



DOI: <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i3>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Peluang dan Tantangan Kewirausahaan UMKM di Kabupaten Tabanan: Studi Kasus Stan UMKM dan Pasar Malam pada Tanah Lot Art and Food Festival 2024

Ni Made Satya Utami<sup>1</sup>, Ni Made Sri Rahayu<sup>2</sup>, I Wayan Sudiana<sup>3</sup>, Ni Made Galih Sekar Wangi<sup>4</sup>, Jerri Patimolan<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia, [satyakesawa@unmas.ac.id](mailto:satyakesawa@unmas.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia, [rahayusrik23@gmail.com](mailto:rahayusrik23@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia, [wayansudiana216@gmail.com](mailto:wayansudiana216@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia, [sekargalih256@gmail.com](mailto:sekargalih256@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia, [jerryapatimolan@gmail.com](mailto:jerryapatimolan@gmail.com)

Corresponding Author: [satyakesawa@unmas.ac.id](mailto:satyakesawa@unmas.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract:** *This study discusses the opportunities and challenges of entrepreneurship faced by micro, small, and medium enterprises in Tabanan Regency through their participation in the 2024 Tanah Lot Art and Food Festival. The event involved a total of 77 business stalls, consisting of 51 culinary and small business units and 26 night market stalls, reflecting the dynamics of local entrepreneurship in supporting regional economic growth. This study aims to identify the supporting and inhibiting factors in the development of local entrepreneurship within the context of the festival. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and documentation. The results indicate that the festival offers strategic opportunities for business actors to enhance product visibility, expand market networks, and develop service innovations. However, MSMEs face challenges related to limited capital, product competitiveness, and digital marketing skills. The study concludes that regional government support and institutional assistance are essential for empowering MSMEs sustainably through integration with tourism programs and the strengthening of entrepreneurial capacity.*

**Keyword:** *MSME Entrepreneurship, Culinary Tourism Festival, Local Economic Development*

**Abstrak:** Penelitian ini membahas peluang dan tantangan kewirausahaan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Tabanan melalui partisipasi dalam Tanah Lot Art and Food Festival tahun 2024. Kegiatan festival ini melibatkan sebanyak 77 stan usaha, yang terdiri atas 51 stan kuliner dan usaha kecil menengah, serta 26 stan pasar malam, yang mencerminkan dinamika wirausaha lokal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat pengembangan wirausaha lokal dalam konteks kegiatan festival. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa festival ini

membuka peluang strategis bagi pelaku usaha untuk meningkatkan eksistensi produk, memperluas jaringan pasar, serta mengembangkan inovasi layanan. Namun demikian, para pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan modal, daya saing produk, serta keterampilan pemasaran digital. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya dukungan pemerintah daerah dan lembaga terkait untuk memberdayakan UMKM secara berkelanjutan melalui integrasi dengan program pariwisata dan penguatan kapasitas kewirausahaan.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan UMKM, Festival Kuliner Berbasis Pariwisata, Pengembangan Ekonomi Lokal

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di tingkat daerah. UMKM berperan besar dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Di Kabupaten Tabanan, peran UMKM terlihat nyata melalui berbagai kegiatan ekonomi lokal, salah satunya adalah Tanah Lot Art and Food Festival 2024. Festival ini menjadi agenda rutin yang memberikan ruang bagi pelaku UMKM dan kuliner lokal untuk mempromosikan produk, menjangkau konsumen baru, serta membangun jejaring usaha. Sebanyak 77 stan terlibat dalam kegiatan ini, terdiri atas 51 stan UMKM dan kuliner, serta 26 stan pasar malam. Partisipasi dalam festival tersebut menciptakan peluang ekonomi sekaligus menghadirkan sejumlah tantangan, seperti keterbatasan modal, daya saing produk, dan kemampuan adaptasi terhadap pemasaran digital.

