

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara yang dikenal sebagai negara kepulauan memiliki pesona serta kekayaan sumber daya alam sangat banyak, untuk SDM hayati ataupun non hayati. Potensi kekayaan yang di miliki Indonesia mulai dari darat, laut, bumi, dan kekayaan alam lainnya. Kekayaan sumber daya alam tersebut sebagian telah digunakan serta dimanfaatkan untuk mencukupi kebutuhan bangsa Indonesia.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah di Indonesia yang mempunyai berbagai sumber daya dan kekayaan alam sangat beragam. Daerah Istimewa Yogyakarta berada di pulau jawa bagian selatan, dibatasi oleh provinsi Jawa Tengah dan Samudera Hindia. Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai luas wilayah yaitu 3.195,00 km<sup>2</sup> meliputi 4 (empat) kabupaten, satu kota, tujuh puluh delapan kecamatan serta 426 desa.

Potensi kekayaan alam Daerah Istimewa Yogyakarta berupa pertanian, kehutanan, kelautan dan wisata. Dibalik potensi Daerah Istimewa Yogyakarta yang kaya tersebut, ada berita yang menyatakan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang menduduki posisi daerah termiskin di pulau Jawa. Hal ini di buktikan dari data BPS tahun 2016, keenam provinsi daerah jawa ada 3 yang memiliki angka di atas rata-rata nasional yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta 13,20%, Jawa Tengah 13.15% dan Jawa Timur 12% (Okezone.com, 2016: 1) untuk data garis

kemiskinan di pedesaan Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Maret 2014 sebesar 327,273 per kapita kemudian di bulan September 2014 menjadi 333,561 per kapita, pada bulan Maret 2015 sebesar 347,787 per kapita, dan kemudian di bulan September 2015 menjadi 359,470 per kapita, pada bulan Maret 2016 sebesar 364,786 per kapita kemudian di bulan September 2016 menjadi 370,510 per kapita dan pada bulan Maret 2017 sebesar 385,308 per kapita kemudian di bulan September 2017 menjadi 413,063 per kapita. Data garis kemiskinan di perkotaan Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Maret 2014 sebesar 286,137 per kapita dan kemudian di bulan September 2014 menjadi 296,429 per kapita, pada bulan Maret 2015 sebesar 312,249 per kapita dan kemudian di bulan September 2015 menjadi 324,386 per kapita, pada bulan Maret 2016 sebesar 331,308 per kapita dan kemudian di bulan September 2016 menjadi 337,230 jiwa, dan selanjutnya pada bulan Maret 2017 sebesar 348,061 per kapita dan kemudian di bulan September 2017 menjadi 352,861 per kapita.

Kemiskinan di Daerah Istimewa Yogyakarta meningkat setiap tahunnya baik di pedesaan maupun di perkotaan. Sehubungan dengan masalah ini sebenarnya pemerintah daerah telah melakukan upaya-upaya dalam penanganan masalah kemiskinan seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT) yang menjadi kompensasi setelah penghapusan subsidi minyak tanah serta ada juga bantuan di bidang kesehatan seperti Jaminan Kesehatan Masyarakat (JAMKESMAS) hanya saja, kedua upaya ini masih belum maksimal.

Rancangan pemerintah dalam penanganan masalah kemiskinan bergerak di bidang pariwisata. Pariwisata dianggap sebagai pilihan dalam menumbuhkan

perekonomian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nizar (2011: 22) bahwa pertumbuhan pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan kurun waktu 5-6 triwulan, kemudian hal yang sama juga terjadi di Pakistan terbukti dari hasil penelitian Jalil, Mahmood, & Idrees (2013: 189) bahwa estimasi pertumbuhan regresi jelas menunjukkan bahwa pariwisata internasional mempunyai efek baik yang sangat berpengaruh pada perkembangan ekonomi Pakistan bersama dengan variabel lain seperti modal fisik dan perdagangan internasional.

Fayissa, Nsiah, & Tadasse (2007: 2) menunjukan bahwa pariwisata berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat produk *domestic bruto* dan pertumbuhan ekonomi. Kemudian hasil penelitian Christie, Messerli, & Twining-Ward (2014: 48) juga menyatakan bahwa pariwisata merupakan zona ekonomi yang memiliki peningkatan tercepat di Afrika sub-sahara.

