

## PERANAN KEARIFAN LOKAL DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DI FLOATING MARKET KECAMATAN LEMBANG

Tita Juwita<sup>1</sup>, Said Bambang Nurcahya\*<sup>2</sup>

Prodi Perhotelan dan Pariwisata, Politeknik Pajajaran ICB Bandung Indonesia 40192<sup>1,2</sup>  
titajuwita1990@gmail.com<sup>1</sup>, said.bambangnurcahya@poljan.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Lembang District is a sub-district in the West Bandung Regency area with abundant natural resources, local wisdom, and a unique attraction with a lifestyle in a mountainous environment. The Lembang area is an area rich in growth and growth. When tourism became one of the main industries for earning income, Lembang officially turned into a tourist attraction and remains so to this day. One of the tourist attractions that is very developed in the Lembang District area is the floating market. This research studies the impact of tourism activities, especially regarding community-based tourism and sustainable tourism at floating market tourist attractions. Throughout the study qualitative methods were chosen to find out the answers to the research questions. The author uses semi-structured, in-depth interviews and observations as practical methods to obtain opinions from local residents. The results found that several activities have been developed from existing resources and lifestyles, which may be in accordance with some concepts of community-based tourism and sustainable tourism, and which can be improved and developed to support environmentally friendly tourist attractions, thereby generating more income for local communities.*

**Keywords:** *Sustainable tourism, Community Based Tourism, Community welfare, Economic impact, Floating Market.*

### ABSTRAK

Kecamatan Lembang merupakan kecamatan di daerah Kabupaten Bandung Barat dengan sumber daya alam yang berlimpah, kearifan lokal, dan daya tarik unik dengan gaya hidup di lingkungan pegunungan. Daerah Lembang merupakan daerah yang kaya akan tumbuh-tumbuhan, ketika pariwisata menjadi salah satu industri utama untuk mendapatkan penghasilan, Lembang secara resmi berubah menjadi objek wisata dan tetap demikian hingga sekarang. Salah satu tempat wisata yang sangat berkembang di daerah Kecamatan Lembang adalah *floating market*. Penelitian ini mempelajari dampak dari kegiatan pariwisata khususnya mengenai pariwisata berbasis masyarakat dan pariwisata berkelanjutan pada tempat wisata *floating market*. Sepanjang studi metode kualitatif dipilih untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan penelitian. Penulis menggunakan wawancara semi-terstruktur, mendalam dan observasi sebagai metode praktis untuk mendapatkan pendapat dari penduduk setempat. Hasilnya menemukan bahwa beberapa kegiatan telah dikembangkan dari sumber daya dan gaya hidup yang ada, yang mungkin sesuai dengan beberapa konsep pariwisata berbasis masyarakat dan pariwisata berkelanjutan, dan yang dapat ditingkatkan dan dikembangkan untuk mendukung objek wisata ramah lingkungan, sehingga menghasilkan lebih banyak pendapatan masyarakat lokal.

**Kata kunci:** *Pariwisata berkelanjutan, Pariwisata Berbasis Masyarakat, Kesejahteraan masyarakat, Dampak ekonomi, Floating Market.*

**Corresponding Author :** *said.bambangnurcahya@poljan.ac.id\**

## PENDAHULUAN

Saat ini, industri pariwisata memerlukan pencarian cara-cara menarik untuk mendukung peningkatan persaingan di tingkat regional dan internasional. Untuk melayani permintaan wisatawan yang berubah dan meliputi segala sesuatu mulai dari perjalanan rekreasi hingga eksplorasi dan pembelajaran tentang tradisi, budaya, masyarakat, dan lingkungan, tren pariwisata perlu dipertimbangkan kembali dalam prinsip dan strategi sehingga dapat melangkah maju ke manajemen pariwisata berkelanjutan yang terkait langsung dengan budaya sosial, ekonomi, dan lingkungan setempat dengan harapan akan dikembangkan sepenuhnya untuk kepentingan masyarakat setempat. Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata berkelanjutan telah memainkan peran penting dalam pariwisata dunia. Kebanyakan orang tahu bahwa pariwisata berkelanjutan adalah tentang melindungi lingkungan, tetapi pada kenyataannya itu juga tentang kelayakan ekonomi jangka panjang dan keadilan sosial, sehingga konsep keberlanjutan jelas mencakup lingkungan, orang dan sistem ekonomi (Swarbrooke, 1999).

