



PERPUTARAN EKONOMI UMKM LOKAL PADA FESTIVAL GOLO KOE, LABUAN BAJO

Reynaldo Angga Siagian¹ Roseven Rudiyanto² Ni Wayan Noviana Safitri³ I Nengah Dasi
Astawa⁴

Article history:

Submitted: 15 Januari 2025

Revised: 31 Januari 2025

Accepted: 05 Februari 2025

Keywords:

Golo Koe Festival;

Income;

Labuan Bajo;

MSMEs;

Abstract

This study aims to analyze the characteristics and factors influencing the income of Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) participating in the Golo Koe Festival at the Waterfront area, Labuan Bajo. Data were collected through direct observation, the distribution of questionnaires, and semi-structured interviews with the stand owners or managers. A sample of 34 MSMEs was selected using stratified random sampling. Data validity was ensured through source triangulation, as well as validity and reliability tests of the questionnaires. The analytical techniques used included descriptive quantitative analysis and multiple regression with SPSS. The results showed that the majority of MSMEs sold food products, followed by crafts and clothing. The participating MSMEs had varying levels of business experience, with most having operated for several years. The regression results indicated that the factors significantly influencing MSME income were the length of business operation and operational costs, while other variables such as participation frequency and the number of employees did not show a significant effect. MSMEs expressed the need for improvements in facilities, more active product promotion, longer festival duration, and more entertainment to attract visitors. These findings provide insights for festival organizers and stakeholders to enhance the experience and income of MSMEs in future similar events.

Kata Kunci:

Festival Golo Koe;

Labuan Bajo;

Pendapatan;

UMKM;

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berpartisipasi dalam Festival Golo Koe di kawasan Waterfront, Labuan Bajo. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, penyebaran kuesioner, dan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik atau pengelola stand. Sampel yang digunakan terdiri dari 34 UMKM yang dipilih secara acak berstrata. Validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber serta uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis kuantitatif deskriptif dan regresi berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas UMKM berjualan produk makanan, diikuti produk kriya dan sandang. UMKM yang berpartisipasi memiliki pengalaman usaha yang bervariasi, dengan sebagian besar beroperasi selama beberapa tahun. Hasil regresi menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM adalah lama berdirinya usaha dan biaya operasional, sementara variabel lain seperti jumlah partisipasi dan jumlah tenaga kerja tidak menunjukkan pengaruh signifikan. UMKM berharap adanya perbaikan fasilitas, promosi produk yang lebih aktif, peningkatan durasi festival, dan lebih banyak hiburan untuk menarik pengunjung. Temuan ini memberikan wawasan bagi penyelenggara festival dan pihak terkait untuk meningkatkan pengalaman dan pendapatan UMKM pada acara serupa di masa mendatang.

Politeknik eLBajo Commodus, Nusa Tenggara Timur, Indonesia^{1,3}

Email: reynaldo25angga@gmail.com¹, roseven@poltekelbajo.ac.id³

Universitas Pendidikan Nasional, Bali, Indonesia⁴

Email: dasiastawa_nengah@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang vital dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia adalah dengan menciptakan lapangan kerja (Arifin *et al.*, 2021) dan mengurangi kemiskinan (Nursini, 2020). Selain itu, Judijanto & Othman (2024) menjelaskan bahwa UMKM juga memperkuat ekonomi suatu daerah. Salah satu strategi pengembangan UMKM ialah keterlibatan dalam industri pariwisata. Semakin banyak permintaan wisatawan maupun industri pariwisata, maka akan dapat semakin membangunkan produktivitas sektor-sektor ekonomi. Yudha & Purbadharmaja (2019) mengungkapkan bahwa kegiatan pariwisata dapat menimbulkan permintaan (demand) akan barang dan jasa sehingga merangsang pertumbuhan produksi. Selain itu, Badoc-Gonzales *et al.*, (2022) menambahkan bahwa sektor pariwisata sebagian besar terdiri dari pelaku UMKM. Terlebih, UMKM juga dapat terlibat dalam penyelenggaraan festival kepariwisataan. Penyelenggaraan festival memberikan manfaat terhadap pertumbuhan UMKM. Hauptfleisch dalam Cudny (2016) menyebutkan bahwa salah satu komponen dari festival ialah perekonomian lokal. Alamsyahbana *et al.*, (2023) membuktikan bahwa acara kepariwisataan mempengaruhi pertumbuhan UMKM dengan menstimulus peningkatan penjualan. Terlebih, Son *et al.*, (2021) berpendapat bahwa pelaku UMKM harus memanfaatkan penyelenggaraan acara kepariwisataan sebagai upaya peningkatan UMKM.

