Asketik: Jurnal Agama dan Perubahan Sosial
ISSN: 2615-4668 (Online) 2579-7050 (Printer)
V0l. 6, No. 1 (2022); pp. 47-67

EKO-WISATA MASYARAKAT KAMPUNG ADAT SEGUNUNG JOMBANG: INISIASI BANGKIT DI TENGAH PANDEMI COVID-19

[*1] Ika Silviana, [2] Annisa Istiana Eka Putri
[1 2] Institut Agama Islam Negeri Kediri, Indonesia
*ikasilviana@iainkediri.ac.id

Artikel History
Submit: 27 Februari 2022
Review: 16 April 2022
Revised: 29 April 2022
Accepted: 28 Mei 2022

Abstract: The presence of COVID-19 has shocked the entire world community. Each sector bears its own impact. The village community is no exception, which only works with their locality. The Kampung Adat Segunung community in Jombang Regency is also experiencing upheaval, especially in the economic sector. The area which has just been named a tourist village in 2019, must hold back the economy that is being pioneered by the community. Here, the hope of becoming an advanced tourist village must be restrained by the restrictions imposed by the government, as a prevention of the spread of the COVID-19 virus. Nevertheless, economic activity must continue, for the sake of meeting needs and achieving goals. Through the concept of rational choice from James S. Coleman, various steps taken by the Kampung Adat Segunung community are explained to maintain their economic growth. With a phenomenological approach, it explores the roles of actors in managing existing resources, and utilizes the norms they have as a basis for building stability. The Kampung Adat Segunung actors are driven by village tourism managers and MSME actors. The steps taken are to explore the potential of plantations and livestock to become superior products. So that it can support the potential of locality resources that have been managed, such as Omah Kopi, Omah Jamu, river tourism, etc.. The management of this potential is carried out with the principle of gotong royong, namely working together and highlighting the value of solidarity as the norm that is held. This practice is carried out not only by the main actors, but also collectively by the community.

Keywords: Tourism village, rational choice, local economy, Kampung Adat Segunung

Pendahuluan

Tahun 2022 adalah tahun masuknya masyarakat Indonesia di masa pemulihan dari pandemi covid 19. Berbagai permasalahan yang terjadi akibat covid 19 mulai menemukan titik balik penyelesaian. Tentu dimulai dari penyelesaian atas masalah kesehatan, yang mana telah ditegaskan melalui deklarasi HAM PBB terkait pemerataan penerimaan vaksin bagi masyarakat. Maka, jelas telah terdapat kesepakatan bahwa solusi dari pandemi covid 19 adalah dilaksanakannya vaksinasi. Epidemiolog menjelaskan

bahwa dalam kondisi wabah maka perlu membangun kekebalan kelompok (*herd immunity*) atas penularan virus corona, perlu dilaksanakan vaksinasi bagi masyarakat setidaknya mencapai 70% dari total penduduk Indonesia (CNN Indonesia, 2020). Capaian 70% vaksinasi dapat membuka peluang bagi pemulihan pada sektor yang lainnya. Dampak fatal kedua setelah kesehatan adalah sektor ekonomi. Pandemi telah menghadirkan banyak permasalahan ekonomi bagi masyarakat Indonesia, mulai dari PHK besar-besaran, merosotnya omset, pengusaha gulung tikar, dan lain sebagainya. Permasalaha-permasalahan tersebut berangsung mulai diperbaiki dengan mulai melonggarkanya kebijakan pemerintah terkait protokol kesehatan. Hal ini tentu tidak lepas dari optimisme yang terbangun pasca tercapainya target vaksinasi.

Semakin membaiknya kondisi ekonomi masyarakat Indonesia memasuki tahun 2022 ditunjukkan melalui data indek PMI mencapai 53,7 diikuti dengan peningkatan permintaan dalam negeri dan ekspor. IKK Januari 2022 juga meningkat menjadi 119,6. Berdasar angka tersebut termasuk ada dalam level optimis dan turut mendorong aktivitas ekonomi. Namun dengan meningkatkanya kasus Omicron, konsumsi masyarakat mengalami penurunan, disebabkan juga oleh menurunnya mobilitas masyarakat (https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-pemulihan-ekonomi-terjaga-kerja-keras-apbn-berlanjut-di-tahun-2022/)

Penegasan tersebut memberikan optimisme bagi masyarakat untuk kembali membangun perekonomian yang sempat lumpuh. Mengingat kondisi masyarkat yang terpuruk secara ekonomi di masa pandemi. Di saat masyarakat Indonesia mulai merintis Usaha Mikro Kecin Menegah (UMKM) sebagai garda kemandirin berbasis kerakyatan, tentu sangat tergoncang dengan kehadiran covid 19 yang telah merubah proses hidup masyarakat dunia. Keterpurukan UMKM di Indoensia telah dicatat oleh beberpa pihak, diantaranya adalah berdasarkan survei Komunitas UMKM Naik Kelas pada April 2020 UMKM di Indonesia berpotensi mengalami bangkrut hingga mencapai 83 %. Penelitian terus dilakukan secara berkala, hingga terakhir survei dilakukan pada Agustus 2021 disebutkan bahwa terdapat 40% UMKM yang telah mengalami bangkrut dan 40% UMKM berpotensi untuk bangkrut (Natalia, 2021). Penurunan kinerja UMKM juga dijelaskan oleh Betty Silfia Ayu Utami bahwa terjadi kondisi usaha buruk/sangat buruk mencapai 56,8 % dari kondisi sebelum pandemic yang menunjukkan angka kondisi usaha buruk/sangat buruk hanya 1% (Utami, 2021).

Kemerosotan kondisi UMKM tentu membutukan solusi dan semua pihak berupaya berpikir atas solusi yang tepat. Satu artikel yang menjelaskan solusi secara

struktural. Memulai penjelasan berdasarkan pengukuran dari Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2020, Indonesia mengalami kontraksi atau penurunan yang signifikan. Krisis ekonomi yang terjadi pada masa pandemi covid 19 perlu penanganan serius oleh pemerintah dengan membuat kebijakan terkait program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Guna mengembalikan lagi aktivitas para pelaku UMKM untuk membangun perekonomian (Soleha, 2020). Namun tak sedikit masyarakat merespon permasalahan dengan memilih solusi dengan beradaptasi dengan kondisi yang ada. Yakni dengan memanfaatkan sisi-sisi positis dari kondisi pandemic yang telah dirasakan.

Pandemi Covid 19 memberikan dampak pada UMKM secara meluas, yakni dampak secara positif dan dampak secara negatif. Bagi pelaku UMKM yang mampu mengoperasikan media digital serta produk yang dihasilkan mendukung maka akan memberikan dampak positif, karena perluasan pemasaran bisa terjadi. Berbeda dengan pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan akan pengetahuan dan produk/ jasa yang ditawarkan tidak dapat dinikmati/ diproses secara digital maka merasakan dampak negatifnya, yakni penurunan omset secara drastis. Seperti ulasan pada artikel yang ditulis oleh Mirza Ayudia Pratiwi, dkk. Menjelaskan bahwa UMKM di Tanjung pinang yang mengalami peningkatan omset hanya pada sektor agribisnis. Sedangkan pada sektor perdagangan, kriya, pariwisata, jasa dan kuliner mengalami penurunan (Pratiwi, dkk. 2021).