Wirausahawan secara umum adalah orang-orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, ide adalah hal yang utama. Dengan demikian maka pengetahuan berwirausaha adalah segala sesuatu yang diketahui seseorang tentang berwirausaha. Setiap orang pasti punya pikiran, tapi hanya sedikit yang punya ide, sehingga dalam berwirausaha diperlukan pengetahuan sehingga ide-ide/gagasan yang kreatif dan inovatif dapat memunculkan bentuk-bentuk wirausaha yang terus aktual dan memiliki trend dalam kebutuhan konsumen (Hasanah, 2017). UMKM memegang peranan penting sebagai sektor yang potensial dan penjaga stabilitas perekonomian. Secara umum, mengingat usaha kecil dan menengah mempunyai keterbatasan yang sangat tinggi terhadap angkatan kerja dan peningkatan kesejahteraan rakyat. UMKM dikenal sebagai akronim dari Usaha Mikro Kecil Menengah (Al Farisi, 2022). Sementara itu, usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan bentuk usaha berskala kecil yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian lokal. Festival kuliner berbasis pariwisata tidak hanya menjadi sarana promosi produk, tetapi juga strategi untuk memperkuat ekonomi lokal secara terintegrasi (Bimantara, 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji keterkaitan antara kewirausahaan UMKM dan penyelenggaraan festival daerah sebagai upaya pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan utama: Apa saja peluang yang diperoleh pelaku UMKM melalui partisipasi dalam Tanah Lot Art and Food Festival 2024? Tantangan apa yang mereka hadapi dalam mengembangkan usaha di tengah keterbatasan sumber daya? Bagaimana peran pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam mendukung keberlanjutan kewirausahaan lokal? Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijelaskan dalam pembahasan dan dijawab secara ringkas dalam bagian kesimpulan.

## Kewirausahaan UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya

alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat. Adapun ciri-ciri UMKM adalah bahan baku mudah diperolehnya, menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi, keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun temurun, bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal atau domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor, beberapa komoditi tertentu memiliki ciri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat serta melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis dan menguntungkan.

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. UMKM memegang peranan penting sebagai sektor yang potensial dan menjaga stabilitas perekonomian. Secara umum, mengingat usaha kecil dan menengah mempunyai keterlibatan yang sangat tinggi terhadap angkatan kerja dan peningkatan kesejahteraan rakyat (Al Farisi, 2022).

UMKM mempunyai peran dan strategi dalam membangun ekonomi bangsa. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan.

### **Festival Kuliner Berbasis Pariwisata**

Festival kuliner berbasis pariwisata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan pelaku usaha kecil. Melalui festival ini, produk-produk kuliner lokal mendapat ruang promosi yang luas dan langsung terhubung dengan pasar wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Selain itu, festival kuliner menjadi sarana efektif untuk meningkatkan visibilitas merek lokal, memperluas jaringan kemitraan usaha, dan memperkenalkan kekayaan budaya daerah melalui makanan khas. Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, partisipasi dalam festival ini membuka peluang untuk belajar tentang tren pasar, memperbaiki kualitas layanan, serta membangun kepercayaan konsumen melalui interaksi langsung. Di sisi lain, bagi pemerintah daerah, festival kuliner dapat menjadi bagian dari strategi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif, di mana UMKM dilibatkan sebagai pelaku utama. Dengan demikian, festival kuliner tidak hanya bersifat seremonial, tetapi berfungsi sebagai platform pengembangan ekonomi kreatif yang terintegrasi dengan sektor pariwisata.

### **Pengembangan Ekonomi Lokal**

Pembangunan ekonomi lokal (PEL), menurut United Nations Habitat, merupakan sebuah proses partisipatif dimana masyarakat lokal dari semua sektor bekerja sama untuk merangsang kegiatan komersial lokal sehingga menghasilkan ekonomi yang tangguh dan berkelanjutan (*World Forum of Local Economic Development*, 2015). Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) bukan hanya retorika baru tetapi mewakili suatu perubahan fundamental pada aktor dan kegiatan yang terkait dengan pengembangan ekonomi.

PEL pada hakekatnya merupakan proses kemitraan antara pemerintah daerah dengan para *stakeholders* termasuk sektor swasta dalam mengelola sumber daya alam dan sumber daya manusia maupun kelembagaan secara lebih baik melalui pola kemitraan dengan tujuan mendorong pertumbuhan kegiatan ekonomi daerah dan menciptakan pekerjaan baru.

Tujuan PEL menciptakan pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi dan berkelanjutan serta kesempatan kerja penuh melalui meningkatnya kegiatan investasi di daerah. Pengembangan ekonomi lokal tidak semata menekankan pada aspek ekonomi tetapi lebih kepada pendekatan kemitraan dan kerjasama para pihak baik pemerintah, pengusaha dan

organisasi masyarakat lokal. Oleh karena itu seluruh pelaku pembangunan harus terlibat dalam proses diagnosa, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian kegiatan dalam kerangka PEL. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa PEL pada hakekatnya lebih mengedepankan kemitraan yang dibangun melalui dialog dan komunikasi diantara para pihak dalam pembangunan ekonomi di daerah secara sinergis dan saling menguntungkan (*win-win solution*) dalam mengembangkan berbagai ide, pandangan, visi, dan kegiatan praktis (*collective action*).