Di Indonesia, industri pariwisata juga perlu menemukan strategi baru untuk mempromosikan pariwisata. sebagai contoh harus secara bertahap berubah untuk berkembang dan berkembang agar siap dan mampu bersaing dengan persaingan internasional yang ketat. Pemerintah Thailand menganggap bahwa mereka entah bagaimana harus fokus pada bentuk pariwisata baru di negara itu. Mereka telah melakukan ini dengan memilih untuk mempromosikan dan mengembangkan kawasan wisata budaya. Tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat lokal bersama dengan beberapa bisnis lokal untuk menjadikannya sebagai pariwisata berbasis masyarakat (CBT). Diperlukan strategi baru untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin intensif di tingkat regional dan internasional, terutama karena bentuk kebutuhan dan keinginan

wisatawan dapat berubah dari pariwisata rekreasi menjadi pariwisata pendidikan yang berarti wisatawan akan mau mengalami , jelajahi dan berpartisipasi dalam kegiatan alam dan budaya sendiri (Maneewan & Prathana, 2003). Oleh karena itu, ini menunjukkan bahwa bentuk pariwisata baru yang bertujuan mengembangkan pariwisata dalam suatu komunitas untuk menjadi bisnis di bawah kendali regional dapat mengarah pada keberlanjutan.

Pengelolaan pariwisata karena sumber daya alam yang melimpah, budaya dan tradisi yang unik, dan gaya hidup orang yang hidup di tepi sungai. Sumber daya alam lokal adalah prinsip yang bagus untuk membuat produk lokal; kearifan lokal adalah pengetahuan lama untuk mendukung pemrosesan, yang perlu didukung oleh organisasi terkait dalam cara jangka panjang. Cara hidup yang unik adalah daya tarik terbaik, dengan berbagai kegiatan seperti naik perahu. Berpergian ke Floating Market Lembang benar-benar mudah dan hanya berjarak pendek melalui jalan utama yang nyaman. Terlebih lagi, arsitektur memberi perasaan suasana oriental yang berfungsi untuk memberikan kenangan yang tak terlupakan bagi wisatawan. Semua alasan yang disebutkan di atas adalah faktor utama untuk memilih Floating Market sebagai Tempat Wisata untuk studi manajemen pariwisata berkelanjutan. Di masa depan, Floating Market mungkin memiliki potensi besar untuk pasar terapung yang berkelanjutan dan menjadi model untuk pasar terapung lainnya di Indonesia.

## MAKSUD DAN TUJUAN

Adapun Maksud dari penelitian peranan kearifan local dalam meningkatkan kunjungan wisata di Floating Market Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat ini adalah untuk meningkatkan ketrampilan dalam Pelayanan makanan khas daerah dan menyajikan menu tradisional yang menarik dan dapat memasarkan melalui kearifan lokal dan mempengaruhi pelanggan serta belajar meningkatkan skill komunikasi digital dengan pelanggan melalui

atraksi budaya lokal. Sehingga Tujuan membuka wawasan gerbang Pemasaran Digital floating market ini mampu bersaing ditingkat Regional bahkan Nasional.

### TINJUAN PUSTAKA

Kearifan lokal dalam konteks pariwisata adalah kegiatan merujuk pada warisan tradisional, dan tercermin dalam nilai-nilai kehidupan sehari-hari, seperti aspek tradisi lokal, budaya, dan keagamaan. Kearifan ini merupakan hasil dari pengalaman yang mendalam dan pengetahuan yang diwariskan dari generasi ke generasi oleh masyarakat yang memiliki pemahaman yang kaya terhadap lingkungan sekitarnya, seperti yang dijelaskan oleh Fathiyah dan Hiryanto (2010:120). Kearifan lokal mencakup pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat lokal (*local knowledge*), keunikan intelektualitas lokal (*local genius*), dan kebijaksanaan yang berasal dari lingkungan setempat (*local wisdom*). Hal ini tercermin dalam kehidupan masyarakat tradisional di mana mereka memiliki pemahaman mendalam terhadap lingkungan sekitarnya, menjalani kehidupan seimbang dengan alam, dan memiliki kemampuan untuk menggunakan sumber daya alam secara bijaksana. Kearifan lokal dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan merupakan bentuk konservasi yang dilakukan oleh masyarakat. Untuk menjadi tujuan utama pariwisata. Sesuai dengan Undang-Undang No.10/2009 tentang kepariwisataan, pariwisata mencakup berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh beragam fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Konsep pariwisata dalam lingkup yang lebih besar dikenal sebagai *Resort City*, suatu kawasan perkotaan yang difokuskan pada penyediaan infrastruktur wisata seperti akomodasi, restoran, fasilitas olahraga, hiburan, dan layanan wisata lainnya. Peran pengelola kawasan wisata dalam mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi serta sumber daya yang unggul dari kawasan tersebut tidak bisa diabaikan. Pengelolaan