Labuan Bajo yang terletak di Kabupaten Manggarai Barat merupakan destinasi pariwisata yang berkembang di Indonesia. Perkembangan Labuan Bajo dapat dilihat dari pertumbuhan peningkatan jumlah wisatawan yang bermalam di Kabupaten Manggarai Barat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur (2023) jumlah tamu menginap di Manggarai Barat mencapai 142.965 jiwa di tahun 2021, dan pada tahun 2022 mencapai 259.574 jiwa. Salah satu acara pariwisata yang diselenggarakan di Labuan Bajo ialah Festival Golo Koe. Widyawati (2022) dan Berybe & Rudianto (2023) menjelaskan bahwa Festival Golo Koe adalah agenda kepariwisataan yang diinisiasikan oleh Gereja Keuskupan Ruteng dan didukung oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai Barat. Festival Golo Koe menjadi perayaan religius yang tidak hanya merayakan kearifan lokal tetapi juga memperkuat identitas budaya komunitas Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat. Taris & Widyati (2024) menyebutkan Festival Golo Koe telah masuk dalam Karisma *Event* Nusantara (KEN) pada tahun 2024, dimana menjadi bentuk dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dan Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores. Sutrisno (2013) menambahkan bahwa perkembangan kepariwisataan memegang peranan penting sebagai pusat pengembangan dan pertumbuhan ekonomi di dalam menciptakan iklim yang sehat dan dinamis melalui pengelolaan kegiatan usaha dan kepariwisataan terutama di Labuan Bajo yang pariwisatanya saat ini pangsa pasarnya tidak hanya wisatawan domestik namun juga internasional.

Keterlibatan UMKM dalam penyelenggaraan Festival Golo Koe menjadi salah satu kegiatan strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Para pelaku UMKM menawarkan produk dan jasa kepada pengunjung festival yang merupakan wisatawan dan masyarakat lokal. Selain itu, UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan visibilitas dan memperkuat basis pelanggan. Penelitian Widyawati (2022) terkait Festival Golo Koe sebelumnya membahas dari sudut pandang peran Gereja Katolik dalam mendukung kebijakan pemerintah terkait pengembangan kepariwisataan di Flores Barat. Berybe & Rudianto (2023) meneliti bahwa Festival Golo Koe sebagai bentuk implementasi moderasi beragama. Dengan kata lain, belum tersedia penelitian yang membahas tentang dampak Festival Golo Koe dari sudut pandang UMKM, seperti partisipasi UMKM, efisiensi biaya operasional, serta peluang dan hambatan yang dihadapi dalam berpartisipasi dalam festival ini.

Pendapatan UMKM dalam festival dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM selama Festival Golo Koe, termasuk lama usaha, partisipasi di *event*, jumlah tenaga kerja, total biaya operasional, dan persepsi

dampak festival. Coad & Tamvada (2012) membuktikan bahwa lama usaha menentukan stabilitas bisnis, di mana pengalaman lebih lama meningkatkan kemampuan menghadapi pasar. Selain itu, Getz (2010) dan Tanford *et al.*, (2012) menunjukkan bahwa partisipasi dalam festival meningkatkan eksposur bisnis dan volume penjualan. Kajian Davidsson & Henrekson (2002) dan Acs & Mueller (2008) membuktikan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh pada kapasitas produksi dan layanan. Sementara itu, Habibah & Jatiningrum (2024) menyatakan pengelolaan biaya operasional yang efisien mendukung profitabilitas usaha. Purwadi *et al.*, (2023) menjelaskan persepsi UMKM terhadap dampak festival berperan dalam menilai manfaat ekonomi dan peluang bisnis.

