

Pelatihan Inovasi Produk Ramah Lingkungan untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura

Mariaty Ibrahim¹, Etika¹, Elti Martina¹, M. Zacky Faluti¹, Nurul Asyifa¹, Yogi Prambudi¹

¹ Universitas Riau, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

Product Innovation;
MSMEs;
Environmentally Friendly
Products;
Community Empowerment

Article history:

Received 2026-04-20

Revised 2026-05-23

Accepted 2026-06-27

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting community economic growth and enhancing the competitiveness of tourism destinations through the provision of products and services that meet tourists' needs. However, many MSME actors in tourism areas still face limitations in developing innovative products based on environmental sustainability principles. This community service program aimed to enhance the capacity of MSME actors in developing environmentally friendly products through product innovation training conducted in the Taman Bunga Okura Tourism Area, Pekanbaru. The program was implemented using a community education approach in the form of educational seminars, focus group discussions (FGDs), and participatory approaches through direct training for MSME participants. The activities included needs assessment, preparation of training materials, presentation of eco-friendly product concepts, interactive discussions, case studies, and simulations of product development based on local resources. The results indicated an improvement in participants' understanding of sustainable business concepts, the utilization of environmentally friendly materials, and awareness of market opportunities for green products in the tourism sector. Furthermore, participants gained a better understanding of the importance of packaging innovation, waste reduction, and the optimization of local potential as strategies for enhancing business competitiveness. This program is expected to contribute to strengthening tourism-based MSMEs and promoting more environmentally sustainable local economic development.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Mariaty Ibrahim

Universitas Riau, Indonesia; mariaty.ibrahim@lecturer.unri.ac.id

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Dalam konteks destinasi wisata, keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia kebutuhan wisatawan, tetapi juga sebagai bagian dari atraksi pendukung yang memperkuat identitas lokal suatu kawasan. UMKM berperan dalam menghasilkan produk khas daerah, kuliner lokal, kerajinan, hingga jasa pendukung wisata yang secara langsung memengaruhi pengalaman wisatawan selama berkunjung (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2024; Basit et al., 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, paradigma pembangunan pariwisata mengalami perubahan menuju konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (UNWTO, 2023). Pergeseran preferensi konsumen, khususnya wisatawan, menunjukkan meningkatnya perhatian terhadap isu keberlanjutan lingkungan dalam keputusan pembelian produk dan jasa wisata (Font & McCabe, 2017). Wisatawan mulai menunjukkan kecenderungan memilih produk yang menggunakan bahan alami, minim limbah plastik, memiliki kemasan ramah lingkungan, serta mendukung praktik usaha yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Han, 2021). Perubahan pola konsumsi tersebut menjadi indikator bahwa pelaku usaha di kawasan wisata perlu menyesuaikan strategi pengembangan produknya agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

Di sisi lain, berbagai penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai hambatan dalam mengembangkan usaha berbasis keberlanjutan. Rendahnya literasi bisnis hijau, keterbatasan akses terhadap inovasi produk, serta minimnya pemanfaatan sumber daya lokal menjadi kendala utama yang menyebabkan produk UMKM kurang memiliki nilai tambah dan daya saing (Basit et al., 2024; Purwandani & Michaud, 2021). Padahal, pemanfaatan bahan baku lokal dan penerapan prinsip usaha ramah lingkungan dapat menjadi strategi diferensiasi produk sekaligus memperkuat identitas destinasi wisata.

Kawasan Wisata Taman Bunga Okura di Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru merupakan salah satu destinasi wisata berbasis alam yang memiliki potensi pengembangan ekonomi masyarakat melalui aktivitas UMKM lokal. Kawasan ini memiliki karakter lingkungan yang mendukung pengembangan produk berbasis sumber daya lokal dan konsep wisata berwawasan lingkungan. Namun demikian, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di kawasan tersebut masih menjalankan usaha secara konvensional, baik dari sisi pengelolaan bahan baku, inovasi produk, penggunaan kemasan, maupun pengelolaan limbah usaha. Kondisi ini berpotensi membatasi kemampuan usaha dalam memenuhi tuntutan pasar wisata yang semakin memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura adalah masih terbatasnya pemahaman mengenai pengembangan produk ramah lingkungan, rendahnya inovasi usaha berbasis keberlanjutan, serta belum optimalnya pemanfaatan sumber daya lokal sebagai produk bernilai tambah yang sesuai dengan preferensi wisatawan modern. Selain itu, perubahan tren konsumen yang semakin memperhatikan aspek lingkungan menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi melalui inovasi produk yang lebih kompetitif dan berorientasi pada prinsip keberlanjutan.