varian atau jenis wisata yang semakin menarik dan unik, jika dilakukan secara optimal, akan berkontribusi dalam membantu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang coba digunakan untuk preferensi dari penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Sehingga dalam melakukan Penelitiannya secara konsisten metode kualitatif digunakan untuk menghimpun data dan informasi dari masyarakat setempat di *Floating Market* Lembang dan juga Pemerintah Kabupaten Bandung Barat yang bertanggung jawab atas manajemen dan pengembangan area. Metode kualitatif ini dijadikan metode yang dipilih karena bertujuan untuk maksud tertentu agar penelitian ini sesuai dengan tujuan dalam mengetahui peningkatan kunjungan wisata, terutama berfokus pada dampak pariwisata pada masyarakat setempat dengan baik.

Meningkatkan Kunjungan Wisata, Pengembangan pariwisata harus dilihat dalam satu kesatuan upaya untuk memajukan pariwisata. Keempat pilar tak dapat berdiri sendiri-sendiri karena satu dan lainnya saling berpengaruh. Aspek kelembagaan dapat memengaruhi semua aspek lain. Pengembangan destinasi dan industri tentu akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pemasaran. Dalam hal ini pembangunan pariwisata Indonesia diharapkan dapat: Menjadikannya sebagai destinasi wisata nasional/ internasional yang berkelanjutan; Meningkatkan posisi Indonesia di pasar internasional maupun nasional sehingga jumlah kunjungan akan meningkat; Memberikan kesempatan bagi industri kepariwisataan sebagai penopang aktivitas wisata untuk berkembang menjadi industri yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengusaha/pemilik usaha, tetapi juga bagi pekerja dan masyarakat luas; dan dari ketiga hal tersebut Menumbuh kembangkan suatu sistem kelembagaan yang ditopang oleh sumber daya manusia yang kompeten melalui regulasi yang

ditegakkan secara efektif. Keempat pilar tersebut mempunyai keterkaitan satu sama lain yang tak terpisahkan. Pada tingkat nasional, pemerintah masih memakai jumlah kunjungan sebagai sasaran untuk mewakili tolok ukur keberhasilan. Meskipun demikian jumlah kunjungan tersebut tergantung kepada bukan hanya keberhasilan pemasaran (promosi) melainkan juga keberhasilan upaya pengembangan destinasi, industri, serta kelembagaannya (manusia, aturan, dan organisasinya). Untuk mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan secara nasional, keempat pilar harus dikembangkan secara terpadu. Meski sampai dengan saat ini jumlah wisatawan masih menjadi ukuran keberhasilan, perlu disadari bahwa keberhasilan pemasaran selain tergantung kepada program pemasarannya sendiri, akan sangat tergantung kepada keberhasilan pengembangan program lain yang menyangkut aspek-aspek yang disebutkan di atas. Dari kondisi saat terkini, maka rangkaian strategi umum yang diusulkan adalah penertiban – penataan – pengembangan, dengan penjelasan sebagai berikut: Penyelarasan fisik – Merupakan suatu upaya untuk menangani terlebih dahulu prasarana fisik. Prasarana setempat yang mulai/sudah rusak, sampah, beberapa jalan menuju daya tarik yang belum bertanda (arah), sarana akomodasi yang tersedia namun dengan kondisi yang mulai menurun, pelanggaran tata bangunan atau tata lingkungan serta tata pelayanan. Penataan – Memanfaatkan apa yang sudah ada (sudah dibangun), namun belum atau kurang berfungsi. Maksud kegiatan penataan adalah untuk mengembangkan dan mengelola hasil pembangunan yang lalu atau meningkatkan kemanfaatan dan fungsi suatu area/kawasan untuk berbagai kepentingan masyarakat maupun wisatawan. Prinsipnya adalah sedikit mungkin melakukan pembongkaran, bila tidak menimbulkan ancaman atau dampak yang serius. Kegiatan penataan ini dapat pula mengandung unsur penertiban dan sebaliknya, hanya fokusnya yang berbeda. Penataan dilakukan di lokasi yang dianggap strategis dan dapat berfungsi