Pada konteks ini masyarakat dihadapakan pada tantangan akan kreativitas. Telah diketahaui bahwa ekonomi kreatif merupakan bekal untuk turut andil dalam pasar global. Maka yang perlu dilakukan oleh masyarakat Indonesia adalah membalut produk nasional dengan kreativitas secara maksimal untuk dapat bersaing secara global. Saat ini negara-negara maju sadar bahwa produksi tidak dapat meningkatkan ekonomi suatu negara tanpa adanya suatu inovasi dan kreativitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) dari negara itu sendiri. Untuk itu, ekonomi kreatif merupakan sektor yang menjadi prioritas untuk dikembangkan. Karena kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumbuh pada keunggulan SDM. Kerajinan, arsitektur, kuliner, kebudayaan dan item-item ekonomi lainnya berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia, tidak seperti sektor lainnya yang hanya bergantung pada eksploitasi sumber daya alam. Ekonomi kreatif sendiri merupakan kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh entrepreneur atau wirausaha, yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis

keuangan global. Industri kreatif tidak dipisahkan dari adanya ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi dan penawaran yang bersumber pada kegiatan yang digerakan oleh industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian bakat dan kreatifitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global (Tadjuddin dan Mayasari, 2019: 10).

Ekonomi kreatif di Indonesia banyak berkembang di sektor pariwisata. Perkembangan pariwisata di Indonesia tidak lagi hanya berpusat pada kota-kota besar, kini masyarkat desa mulai memahami pengelolaan pariwisata berdasarkan potensi lokal. Wisata berbasis lokalitas seakan menjadi antithesis dari perkembangan industry budaya yang semakinn manipulatif akan fantasi-fantasi kemajuan. Sehingga menghadirkan kesenangan-kesenangan yang semu. Wisata desa hadir dengan menyajikan kondisi natural yang mana mulai dirindukan oleh masyarakat yang telah menjadi terbiasa dengan hiperealitas. Ketika geliat wisata desa mulai menjadi landasan geliat ekonomi lokal, sangat terusik dengan kehadiran pandemi covid 19. Seperti yang dilakukukan oleh pegiat UMKM lainnya, pegiat UMKM di Kampung Adat Segunung Jombang juga mengandalkan kreativitas untuk tetap eksis mewarnai aktivitas ekonomi, serta mengembangkan wisata desa yang telah dirintis. Kreativitas telah menjadi kunci utama untuk mampu mengembangkan perekonomian. Termasuk UMKM yang ada di Kampung Adat Segunung. Sebagai destinasi wisata baru yang berkembang dengan mengelola lokalitas, yang mana sangat mengandalkan kreativitas dari masyarakatnya sehingga mampu bertahan ditengah persaingan industri pariwisata.

Terutama di masa pendemi covid 19 Kampung Adat Segunung menjadi salah satu destinasi wisata desa yang tidak luntur daya tariknya. Selalu memunculkan berita-berita terkini terkait perkembangan desa wisata tersebut. Hal ini menarik untuk dipaparkan, yakni langkah praktis apa yang dilakukan oleh masyarakat Kampung adat Segunung dalam mengelola perekonomian berbasis wisata desa dan UMKM ini disaat pandemi covid 19 telah menjadikan industri pariwisata semakin lesu. Serta spirit apa yang mendorong perekonomian masyarakat Kampung Adat Segunung untuk menstabilkan kondisi perekonomian masyarakatnya.

Metodologi

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang memfokuskan pengamatan terhadap individu dan kelompok dalam mengkaji segala

bentuk perilaku dan aktivitasnya secara mendalam. Penelitian kualitatif sebagai bentuk pendekatan ilmiah dengan menjelaskan kondisi sosial secara benar melalui proses mendeskripsikan kenyataan dengan berlandaskan pada teknik pengumpulan dana nalisis data yang didasarkan pada situasi yang sebenarnya (Sugiyono, 2021:11). Proses pengumpulan informasi pada penelitian lapangan ini selain didasarkan pada gejala yang ada juga menyesuaikan dengan gejala yang terjadi pada saat penelitian dilakukan (Sukmawati, 2021:38). Penelitian ini dilakukan di Kampung Adat Segunung Desa Carangwulung, Kecamatan Wonosalan Kabupaten Jombang pada bulan Oktober 2021-Januari 2022. Lokasi ini memiliki berbagai sumber daya alam yang bisa dimanfaatkan dalam berbagai hal terutama dalam pengembangan ekonomi kreatifnya yang dapat menjadi peluang usaha untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di desa tersebut. Desa ini juga merupakan desa wisata berbasis masyarakat. Masyarakat desa segunung juga memanfaatkan sumber daya sebagai potensi mengembangkan ekonomi masyarakat, yakni memanfaatkan pertanian dan peternakan yang ada untuk menghasilkan produk-produk kreatif, seperti olahan olahan makanan, minuman, batik sebagai cinderamata pariwisata khas Kampung Adat Segunung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk mengungkap makna-makna esensial dari kosep atau fenomena yang prosesnya dailakukan secara sadar dan subyektif oleh sekelompok individu dalam kehidupannya (Hidayat, Statistikian.com 2012). Pemilihan informan dilakukan dengan pola *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini pertimbangan mengacu pada orang yang dianggap paling tahu tentang data yang dibutuhkan, atau pengusaha sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Tajuddin dan Mayasari, 2019: 14). Informan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kreatif, pengurus sekretariat Kampung Adat Segunung, dan remaja karang taruna.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi dilakukan dengan partisipasi pasif (Sugiyono, 2021: 108), dengan mengamati kegiatan para pelaku UMKM dan pengelola desa wisata dalam aktivitas pengelolaan perekonomian. Metode wawancara dilakukan secara terbuka(Sugiyono, 2021:116), dilakukan untuk menggali informasi tentang peran inovasi sebagai strategi pengembangan ekonomi kreatif dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat Kampung Adat Segunung pada pengelola wisata desa, pelaku UMKM dan masyarakat. Metode dokumentasi sebagai penunjang dari kelengkapan data

yang diperoleh dari data BPS kecamatan Wonosalam, berita dari internet, dan jurnal penelitian terkait. Untuk analisis data menggunakan model interaktif menurut Miles dan Huberman. Model analisis yang prosesnya berlangsung bersamaan dengan waktu pengumpulan data. Langkah dari model ini mencakup reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi (Salim, 2006:22). Untuk menguji keabsahan data digunakan triangulasi sumber dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber mengacu pada proses membandingkan data yang diperoleh saat menyampaikan data secara sendiri dan saat dihapan orang lain. Sedangkan triangulasi waktu dengan memeriksa kembali data yang telah diperolah dalam waktu yang lainnya (Salim, 2006: 20).