Berdasarkan latar belakang ini, maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Festival Golo Koe serta mengidentifikasi harapan dan peluang UMKM lokal untuk berpartisipasi dalam Festival Golo Koe. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran festival ini, diharapkan dapat dikembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM lokal di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di lokasi Festival Golo Koe, yang berpusat di kawasan Waterfront, Labuan Bajo. Festival Golo Koe merupakan acara tahunan yang mengangkat potensi lokal dan budaya, di mana area sekitar Waterfront dipenuhi oleh berbagai stand UMKM yang berpartisipasi untuk mendukung dan memeriahkan acara tersebut. Untuk memperoleh data yang komprehensif mengenai UMKM yang berpartisipasi dalam Festival Golo Koe, digunakan teknik pengumpulan data observasi, kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang berpartisipasi dalam Festival Golo Koe. Populasi ini mencakup semua jenis usaha yang membuka *stand* selama festival, yang jumlahnya bervariasi setiap tahunnya. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berjumlah 34 UMKM. Pemilihan sampel dilakukan secara acak berstrata, dengan mempertimbangkan jenis usaha dan lokasi *stand* untuk memastikan representativitas. Untuk memastikan validitas data yang diperoleh dilakukan triangulasi sumber serta uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis kuantitatif deskriptif dan regresi berganda dengan SPSS.

Persamaan regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e \dots \dots \dots (1)$$

Y = Total Pendapatan UMKM

A = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$ = Koefisien Regresi

X1 = Lama Usaha

X2 = Partisipasi di *Event*

X3 = Jumlah tenaga kerja

X4 = Total biaya operasional

X5 = Persepsi Dampak Festival Terhadap UMKM

e = Margin error

Hasil observasi akan diorganisasi dalam kategori-kategori yang relevan dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan tren yang signifikan dalam kegiatan UMKM selama festival. Wawancara akan ditranskrip dan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari pengalaman dan pandangan para peserta UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 1, menunjukkan bahwa produk makanan mendominasi penjualan UMKM dengan kontribusi sekitar 82 persen. Sementara itu, produk kriya dan sandang seperti *t-shirt*, topi, dan tas hanya mencatatkan angka penjualan sekitar 9 persen. Jika dilihat dari tingkat partisipasi UMKM, Sekitar 47 persen dari UMKM yang terlibat dalam festival ini merupakan peserta baru yang pertama kali berpartisipasi pada tahun ini. Sementara itu, 24 persen telah berpartisipasi untuk kedua kalinya. Adapun sekitar 29 persen dari sampel UMKM yang terdata menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi, dengan terus mengikuti festival ini secara berturut-turut sejak tahun pertama.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Jumlah	%
Jenis Produk	Pangan	28	82
	Sandang	3	9
	Kriya	3	9
Lama Usaha	Kurang dari 1 Tahun	4	12
	1-2 Tahun	11	32
	3-4 Tahun	14	41
	Lebih dari 5 tahun	5	15
Partisipasi di event	1 kali	16	47
	2 kali	8	24
	3 kali	10	29
Jumlah Tenaga kerja	1 orang	7	21
	2 orang	11	32
	3 orang	11	32
	4 orang atau lebih	5	15