dengan lebih baik memenuhi kebutuhan masyarakat dan/atau wisatawan melalui penataan. Penataan dalam konteks non-fisik dapat diartikan sebagai pemberlakuan standar operasional akomodasi, daya tarik wisata, rumah makan, maupun bahan promosi. Pengembangan – yang berarti meningkat lebih lanjut untuk menambah elemen baru, fungsi baru, cara atau strategi pemasaran yang baru, pengembangan jumlah sarana pariwisata investasi baru, pengembangan jenis usaha baru, dan bahkan juga pengembangan regulasi baru. Pengembangan dilakukan sambil membaca perkembangan kepariwisataan dan permasalahan (issues) yang berkembang dalam beberapa tahun ke depan, seraya terus melakukan penertiban dan penataan. Terlepas dari arah kebijakan yang diambil, memperhatikan karakteristik objek dan daya tarik wisata, tradisi masyarakat, dan tuntutan pasar wisata yang dihadapi, maka dalam pengembangan pariwisata Indonesia harus tetap memperhatikan beberapa prinsip yakni; Prinsip keberlanjutan (sustainability) dari pariwisata itu sendiri, Prinsip partisipasi masyarakat atau community based tourism development. Prinsip terhadap daya dukung lingkungan pariwisata (environmental carrying capacity) agar pengembangan pariwisata di Indonesia tetap dapat dijaga kelestariannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Keberlanjutan ekonomi di tempat wisata Floating Market Lembang



*Gambar 1. Floating Market Lembang*

Untuk keberlanjutan ekonomi bagi masyarakat lokal diusulkan, tujuan ekonomi pariwisata berkelanjutan, pertama-tama adalah untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi pariwisata sambil meminimalkan biayanya. Seperti disebutkan di atas, Lembang telah meningkatkan produk untuk mengurangi sumber daya yang melimpah untuk melindungi lingkungan, dan dalam hal ekonomi, produk baru menghadirkan identitas unik Lembang dan hasilkan lebih banyak pendapatan bagi penduduk lokal, dengan harga yang ekonomis dan kualitas standar. Prinsip produk dapat dikontrol dan diproduksi dan proses ditangani oleh masyarakat setempat, ini adalah solusi untuk meminimalkan biaya produksi tetapi memaksimalkan nilai dan bermanfaat bagi pasar. Untuk kegiatan untuk turis, mayoritas masyarakat Lembang beragama Islam. Wisatawan dapat membeli makanan dari restoran lokal dan memberikannya kepada para pedagang. Aktivitas ini mengesankan bagi wisatawan dan semakin meningkatkan jumlah wisatawan, dan kemudian peningkatan jumlah wisatawan secara langsung bermanfaat bagi perekonomian.

Kedua, memastikan bahwa para wisatawan membayar harga yang pantas untuk liburan mereka. Floating buka setiap hari setiap minggu, harga tiket masuk yang rendah. Membuat Para wisatawan berkunjung lagi, selain itu juga masyarakat sekitar menjalankan bisnis mereka. Misalnya, kamar untuk homestay yang sangat nyaman dan nyaman dengan harga rendah ratusan ribu per malam, kamar untuk 4 orang dengan 1 ruang tamu dan 1 kamar mandi, dengan keselamatan dan keamanan disertakan. Para tamu akan merasa tinggal di rumah sendiri.

Ketiga, tetapi yang paling penting, untuk melindungi bisnis yang dijalankan secara lokal dari persaingan tidak sehat dari perusahaan milik asing yang lebih besar, yang tidak membawa banyak manfaat bagi destinasi. Semua makanan dan suvenir, makanan ringan, makanan penutup, pakaian, produk buatan tangan, dll, dibuat secara lokal, oleh masyarakat

setempat dan merupakan menjadi utama masyarakat sekitar.