Dengan demikian PEL menjadi bagian integral dari upaya pembangunan daerah melalui peningkatan daya saing kolektif, penciptaan peluang-peluang baru, dan pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan, yang di dalamnya terdapat sejumlah besar angkatan kerja yang kompetitif dan berkompeten di bidangnya (Wirjokusumo, 2003).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengkaji peluang dan tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengikuti Tanah Lot Art and Food Festival 2024 di Kabupaten Tabanan. Subjek penelitian terdiri atas pelaku usaha yang mengisi 77 stan dalam festival, meliputi 51 stan UMKM dan kuliner, serta 26 stan night market. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2024 di kawasan wisata Tanah Lot.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha, observasi langsung selama festival berlangsung, dan dokumentasi kegiatan. Instrumen yang digunakan adalah panduan wawancara dan lembar observasi. Analisis data dilakukan secara tematik, dengan mengelompokkan hasil temuan ke dalam tema peluang, tantangan, dan dukungan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode, dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai komposisi jenis usaha yang berpartisipasi dalam Tanah Lot Art and Food Festival 2024, berikut disajikan data ringkasan berdasarkan kategori stan, jumlah unit usaha, persentase keterlibatan, serta contoh produk yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku usaha:

Tabel Ringkasan Hasil Observasi Berdasarkan Data Tanah Lot Art And Food Festival 2024

Kategori Stan	Jumlah Usaha	Persentase (%)	Contoh Produk
IKM/UMKM (Kerajinan & Fashion)	10	13,0%	Kerajinan logam, fashion lokal, aksesoris
Kuliner Tradisional & Modern	30	39,0%	Babi guling, gurami nyatnyat, nasi bejek, blayag
Kopi & Jajanan Tradisional	6	7,8%	Kopi lokal, lalak, tape uli, klepon
Night Market (Berbayar)	26	33,8%	Steak, rice bowl, kebab, jus mangga, popcorn

Sumber: data peneliti, 2024

Berdasarkan data observasi dalam kegiatan Tanah Lot Art and Food Festival 2024, terdapat sebanyak 77 unit usaha yang berpartisipasi dan terbagi ke dalam empat kategori utama. Kategori dengan jumlah terbesar adalah sektor kuliner tradisional dan modern, yakni sebanyak 30 usaha atau sekitar 39 persen dari total peserta. Produk yang ditampilkan antara lain babi guling, gurami nyatnyat, nasi bejek, hingga blayag. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kuliner lokal merupakan daya tarik utama dalam festival, seiring dengan tingginya minat konsumen terhadap makanan khas Bali.

Kategori kedua terbanyak adalah *night market* (berbayar) sebanyak 26 usaha atau 33,8 persen. Mayoritas pelaku usaha dalam kategori ini menawarkan produk kekinian seperti rice bowl, kebab, jus mangga, dan aneka makanan ringan modern. Fenomena ini mencerminkan

adaptasi pelaku UMKM terhadap tren pasar yang berkembang di kalangan anak muda dan wisatawan.

Sektor IKM/UMKM kerajinan dan fashion menempati posisi ketiga dengan 10 usaha atau 13 persen dari total peserta. Produk yang ditawarkan meliputi kerajinan logam, pakaian adat, dan dekorasi rumah tangga. Meskipun jumlahnya terbatas, sektor ini penting dalam melestarikan identitas budaya lokal dan meningkatkan nilai ekonomi dari karya kreatif masyarakat.

Kategori terakhir adalah kopi dan jajanan tradisional dengan total 6 usaha (7,8 persen). Meski jumlahnya paling sedikit, keberadaan usaha ini tetap memberi kontribusi penting dalam menjaga keberagaman kuliner lokal yang berbasis budaya dan warisan tradisional.

Berikut ini adalah dokumentasi visual dari berbagai stan dan aktivitas yang berlangsung selama Tanah Lot Art and Food Festival 2024, yang menggambarkan suasana serta keragaman produk yang ditampilkan oleh pelaku UMKM.