Selanjutnya hasil penelitian Roy (2013: 625) mengungkapkan bahwa pariwisata memang membuat dampak yang luar biasa pada mata pencaharian masyarakat lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama lima tahun terakhir, persentase persentase pekerja yang terlibat dalam kegiatan terkait pariwisata dan kegiatan non-pertanian lainnya telah meningkat di desa Oriya. Adapun jenis penghasilan dari pariwisata yang dihasilkan oleh masyarakat desa Oriya yaitu (a) upah reguler dari pekerjaan dan bisnis (pemilik hotel, toko), (b) penghasilan kasual dari menjual kerajinan tangan yang terbuat dari rumput, kayu, kulit, bambu, dan (c) penghasilan kasual dari bertindak sebagai pemandu wisata.

Beberapa hasil penelitian serta pendapat dari ahli tentang manfaat dibidang pariwisata, hal ini pun berimbang dengan tujuan dari pengembangan pariwisata yang tertera dalam UU No sembilan 1990 poin 4 yaitu meningkatkan pendapatan nasional untuk aktivitas pertumbuhan ekonomi serta kebahagiaan rakyat.

Sebenarnya di Daerah Istimewa Yogyakarta telah berdiri banyak desa wisata namun tidak beraktivitas, bisa disebut mati suri tercatat ada 39 desa wisata yang mati suri salah satu penyebab matinya pertumbuhan desa wisata adalah ketidakmampuan membuat program yang menarik (Durian, 2016: 1). Selain kurangnya kreativitas, para pengelola juga memiliki masalah lain dalam mengelola desa wisata yaitu terletak pada sumber daya manusianya yang sulit menyatukan visi di kalangan warga (Okezone.com, 2016: 1). Pengembangan desa wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, kebanyakan bermasalah pada penataan dan kurang publisitas. Alasan lain belum berkembangnya sejumlah desa wisata terjadi akibat tiap-tiap desa wisata berkembang dengan sendirinya dan tanggung jawab organisasi perangkat daerah (OPD) dalam memberikan pendampingan tidak maksimal (kompas.com).

Maka dari itu, Kementerian Pariwisata (Kemenpar) saat ini membuat suatu program yaitu destinasi digital, program ini dirasa mampu menjawab tantangan zaman, destinasi digital menjadi tuntutan di era digital, di mana generasi *milenial* atau *kids zaman now* merupakan konsumen yang haus akan pengalaman dibanding generasi sebelumnya.

Destinasi digital ini populer di Instagram, heboh di dunia maya dan viral di media sosial, rancangan Kemenpar tentang destinasi digital yaitu menargetkan 100 pasar digital di 34 provinsi, dan saat ini telah berdiri 7 (tujuh) pasar yang sudah bisa dikunjungi, dari ke tujuh pasar digital tersebut salah satunya adalah Pasar Kaki Langit yang berada di Bantul Yogyakarta. Kepala Dinas Pariwisata (Dispar) Bantul, Bapak Kwartarto Heru Prabowo mengatakan di Kabupaten Bantul terdapat 39 desa wisata, akan tetapi banyak desa wisata yang masih belum berkembang (Purwanto, 2017: 1). Pada dasarnya untuk menyukseskan program wisata bukan semata-mata tanggung jawab pemerintah namun membutuhkan banyak campur tangan dari pihak lain seperti komunitas serta masyarakat sekitar untuk membantu menyebarluaskan atau mempromosikan wisata agar diketahui khalayak.

Saat ini terdapat 30 komunitas yang berencana menyiapkan wisata-wisata alternatif di Yogyakarta (Kurniawan, 2015: 1) namun untuk menyukseskan program destinasi digital yang ada di Yogyakarta yaitu Pasar Kaki Langit Kementerian Pariwisata (Kemenpar) menggandeng satu komunitas yaitu Komunitas Generasi Pesona Indonesia (GenPI). Generasi Pesona Indonesia (GenPI) adalah komunitas yang diformasikan oleh Kementerian Pariwisata (Kemempar) Republik Indonesia, yang merupakan implementasi dari program promosi wisata *go digital*. Komunitas Generasi Pesona Indonesia dibentuk di setiap provinsi di Indonesia yang saat ini sudah berdiri GenPI Lombok, GenPI Jabar, GenPI Bengkulu, GenPI Lampung, GenPI Gorontalo, GenPI Maluku Utara, GenPI Sulawesi Utara, dan GenPI Jateng. Selanjutnya untuk Daerah Istimewah Yogyakarta sendiri dinamakan GenPI Jogja

yang saat ini siap mempromosikan destinasi digital yang ada di Yogyakarta yaitu Desa Wisata Pasar Kaki Langit.

