Tradisi ke Trend: Implementasi Kampung Tematik untuk Wisata UMKM yang Berdaya di Desa Adat Arjasa Jember

Muzayyin, Arik Lailatul Maghfiroh, Muzayanah, Maulida Rahayu, Nova Abil Isfian, Salsabila Aimatul Hasanah, Nur Haniyah Kholidiyah, Hafidatul Ilhami, Maulidiah Firdaini, Moh Farhan Masruri

Ekonomi Suyariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
ariklailatulmaghfiroh@gmail.com, muzay9955@gmail.com, rahayumaulida283@gmail.com, novaabilisfn13@gmail.com, salsabila03141@gmail.com, nurhani.holidiyah@gmail.com, hafidatulilhami070@gmail.com, maulidiahfirdaini@gmail.com, Farhanmasruri05@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program Kampung Tematik dalam pengembangan desa wisata berbasis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Adat Arjasa, Jember. Program Kampung Tematik diharapkan dapat menjadi katalisator dalam mengoptimalkan potensi lokal dan memberdayakan UMKM sebagai daya tarik utama pariwisata desa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan perangkat desa, pelaku UMKM, dan wisatawan, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program Kampung Tematik di Desa Adat Arjasa telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM melalui peningkatan produksi, diversifikasi produk, dan perluasan jangkauan pasar. Selain itu, program ini juga berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pelestarian budaya lokal. Namun, tantangan dalam keberlanjutan program, seperti koordinasi antar pihak terkait dan pengembangan infrastruktur pendukung, perlu menjadi perhatian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa program Kampung Tematik memiliki potensi besar dalam mengembangkan desa wisata berbasis UMKM, namun diperlukan strategi yang komprehensif dan kolaborasi yang kuat untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Implementasi, Kampung Tematik, Desa Wisata, UMKM

1. Latar Belakang

Dalam upaya mengembangkan ekonomi berbasis masyarakat, desa wisata telah menjadi salah satu strategi utama yang diandalkan oleh pemerintah di berbagai daerah di Indonesia. Konsep desa wisata tidak hanya difokuskan pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan untuk menciptakan dampak ekonomi yang merata dan berkelanjutan bagi masyarakat lokal. Melalui pengembangan potensi alam, budaya, dan kearifan lokal yang dimiliki oleh setiap desa, strategi ini mampu menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi komunitas setempat. Kehadiran desa wisata turut membuka peluang luas bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk berperan aktif dalam rantai ekonomi lokal, mulai dari penyediaan akomodasi homestay, kuliner khas daerah, kerajinan tangan, hingga jasa pemandu wisata. Dengan demikian, desa wisata tidak hanya menjadi destinasi, tetapi juga pusat pemberdayaan masyarakat yang mendorong terciptanya lapangan kerja, peningkatan pendapatan rumah tangga, serta pelestarian budaya dan lingkungan.

Raharjo, (2019) menyatakan bahwa ekonomi pariwisata memberikan manfaat bagi UMKM. Dengan kata lain tidak ada kerugian berarti yang dirasakan (Raharjo & Rinawati, 2019). Desa wisata menciptakan ekosistem yang kondusif bagi UMKM dengan membuka akses pasar yang lebih luas, baik secara langsung melalui kunjungan wisatawan maupun secara digital melalui platform pemasaran online. Keberadaan wisatawan menjadi katalis bagi pertumbuhan permintaan terhadap produk lokal, sehingga mendorong peningkatan kapasitas produksi dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh UMKM. Selain itu, pemerintah melalui program-program pendampingan dan pelatihan memberikan dukungan dalam bentuk peningkatan kapasitas manajerial, akses permodalan, serta sertifikasi produk agar UMKM desa mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Dari Tradisi ke Trend: Implementasi Kampung Tematik untuk Wisata UMKM yang Berdaya di Desa Adat Arjasa Jember

Desa Adat Arjasa di Kabupaten Jember merupakan contoh nyata bagaimana kampung tematik dapat dijadikan strategi efektif dalam pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat. Dengan kekayaan budaya yang masih terjaga, nilai-nilai adat yang kuat, serta keberagaman potensi produk lokal seperti kerajinan tradisional, kuliner khas, dan pertanian organik, Desa Arjasa menawarkan daya tarik yang unik bagi wisatawan. Pendekatan kampung tematik yang diterapkan di Arjasa tidak hanya menampilkan estetika visual atau nuansa lokal yang khas, tetapi juga menghidupkan interaksi antara budaya lokal dan aktivitas ekonomi melalui pelibatan aktif pelaku UMKM.