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Kampung Adat Segunung

Kampung Adat Segunung merupakan sebuah dusun yang berada di desa Carang Wulung kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Desa Carang Wulung memiliki luas 10,81 Km^2 dengan ketinggian kurang dari 500 meter. Di tahun 2020 desa Carang Wulung memiliki total penduduk sebanyak 4766 jiwa dengan tingkat pendidikan terbanyak adalah lulusan SD, yaitu sebanyak 1854 jiwa (Kecamatan Wonosalam dalam Angka, 2021). Dusun Segunung ini terdiri dari 230 KK dengan jumlah penduduk lebih dari 800 orang. Masyarakat Segunung memiliki karakter khas masyarakat pedesaan dengan mayoritas matapencaharian sebagai petani kebun dan peternak. Produk khas unggulan mereka adalah kopi robusta (Syafi'i, 2020). Didukung dengan potensi alam dan masyarakat yang kuat lokalitasnya, maka dusun ini bermetamorfosis menjadi sebuah destinasi wisata berbasis lingkungan pedesaan dengan nama Kampung Adat Segunung. Kampung yang terletak di kaki gunung Anjasmoro ini telah disahkan sebagai destinasi wisata oleh Wakil Bupati Jombang, Sumrambah, pada tahun 2019 dan sedang dikembangkan sebagai destinasi wisata andalan dengan menyajikan suasana pedesaan dan berbagai kuliner khas pedesaan dengan mengangkat kearifan lokal masyarakat setempat.

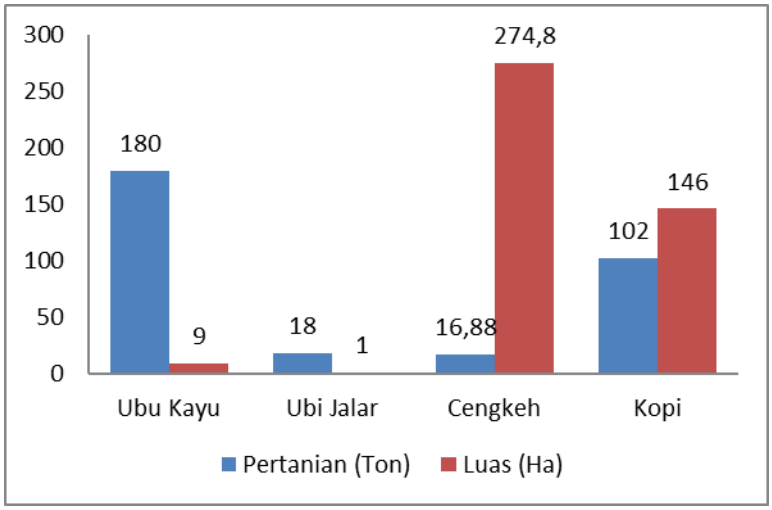
Kampung Adat Segunung dikelola dan dikembangkan oleh warga setempat secara mandiri tanpa ada campur tangan pihak luar atau investor, dengan berpedoman pada pemeliharaan kearifan lokal yang ada dikampung tersebut. Dalam mengembangkan kampung adat segunung warga setempat memiliki peraturan dan komitmen mengenai kearifan lokal wilayahnya, oleh karena itu Pemerintah Kabupaten Jombang tidak ikut campur dan hanya memberikan dukungan pada peningkatan sarana pendukung serta

infrastruktur sesuai kebutuhan yang diperlukan. Namun tercatat bahwa di tahun 2020 perkembangan desa Carang Wulung mendapat dukungan dari pemerintah ditunjukkan dengan adanya pembiayaan pemberdayaan masyarakat sebesar Rp. 255.107.000 (Kecamatan Wonosalam dalam Angka, 2021: 19). Warga Kampung Adat Segunung menyiapkan beberapa spot sebagai tempat menjamu para wisatawan yang datang. Ada beberapa spot yang diberi nama omah kopi, omah jamu dan beberapa gazebo di halaman rumah warga.

Jumlah petani di desa Carang Wulung cukup tinggi, yaitu sebesar 1466 jiwa yang bermata pencarian sebagai petani (Kecamatan Wonosalam dalam Angka, 2021: 40). Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa terdapat potensi di bidang pertanian di wilayah Carang Wulung.

Grafik

Hasil Pertanian Desa Carang Wulung 2020

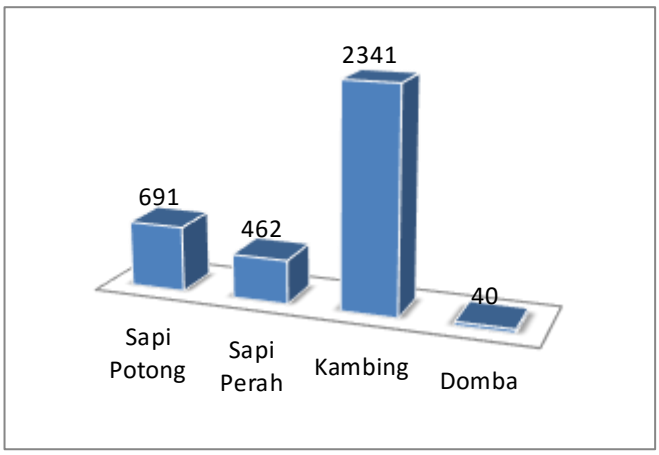


Sumber : Wonosalam dalam Angka 2021

Khususnya di Kampung Adat Sugunung, hampir setiap warga petani memiliki ladang perkebunan yang ditanami cengkeh, kopi, rempah-rempah dan lainnya. Ada berbagai macam kopi andalan yang dihasilkan diantaranya *Arabika*, *Robusta* dan *Excelsa*. Sedangkan warga peternak banyak memelihara kambing dan sapi, serta mengolah dari hasil susu ternak tersebut.

Grafik

Hasil Peternakan Desa Carang Wulung 2020



Sumber : Wonosalam dalam Angka 2021

Kampung Adat Segunung menawarkan kuliner khas pedesaan untuk menjamu wisatawan yang datang dengan menyajikan nasi ampok dan nasi tiwul. Sayuran yang diolah pun juga didapatkan dari hasil kebun para warga. Melihat potensi sumber daya alam yang kaya tersebut dan peluang usaha yang tinggi, warga Kampung Adat Segunung memilih untuk membangun dan menjalankan UMKM di bidang Kuliner dengan memanfaatkan hasil kebun dan ternak yang mereka miliki. Ada beberapa produk UMKM yang telah mereka miliki yakni berbagai olahan makanan seperti keripik, jamu bubuk, aneka macam kopi bubuk, susu, *yoghurt* dan permen susu. Aneka produk tersebut disajikan untuk menjamu wisatawan yang berkunjung dan sebagai cinderamata khas Kampung Adat Segunung.