Sumber: Data penelitian, 2024

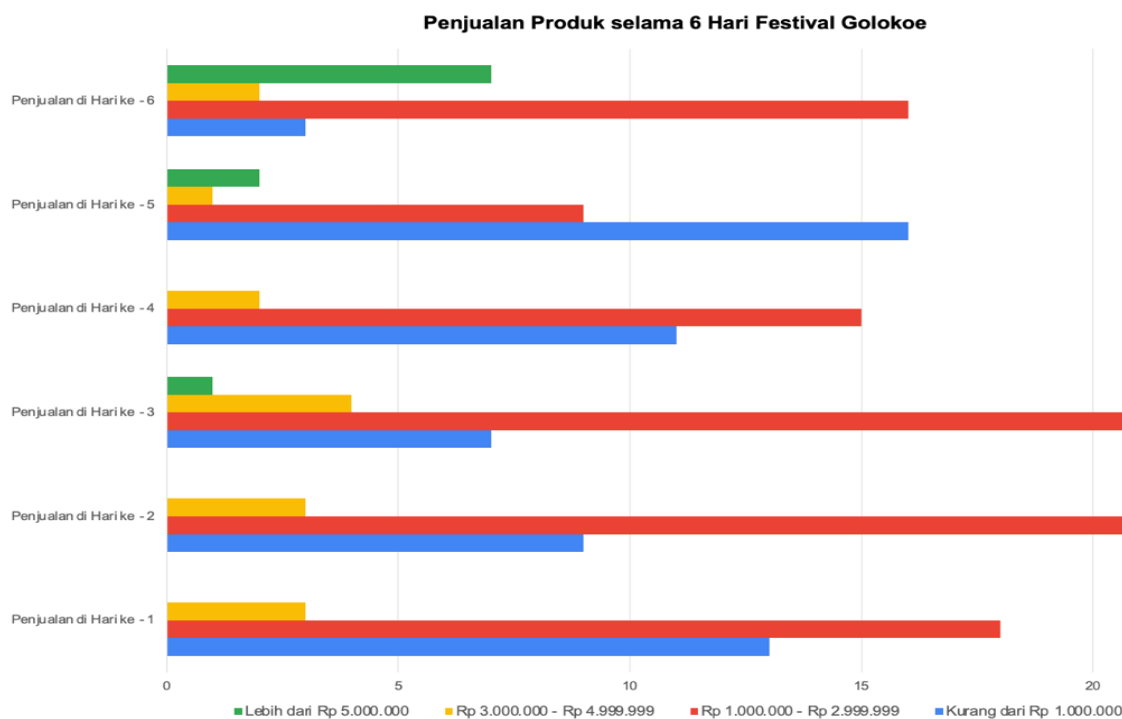
Sebagian besar pelaku usaha yang berpartisipasi dalam Festival Golo Koe telah menjalankan usahanya selama 3-4 tahun, yang menunjukkan bahwa mayoritas UMKM memiliki pengalaman yang cukup dalam mengelola bisnis. Diikuti oleh UMKM yang beroperasi selama 1-2 tahun, yang meskipun relatif baru, telah memiliki dasar yang kuat untuk berpartisipasi. Sementara itu, hanya sedikit UMKM yang baru memulai usaha kurang dari satu tahun, kemungkinan besar disebabkan oleh persyaratan pendaftaran yang mengharuskan peserta memiliki rekam jejak yang jelas. Sebagian besar pelaku UMKM di Festival Golo Koe menggunakan tenaga kerja sekitar 2-3 orang untuk membantu persiapan dan penjualan produk.



Gambar 1. Rata-Rata Pendapatan UMKM dalam Satu Hari

Berdasarkan hasil olah data pendapatan yang disajikan pada Gambar 1, rata-rata pendapatan dari produk makanan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan dua jenis produk lainnya, yakni mencapai Rp3.482.536,-. Sementara itu, rata-rata pendapatan untuk produk kriya tercatat sebesar Rp2.208.694,- dan produk sandang hanya mencapai Rp 1.203.611,-. Meskipun harga produk sandang, seperti baju dan topi, serta produk kriya, seperti kalung dan gelang, umumnya lebih mahal dibandingkan dengan makanan, produk makanan justru mendominasi penjualan selama festival berlangsung. Hal ini dapat dijelaskan oleh kecenderungan pengunjung yang mencari makanan dan minuman sebagai pendamping untuk menikmati hiburan, seperti musik dan pertunjukan seni yang ada di sekitar panggung.