Desa Wisata Pasar Kaki Langit yang digerakkan oleh Komunitas Genpi Jogja beralamatkan di Jalan Mangunan, Kecamatan, Dlingo, DIY kabupaten Bantul. Pasar Kaki Langit merupakan wisata kuliner yang mana makanan yang diujakan adalah makanan tradisional. Selain menjajikan makanan yang identik daerah setempat, Desa Wisata Pasar Kaki Langit menghadirkan banyak keunikan-keunikan yang berbeda dengan tempat wisata lainnya, yaitu petugas-petugas serta pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit mengenakan pakaian adat, untuk para pengunjung yang ingin membeli harus menggunakan uang khusus yaitu memakai koin yang terbuat dari kayu. Desa Wisata Pasar Kaki Langit juga mengadakan pentas seni setiap minggunya yang menampilkan kesenian masyarakat sekitar. Desa Wisata Pasar Kaki Langit merupakan sesi belajar di alam terbuka dengan menyuguhkan materi belajar yang berbeda setiap minggu kepada para wisatawan.

Berdasarkan rancangan yang diusung oleh Kementerian Pariwisata (Kemenpar) tentang destinasi digital, maka dalam mempromosikan Desa Wisata Pasar Kaki Langit Komunitas GenPI Jogja menggunakan media sosial. Kotler, & Keller (2012: 568) media sosial merupakan alat yang dipergunakan para pengguna demi mengirim gambar, pesan, dan informasi untuk orang lain ataupun industri dan sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian Suryani (2014: 136) disampaikan bahwa media sosial sekarang ini tidak hanya sekadar laman pertemanan, namun sudah menjadi *new wave of economy*. Selanjutnya ada hasil penelitian Atiko, Sudrajat, &

Nasionalista (2016: 381) dalam melakukan analisis strategi pariwisata melalui media sosial yang dilakukan Kemempar dinyatakan bahwa media sosial sangat membantu dalam membentuk *awareness* akan keindahan alam dan keragaman budaya yang dimiliki Indonesia bagi target marketnya.

Strategi serupa telah dibuktikan oleh Komunitas GenPI melalui promosi di media sosial, Pasar Kaki Langit saat ini menjadi destinasi wisata yang populer dikelompok *traveler* (Ibo, 2018: 3). Berkat semangat masyarakat dan dibantu oleh komunitas GenPI dalam promosi, Desa Wisata Pasar Kaki Langit akhirnya dikenal oleh khalyak dan mulai dipadati pengunjung tercatat jumlah pengunjung pada bulan Januari 2018 sebanyak 1516 orang pengunjung lokal, pada bulan Februari 2018 sebanyak 1958 orang pengunjung lokal, pada bulan Maret 2018 sebanyak 2031 orang pengunjung lokal, pada bulan April 2018 sebanyak 1946 pengunjung lokal dan 9 pengunjung asing, pada bulan Mei 2018 sebanyak 436 pengunjung lokal dan 15 pengunjung asing, pada bulan Juni 2018 sebanyak 1298 pengunjung lokal dan 7 pengunjung asing, pada bulan Juli 2018 sebanyak 2276 pengunjung lokal dan 15 pengunjung asing, pada bulan Agustus 2018 sebanyak 1888 pengunjung lokal dan 10 pengunjung asing, pada bulan September 2018 sebanyak 2266 pengunjung lokal dan 26 pengunjung asing, pada bulan Oktober 1795 pengunjung lokal dan 2 pengunjung asing, pada bulan November 2018 sebanyak 1924 pengunjung lokal dan 5 orang pengunjung asing, pada bulan Desember 2018 sebanyak 2192 pengunjung lokal dan 22 pengunjung asing. Jumlah keseluruhan pengunjung pada tahun 2018 sebanyak 21.637 orang.