Berbagai kegiatan pemberdayaan UMKM telah dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran umum tanpa secara spesifik mengintegrasikan pendekatan produk ramah lingkungan sebagai strategi peningkatan daya saing destinasi wisata (Basit et al., 2024; Kamilah et al., 2023; Wandiani, 2022). Padahal, integrasi prinsip keberlanjutan dalam pengembangan produk dapat menjadi sumber diferensiasi sekaligus memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar wisata yang semakin berorientasi pada isu lingkungan (Han, 2021; Nosratabadi et al., 2019). Oleh karena itu, diperlukan intervensi berbasis pendidikan masyarakat yang

tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis pelaku usaha, tetapi juga membangun kesadaran mengenai pentingnya inovasi produk yang mendukung pelestarian lingkungan.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan pada upaya menjawab bagaimana peningkatan kapasitas pelaku UMKM dapat dilakukan melalui pelatihan inovasi produk ramah lingkungan, serta bagaimana pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya praktik usaha berkelanjutan dapat diperkuat untuk mendukung daya saing usaha di kawasan wisata. Berbagai kegiatan pemberdayaan UMKM telah dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran secara umum tanpa secara spesifik mengintegrasikan pendekatan produk ramah lingkungan sebagai strategi penguatan usaha di destinasi wisata (Kamilah et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pendidikan masyarakat yang tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi berbasis keberlanjutan.

Sejalan dengan hal tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memahami konsep produk ramah lingkungan, mengembangkan inovasi produk berbasis sumber daya lokal, serta memperkuat kapasitas usaha melalui penerapan prinsip keberlanjutan yang relevan dengan kebutuhan pasar wisata. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan mendorong kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi masyarakat berbasis pariwisata berkelanjutan di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program Pelatihan Inovasi Produk Ramah Lingkungan bagi UMKM di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura sebagai upaya meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memahami konsep *green product*, pemanfaatan bahan baku lokal, pengurangan limbah usaha, serta peluang pengembangan pasar produk berkelanjutan. Program ini diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM sekaligus mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di kawasan wisata Taman Bunga Okura.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura, Kelurahan Tebing Tinggi Okura, Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM dan masyarakat yang menjalankan aktivitas ekonomi di kawasan wisata tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan pendidikan masyarakat melalui seminar edukatif, *focus group discussion* (FGD), dan metode partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual mengenai produk ramah lingkungan, tetapi juga pengalaman langsung dalam mengidentifikasi potensi bahan lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi.

Sasaran kegiatan pengabdian ini sebanyak 10 orang dan merupakan keterwakilan dari pelaku UMKM di kawasan wisata Taman Bunga Okura. Jumlah peserta disesuaikan dengan kapasitas pelaksanaan pelatihan yang mengedepankan pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif. Jumlah tersebut dinilai memadai untuk mendukung efektivitas diskusi, praktik langsung, serta proses transfer pengetahuan kepada peserta sehingga tujuan kegiatan dapat tercapai secara optimal.

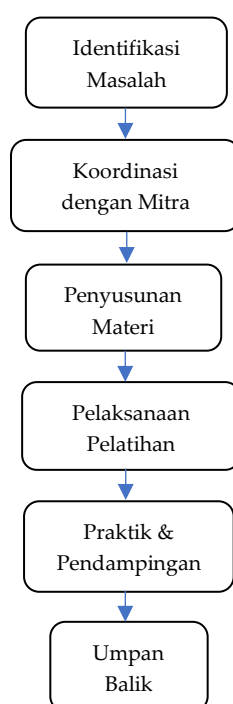
Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi lapangan dan komunikasi awal dengan pelaku UMKM serta masyarakat setempat. Pada tahap ini dilakukan pemetaan permasalahan utama yang dihadapi masyarakat, khususnya terkait rendahnya inovasi usaha, keterbatasan pemahaman mengenai produk ramah lingkungan, dan belum optimalnya pemanfaatan sumber daya lokal sebagai produk bernilai tambah.

Tahap kedua merupakan tahap persiapan kegiatan yang mencakup koordinasi dengan pemangku kepentingan setempat, penyusunan materi pelatihan, persiapan media edukasi, serta penyusunan skenario praktik pelatihan. Materi pelatihan difokuskan pada pengenalan konsep produk ramah lingkungan, pentingnya inovasi usaha berbasis keberlanjutan, pemanfaatan bahan baku lokal,

pengurangan limbah usaha, dan strategi pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan modern.