Penelitian ini didasarkan pada teori pembangunan berbasis masyarakat (*community-based development*) dan teori ekonomi lokal (*local economic development*), yang menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat serta pemanfaatan potensi lokal dalam mendorong pembangunan yang berkelanjutan. Di mana pembangunan ekonomi tidak hanya digerakkan oleh investasi eksternal, tetapi juga oleh pemberdayaan masyarakat lokal sebagai pelaku utama. Kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan pengelola desa wisata menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Tantangan yang sering dihadapi seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan kurangnya inovasi produk dapat diatasi melalui intervensi kebijakan yang terstruktur dan program pemberdayaan yang terintegrasi. Seperti yang dikemukakan oleh Ermawati, (2021) bahwa permasalahan dasar yang dihadapi oleh UMKM adalah kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh sumber-sumber permodalan yang memadai (Ermawati & Pujiyanto, 2022).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi pembangunan desa wisata yang tidak hanya mengandalkan potensi alam dan budaya, tetapi juga mengedepankan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun program kampung tematik telah diterapkan di berbagai daerah, termasuk di Desa Adat Arjasa, belum banyak studi yang secara sistematis mengkaji efektivitas implementasinya dalam meningkatkan kinerja UMKM secara terukur. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan utama: *Bagaimana dampak implementasi kampung tematik terhadap pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM di Desa Adat Arjasa, Jember?*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris dan sistematis implementasi kampung tematik dalam mendukung pengembangan desa wisata berbasis UMKM di Desa Adat Arjasa. Fokus utama diarahkan pada evaluasi efektivitas program kampung tematik dalam meningkatkan kapasitas, daya saing, dan kemandirian pelaku UMKM. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan program serta merumuskan indikator keberhasilan yang relevan, seperti peningkatan jumlah UMKM aktif, volume penjualan produk, diversifikasi usaha, partisipasi masyarakat, dan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus sebagai strategi utama untuk memahami secara mendalam peran strategis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendukung pengembangan desa wisata berbasis kampung tematik di Desa Adat Arjasa, Kabupaten Jember. Penelitian kualitatif pada dasarnya merupakan suatu pendekatan sistematis yang bertujuan untuk menemukan, memahami, dan membangun teori dari realitas sosial yang kompleks (Safrudin et al., 2023).

Teknik pengumpulan data utama dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interviews*) secara langsung terhadap informan kunci yang dipilih secara purposif. Informan terdiri dari:

1. Ketua Anggota Sadar Wisata (Pokdarwis) dan perangkat desa yang terlibat dalam pengelolaan program kampung tematik,
2. Pelaku UMKM lokal yang aktif berpartisipasi dalam program dan festival desa,
3. Anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis),

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Adat Arjasa, yang secara administratif berlokasi di Jl. Rengganis No. 1, Bandelan, Arjasa, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Adapun waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama bulan April sampai dengan Mei 2025, yang mencakup seluruh tahapan kegiatan mulai dari observasi lapangan, wawancara mendalam dengan informan kunci, dokumentasi kegiatan, hingga analisis data awal.

Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik, yaitu proses identifikasi, kategorisasi, dan penarikan tema-tema utama dari transkrip wawancara. Tahapan analisis dilakukan melalui tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data dalam bentuk matriks tematik, dan penarikan kesimpulan. Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber (membandingkan narasi dari pelaku UMKM dengan aparat desa dan panitia festival), serta member checking dengan mengonfirmasi hasil interpretasi kepada beberapa informan untuk memastikan akurasi makna.