Berdasarkan perhitungan, jika pendapatan harian dari penjualan produk makanan mencapai sekitar Rp3.000.000,- maka dengan asumsi pelaku UMKM berjualan secara penuh dari hari pertama hingga hari keenam, mereka diperkirakan dapat memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp18.000.000,- sebelum dikurangi biaya operasional, seperti bahan baku, sewa tempat, gaji karyawan, dan biaya lainnya.



Sumber: Data Diolah, 2024

Gambar 2. Penjualan Produk UMKM pada Festival Golo Koe

Gambar 2 menunjukkan data penjualan selama enam hari penyelenggaraan Festival Golo Koe. Terdapat variasi yang cukup signifikan dalam pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UMKM. Pada hari pertama, sejumlah pelaku usaha tercatat memperoleh pendapatan di bawah Rp1.000.000,- yang menunjukkan bahwa festival baru dimulai dan jumlah pengunjung masih relatif sedikit, sehingga transaksi belum maksimal. Namun, pada hari kedua dan ketiga, jumlah UMKM yang mencatatkan pendapatan dalam rentang Rp1.000.000,- hingga Rp2.999.999,- mengalami peningkatan, mencerminkan adanya kenaikan volume pengunjung dan aktivitas transaksi yang lebih intens. Pada hari keempat, mayoritas pelaku UMKM tercatat menghasilkan pendapatan dalam rentang yang sama, yakni

Rp1.000.000,- hingga Rp2.999.999,-. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh berbagai faktor, seperti kontinuitas kedatangan pengunjung atau permintaan yang relatif stabil sepanjang periode tersebut.

Pada hari kelima, terjadi penurunan signifikan dalam pendapatan, di mana mayoritas pelaku UMKM mencatatkan pendapatan kurang dari Rp1.000.000,-. Penurunan ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh pergeseran perhatian masyarakat yang lebih terfokus pada pemberkatan dan pengarakan patung Bunda Maria, sebuah acara penting yang mungkin mengalihkan sebagian besar pengunjung dari pameran. Penjualan tertinggi tercatat pada hari keenam, yang merupakan hari terakhir pameran. Banyak pelaku UMKM memperoleh pendapatan lebih dari Rp5.000.000,- pada hari tersebut. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung yang datang pada hari terakhir pameran, karena banyak orang yang memanfaatkan kesempatan terakhir untuk berkunjung atau membeli produk sebelum acara berakhir.

Uji regresi berganda dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM selama Festival Golo Koe berlangsung.

Tabel 2.
Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.209E7	6.630E6		-1.824	0.079
Lama Berdiri Usaha (X ₁)	3.000E6	1.035E6	0.417	2.898	0.007
Jumlah Partisipasi (X ₂)	482814.863	1.000E6	0.063	0.483	0.633
Jumlah Tenaga Kerja (X ₃)	1.187E6	818814.382	0.186	1.450	0.158
Biaya Operasional (X ₄)	0.904	0.374	0.354	2.413	0.023
Dampak Festival terhadap UMKM (X ₅)	1.581E6	1.355E6	0.157	1.167	0.253
Adjusted R Square	0.499				
F	7.585				
Sig.F	0.000				