Penelitian ini telah dilaksanakan di Floating Market Lembang, orang dapat menyatakan bahwa Floating Market Lembang adalah tujuan wisata akhir pekan yang paling populer dan di Bandung saat ini terdapat puluhan para pedagang terapung yang menyediakan makanan khas Lembang juga souvenir khas lembang selain dari pada itu tersedia berbagai akomodasi yang baik di daerah sekitar Floating Market Lembang. Lembang telah melihat peningkatan yang signifikan dalam hal industri pariwisata dan ekonomi, manfaat sosial, pendidikan, lowongan pekerjaan, keuangan pemerintah, jaminan sosial, dll. Kecenderungan peningkatan pariwisata terus menerus fokus dan beradaptasi di Lembang dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dan rumah tangga ekonomi bagi warganya. Lembang dapat membentuk model untuk pembangunan berkelanjutan dan berbasis masyarakat Kabupaten Bandung Barat. Untuk mencapai ini, harus memiliki manajemen yang kuat dan pengembangan bekerja sama dengan pemerintah, organisasi dan penduduk setempat. Selain itu, wisatawan akan memiliki pemahaman tentang Lembang, budayanya dan tradisi di mana pun mereka berkunjung. Karena masyarakat setempat adalah elemen terpenting dalam menghadirkan lokasi yang unik penuh dengan tradisi yang indah dan budaya lokal, mereka harus melindungi dan melestarikan sumber daya alam dengan menggunakan metode kreatif, memungkinkan penghargaan dan kebahagiaan karena didirikan untuk masyarakat setempat dan kunjungan wisatawan. Secara keseluruhan, Floating Market Lembang dapat dikembangkan berdasarkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Penduduk lokal adalah bagian terpenting dalam mengembangkan tempat wisata. Prioritas pertama adalah meningkatkan ekonomi di Floating Market Lembang, masyarakat Lembang yang tinggal di daerah sekitar harus menerima sarandan rekomendasi kota tentang di mana mereka harus menetapkan

bisnis mereka. Jika pemilik bisnis memerlukan akomodasi, ini, pada gilirannya, menyediakan kesempatan bagi orang lain di komunitas; tuan tanah untuk menyewa bisnis yang diperlukan akomodasi. Semua bisnis dan pekerjaan dilakukan oleh lokal seperti penjual makanan, pengemudi kapal, pemasok makanan, penjual souvenir, dll., untuk memungkinkan penduduk lokal tinggal di kota asalnya dan tidak harus pindah dari keluarga mereka untuk mencari pekerjaan. Konsep ini akan sangat meningkatkan peluang keberhasilan karena masyarakat lokal lebih dapat diandalkan dari pada orang luar dalam melestarikan budaya lokal mereka. Ini juga akan meningkatkan kapasitas dan menyediakan pariwisata untuk wisatawan dengan lebih banyak pilihan. Selanjutnya, setiap pelaksanaan di floating market mempertimbangkan dengan mengumpulkan komentar, saran dan ide dari masyarakat setempat. Ini harus berlaku untuk proyek-proyek seperti pengecatan ulang, renovasi bangunan dan lansekap. Orang-orang dapat mendiskusikan dan mempertimbangkan cara terbaik untuk meningkatkan dan mengembangkan floating market menggunakan konsep berkelanjutan untuk menjaga warisan arsitektur dan gaya bahasa setempat dan menghindari dampak negatif sebanyak mungkin. publik harus diadakan setidaknya 2 bulan sebelum membuat keputusan pada setiap pelaksanaan proyek. Lembang harus dijaga keasliannya, mempertahankan keunikannya yang luar biasa. Ketiga, produk lokal dan sumber daya yang ada harus dikembangkan menggunakan ide-ide lokal orang dan didukung oleh proses teknologi dan mekanik baru untuk memilikinya menjadi standar internasional dengan nilai tertinggi menggunakan sumber daya alam, dan yang paling penting mengurangi bahan dan limbah yang tidak digunakan. Untuk meningkatkan merek kesadaran dan pengakuan, logo merek Lembang harus jelas dan asli dan penjual lokal yang unik di atas perahu dayung, yang merupakan sesuatu yang umum terlihat di Floating Market Lembang. Selain itu, produk luar tidak boleh diizinkan untuk dijual di pasar