Hasil pengamatan pertama yang peneliti lakukan di Wisata Pasar Kaki Langit, beberapa pedagang menyatakan bahwa dengan adanya Pasar Kaki Langit membantu menambah penghasilan keluarga, dan membuka lapangan pekerjaan bagi ibu rumah tangga di sekitar wisata. Berdasarkan wawancara peneliti kepada salah satu pedagang di Wisata Pasar Kaki Langit mengungkapkan bahwa kegiatan sebelumnya hanya dirumah saja. Dibalik manfaat positif yang telah di terima oleh masyarakat sekitar setelah hadirnya Wisata Pasar Kaki Langit, namun ada permasalahan yang dirasa menjadi penghalang dalam keberlangsungan wisata pasar kaki langit. Permasalahan tersebut yaitu rendanya kemampuan komunikasi bahasa Inggris.

Pedagang mengatakan bahwa mereka hanya orang biasa yang pendidikannya rendah, jika ada wisatawan asing bahasa isyaratlah yang menjadi andalan seperti menunjuk 5 jari seandainya harga dangangannya seharga lima ribu rupiah begitupun untuk harga dua ribu rupiah, tiga ribu rupiah dan seterusnya. Keadaan tersebut membuat persepsi tidak baik untuk pengunjung asing. Seperti yang kita tahu bahwa bahasa lain mempunyai kontribusi yang luar biasa dibidang wisata, menejemen pariwisata tidak didukung dengan kemampuan serta *skill* bahasa lain (bahasa inggris) bisa menghalangi kecepatan untuk melayani pengunjung yang dominan datang dari berbagai negara, maka dari itu mempunyai kemampuan bahasa lain (bahasa inggris) sebagai bahasa yang digunakan oleh banyak negara tentunya sangat dibutuhkan oleh para pengelola wisata.

Pihak pengelola dan pedagang sudah sejak lama ingin mengikuti pelatihan namun belum terealisasikan, hal ini disebabkan karena perencanaan mengenai



pelatihan bahasa Inggris memang belum dirancang secara maksimal dan para pedagang belum memiliki buku pegangan sebagai media pembantu untuk melayani wisatawan asing. Kendati begitu pihak pengelola menyadari bahwa pelayanan untuk wisatawan asing perlu perhatian yang lebih demi kenyamanan kunjungan dan perbaikan kualitas layanan. Hasil penelitian Fatima & Hariyanto (2016: 1) Menunjukkan bahwa kualitas layanan wisata memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung, jika kualitas pelayanan baik maka akan menimbulkan rasa nyaman dan puas dari wisatawan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, dalam upaya membantu para pedagang menghadapi kendala komunikasi bahasa Inggris untuk itu perlu memberikan pembelajaran Bahasa Inggris untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit yang harapannya pedagang mempunyai kecakapan komunikasi bahasa asing yang baik ketika memberikan pelayanan wisata kepada wisatawan mancanegara. Pelatihan bahasa Inggris untuk pedagang membutuhkan suatu media bahan ajar untuk mempermudah proses pembelajaran mengingat bahasa Inggris adalah bahasa yang tidak mudah dipelajari karena perbedaan antara cara baca dan tulisan. Bahan ajar yang dirancang untuk pedagang merupakan buku saku. Istilah buku saku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (online) sejenis buku kecil yang dapat ditaruh dalam saku serta dapat di bawah kemana saja. Buku saku juga didefinisikan sebagai buku dengan ukuran mini, mudah dibawa, dan bisa ditaruh di saku. Alasan kenapa peneliti memilih buku saku menjadi bahan ajar pada penelitian ini karena buku saku dianggap bahan ajar yang praktis dan tepat sebagai alat yang digunakan untuk belajar.

Mashita & Kumalasari (2016: 28) bahwa buku saku mempunyai pengaruh dan merupakan suatu alat yang cukup baik dalam pembelajaran. Jenis bahan ajar yang akan digunakan adalah buku saku *bilingual*. *Bilingual* pada bahasa Indonesia artinya dwibahasa yaitu keahlian seseorang dalam menggunakan dua bahasa dengan sama baiknya. Chaer & Leonie (2004: 86) menyatakan bahwa *bilingual* mengarah untuk pengetahuan 2 bahasa seperti apapun levelnya. Adanya buku saku *bilingual* yang isinya pembelajaran bahasa Inggris sederhana disertai terjemah bahasa Indonesia, peneliti berharap bahan ajar buku saku ini dapat menjadi jalan keluar dari kesulitan yang dikeluhkan para pedagang.