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil regresi pada Tabel 2 menunjukkan bahwa model ini dapat menjelaskan sekitar 49,9 persen variasi dalam pendapatan UMKM, yang tercermin dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,499. Nilai ini tergolong cukup tinggi, mengindikasikan bahwa model ini mampu menggambarkan hampir setengah dari faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM. Selain itu, nilai *F-statistic* sebesar 7,585 dengan signifikansi F sebesar 0,000 menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan, yang berarti setidaknya terdapat satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan hasil regresi, terdapat dua variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, yaitu Lama Berdiri Usaha (X₁) dan Biaya Operasional (X₄). Koefisien untuk Lama Berdiri Usaha sebesar 3.000.000 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam lama berdirinya usaha akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar tiga juta rupiah. Hasil ini signifikan dengan nilai p yang lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa lama berdirinya usaha memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan UMKM. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Salim dan Rahmadhani (2024) dan Hanum (2017) dimana pendapatan suatu UMKM dipengaruhi oleh lama berdirinya yaitu berkontribusi pada kestabilan serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Usaha yang telah berdiri lama cenderung memiliki pengalaman yang lebih matang dalam mengelola operasional bisnis, serta menghadapi dinamika pasar. Dengan pengalaman yang lebih panjang, UMKM juga dapat membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

Selanjutnya, koefisien untuk Biaya Operasional sebesar 0,904 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam biaya operasional berpotensi meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,904. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar biaya operasional yang dikeluarkan, semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat diperoleh. Biaya operasional yang tinggi umumnya mencerminkan investasi yang lebih besar dalam berbagai aspek bisnis, seperti pengadaan bahan baku, tenaga kerja, pemasaran, dan teknologi produksi. Hasil ini sesuai dengan penelitian Ernayani *et al.*, (2022) yang menunjukkan bahwa biaya operasional terutama yang terkait dengan pengadaan bahan baku, tenaga kerja, dan pemasaran berkontribusi terhadap pendapatan UMKM. Faris Afif *et al.*, (2024) juga membuktikan bahwa pengelolaan biaya operasional yang efektif memungkinkan UMKM untuk meningkatkan produksi dan daya saing, sehingga berimbang pada pertumbuhan pendapatan. Dalam konteks festival, biaya operasional juga berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM. UMKM yang berpartisipasi dalam festival biasanya perlu mengalokasikan dana untuk berbagai keperluan, seperti penyewaan tempat, dekorasi *stand*, promosi, serta biaya logistik. Investasi dalam aspek-aspek ini dapat memberikan manfaat jangka panjang, seperti peningkatan visibilitas usaha, menarik lebih banyak pelanggan, serta membangun citra merek yang lebih kuat.

Biaya operasional UMKM pada saat festival berlangsung selain berdampak langsung pada UMKM tersebut, juga dapat mendorong perputaran ekonomi di sektor lainnya. Kenaikan permintaan bahan baku dapat memberikan keuntungan bagi pemasok lokal, sedangkan perekrutan tenaga kerja tambahan selama festival dapat membuka peluang pekerjaan sementara bagi masyarakat sekitar. Selain itu dengan adanya festival Golokoe, interaksi diantara UMKM, konsumen, dan pelaku bisnis lainnya semakin meningkat, menciptakan peluang kolaborasi dan kemitraan jangka panjang. Terakhir keuntungan yang didapat UMKM selama festival dapat digunakan kembali untuk pengembangan usaha, seperti peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi produk.



Sumber: Data Wawancara Diolah, 2024

Gambar 3. Peluang dan Harapan UMKM di Festival Golo Koe

Hasil wawancara yang disajikan pada Gambar 3 menunjukkan bahwa pada Festival Golo Koe yang akan datang, para pelaku UMKM mengharapkan adanya peningkatan signifikan dalam fasilitas dan infrastruktur yang mendukung kelancaran acara. Di antaranya, pelaku UMKM menginginkan perbaikan pada fasilitas seperti meja, kursi, dan toilet yang lebih memadai, serta penataan tenda yang lebih rapi dan terorganisir untuk menciptakan suasana yang nyaman baik bagi pengunjung maupun peserta. Selain itu, para UMKM juga mengharapkan sistem kepanitian yang lebih terstruktur, dengan persiapan acara yang lebih matang, termasuk penyusunan *rundown* yang jelas dan ketentuan yang lebih terperinci bagi para peserta. Para UMKM juga mengusulkan penerapan sanksi yang lebih tegas bagi peserta yang tidak mengisi *stand* yang telah terdaftar, guna menghindari kesan festival yang kurang profesional.