dan toko. Toko serba ada seharusnya tidak diizinkan berada di Floating Market. Ini akan melindungi dan masyarakat setempat, mendukung produk lokal dan bantuan mempertahankan daya jual mereka. Mereka juga harus mencegah investor luar dari pembukaan hotel modern atau akomodasi bertingkat tinggi, karena hanya homestay lokal yang seharusnya diizinkan, didukung, dan dipromosikan di Lembang. Semua konsep dan ide menanggapi karakteristik signifikan berbasis komunitas pariwisata dalam hal kesadaran konservasi lokal, meminimalkan dampak negatif pada sumber daya alam dan lingkungan sosial-budaya, dan mengembalikan manfaat ke lokal masyarakat dan masyarakat, terutama yang menyangkut manfaat ekonomi. Sebagai konsep pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat lokal mendapatkan manfaat langsung, terutama dalam hal ekonomi lokal. Sejak Floating Market Lembang dibuka, pekerjaan baru telah dibuat dan dilakukan oleh orang-orang lokal. Tingkat perekrutan di *Floating Market* Lembang telah meningkat ketika pasar terapung tumbuh, dan banyak pekerjaan dan posisi baru telah terjadi ditawarkan kepada orang-orang lokal seperti pekerjaan di resort, agen perjalanan, atau pelaku seni Lembang dan lainnya, yang menghasilkan pendapatan tinggi bagi pekerja lokal. Untuk bisnis lokal yang menjual "Merek Lembang", dukungan diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Saat ini, tingkat pendapatan untuk masyarakat Lembang lebih tinggi daripada yang diharapkan dan terus meningkat sejak *Floating Market* di promosikan. Orang bisa menyatakan itu "*Floating Market* Lembang " benar-benar memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Lembang". Lembang telah meningkat dan berkembang dan orang-orang terus menemukan yang lebih baik ide dan cara untuk berkelanjutan dengan konsep berbasis masyarakat, untuk lingkungan yang lebih bersih. Kabupaten mempromosikan produk kemasan buatan lokal seperti makanan khas Lembang dan kerajinan khas Lembang. Seperti merk-merk Lembang yang kini semakin

berkembang yaitu bolu susu lembang, tahu susu Lembang, susu Lembang dll.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Floating Market* Lembang memiliki beragam potensi pariwisata yang menjadi sumber ekonomi, khususnya dalam sektor perdagangan yang menonjolkan kearifan lokal. Kondisi *Floating Market* Lembang memiliki potensi besar yang bisa dikembangkan lebih lanjut dan dapat menggabungkan UKM dengan citarasa produk kearifan lokal. Untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan di *Floating Market*, langkah-langkah yang dapat diambil antara lain adalah meningkatkan kerja sama dengan pemerintah, UKM citarasa local dan seniman, mengoptimalkan potensi pariwisata di area *Floating Market* Lembang dengan menambah atraksi seni budaya daerah, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) partner UKM di bidang pariwisata, memperbaiki sarana dan prasarana, serta meningkatkan promosi produk makanan dan *handicraft* lokal khas Lembang.

Sedangkan Saran untuk pengelola *Floating Market* hendaknya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dengan kearifan local yang sudah ada, dikembangkan lagi dengan mengadakan lomba makanan local dan seni local dan juaranya nantinya menjadi atraksi yang di tampilkan dalam menyambut wisatawan. Saran Untuk Pemerintah Kabupaten Bandung Barat khususnya Kecamatan Lembang, bahwa dukungan dalam memasarkan pariwisata ke tingkat internasional perlu di tempuh agar agenda pariwisata Internasional bisa mengakses informasi *Floating Market* menjadi lebih mendunia.

## DAFTAR PUSTAKA

Asmarini, A. D. (2010). *Strategi Kebijakan Pembangunan Daerah Kabupaten Klaten:*

*Pendekatan Analisis SWOT dan AHP: Lontar Universitas Indonesia.* Dipetik Agustus 11, 2017. <http://lontar.ui.ac.id>

M. Van N., W. J. LC Coetsee. Utilizing the VICE Model for the Sustainable Development of the Innibos Arts Festival, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20:347–365, 2011

Akbar, A. A., Sartohadi, J., Djohan, T. S., & Ritohardoyo, S. (2017). *Erosi Pantai, Ekosistem Hutan Bakau dan Adaptasi Masyarakat Terhadap Bencana Kerusakan Pantai Di negara Tropis (Coastal Erosion, Mangrove Ecosystems and Community Adaptation to Coastal Disasters in Tropical Countries).* *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 15(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jil.15.1.1-10>

Ali, M. S. S., Arsyad, M., Kamaluddin, A., Busthanul, N., & Dirpan, A. (2019). *Community based disaster management: Indonesian experience.* *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 235, 012012. <https://doi.org/10.1088/17551315/235/1/012012>