3. Hasil dan Diskusi

Desa Wisata Adat Arjasa, terletak di bawah lereng Pegunungan Argopuro, merupakan destinasi unggulan di Jember bagian utara, dengan fokus pada edukasi pariwisata. Desa ini kaya akan peninggalan budaya dan kesenian asli Jember, yaitu Ta' Bhuta'an, yang telah menjadi warisan budaya tak benda nasional. Selain menawarkan keindahan alam, desa ini berperan sebagai penggerak ekonomi lokal dan wadah promosi produk-produk UMKM unggulan. Produk yang ditawarkan meliputi kuliner khas seperti jajanan pasar dan olahan pertanian organik, serta produk industri kreatif seperti kerajinan tangan, batik lokal, anyaman bambu, dan suvenir berbasis kearifan local. Penelitian ini mengimplementasikan program Kampung Tematik di Desa Adat Arjasa, Jember, dengan tujuan mengoptimalkan potensi lokal dan memberdayakan UMKM sebagai daya tarik pariwisata desa. Hasil penelitian menunjukkan dampak positif program ini terhadap pertumbuhan UMKM, meliputi peningkatan produksi, diversifikasi produk, dan perluasan jangkauan pasar. Program ini juga berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pelestarian budaya lokal. Penerapan Kampung Tematik di Desa Adat Arjasa didasarkan pada teori pembangunan berbasis masyarakat (community-based development) dan teori ekonomi lokal (local economic development). Teori ini menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dan pemanfaatan potensi lokal untuk pembangunan berkelanjutan, di mana pembangunan ekonomi digerakkan oleh pemberdayaan masyarakat lokal sebagai pelaku utama. Kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan pengelola desa wisata menjadi kunci ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, masalah mendasar yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan modal dan kurangnya akses terhadap sumber permodalan yang memadai, dapat diatasi melalui intervensi kebijakan yang terstruktur dan program pemberdayaan yang terintegrasi. Penelitian ini mengkaji bagaimana implementasi Kampung Tematik berkontribusi pada peningkatan kapasitas, daya saing, dan kemandirian pelaku UMKM, serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan program. Indikator keberhasilan yang relevan meliputi peningkatan jumlah UMKM aktif, volume penjualan produk, diversifikasi usaha, partisipasi masyarakat, dan jumlah kunjungan wisatawan.

Desa Wisata Arjasa selain terkenal dengan UMKM nya Desa Arjasa juga terkenal dengan tradisi adat Ta' Buta'an, yang merupakan bagian dari upacara adat dan media edukasi bagi pengunjung. Program desa yang sukses adalah event "Senandung Dewi Hyang Argopuro Festival," yang telah diadakan delapan kali dan akan mencapai penyelenggaraan kesembilan pada tahun 2025. Festival ini sudah dikunjungi wisatawan dengan kurng lebih 104.840 wisatawan, 627 diantaranya wisata Mancanegara berasal dari Australia, Portugal, Amerika, Yordania, Cina, Korea Selatan dan Jepang. Pada tahun 2024.. Festival ini berfokus pada pemberdayaan UMKM, dengan penyediaan 28 tenda khusus kuliner bersih dan pengurangan penggunaan plastik. Festival wisata kuliner berperan penting dalam perkembangan destinasi wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan memperkuat ekonomi warga. Selain festival, desa juga aktif berpartisipasi dalam acara di luar wilayahnya, seperti "J-Park Culinary Festival Lippo Plaza Jember," dan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk pemasaran digital. Pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan perluasan pasar UMKM. Pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif di Desa Adat Arjasa memerlukan strategi komprehensif, mencakup peningkatan kualitas produk dan inovasi, penguatan akses permodalan, peningkatan kualitas SDM, dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif, dengan partisipasi dalam event dan festival sebagai pilar utama promosi. Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan UMKM di desa ini menghadapi tantangan seperti

keterbatasan akses permodalan, kesulitan pasokan bahan baku, kualitas SDM yang perlu ditingkatkan, dan tantangan pemasaran yang efektif.

Sebagai bentuk komitmen dalam pengembangan potensi lokal, Desa Adat Arjasa memberikan dukungan nyata kepada masyarakat, khususnya generasi muda, melalui program pelatihan yang difasilitasi oleh sebuah perkumpulan yang bernama Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pelatihan ini bertujuan untuk membekali para pemuda desa dengan keterampilan di berbagai bidang, mulai dari pengelolaan destinasi wisata, pelayanan wisatawan, pembuatan produk kreatif UMKM, hingga pemanfaatan teknologi digital untuk promosi pariwisata. Dengan keterlibatan aktif Pokdarwis, pelatihan-pelatihan tersebut menjadi sarana pemberdayaan yang strategis guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia lokal. Selain mendorong kemandirian ekonomi, inisiatif ini juga menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab generasi muda terhadap kelestarian budaya serta kemajuan pariwisata di Desa Adat Arjasa. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia adalah rendahnya kinerja usaha, yang tercermin dalam rendahnya tingkat produktivitas, nilai tambah, dan kualitas produk. Berbagai faktor menjadi penyebab utama dari rendahnya kinerja tersebut, di antaranya adalah keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan lemahnya kapasitas kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM (Mahpuz et al., 2021).