Selain aspek teknis, para pelaku UMKM juga berharap agar penyelenggara festival lebih aktif dalam mempromosikan produk UMKM kepada pengunjung melalui berbagai saluran informasi, sehingga produk lokal dapat memperoleh perhatian yang lebih besar. Para UMKM juga menginginkan kesempatan yang lebih luas bagi UMKM baru untuk berpartisipasi, serta peningkatan jumlah pengunjung dan durasi festival yang lebih panjang, misalnya antara 7 hingga 10 hari, agar UMKM memiliki lebih banyak waktu untuk meningkatkan penjualan. Tidak kalah penting, para UMKM berharap agar festival tahun depan dapat menyajikan lebih banyak hiburan menarik dan kegiatan yang beragam untuk memeriahkan suasana, terutama pada hari kerja, sehingga festival dapat lebih ramai dan memberikan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Festival Golo Koe memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan UMKM yang berpartisipasi, dengan produk makanan mendominasi penjualan. Faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan UMKM adalah lama berdirinya usaha dan biaya operasional. UMKM yang sudah memiliki pengalaman usaha yang lebih lama cenderung lebih sukses dalam menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Selain itu, meskipun sebagian besar UMKM memiliki tenaga kerja yang terbatas, mereka mampu mengelola operasional dengan efisien, terutama untuk produk makanan yang membutuhkan lebih banyak tenaga. Hasil regresi menunjukkan bahwa pengelolaan biaya operasional yang baik dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Festival Golo Koe juga memberikan peluang bagi UMKM baru untuk berpartisipasi, meskipun mereka menghadapi tantangan dalam hal fasilitas dan promosi yang masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan temuan yang ada, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan kualitas Festival Golo Koe di masa yang akan datang. Pertama, perbaikan pada fasilitas festival, seperti meja, kursi, toilet, dan penataan tenda yang lebih terorganisir sangat diperlukan untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman bagi pengunjung dan peserta. Kedua, penyelenggara festival perlu lebih aktif dalam mempromosikan produk UMKM, baik melalui saluran digital maupun promosi langsung di lokasi festival, guna meningkatkan eksposur produk lokal. Selain itu, memperpanjang durasi festival dapat memberikan lebih banyak kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk mereka kepada lebih banyak pengunjung. Terakhir, penyelenggara sebaiknya memberikan lebih banyak kesempatan bagi UMKM baru untuk berpartisipasi dengan menyediakan mekanisme pendaftaran yang lebih jelas dan transparan, agar lebih banyak pelaku usaha dapat merasakan manfaat dari acara ini.