**Gambar 1. Suasana Night Market di Tanah Lot Art and Food Festival 2024**

Sumber: data peneliti (2024)

Pada gambar 1 di atas, suasana *night market* yang menjadi salah satu daya tarik utama di Tanah Lot Art and Food Festival 2024 terlihat begitu hidup dan memikat. *Night market* ini diisi oleh 26 stan yang menawarkan berbagai produk kuliner kekinian, mulai dari rice bowl, kebab, jus mangga, hingga camilan modern lainnya. Beragam pilihan makanan ini tidak hanya memanjakan lidah para pengunjung, tetapi juga memberikan pengalaman kuliner yang menarik dan menyenangkan.

Area ini didekorasi dengan lampu-lampu temaram yang cantik, menciptakan suasana malam yang penuh warna dan hangat. Pengunjung dapat menikmati suasana santai sambil mencicipi makanan favorit mereka, ditemani angin sejuk dan pemandangan malam yang indah. Selain itu, *night market* ini dirancang untuk menjadi tempat yang ramah keluarga, sehingga cocok bagi pengunjung yang datang bersama anak-anak atau teman-teman.

Tidak hanya soal makanan, keindahan dan keunikan dekorasi di area *night market* ini menjadikannya lokasi yang sangat *Instagram-worthy*. Banyak pengunjung yang memanfaatkan kesempatan untuk mengabadikan momen di spot-spot foto yang tersedia. Kombinasi antara suasana malam yang meriah, makanan lezat, dan estetika tempat yang menarik menjadikan *night market* ini sebagai salah satu pengalaman yang tidak boleh dilewatkan selama festival berlangsung



**Gambar 2. Area Stan Kuliner di Siang Hari**

Sumber: data peneliti (2024)

Pada gambar 2 tersebut, terlihat suasana area stan kuliner di siang hari yang menjadi salah satu bagian menarik dari Tanah Lot Art and Food Festival 2024. Area ini menampilkan 30 stan kuliner yang menawarkan beragam hidangan, baik tradisional maupun modern, yang dirancang untuk memanjakan selera para pengunjung.

Stan-stan tersebut menyajikan makanan khas Bali yang autentik, seperti babi guling yang gurih, gurami nyatnyat dengan bumbu khas, nasi bejek yang penuh cita rasa, hingga blayag yang merupakan makanan tradisional dengan perpaduan rasa yang unik. Tidak hanya itu, pengunjung juga dapat menemukan variasi makanan lainnya yang dikemas secara modern, memberikan pilihan yang lebih luas untuk mencicipi kekayaan kuliner Bali.

Di siang hari, area ini dipenuhi dengan pengunjung yang menikmati suasana festival. Meja dan kursi yang disediakan di sekitar area memberikan kenyamanan bagi mereka yang ingin bersantai sambil menikmati makanan. Selain itu, keramahan para penjaja makanan serta aroma masakan yang menggoda semakin menambah daya tarik area ini.

Festival ini tidak hanya menjadi ajang untuk menikmati kuliner, tetapi juga memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk lebih mengenal budaya Bali melalui makanan khasnya. Pengalaman ini diperkuat dengan suasana cerah siang hari, yang dipadukan dengan dekorasi khas Bali seperti payung tradisional dan ornamen warna-warni, menciptakan atmosfer yang hangat dan menyenangkan. Area stan kuliner ini menjadi tempat yang sempurna bagi pengunjung untuk bersantai, menikmati cita rasa lokal, serta merasakan semangat festival yang memeriahkan Tanah Lot.



**Gambar 3. Interaksi Pelaku UMKM dengan Pengunjung Festival**

Sumber: data peneliti (2024)

Pada gambar 3 di atas, terlihat interaksi yang hangat dan dinamis antara pelaku UMKM dan pengunjung di Tanah Lot Art and Food Festival 2024. Suasana ini mencerminkan salah

satu manfaat utama dari festival ini, yaitu memberikan ruang bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk lebih dekat dengan para konsumennya.

Interaksi tersebut tidak hanya sekadar transaksi jual beli, tetapi juga menjadi momen berharga bagi pelaku UMKM untuk membangun jejaring bisnis yang lebih luas. Festival ini menghadirkan beragam pengunjung, mulai dari wisatawan lokal hingga internasional, sehingga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih besar. Dalam suasana santai dan penuh antusias, mereka dapat berdiskusi langsung dengan calon pembeli, berbagi cerita tentang produk yang mereka buat, serta mendengarkan tanggapan dan saran dari konsumen.