Potensi dari UMKM inilah yang menjadi penggerak perekonomian masyarakat Kampung Adat Segunung. Melalui bangunan kesadaran akan potensi yang dimiliki, masyarakat berdaya dengan optimisme mengembangkan daerah mereka. Hingga tantangan hadir saat pandemi *Covid 19* membuyarkan stabilitas perekonomian masyarakat. Ketidakhadiran wisatawan ke Kampung Adat Segunung memberikan dampak menurunnya perekonomian masyarakat. Seperti sebelumnya, masyarakat hanya menggantungkan dari hasil pertanian dan ternak, tanpa menjalankan UMKM sebagai pengembang perekonomian mereka. Hingga masyarakat Kampung Adat Segunung akhirnya mengenal digital marketing melalui KKN dari mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya melalui pendampingan ini masyarakat mulai belajar untuk mempublikasikan produk-produk dari Kampung Adat Segunung, dengan tujuan

pemasaran akan bisa berjalan dengan sistem online (Ekantoro, dkk., 2021). Optimisme masyarakat mulai bangkit kembali didukung dengan kondisi pandemi covid 19 yang semakin membaik, maka masyarakat Kampung Adat Segunung mulai siap untuk kembali mengembangkan UMKM yang sudah dirintis.

Ditunjukkan melalui beberapa aktivitas yang diupayakan untuk tetap terlaksana di Kampung Adat Segunung agar nama tersebut tetap diingat masyarakat dan semakin dikenal masyarakat luas. Menjadi pekerjaan rumah bagi para pegiat agar Kampung Adat Segunung tetap hidup namun tetap aman dari covid 19. Kegiatan yang berhasil dilaksanakan selama *covid 19* adalah kegiatan "Resik Kali" (bersih sungai) masyarakat memilhara sungai yang menjadi salah satu SDA pariwisa masyarakat Kampung Adat Segunung (https://www.jombangkab.go.id/opd/dlh/berita/festival-kampung-iklim-yang-dilaksanakan-di-kampung-adat-segunung--peringatan-hari-lingkungan-hidup) dan mengadakan lomba menyangrai kopi dan memasak nasi goreng jagung pada tanggak 5-6 Juni 2021, yang mana kegiatan tersebut merupakan aktivitas lokal dari masyarakat di Kampung Adat Segunung (http://persadaposnews.com/2021/06/05/gelar-potensi-kampung-adat-segunung-tahun-2021/). Mereka memahami betul potensi yang ada di lingkungannya sehingga kesadaran masyarakat mengarah pada pengembangan atas potensi.

Semangat yang dimiliki oleh masyarakat Kampung Adat Segunung mendorong geliat ekonomi lokal yang digerakkan oleh masyarakat dengan strategi-strategi yang dipilih untuk dapat bertahan ditengah pandemi *covid 19*. Menilik pemikiran tokoh James S. Coleman tentang konsep pilihan rasinoal, bahwa suatu pilihan aksi dapat digerakkan melalui 2 unsur utama yaitu aktor dan sumber daya, serta norma sebagai unsur pendukungnya. Disini para aktor rasional digerakkan untuk memilih tindakan-tindakan yang akan memaksimalkan manfaat dan mencapai kebutuhan serta keinginannya. Sedangkan sumber daya sebagai hal yang dikendalikan oleh aktor. Maka, aktor bertindak secara sengaja demi mencapai tujuan, yang mana orientasi tersebut terbentuk atas dasar nilai-nilai atau pilihan-pilihan. (Ritzer, 2012:759-760). Melalui dua unsur tersebut dapat dijelaskan pilihan strategi yang pilih oleh aktor dalam menggerakkan perekonomian masyakat Kampung Adat Segunung di masa pandemi *covid 19*.

Sumber Daya Kampung Adat Segunung

Sebelum membangun bisnis UMKM masyarakat Kampung Adat Segunung terlebih dahulu beradaptasi dan mengenal dengan baik wilayahnya. Bertujuan

mengetahui potensi dan keunggulan yang dimiliki kampung tersebut. Pemilihan produk UMKM disesuaikan dengan potensi yang sudah ada. Hal ini untuk mempermudah proses pengembangan UMKM yang akan dijalankan. Mereka menggunakan hasil ternak dan kebunnya untuk membuat menghasilkan produk UMKM Kampung Adat Segunung. Mereka memilih kopi sebagai produk unggulan mereka karena pada zaman Belanda dahulu, tempat tersebut merupakan perkebunan kopi yang luas. Hampir semua warga disana memiliki kebun kopi, sehingga kopi lah yang menjadi ikon Kampung Adat Segunung. Tidak hanya kopi masyarakat juga memanfaatkan hasil kebun lainya seperti cengkeh dan berbagai macam rempah-rempah. Kuantitas yang memadai menjadi potensi peluang usaha masyarakatnya. Banyaknya peternakan sapi dan kambing dikampung tersebut, menjadi sasaran masyarakat untuk mengolah susu murni kambing dan sapi sebagai salah satu olahan minuman khas dari kampung tersebut. Masyarakat atau pelaku UMKM harus berperan penuh dalam proses pengembangan UMKM, karena merekalah yang mengetahui dan memahami bagaimana kondisi Kampung Adat Segunung, dengan cara mengindetifikasi wilayahnya sehingga mengetahui potensi yang dimiliki kampung tersebut.

Pada pembangunan di pedesaan dibutuhkan beberapa elemen agar keberhasilan dapat tercapai, Albert Waterson melihat upaya untuk mencapai keberhasilan pasca adanya distribusi lahan yang lebih banyak dikuasai oleh petani kaya. Pertama, perlu adanya pengembangan produksi padat karya oleh petani kecil. Kedua, penggunaan kelebihan tenaga di luar musim pertanian untuk menciptakan infrastruktur yang dibutuhkan sebagai usaha kecil-kecilan. Ketiga, memanfaatkan tenaga kerja untuk mengolah hasil pertanian ringan. Keempat, mengolah hasil pertanian dalam bentuk produk barang-barang intermediat. Kelima, menggunakan bahan mentah lokal sebagai sumber produk barang konsumsi ringan, berpola berdikari dan mandiri yang dikelola oleh organisasi luar pemerintah yang mampu menjembatani jarak antara desa dan kota (Fakih, 2009: 69). Kelima elemen tersebut telah dipraktikkan oleh masyarakat Kampung Adat Segunung dalam mencapai keberhasilan dari kesulitan perekonomian, khususnya di masa pandemi *covid 19*.

Sebelum menjadi destinasi wisata Kampung Adat Segunung aktivitas perekonomian masyarakatnya sebatas melakukan transaksi jual beli dari hasil panen pertanian di daerah-daerah wisata di Kecamatan Wonosalam. Produk-produk yang dijual adalah biji kopi, sayur, rempah-rempah dan susu dari ternak. Setelah diresmikan sebagai desa wisata, masyarakat Kampung Adat Segunung memanfaatkannya menjadi peluang

untuk membuka usahanya sendiri. Masyarakatnya mencoba inovasi-inovasi baru dengan membuat olahan-olahan dari sumber daya yang ada. Seperti biji kopi yang dulu nya hanya dijual dalam bentuk biji sangrai sekarang sudah berkembang menjadi produk kopi bubuk khas Kampung Adat Segunung. Kegiatan ini menjadi praktik dari elemen pertama dan keempat dari Waterson. Kemudian dikembangkan lagi oleh warganya dengan membuat *coffee shop* dengan dilengkapi suguhan pemandangan alam yang masih asri khas desa pegunungan. Tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk singgah di tempat tersebut demi menikmati kopi khasnya dalam suasana pegunungan yang indah dan menenangkan. Pada poin ini telah mempraktikkan elemen keduanya.