REFERENSI

- Acs, Z. J., & Mueller, P. (2008). Employment Effects of Business Dynamics: Mice, Gazelles and Elephants. *Small Business Economics*, 30(1), 85–100. <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9052-3>
- Alamsyahbana, M., Riauan, M., Putri, V., & Alamsyah, M. (2023, June 22). *Impact Analysis of Tourism Events for MSMEs in Tanjungpinang City*. <https://doi.org/10.4108/eai.17-12-2022.2333266>
- Anggraeni, N., & Yudiantoro, D. (2022). Peran aplikasi sistem keuangan desa (SISKEUDES) dalam akuntabilitas dana desa dan kinerja aparatur di Desa Tulungrejo. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(05), 643–650. <https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i02.p16>.
- Arifin, R., Agus, A., Ningsih, T., & Putri, A. K. (2021). The Important Role of MSMEs in Improving the Economy. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(6), 52–59. <https://elitabmas.wisnuwardhana.ac.id/webmin/assets/uploads/lj/LJ202202051644062750612.pdf>
- Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur. (2023). *Provinsi Nusa Tenggara Timur Dalam Angka 2023*.
- Badoc-Gonzales, B. P., Belinda, M., Mandigma, S., & Tan, J. J. (2022). *SME Resilience as a Catalyst for Tourism Destinations: A Literature Review*. <https://doi.org/10.1007/s40497-022-00309-1/Published>
- Berybe, G., & Rudianto, R. (2023). Golo Koe Festival: Implementation of Holistic Tourism and Religious Moderation in Labuan Bajo. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(3), 129–139. <https://doi.org/10.61942/msj.v1i3.125>
- Coad, A., & Tamvada, J. P. (2012). Firm Growth and Barriers to Growth Among Small Firms in India. *Small Business Economics*, 39(2), 383–400. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-011-9318-7>
- Cudny, W. (2016). *Springer Geography Festivalisation of Urban Spaces Factors, Processes and Effects*. <http://www.springer.com/series/10180>
- Davidsson, P., & Henrekson, M. (2002). Determinants of the Prevalence of Start-Ups and High-Growth Firms. *Small Business Economics*, 19(2), 81–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1016264116508>
- Ernayani, R., Fauzan, R., Yusuf, M., Tahirs, J. P., Djamil, S. M., Bukittinggi, D., & Bandung, S. (2022). The Influence of Sales and Operational Costs on Net Income in Cirebon Printing Companies. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(2), 81–86. <https://doi.org/10.24256>
- Faris Afif, M., Yohanson, A. K., & Lia Puspita, I. (2024). The Effect of Production Cost and Operational Costs on Net Income in SMEs Darsa Fruit Crips. *Edunomika*, 8(1), 1–11. <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v8i1.12461>
- Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1). www.ijemr.org
- Habibah, H., & Jatiningrum, C. (2024). Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Analisis Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(4), 5571–5584. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Hanum, N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1, 72–76. <https://doi.org/10.1234/jse.v1i1.68>
- Judijanto, L., & Othman, M. K. B. H. (2024). UMKM Empowerment Strategies for Local Economic Improvement: A Literature Review. *International Journal of Financial Economics (IJEFE)*, 1(5), 1023–1029. <https://ijefe.my.id/index.php/economic/article/view/96>
- Nursini, N. (2020). Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and Poverty Reduction: Empirical Evidence from Indonesia. *Development Studies Research*, 7(1), 153–166. <https://doi.org/10.1080/21665095.2020.1823238>
- Purwadi, P., Darma, D. C., & Setini, M. (2023). Festival Economy: The Impact of Events on Sustainable Tourism. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 7(2), 178–195. <https://doi.org/10.34013/jk.v7i2.1220>
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111–122. <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Sari, L. P., & Arka, S. (2023). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat, Tenaga Kerja Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(02), 309. <https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i02.p16>
- Son, I. S., Huang, S. (Sam), & Padovan, D. (2021). Realising the oals of event leveraging: The tourism and hospitality SME perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 253–259. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.09.018>
- Sutrisno, D. C. (2013). Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Hotel, dan PDRB terhadap Retribusi Pariwisata Kabupaten/Kota di Jawa Tengah. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 435–445. <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i4.3211>
- Tanford, S., Montgomery, R., & Hertzman, J. (2012). Towards a Model of Wine Event Loyalty. *Journal of Convention and Event Tourism*, 13(2), 77–99. <https://doi.org/10.1080/15470148.2012.673246>

- Taris, N., & Widyati, N. N. W. (2024, August 7). *Festival Golo Koe di NTT Masuk Kharisma Event Nusantara 2024*. Kompas.Com.
- Widyawati, F. (2022). The Role of the Catholic Church in Supporting Government's Policy on Tourism Development in West Flores. *Social and Political Science Faculty*, 10(3), 495–512. <https://doi.org/10.24269/ars.v10i3.6225>
- Yudha, P. A. Y. I., & Purbadharmaja, I. B. P. (2019). Pengaruh Kontribusi Pariwisata dan Nilai Produksi UMKM terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Melalui Pertumbuhan Ekonomi. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(9), 2040–2071. <https://journal.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/3211>