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan kegiatan inti yang terdiri atas penyampaian materi, diskusi interaktif, demonstrasi pembuatan produk sederhana berbasis sumber daya lokal, dan praktik langsung oleh peserta. Pada tahap praktik, peserta diajak untuk mengidentifikasi potensi bahan yang tersedia di lingkungan sekitar yang dapat dimanfaatkan menjadi produk kreatif dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Proses ini dilakukan melalui pendekatan brainstorming dan pendampingan langsung oleh tim pelaksana.

Tahap terakhir berupa evaluasi kegiatan yang dilakukan secara deskriptif melalui observasi dan tingkat partisipasi peserta, respons selama kegiatan berlangsung, kemampuan peserta dalam memahami materi, serta umpan balik terhadap manfaat kegiatan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap konsep produk ramah lingkungan dan peluang implementasinya pada usaha masing-masing.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan inovasi produk ramah lingkungan di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura menunjukkan respons yang positif dari peserta. Antusiasme masyarakat terlihat melalui keterlibatan aktif selama proses pelatihan, baik pada sesi penyampaian materi, diskusi, maupun praktik langsung pengembangan produk berbasis sumber daya lokal. Tingginya partisipasi peserta menunjukkan adanya kebutuhan nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha, khususnya dalam pengembangan produk yang relevan dengan tren pasar wisata yang semakin memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan kegiatan Pelatihan

No	Jenis Kegiatan	Partisipasi Peserta	Alat Bantu	Durasi/Waktu
1	Pembukaan dan Perkenalan Kegiatan	Peserta mengikuti pembukaan, perkenalan tim, serta penyampaian tujuan kegiatan	Laptop, LCD Proyektor, Mikrofon	15 menit
2	Penyampaian Materi Konsep Produk Ramah Lingkungan	Peserta mengikuti seminar edukatif dan aktif dalam sesi tanya jawab	Laptop, LCD Proyektor, PPT, Handout	60 menit
3	Diskusi Interaktif dan Focus Group Discussion (FGD)	Peserta berdiskusi mengenai permasalahan usaha, potensi lokal, dan peluang inovasi produk	Laptop, LCD Proyektor, Kertas Diskusi, Alat Tulis	45 menit
4	Studi Kasus Pengembangan Produk Ramah Lingkungan	Peserta menganalisis contoh produk dan mengidentifikasi peluang penerapan pada usaha masing-masing	Modul Studi Kasus, Handout	30 menit
5	Demonstrasi Produk Berbasis Sumber Daya Lokal	Peserta mengamati demonstrasi pemanfaatan bahan lokal dan limbah menjadi produk bernilai tambah	Bahan praktik, alat kerajinan, contoh produk	45 menit
6	Praktik dan Simulasi Pengembangan Produk	Peserta melakukan praktik langsung dan menyusun ide inovasi produk ramah lingkungan	Bahan praktik, alat kerajinan, lem, gunting, bahan lokal	60 menit
7	Umpan Balik Kegiatan	Peserta memberikan tanggapan, evaluasi, dan refleksi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan	Wawancara peserta	15 menit
8	Penutupan	Peserta mengikuti penutupan dan dokumentasi kegiatan	Kamera dokumentasi	10 menit

Pembahasan

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di kawasan wisata masih menghadapi keterbatasan dalam memahami konsep produk ramah lingkungan dan pengembangan usaha berbasis keberlanjutan. Produk yang dihasilkan umumnya masih bersifat konvensional, belum memiliki diferensiasi berbasis nilai lingkungan, dan masih terbatas dalam pemanfaatan bahan baku lokal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi lokal yang tersedia dengan kemampuan masyarakat dalam mengolahnya menjadi produk bernilai tambah. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa UMKM pada umumnya menghadapi hambatan dalam mengadopsi praktik bisnis hijau karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya (Nugroho et al., 2022).

Pada tahap penyampaian materi, peserta memperoleh pemahaman mengenai perubahan tren perilaku konsumen wisata yang mulai mengarah pada preferensi terhadap produk yang lebih ramah lingkungan. Diskusi menunjukkan bahwa sebagian peserta sebelumnya belum menyadari bahwa aspek lingkungan dapat menjadi nilai tambah usaha. Setelah mendapatkan materi, peserta mulai memahami bahwa penggunaan bahan alami, pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, serta

pemanfaatan limbah atau bahan lokal dapat menjadi strategi diferensiasi produk yang menarik bagi wisatawan. Hal ini mendukung temuan Naraya et al. (2020) bahwa kesadaran lingkungan dan keunikan material alami merupakan faktor utama yang mendorong wisatawan untuk membeli produk hijau di destinasi wisata. Dampak positif dari penerapan atribut ramah lingkungan ini juga dikonfirmasi dari penelitian sebelumnya yang mengungkapkan strategi pemasaran hijau secara konsisten berhasil memicu perubahan perilaku konsumsi yang nyata dan bertanggung jawab terhadap kelestarian alam (Putri et al., 2021). Lebih lanjut, strategi diferensiasi produk berbasis lingkungan ini menjadi semakin relevan mengingat pasar wisatawan di masa depan, khususnya Generasi Z, menuntut adanya pemenuhan nilai ekonomi dan keterlibatan moral yang nyata dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata (Yanti et al., 2025).