Menyadari atas kualitas kopi yang dihasilkan, masyarakat Kampung Adat Segunung mulai memikirkan untuk mengangkat produk unggulan tersebut untuk menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Maka masyarakat mulai menciptakan inovasi produk, ditegaskan oleh Imam sebagai pegiat UMKM kopi mengatakan bahwa :

> "Memang Kampung Adat Segunung terkenal akan penghasil kopi terutama kopi jenis robusta. Namun, kebanyakan petani hanya menjual hasil panennya dengan model bijian tanpa di olah terlebih dahulu. Di situ saya kepikiran kenapa tidak diolah sendiri? Hasil jual kopi bubuk yang sudah diolah dengan bijian tentu akan lebih mahal dan banyak untung jika sudah diolah. Salah satu yang menjadi kelebihan dari kopi robusta khas Wonosalam khususnya di Segunung sendiri mulai dari penanaman dan perawatan terjaga dan masih murni. Mulai dari kontur tanah kami jaga keasliannya tanpa terkena bahan kimia."

Kekhasan kopi *Robusta* Kampung Adat Segunung jelas sudah menjadi daya tarik tersendiri. Inovasi yang dihadirkan oleh warganya semakin menguatkan keunggulan dari produk, yang tentunya juga semakin meningkat nilai ekonominya. Produk olahan kopi tersebut dapat dinikmati di *coffee shop* yang ada di sana. Selain dapat menikmati kopi di *coffee shop* para pengunjung juga dapat menikmati hidangan kopi di tempat khusus yang diberi nama Omah Kopi, tempat tersebut disediakan langsung oleh warga untuk menjamu pengunjung yang datang berkunjung hanya sekedar untuk menikmati sensasi minum kopi dengan ditemani suara mata air sungai yang dapat menenangkan jiwa. Menurut pak Giri Winarko selaku kepala Dusun Kampung Adat Segunung mengatakan bahwa tempat itu memang sengaja disiapkan pihak pengelola untuk pengunjung yang

hanya ingin menikmati beragam jenis kopi dengan beberapa alternatif penyajian. Selain Omah Kopi juga terdapat Omah Jamu yang menyediakan bermacam hidangan dari rempah-rempah. Salah satu pengurus sekretariat Kampung Adat Segunung yaitu pak Supi'i mengatakan bahwa :

> "Untuk saat ini karena Kampung adat sendiri masih baru menjadi desa wisata maka ekonomi kreatif yang baru berjalan ialah baru pada bidang kuliner saja yang memang menjadi ciri khas di Kampung adat. Untuk ekonomi kreatif di bidang kerajinan dan budaya, kita sudah ada produk batik khas yang bercorak khas Kampung Adat segunung. Untuk batik blm bisa memproduksi banyak karena masih kekurangan SDM yang berjalan pun hanya dua kelompok saja dan pemasrannya pun baru melalui media sosial dan pameran-pameran kebudayaan".

Dari hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa untuk saat ini Kampung Adat Segunung memang baru mengembangkan ekonomi kreatif dengan menonjolkan hasil pertanian dan peternakannya terlebih dahulu. Untuk souvenir seperti gantungan kunci ataupun kerajinan tangan lainnya masih dalam rundingan masyarakatnya, dikarenakan kurangnya SDM di desa tersebut, akan tetapi dari penjelasan pak Supi'i sebelumnya beliau juga masih terus mengupayakan untuk mengembangkan ekonomi kreatif dalam hal suvenir-suvenir agar dapat dijadikan cendera mata bagi wisatawan yang datang. Dalam hal ini masyarakat desa juga saling bahu membahu untuk membangun desa. Peran aktif dari berbagi pihak di masyarakat menunjukkan praktik dari elemen ketiga. Agar lebih banyak menarik pengunjung masyarakat memanfaatkan limbah kayu yang ada di desa tersebut untuk di jadikan spot-spot foto yang *instagramable* bagi kaum muda. Ditambahkan oleh Imam bahwa :

> "Saya dan rekan-rekan Kampung Adat Segunung juga tengah mengembangkan kopi khas Wonosalam ini menjadi sebuah kopi unggulan di Jombang. Dan untuk mendongkrak UMKM, kami juga tengah mengembangkan inovasi-inovasi baru dengan membuat olahan dari kopi ini kenjadi bahan makanan, bahan dasar sabun".

Dari sini dapat dilihat bahwa inovasi-inovasi yang dilakukan masyarakat Kampung Adat Segunung telah dapat membangun serta mengembangkan sektor ekonomi kreatif yang ada di desa tersebut yakni dengan mengolah hasil pertanian dan peternakan menjadi berbagai macam olahan yang dapat dipasarkan ke berbagai kota dengan *tag brand*

sebagai olahan khas dari Kampung Adat Segunung. Ekonomi kreatif yang berjalan di Kampung Adat segunung juga masih perlu adanya pengembangan-pengembangan lainnya khususnya dalam bidang kerajinan tangan, saat ini Kampung Adat segunung belum mempunyai suvenir atau kerajinan tangan yang mencirikan sebagai produk asli Kampung Adat segunung. Kurangnya SDM di desa tersebut juga menjadi masalah dalam pengembangan ekonomi kreatif di desa tersebut karena saat ini tenaga kerja bagi pelaku UMKM juga kebanyakan masih berasal dari keluarga sendiri, sehingga kemampuan dan jam kerjanya pun masih sekedarnya. Selain itu pemasaran yang dilakukan oleh UMKM pemula juga masih sederhana dan hanya mengandalkan pameran.

Produk asli di Kampung Adat segunung yang saat ini sudah bisa di eksplor ke luar kota baru pada produk olahan kopi bubuk, durian dan batik tulis. Untuk produk olahan susu dan rempah-rempah masyarakat Kampung Adat Segunung masih kesulitan untuk mengeksplor produk tersebut ke luar kota, dikarenakan saat ini masih terkendala oleh perizinan BPOM. Untuk saat ini produk-produk tersebut hanya dipasarkan di pusat oleh-oleh wisata Wonosalam. Selain dari produk-produk yang dihasilkan, sumber perekonomian masyarakat Kampung Adat Segunung juga diperoleh dari penyediaan penginapan atau *homestay*. Sebagai desa wisata yang tentu pengunjungnya tidak hanya datang dari daerah-daerah terdekat, tentu harus menyiapkan penginapan untuk adanya rumah penginapan. Dalam usaha penginapan pengelola Kampung Adat Segunung bekerja sama dengan masyarakat desa untuk dapat menyediakan tempat tinggal sementara bagi pengunjung yang ingin menginap. Dalam hal ini tentunya warga yang menyewakan rumahnya akan mendapatkan uang sewa atas rumah yang ditempati oleh pengunjung. Dengan demikian masyarakat Kampung Adat Segunung mendapatkan penghasilan dari penginapan tersebut yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari.