Bagi pelaku UMKM, umpan balik langsung dari pengunjung menjadi salah satu keuntungan terbesar. Mereka dapat mengetahui apa yang disukai konsumen, apa yang perlu ditingkatkan, dan bagaimana produk mereka diterima di pasaran. Hal ini membantu mereka untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih kompetitif.



**Gambar 4. Stan Kerajinan Tangan dan Fashion**

Sumber: data peneliti (2024)

Pada gambar di atas, terlihat suasana ramai di area stan kerajinan tangan dan fashion di Tanah Lot Art and Food Festival 2024. Pengunjung, baik lokal maupun mancanegara, antusias menjelajahi berbagai produk lokal, seperti pakaian tradisional, kerajinan tangan, dan dekorasi rumah. Stan-stan ini tidak hanya menampilkan keindahan karya pengrajin Bali, tetapi juga menjadi wadah untuk memperkenalkan budaya lokal dan mendukung UMKM. Dengan dekorasi khas dan suasana ramah, area ini menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan *Instagrammable*



**Gambar 5. Stan Kerajinan Tangan dan Fashion**

Sumber: data peneliti (2024)

Pada stan kerajinan tangan dan fashion yang ditampilkan, terlihat bahwa produk-produk yang dipamerkan tidak hanya menunjukkan kreativitas pelaku UMKM tetapi juga mencerminkan nilai budaya lokal yang kuat. Stan ini menjadi media penting untuk

memperkenalkan keunikan budaya kepada khalayak luas, sekaligus sebagai ajang untuk memperluas jaringan pemasaran produk kreatif dari Bali. Kehadiran pengunjung yang antusias menunjukkan potensi besar pasar produk lokal di kancah nasional maupun internasional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan Tanah Lot Art and Food Festival 2024 memberikan peluang nyata bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Festival ini menjadi media promosi yang efektif karena menghadirkan langsung konsumen dari berbagai kalangan, baik wisatawan lokal maupun luar daerah. Melalui partisipasi dalam festival, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih luas, meningkatkan penjualan, serta membangun citra usaha di hadapan publik. Selain itu, interaksi langsung dengan konsumen juga memberikan pengalaman penting bagi pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar, menyesuaikan produk, serta memperbaiki kualitas layanan.

Meskipun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengikuti kegiatan ini. Keterbatasan modal menjadi kendala utama, terutama dalam mempersiapkan stok produk dan perlengkapan stan yang memadai. Persaingan antar stan yang cukup ketat, khususnya di sektor kuliner, juga menjadi hambatan tersendiri bagi pelaku usaha yang baru memulai. Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki keterampilan memadai dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran. Hal ini berdampak pada keterbatasan jangkauan konsumen dan daya tarik visual produk yang ditampilkan.

Oleh karena itu, keberhasilan festival dalam memberdayakan pelaku UMKM sangat bergantung pada peran aktif pemerintah daerah, panitia penyelenggara, serta lembaga pendamping usaha. Dukungan yang dapat diberikan meliputi pelatihan kewirausahaan, bantuan promosi digital, penyediaan fasilitas usaha, dan akses permodalan. Kolaborasi antara pelaku usaha, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya juga penting untuk memastikan bahwa manfaat ekonomi dari festival ini bersifat berkelanjutan dan tidak berhenti setelah kegiatan selesai.

Dengan demikian, Tanah Lot Art and Food Festival tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan pariwisata tahunan, tetapi juga sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal berbasis kewirausahaan. Festival ini dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang mengintegrasikan aspek budaya, ekonomi kreatif, dan pariwisata secara menyeluruh.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Tanah Lot Art and Food Festival 2024 memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kewirausahaan pelaku UMKM di Kabupaten Tabanan. Melalui keikutsertaan dalam festival, pelaku usaha memperoleh peluang untuk mempromosikan produk, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan pendapatan usaha. Festival ini juga menjadi ruang interaksi antara pelaku UMKM dan konsumen, yang dapat dimanfaatkan untuk membangun jejaring usaha dan memperoleh umpan balik langsung dari pasar.

Namun demikian, keberadaan peluang tersebut diiringi oleh sejumlah tantangan. Pelaku UMKM menghadapi keterbatasan modal, persaingan yang tinggi antarstan, serta masih rendahnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam festival belum sepenuhnya optimal apabila tidak dibarengi dengan dukungan dan penguatan kapasitas usaha. Oleh karena itu, keterlibatan berbagai pihak sangat diperlukan untuk memastikan agar manfaat ekonomi dari festival ini dapat berkelanjutan dan merata.