Gambar 1. Sosialisasi dan Praktik Pelatihan kepada Pelaku UMKM Kawasan Wisata Okura

Sesi diskusi interaktif menjadi bagian penting dalam kegiatan karena memungkinkan peserta berbagi pengalaman usaha dan mendiskusikan tantangan nyata yang dihadapi. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa keterbatasan akses informasi dan modal menjadi kendala dalam melakukan inovasi produk. Namun demikian, adanya contoh studi kasus dari daerah lain memberikan gambaran bahwa inovasi berbasis lingkungan dapat diterapkan secara bertahap sesuai kemampuan usaha. Pendekatan partisipatif dinilai efektif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat karena meningkatkan rasa kepemilikan terhadap proses pembelajaran (Istanto et al., 2024).

Pada tahap praktik dan demonstrasi, peserta diajak untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan pemanfaatan bahan yang tersedia di lingkungan sekitar menjadi produk yang lebih inovatif dan memiliki peluang ekonomi. Kemudian peserta mulai mampu mengidentifikasi bahan baku lokal yang dapat dimanfaatkan menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Salah satu bahan yang dimanfaatkan adalah wadah plastik bekas yang diintegrasikan dengan pemanfaatan lidi sawit, sebagai pemanfaatan komoditas perkebunan lokal. Limbah tersebut ditransformasikan menjadi produk kerajinan tangan fungsional seperti wadah pensil atau vas hias estetik. Integrasi material organik (lidi sawit) dan anorganik (botol plastik bekas) ini mengimplementasikan prinsip ekonomi sirkular melalui metode *upcycling*, yang secara nyata memperpanjang siklus pakai plastik domestik sekaligus mengurangi pembuangan pelepah sawit di sekitar kawasan wisata (Windiani., 2022). Ditinjau dari aspek ekonomi, pemanfaatan bahan mentah berbasis limbah lokal ini mampu memangkas biaya produksi seminimal mungkin sehingga menawarkan margin profitabilitas yang tinggi bagi pelaku UMKM skala mikro (Dumaria et al., 2021).

Selain itu, peserta memperoleh wawasan mengenai peluang pemasaran produk ramah lingkungan yang dapat dikembangkan sebagai identitas khas kawasan wisata Taman Bunga Okura.

Penguatan identitas lokal melalui produk UMKM menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan destinasi wisata yang berdaya saing (Rizal; Rakhmawati, 2025). Proses praktik ini mendorong peserta untuk berpikir lebih kreatif dalam melihat potensi lingkungan sebagai sumber inspirasi usaha. Pendekatan partisipatif yang diterapkan terbukti membantu meningkatkan keterlibatan peserta karena pembelajaran tidak hanya berlangsung secara teoritis, tetapi juga melalui pengalaman langsung.

Selain peningkatan pengetahuan, hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan perspektif peserta terhadap praktik usaha yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Sebelumnya, sebagian besar peserta memandang konsep ramah lingkungan sesuatu yang sulit diterapkan dan membutuhkan biaya tinggi. Namun, setelah kegiatan pelatihan berlangsung peserta mulai memahami bahwa inovasi sederhana berbasis sumber daya lokal justru dapat menjadi strategi penguatan identitas usaha sekaligus meningkatkan daya saing di kawasan wisata. Temuan ini sejalan dengan Kamilah et al. (2023) yang menyatakan bahwa penguatan identitas lokal melalui produk khas menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung daya tarik destinasi wisata.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan inovasi produk ramah lingkungan dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di kawasan wisata. Kegiatan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya inovasi produk ramah lingkungan sebagai strategi peningkatan daya saing usaha dan penguatan ekonomi masyarakat berbasis pariwisata berkelanjutan. Selain itu, membuka wawasan terhadap potensi sumber daya lokal sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi dan relevansi dengan kebutuhan wisatawan modern.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan inovasi produk ramah lingkungan bagi UMKM di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura berhasil meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran peserta mengenai pentingnya pengembangan usaha berbasis keberlanjutan lingkungan. Melalui pendekatan edukatif, diskusi partisipatif, serta praktik langsung, peserta memperoleh wawasan baru mengenai pemanfaatan sumber daya lokal sebagai produk bernilai tambah yang sesuai dengan preferensi wisatawan modern.