Seiring meningkatnya sektor ekonomi kreatif di Kampung Adat Segunung saat ini secara tidak langsung telah berdampak pada perubahan sosial yang ada di masyarakat Kampung Adat Segunung yakni terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakatnya. Khususnya pemulihan atas terpuruknya kondisi ekonomi masyarakat di masa pandemi covid 19. Dengan menggunakan pengukuran dampak *before vs after comparison* yaitu membandingkan keadaan sebelum dan sesudah adanya program ekonomi kreatif di Kampung Adat Segunung. Perubahan terjadi pada peningkatan pendapatan. Meningkatnya pendapatan juga ditandai dengan meningkatnya omzet penjualan dan

keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan. Adanya ekonomi kreatif di desa tersebut juga dapat mengurangi lebih banyak jumlah pengangguran yang ada di Kampung Adat Segunung bahkan kecamatan Wonosalam. Upaya ini diharapkan dapat membuka peluang perekonomian seluasnya dengan berbagai macam usaha yang dapat dilakukan di Kampung Adat Segunung melalui peningaktan ekonomi kreatif di desa tersebut (Tadjuddin dan Mayasari, 2019: 10). Selain itu pemanfaatkan lokalitas menjadi satu keunggulan Kampung Adat Segunung. Hal ini sekaligus mepraktikkan elemen kelima dari paparan Waterson.

Langkah Praksis Aktor Rasional Kampung Adat Segunung

Para aktor di Kampung Adat Segunung adalah para pengelola wisata desa dan pelaku UMKM khusunya, serta masyarakat yang terlibat langsung umumnya. Disini yang berperan sebagai aktor korporat atau aktor yang memiliki pengaruh atas aktor lainnya adalah Supi'i selaku pengurus sekretariat dari wisata Kampung Adat Segunung. Kemudian ada beberapa pelaku UMKM lainnya, yang diwakili oleh Imam. Aktor-aktor inilah yang memiliki kesadaran dan menjadi pelopor dalam membangun wilayahnya. Bermula dari pengelolaan alam dan potensi lokalnya, berimpilasi pada perekonomian masyarakatnya. Masyarakat kampung adat segunung berupaya penuh dalam pengembangan UMKM yang ada dengan tujuan untuk menjadikan Kampung Adat Segunung menjadi kampung yang mandiri. Apa yang telah digerakkan oleh masyarakat adalah sebagai upaya sadar untuk meningkatkan kesejarteraan masyarakat. Sebagai desa wisata masyarakat kompak dalam mengembangkan kampungnya. Kekompakan ini terwujud sebagai implikasi dari telah terbangunnya perilaku kolektif, kendali yang awalnya digerakkan oleh pada pengelola wisata dan para pelaku UMKM, kini telah meluas pada masyarakat dan semakin meningkat pelaku UMKM-nya. Dari peran-peran setiap pelaku UMKM ini akan menguatkan pertukaran serta memaksimalkan keuntungan (Ritzer, 2012:763).

Pandemi *covid 19* menjadi tantangan tersediri bagi pelaku UMKM di Kampung Adat Segunung. Terutama dalam penurunan omzet produk makanan sebagai dampak dari kebijakan pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah, seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang dilaksanakan berlevel-level. Hal ini juga diulas oleh Ahmad Zahidi bahwa kebijakan PSBB memotong waktu aktif usaha hingga pukul 9 malam dan mengurangi kuantitas konsumen yang makan ditempat hingga 50% mengakibatkan

penurunan pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman (Zahidi, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa dampak tersebut perlu untuk dicarikan penyelesaian. Khususnya menemukan solusi yang berbasis masyarakat.

Untuk mengembangan UMKM para aktor Kampung Adat Segunung menggunakan sistem gotong-royong, karena usaha ini bukanlah pemilik perorangan melainkan dilakukan bersama-sama guna mendapatkan kampung yang mandiri. Pada pengembangan dan penciptaan sebuah bisnis atau UMKM sangat diperlukan kreativitas dan inovasi dari masyarakat atau pelaku UMKM, dalam melihat peluang dan potensi sumber daya alam yang terdapat dalam suatu wilayah (Ukkas, 2017:23). Seperti yang dilakukan masyarakat Kampung Adat Segunung dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk dijadikan produk UMKM sebagai cendera mata khas kampung tersebut. Semangat dan antusias masyarakat dalam proses pengembangan UMKM di Kampung Adat Segunung sangat besar. Hal ini terlihat adanya gotong royong para pemuda dan warga dalam membangun dan memperbaiki Omah Kopi dan Omah Jamu. Mereka serentak kerja bakti dalam membangun Kampung Adat Segunung, agar lebih menarik dan lebih banyak lagi pengunjung yang datang. Walaupun dengan pembatasan dan protokol kesehatan yang ketat. Hal ini menjadikan sikap kekerabatan yang terjalin diantara mereka terlihat sangat erat.

Pengembangan UMKM pasti akan menemukan hambatan atau bahkan ancaman kegagalan dalam sebuah usaha. Untuk mencegah dan mengatasi berbagai permasalahan UMKM yang muncul, para aktor harus melakukan berbagai upaya pengembangan agar bisnis atau usaha mereka tetap aman walau banyak rintangan yang dihadapi. Upaya pengembangan UMKM dalam sebuah wilayah perlu dilakukan tidak hanya oleh masyarakat atau pelaku UMKM saja namun juga disertai dengan dukungan dari pemerintah setempat. Upaya pengembangan UMKM seharusnya dilakukan melalui berbagai aspek manajemen, yaitu manajemen produksi, pemasaran, manajemen keuangan serta sumber daya manusia. Jenis upaya pengembangan dari aspek produksi ada beberapa cara, diantaranya adalah melalui peningkatan kualitas produk, melakukan proses inovasi dan memperkuat brand atau merek dagang dari produk UMKM (Daroin, dkk, 2015: 4).

Masyarakat Kampung Adat Segunung memiliki upaya dalam pengembangan UMKM mereka agar tetap dapat berjalan diantaranya adalah meningkatkan kualitas produk UMKM-nya. Peningkatan kualitas produk dilakukan dengan lebih fokus pada proses pembuatan. Dimana mereka harus lebih teliti dan hati-hati dalam membuat

olahan makanan dan minuman, agar produk yang dibuat tetap higienis, lezat dan bersih. Mereka juga menerima kritik dan juga saran dari pengunjung mengenai cita rasa produk yang mereka buat, maka masyarakat akan tahu apa dan mengapa cita rasa yang disajikan kurang pas. Untuk meningkatkan kualitas produk, masyarakat mengupayakan agar mendapatkan sertifikat izin halal dan BPOM untuk produk UMKM dalam bidang kulinernya. Kulitas produk memegang peranan penting dalam manajemen produksi, dengan demikian agar mampu menjadi UMKM yang unggul, dengan memiliki kualitas yang baik. Kualitatif yang baik tidak hanya pada mutu produk, namun juga pada jumlah yang mencukupi, pelayanan, estetika dan waktu yang tepat.