Keunikan desa Arjasa semakin diperkuat dengan keberagaman kuliner khas yang menjadi daya tarik tersendiri, meliputi nasi ghuduk yang kaya rasa, tape, adapun tape bakar dengan aroma khas, serta kricik yang renyah. Di bidang ekraf, desa ini juga memiliki produk unggulan seperti lukis bakar yang unik, kerajinan tangan dari bambu yang inovatif, dan batik Silabango yang memiliki motif dan warna khas. Potensi kekayaan alam desa yang melimpah menjadi aset yang sangat berharga. Pihak pengelola desa menyadari bahwa penjualan bahan mentah secara langsung kurang memberikan nilai tambah yang optimal. Oleh karena itu, muncul inisiatif strategis untuk melakukan inovasi dengan mengolah bahan-bahan mentah tersebut menjadi berbagai produk kerajinan tangan yang tidak hanya meningkatkan nilai jual tetapi juga memberdayakan masyarakat lokal. Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan UMKM di desa Arjasa tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan yang perlu diatasi. Beberapa tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses terhadap permodalan yang memadai untuk pengembangan usaha, kesulitan dalam mendapatkan pasokan bahan baku yang stabil dan berkualitas, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih memerlukan peningkatan keterampilan dan pengetahuan, serta tantangan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif dan berdaya saing.

4. Kesimpulan

Desa wisata Adat Arjasa berdiri sebagai model pariwisata yang berkelanjutan dan pemberdayaan lokal yang dinamis, yang memadukan warisan budaya, pembangunan ekonomi, dan keterlibatan masyarakat secara mulus. Desa wisata Adat Arjasa juga merupakan desa yang mendorong pertumbuhan ekonomi seperti usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) setempat dan mempromosikan kekayaan tradisinya. Desa wisata adat arjasa tidak hanya memiliki tujuan meningkatkan daya tariknya saja namun, juga memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat tersebut serta pelestarian budayanya agar lebih baik dan dapat menjadi contoh oleh daerah lain. Melalui penyelenggaraan festival, ikut serta dalam berbagai event eksternal, dan pemasaran digital berhasil menarik perhatian wisatawan sekaligus memberdayakan pelaku UMKM lokal. Meski demikian, pengembangan UMKM di Arjasa masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, pasokan bahan baku, serta kualitas SDM dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif dalam pengembangan sektor ini, termasuk peningkatan kapasitas pelaku usaha, akses pendanaan, dan partisipasi aktif dalam festival sebagai media promosi yang efektif.

Referensi

1. Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
2. Ermawati, Y., & Pujiyanto, P. (2022). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis PKK Di Desa Wisata Sekapuk

- Kabupaten Gresik. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(3), 837. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i3.120343>.
3. Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In *Yayasan Kita Menulis*.
 4. Istiyanti, D. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukawening (Community Empowerment Through Development of Tourist Villages in Sukawening Village). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(1), 53–62.
 5. Lokal, E. (2025). *JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan*. 5, 130–136.
 6. Mahpuz, M., Bahtiar, H., Fathurahman, F., & Nur, A. M. (2021). Pelatihan pembinaan UMKM berbasis Teknologi Informasi untuk meningkatkan SDM pelaku UMKM. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 212–219. <https://doi.org/10.29408/ab.v2i2.4206>
 7. Nasional, T., Riset, K. M., Luhung -, B., & Sukresna, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM SHIBIRU. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 111–123. <http://jdm.unnes.ac.id>
 8. Pratama, I. W. A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 27–32. <https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>
 9. Puriati, N. M., & Darma, G. S. (2021). Menguji Kesiapan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Manajemen Modern Sebagai Penggerak Ekonomi Rakyat. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 319. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.34162>
 10. Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. [http://eprints.ubhara.ac.id/1489/1/Buku Penguatan Strategi Pemasaran %28Triweda%29.pdf](http://eprints.ubhara.ac.id/1489/1/Buku_Penguatan_Strategi_Pemasaran_%28Triweda%29.pdf)
 11. Rudyanto, R. (2022). Akses Permodalan UMKM ke Perbankan. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis - Fakultas Ekonomi UNISLA Lamongan 7 Juli 2022*, 193–197. <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/Semnas/article/view/1207>
 12. Safira, S. N., & Fauziah, S. (2023). Optimalisasi Desa Wisata Melalui Festival Wisata Kuliner Di Desa Kedungpari Jombang. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 7–15. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.837>
 13. Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
 14. Salsabila, S., Dewi, D. I. K., Wilayah, P., Teknik, F., Diponegoro, U., Soedarto, J. P., & Tembalang, S. H. (2026). *PENGEMBANGAN POTENSI WISATA KAMPUNG TEMATIK KOKOLAKA DI KELURAHAN JATIREJO KECAMATAN GUNUNGPATI*.
 15. Sukowati, R. T. (2022). Thematic Village Program: Problems of changing urban village spaces into tourist destinations. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 7(3), 27–43. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jsph/>