## Saran

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pemerintah daerah memberikan dukungan yang lebih sistematis kepada pelaku UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan promosi digital, serta kemudahan akses permodalan. Penyelenggara festival juga diharapkan dapat meningkatkan aspek manajerial dalam pelaksanaan kegiatan, seperti penataan stan, promosi yang lebih luas, dan pembinaan peserta sebelum kegiatan berlangsung.

Selain itu, perlu dibangun kolaborasi antara UMKM, komunitas lokal, dan sektor swasta dalam membentuk jejaring usaha yang saling mendukung. Dengan langkah-langkah tersebut, Tanah Lot Art and Food Festival tidak hanya menjadi agenda pariwisata tahunan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi jangka panjang dalam memperkuat ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan.

## REFERENSI

- Alamelu, K., & Baskaran, R. (2011). MSMEs: the key to entrepreneurship development in India. *Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science*, 1, 11.
- Amutha, D. (2022). The Role of MSME in Creating Entrepreneurship and Economic Growth in India. *Available at SSRN 4076260*.
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65.
- Bimantara, A. S., Kartika, D. S. Y., Waradana, F. K., Nabila, F., Ningrum, H. S., Hidayatulloh, M. A., & Safira, S. N. (2023). Peran festival wisata kuliner sebagai bentuk pengembangan destinasi wisata desa Kedungpari. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 18-29.
- Goyal, A., & Mishra, U. S. (2024). Impact of entrepreneurial orientation on MSME performance: Mediating role of entrepreneurial competency. *Entrepreneurship Research Journal*, 14(4), 1583-1609.
- Kusuma, S. E. (2022). Koperasi Sebagai Alat Pembangunan Ekonomi Lokal: Kajian 5 Koperasi Di Amerika, Australia Dan Eropa. *Management and Sustainable Development Journal*, 4(1), 23-40.
- Kwartawaty, N. N., Sari, D. V., & Jona, R. N. (2023). Entrepreneurship Training for MSMEs to Increase Income. *Devotion: Journal of Research and Community Service*, 4(10), 1968-1972.
- Hariroh, F. M. R., & Kosim, M. (2022). The Role of Entrepreneurship Competence, Entrepreneurship Orientation and Knowledge Management on Msme Performance. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 151-162.
- Hasanah, M., & Ratumbuysang, N. G. (2017). Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa–Kewirausahaan (PKM-K) Di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(2).
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi Umkm. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(3), 1387-1400.
- Priyanto, R., Afriani, L. N., Filani, L., & Puspitaningtias, R. (2024). Sosialisasi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Bisnis UMKM Purbalingga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(10), 4409-4414.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2).

- Rita, M. R., Wahyudi, S., Muharam, H., Thren, A. T., & Robiyanto, R. (2022). The role of entrepreneurship oriented finance in improving MSME performance: The demand side of the entrepreneurial finance perspective. *Contaduría y administración*, 67(3).
- Sagara, Y., Asmoro, W. K., Kembauw, E., Tuguz, N. S., & Irviani, R. (2021). The strategic role of MSME challenges in the COVID-19 situation. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 25(4), 4833-4843.
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., Kembaren, L. B., & Qhozi, M. D. S. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1641-1650.
- Sulistiyanto, A., Dwinarko, D., Syafrizal, T., & Mujab, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Komunikasi Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Masyarakat di Kelurahan Ponggang, Kec. Serangpanjang, Kabupaten Subang: *Jurnal Abdidas*, 2(1), 34-40.
- Trisnawati, L., Syamsuadi, A., Arisandi, D., Elvitaria, L., & Hartati, S. (2023). Strategi Peningkatan Ekonomi Melalui Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Di Kota Pekanbaru Berbasis Digital. *Al-Amwal*, 12(1), 1-12.
- Sathish, A., & Rajamohan, S. (2019). Entrepreneurial strategies of MSME for the sustainable development in India. *Science, Technology and Development*, 8(12), 310-322.
- Suman, A., Putra, R. E. N., Amalia, S. K., Hardanto, H., Kusuma, C. A., & Amir, F. (2019). *Ekonomi lokal: pemberdayaan dan kolaborasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Yatminiwati, M., Setyobakti, M. H., Sulistyan, R. B., & Ermawati, E. (2021). Social Entrepreneurship in MSME Development. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 2(3), 239-243.