Masyarakat juga melakukan inovasi produk yang dilakukan adalah pada awalnya mereka hanya menjual kopi dalam bentuk biji kering dan biji basah, melihat banyaknya pembeli yang datang, kemudian mereka berinovasi untuk menjual kopi dalam bentuk bubuk, di sini mereka membeli alat penggiling kopi sebagai alat dan prasarana bisnis UMKM mereka. Dalam proses inovasi ini mencakup kegiatan pengembangan dan implementasi. Pengembangan meliputi pengembangan desain, pengembangan produk dan perencanaan proses inovasi dalam fase inovasi (Daroin, dkk, 2015:4).

Upaya lain yang dilakukan masyarakat Kampung Adat Segunung dalam pengembangan produk UMKM ialah meningkatkan mutu pelayanan. Warga Kampung Adat Segunung sangat memperhatikan pelayanan yang mereka berikan kepada pengunjung. Bersikap ramah dan sedikit terbuka menerima kritik dan saran yang membangun, membuat para pelanggan betah dan ingin terus membeli produknya. Dengan begitu kesan yang diterima pembeli akan selalu baik. Seperti yang awalnya pembeli biasa bukan pelanggan, karena pelayanan yang baik mereka memilih untuk menjadi pelanggan setia yang selalu menunggu produk UMKM Kampung Adat Segunung.

Upaya berikutnya adalah pada aspek pemasaran. Pada aspek ini masyarakat Kampung Adat Segunung berupaya untuk memperluasnya pasar produk nya, dengan cara melakukan pemasaran melalui internet atau online, seperti melalui media sosial Instagram, Facebook, Tiktok, dan aplikasi belanja online seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainya. Ini menjadi salah satu solusi efektif ditengan himpitan pembatasan di masa pandemi. Mereka juga mengikuti beberapa pameran budaya dalam mempromosikan produk UMKM kampung tersebut. Dengan begitu produk UMKM Kampung Adat Segunung dapat dikenal banyak orang dan lingkup pemasaran akan berkembang pesat. Tidak hanya masyarakat Kampung Adat Segunung saja yang

melakukan upaya pengembangan UMKM, namun pemerintah kabupaten Jombang juga melakukan upaya dalam membantu pengembangan UMKM di kampung tersebut. Pemerintah melakukan upaya pada bidang produksi dan infrastruktur. Pemerintah memberikan dukungan pada program UMKM Kampung Adat Segunung dengan menyediakan alat produksi dan inovasi produk. Pada bidang infrastruktur pemerintah memberikan bantuan dengan penyediaan sarana dan fasilitas yang dibutuhkan dalam program UMKM. Tidak hanya itu pemerintah juga membantu membangun beberapa destinasi wisata yang ada di Kampung Adat Segunung seperti membangun wisata mata air.

Perlu adanya dukungan pemerintah atas perkembangan UMKM agar usaha mikro dapat terwadahi. UMKM cenderung mampu menyerap dan menghasilkan tenaga kerja yang memiliki tingkat produktivitas kinerja, dengan adanya investasi dan penerapan penggunaan teknologi seringkali mampu mencapai peningkatan produktivitasnya, UMKM memiliki tingkat fleksibelitas yang lebih unggul dibandingkan perusahaan besar (Kadeni, 2020: 198). Adapun Peran UMKM bagi kesejahteraan masyarakat Kampung Adat Segunung yakni UMKM sebagai salah satu sarana untuk mengentaskan kemiskinan. Karena tingginya angka penyerapan tenaga kerja oleh UMKM menjadi peluang bagi masyarakat kampung yang belum memiliki pekerjaan atau pengangguran. Melihat mayoritas penduduk Kampung Adat Segunung yang bermata pencaharian sebagai petani dan juga peternak, terkadang hasilnya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya peluang kerja dari UMKM yang ada, mereka dapat bekerja dan mendapatkan penghasilan tambahan. Sehingga ekonomi masyarakat Kampung Adat Segunung dapat meningkatkan dan kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi. Meningkatnya perekonomian berimplikasi juga pada jaminan kesehatan, sehingga masyarakat Kampung Adat Segunung tanpa ragu berobat ke dokter ketika sakit. Peningkatan-peningkatan tersebut menghadirkan perbaikan atas kualitas hidup dari masyarkat Kampung Adat Segunung.

Salah satu cara agar Kampung Adat Segunung menjadi mandiri adalah melalui maksimalisasi hasil UMKM untuk membangun infrastruktur yang ada di Kampung Adat Segunung agar menjadi desa wisata yang jauh lebih bagus dan indah. Sehingga masyarakat tidak hanya mengandalkan bantuan dari pemerintah saja, namun mereka juga berupaya penuh dalam proses mengembangkan UMKM-nya. Seperti pembuatan spot foto dengan ikon khas Kampung Adat Segunung hasil ide dan inovasi sendiri. Memanfaatkan limbah kayu yang sudah tidak digunakan, sehingga dapat lebih

menghemat pengeluaran modal dalam pembuatannya. Selain menjadi kampung yang mandiri mengembangkan UMKM juga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, menyekolahkan anaknya, dapat membuka usaha baru, dan terjamin kesehatannya. Hal ini terlihat bahwasanya sebagian besar anak warga setempat berkuliah di perguruan tinggi. Terdata bahwa desa Carang Wulung memiliki tamatan Diploma 11 orang, Strata I 55 orang dan Strata II 1 orang (Kecamatan Wonosalam dalam Angka, 2021: 37). Sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih sejahtera setelah adanya UMKM desa wisata Kampung Adat Segunung ini.

Dijadikannya Kampung Adat Segunung sebagai desa wisata juga berimplikasi pada meningkatkan solidaritas antar masyarakat. Masyarakat mengembangkan UMKM di Kampung Adat Segunung dengan sistem gotong-royong atau bersama sama. Semangat gotong-royong masyarakat kampung ini masih sangat kental. Hal ini terlihat bahwasanya masyarakat Kampung Adat Segunung baik tua muda mereka sangat kompak dan gotong royong dalam pembangunan desa, dengan adanya solidaritas yang tinggi antar warga maka dapat terwujudnya kampung yang mandiri dengan berbagai produk UMKM yang dimiliki. Masyarakat Kampung Adat Segunung juga saling membantu jika salah satu tetangga memiliki hajat atau memperbaiki rumah, tetangga yang lain ikut membantu dalam pelaksanaan dan pembangunan rumah tersebut. Saling bekerjasama dalam pembangunan desa khususnya dalam pengembangan UMKM Kampung Adat Segunung, mereka saling melengkapi apabila salah satu dari mereka tidak dapat berperan secara utuh dalam pembangunan desa. Seperti ketika ada pameran budaya untuk mempromosikan produk UMKM nya, ketua pengelola Kampung Adat Segunung tidak dapat menghadiri acara tersebut dikarenakan harus menghadiri acara lain, maka warga atau anggota sekretariat yang lain siap menggantikan ketua pengelola dalam menghadiri acara pameran budaya tersebut sehingga tidak ada kekosongan dalam melakukan pengembangan UMKM ini. Dengan bekerjasama dengan baik guna mencapai tujuan bersama, masyarakat Kampung Adat Segunung dapat dengan mudah mengkoordinasi bagian dalam mengelola fungsi lain.