Kegiatan ini juga mendorong perubahan perspektif pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi produk sebagai strategi peningkatan daya saing usaha di kawasan wisata. Pemahaman mengenai penggunaan bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah, dan penguatan identitas produk lokal menunjukkan bahwa praktik usaha berkelanjutan dapat diterapkan secara bertahap sesuai kondisi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara nyata dalam pengembangan usaha masyarakat serta mendukung terciptanya ekosistem pariwisata yang lebih berkelanjutan di Kawasan Wisata Taman Bunga Okura.

REFERENSI

- Basit, S. A., Gharleghi, B., Batool, K., Hassan, S. S., Jahanshahi, A. A., & Kliem, M. E. (2024). Review of enablers and barriers of sustainable business practices in SMEs. *Journal of Enterprise Information Management*, 37(3), 882–910. <https://doi.org/10.1016/j.jiect.2024.03.005>.
- Dumaria, D., Adrian, B., Dandi, D., Ananda, I., Canda, P., Kanida, S., & Soehardi, F. (2021). Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit Menjadi Inovasi Kerajinan Bernilai Jual. *SENKIM: Seminar Nasional Karya Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 351–355.
- Font, X., & McCabe, R. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>
- Garnasih, R. L. (2020). Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit Menjadi Produk Bernilai Ekonomis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 3(2), 96–102.

- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042.
- Heryati, A., & Sutawidjaya, A. H. (2024). Application of green business in the development of the MSME industry. *CORAL: Journal of Community Relations and Actions*, 4(1), 45–52.
- Istanto, T., Rachmawan, A., & Francis, M. (2024). Efektivitas sosialisasi sebagai pendekatan partisipatif dalam penumbuhan rasa kepemilikan program sosial. *SHARE: Journal of Service Learning*, 10(1), 34–45.
- Kamilah, F., Khairani, Z., & Soviyanti, E. (2023). Upaya peningkatan daya tarik wisata berbasis edukasi di Taman Bunga Okura. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Diklat*, 7(1), 126–132. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v7i1.1173>.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan data UMKM Indonesia 2024*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Narayana, I. M. C., Negara, I. M. K., & Wijaya, N. (2020). Faktor yang mempengaruhi wisatawan membeli produk hijau di destinasi wisata. *Jurnal Industri Perjalanan Wisata*, 8(1), 45–56.
- Nosratabadi, S., Mosavi, A., Shamshirband, S., Zavadskas, E. K., Rakotonirainy, A., & Chau, K. W. (2019). Sustainable business models: A review. *Sustainability*, 11(6), 1663.
- Purwandani, J. A., & Michaud, A. (2021). What are the drivers and barriers for green business practice adoption for SMEs?. *Environment Systems and Decisions*, 41(4), 577–593, doi: 10.1007/s10669-021-09821-3.
- Putri, N. M. D. R., Syawal, R. I., Handayani, N., Asmawih, Faluti, M. Z., & Marsha, B. (2021). Pengaruh green marketing terhadap green consumer behavior Fore Coffee di Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 6(2), 115–126. <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/211>
- Rakhmawati, D. (2025). Identity-based branding strategies for sustainable tourism development in rural contexts. *Journal of Sustainable Tourism Communication*, 3(1), 45–58.
- Rizal, M. (2025). Strategi UMKM Lokal Dalam Memanfaatkan Potensi Ekonomi Pariwisata. *Jurnal Economina*. 4(4), 143–149.
- Siregar, E., Suryani, S., & Helilintar, R. (2024). Pelatihan akuntansi pariwisata pada Kelompok Tani Taman Bunga Okura Rumbai. *JUDIKAT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 112–119.
- UNWTO. (2023). *Tourism for Sustainable Development Goals - Good Practices*. Madrid: World Tourism Organization.
- Windiani, W. (2022). Peningkatan produktivitas kerajinan lidi dengan mengoptimalkan limbah pelepah sawit di Desa Sei Tampang berbasis desain dan pemasaran online. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1490–1498. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.11554>.
- Yanti, N. K. D. A., Sudiarta, M., & Windasari, I. A. M. (2025). Membangun perilaku pro-lingkungan wisatawan Gen Z untuk pariwisata berkelanjutan.
- Yudawisastra, H., Hapsari, A., Purliantoro, D., Qamri, G., & Hanim, W. (2025). THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCTS ON GREEN MARKETING AND SUSTAINABLE TOURISM. *TRIKONOMIKA*, 24(1), 21–31. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v24i1.21200>.