Baker, N. D., & Ludwig, L. G. (2018). *Disaster preparedness as social control.* *Critical Policy Studies*, 12(1), 24–43. <https://doi.org/10.1080/19460171.2016.1214075>

Budeanu, A., Miller, G., Moscardo, G., & Ooi, C.-S. (2016). *Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: An introduction.* *Journal of Cleaner Production*, 111, 285–294. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.027>

Camilleri, M. A. (2018). The Tourism Industry: An Overview. In M. A. Camilleri (Ed.), *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product: An Introduction to Theory and Practice* (pp. 3–27). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2_1)

Cinner, J. E., Adger, W. N., Allison, E. H., Barnes, M. L., Brown, K., Cohen, P. J., Gelcich,

- S., Hicks, C. C., Hughes, T. P., Lau, J., Marshall, N. A., & Morrison, T. H. (2018). *Building adaptive capacity to climate change in tropical coastal communities. Nature Climate Change*, 8(2), 117–123. <https://doi.org/10.1038/s41558-017-0065-x>
- Ciptaningrum, M. U. (2017). *Adaptasi Peningkatan Resiliensi Aspek Sosial Berdasarkan Konsep Climate And Disaster Resilience Initiative (CDRI) [Undergraduate, Institut Teknologi Sepuluh Nopember]*. <http://repository.its.ac.id/44386/>
- D'agata, S., Darling, E. S., Gurney, G. G., McClanahan, T. R., Muthiga, N. A., Rabearisoa, A., & Maina, J. M. (2020). *Multiscale determinants of social adaptive capacity in small-scale fishing communities. Environmental Science & Policy*, 108, 56–66. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2020.03.006>
- Daly, P., & Feener, R. M. (2016). *Rebuilding Asia Following Natural Disasters: Approaches to Reconstruction in the Asia-Pacific Region*. Cambridge University Press.
- Dressel, S., Johansson, M., Ericsson, G., & Sandström, C. (2020). *Perceived adaptive capacity within a multi-level governance setting: The role of bonding, bridging, and linking social capital. Environmental Science & Policy*, 104, 88–97. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2019.11.011>
- Emilio M., Juanabel GB., Jose M M., Carles M.F. (2018) *Sustainable tourism research towards twentyfive years of the journal of sustainable tourism. Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty ISSN: 2147-9100 (Print), 2148-7316 (Online) Webpage. Vol. 6 (1) 23-46*
- Erbeyoğlu, G., & Bilge, Ü. (2020). *A robust disaster preparedness model for effective and fair disaster response. European Journal of Operational Research*, 280(2), 479–494. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.07.029>
- Espiner, S., Orchiston, C., & Higham, J. (2017). *Resilience and sustainability: A complementary relationship? Towards a practical conceptual model for the sustainability–resilience nexus in tourism. Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1385–1400. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1281929>
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2019). *Membingkai konsep pariwisata yang berkelanjutan melalui community-based tourism. Sebuah Review Literatur. JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 50–56. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p50-56>
- Gajanayake, A., Mohseni, H., Zhang, G., Mullett, J., & Setunge, S. (2018). *Community adaptation to cope with disaster related road structure failure. Procedia Engineering*, 212, 1355–1362. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2018.01.175>
- Hanoatubun, S. (2020). *Dampak Covid – 19 terhadap Prekonomian Indonesia. EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146–153.
- Hermawan, D., & Hutagalung, S. S. (2019). *Development of community participation based on behaviour in managing participative programs. Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 32(3), 312–322. <https://doi.org/10.20473/mkp.V32I32019.312-322>
- Zakariah A R., Abdul A A R., M Syahwahid., Ahmad S. *Tourism Impact Analysis - An Inter-Sectoral Analysis Of The Malaysian Economy. Jurnal Ekonomi Malaysia*
- Vitasurya, V. R. (2016). *Wisdom for*



*Sustainable Development of Rural Tourism, Case on Kalibiru and Lopati Village, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta. Procedia (Social and Behavioral Sciences), 97-108.*

<http://repository.lppm.unila.ac.id/51893/1/24-0028068102-20230413093333-1.pdf>

<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/melihat-kearifan-lokal-di-desa-desa-wisata-tertinggi-di-indonesia>

<https://communication.binus.ac.id/2022/01/18/kearifan-lokal-sebagai-daya-tarik-wisata/>

<https://sangruh.my.id/berita/art/9>

<https://venuemagz.com/news/enam-kunci-untuk-meningkatkan-kunjungan-wisatawan/>