Masyarakat tetap melestarikan budaya mereka, oleh karena itu mereka membuat desa wisata Kampung Adat Segunung dengan tetap menjaga kearifan lokal yang ada. Seperti semangat gotong-royong yang masih sangat kuat, sikap saling membantu sesama, sikap ramah, dan juga menyediakan makanan makanan jaman dahulu seperti nasi jagung, nasi tiwul, minuman jamu dan kopi. Dengan begitu budaya dan peraturan dengan

kearifan lokal yang ada di kampung adat segunung tetap terjaga. Pola pemeliharaan tersebut disebut Coleman sebagai norma, yaitu muncul dan dipelihara oleh beberapa orang yang mana terdapat keuntung-keuntungan yang dihasilkan dari kepatuhan atas norma dan merasa dirugikan jika melanggar norma tersebut (Ritzer, 2012:764). Komitmen yang pelihara oleh masyarakat sebagai wujud norma yang cukup efektif untuk menciptakan konsensus. Terbukti dengan semakin bersahajanya masyarakat Kampung Adat Segunung dengan lokalitasnya.

Kesimpulan

Masyarakat yang mampu bertahan dagi guncangan pandemi *covid 19*, terutama di bidang ekonomi adalah masyarakat yang menyadari potensi diri dan lingkungan di sekitarnya. Melalui hal yang sederhana yang hidup dalam balutan lokalitas justru mampu lebih mudah beradaptasi jika sistem global mengguncang stabilitas masyarakat. Tanpa bergantung pada pihak luar/ pihak lain, masyarakat Kampung Adat Segunung dapat menyelesaikan dengan bekal kemandirian yang dimiliki. Swadaya yang mereka tanamkan melalui nilai-nilai solidaritas yang dikuatkan dengan semangat gotong-royong dapat menguatkan masyarakat ketika menghadapi masalah global. Pondasi norma yang terbangun menjadi kekuatan tersendiri bagi masyarakat untuk kembali bangkit menggerakkan perekonomian dengan potensi lokal yang dimiliki masyarakat. Tentunya dengan terus-menerus beradapatasi dengan perubahan dan meresponnya dengan menciptakan inovasi-inovasi pembangunan.

Pilihan rasional para aktor dalam pemanfaatan sumber daya yang dimiliki masyarakat Kampung Adat Segunung menjadi satu langkah efektif untuk keluar dari keterpurukan ekonomi di masa pandemi *covid 19*. Berbekal UMKM yang telah dirintis sebelum pandemi terjadi, masyarakat kembali bangkit dengan pilihan-pilihan rasional yang memaksimalkan keuntungan bagi masyarkat. Yakni menghasilkan produk unggulan dengan tanpa meninggalkan ciri khas lokalitas masyarakat Kampung Adat Segunung. Pelayanan yang diberikan juga semakin ditingkatkan, baik dalam penyambutan wisatawan dengan protokol kesehatan, serta pelayanan secara online. Rasionalitas ini menjadi pilihan efektif bagi masyarakat, dengan dibuktikan semakina membaiknya kondisi perekonomian di Kampung Adat Segunung. Hal ini dikuatkan oleh komitmen yang dipelihara oleh masyarakat akan norma-norma yang menjadi acuan dalam menjaga solidaritas.

Daftar Pustaka

CNN Indonesia. (2020). *Sesuai UU & Amanat PBB, Epidemiolog Sebut Vaksin Harus Gratis.* https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201215175414-20-582529/sesuai-uu-amanat-pbb-epidemiolog-sebut-vaksin-harus-gratis

Daroin, Ana Dhaoud, Joyoatmojo Soetarno, dan Sisilanigsih. (2015). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM Handycraft Kayu Jati Di Dusun Bandar Desa Batokan Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri 1(2).* https://www.neliti.com/publications/13869/upaya-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-handycraft-kayu-jati-di-d

Ekantoro, Julyanto, dkk.. (2021). Branding Desa Wisata Kampung Adat Segunung, Jombang Melalui Media Sosial. Jurnal Abdi Bhayangkara Ubhara Surabaya *3(1) 2021* http://ejournal.lppm.ubhara.id/index.php/jurnal_abdi/article/view/134/120

Fakih, Mansour. (2009). Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Insist

Hidayat, Anwar. (2012). *Statistikian. Penelitian Kualitatif (Metode): Penjelasan Lengkap.* https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html,

https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-pemulihan-ekonomi-terjaga-kerja-keras-apbn-berlanjut-di-tahun-2022/

https://www.jombangkab.go.id/opd/dlh/berita/festival-kampung-iklim-yang-dilaksanakan-di-kampung-adat-segunung--peringatan-hari-lingkungan-hidup

http://persadaposnews.com/2021/06/05/gelar-potensi-kampung-adat-segunung-tahun-2021/

Kadeni dan Srijani, Ninik. (2020). *Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.* Jurnal Equilibrium 8(2).

Kecamatan Wonosalam Dalam Angka 2021. (2021). Jombang: BPS Kabupaten Jombang

Natalia, Michelle. (2021). *Begini Kondisi UMKM Selama Pandemi Covid-19, 11 Juta Pelaku Usaha Gulung Tikar.* https://economy.okezone.com/read/2021/09/22/320/2475317/begini-kondisi-umkm-selama-pandemi-covid-19-11-juta-pelaku-usaha-gulung-tikar

Pratiwi, Mirza Ayunda, dkk. (2021). *Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang.* https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/29.pdf

Ritzer, George. (2012). Teori Sosiologi Dari Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern Edisi ke-8. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Salim, Agus. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Soleha, Arin Ramadhiani. (2020). Kondisi Umkm Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekombis* 6(2) November 2020 http://jurnal.utu.ac.id/ekombis/article/view/2881

Syafi'i, Moh. (2020). *Wisata Nuansa Pedesaan Di Jombang, Kunjungi Kampung Adat Segunung*. https://travel.kompas.com/read/2020/03/12/180548527/wisatanuansa-pedesaan-di-jombang-kunjungi-kampung-adat-segunung?page=all

Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabet

Sukmawati, Ayu. (2021). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Panggok Desa Slarang Kesugihan Cilacap*. Skripsi tidak diterbitkan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Tadjuddin dan Mayasari, Nur. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Jurnal Islam Manajemen dan bisnis*. 2(1)

Ukkas, Imran. (2017). *Strategi Dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 1(1).

Utami, Betty Silfia Ayu. 2021. Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *ECONOMIE* 3(1) Juni 2021 https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/viewFile/1511/1015

Zahidi, Ahmad. (2022). Analisis Kondisi UMKM pada Masa Pandemi COVID-19 di Kota Pekanbaru (Studi Kasus UMKM Makanan dan Minuman). *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)* 18(1) Februari 2022. https://jip.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIP/article/view/5836/pdf_1

© 2022 by the authors. This article is an open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution -ShareAlike 4.0 International (CC BY SA) license.