Menyampaikan atau memberi pembelajaran kepada orang dewasa tentu tidak sama dengan cara atau teknik penyampaian kepada anak-anak, untuk itu pembelajaran yang akan diberikan kepada para pedagang, menggunakan model pembelajaran orang dewasa. Illeris (2004: 22) menyampaikan bahwa pembelajaran orang dewasa merupakan cara orang dewasa dalam masyarakat membuat apapun perubahan permanen dalam kapasitas rasional, fisik, emosional dan sosial mereka.

Model pengembangan dalam penelitian ini menggunakan model ADDIE yang prosesnya mencakup 5 fase yaitu rancangan, pengembangan, dan penerapan, evaluasi. Model pengembangan ADDIE adalah model pengembangan yang mempunyai tahapan-tahapan metode pengembangan media yang sederhana dan mudah dipahami. Model ADDIE digunakan dengan alasan karena model ADDIE membuat peneliti merasa diberikan kesempatan untuk membuat penilaian serta perbaikan pada tiap tahapan yang dilakukan pada akhirnya produk yang diperoleh akan benar, kemudian

model pengembangan ADDIE juga sederhana namun penjabarannya terstruktur. Pengembangan model ADDIE sudah digunakan oleh banyak penulis salah satunya adalah Habibi, Suarsini, & Amin (2016: 897) hasil penelitiannya menunjukkan bahan ajar yang dirancang mempunyai kevalidan sebesar 91,25% maka bisa dikatakan layak digunakan pada pelaksanaan pembelajaran mata kuliah mikrobiologi dan validasi ini dinyatakan oleh ahli materi mikrobiologi. Selain hasil dari penelitian Habibi et al., penelitian dari Safril, Sari, & Marlina (2017: 111) menunjukkan bahwa pengembangan yang telah dikembangkan dengan model ADDIE yaitu bahan ajar *pop-up book* materi minyak bumi melewati proses analysis, design, development, implementation, dan evaluation dinyatakan layak nilai persentase sebesar 92,67 dari 5 validator.

Berdasarkan permasalahan yang telah peneliti kemukakan sehingga penelitian ini menjadi penting dilakukan karena penelitian ini akan memberikan pembelajaran yang sesuai kebutuhan serta akan sangat bermanfaat untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit kedepan. Berlandaskan pada keadaan serta permasalahan yang ada maka peneliti memberi judul penelitian yaitu "*Pengembangan Buku Saku Bilingual untuk Pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit*".

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Banyak desa wisata yang belum berkembang atau mati suri karena belum mampu membuat program yang menarik

2. Pendampingan untuk kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang dilakukan oleh organisasi daerah (OPD) belum maksimal
3. Masih banyak desa wisata yang belum berkembang karena kurangnya inovasi yang dilakukan dan keterbatasan promosi
4. Kemampuan pedagang masih terbatas sehingga perlu adanya upaya pemecahan masalah yaitu meningkatkan kemampuan berbahasa inggris
5. Perencanaan pelatihan bahasa inggris sudah direncanakan namun belum mampu di implemntasikan
6. Pedagang belum memiliki buku pegangan yang mudah dipahami sebagai media pembantu untuk melayani wisatawan asing.
7. Pelatihan bahasa Inggris belum pernah dilakukan di Desa Wisata Pasar Kaki Langit.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berlandaskan pada permasalahan yang peneliti sampaikan pada indentifikasi di atas supaya penelitian ini terspesifikasi maka fokus masalah pada penelitian ini yaitu memberikan media pembelajaran buku saku *bilingual* untuk pedagang ketika menjumpai wisatawan asing.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana desain media buku saku *bilingual* untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit?

2. Bagaimana kelayakan media buku saku *bilingual* untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit?
3. Bagaimana efektivitas pembelajaran menggunakan media buku saku *bilingual* untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit?

#### **E. Tujuan Pengembangan.**

1. Menyusun desain media buku saku *bilingual* untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit.
2. Mengungkapkan kelayakan media buku saku *bilingual* untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit
3. Mengungkapkan efektivitas pembelajaran menggunakan media buku saku *bilingual* untuk pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit

#### **F. Spesifikasi Produk yang Dikembangkan**

Hasil dari Penelitian ini adalah satu produk bahan ajar yang berbentuk buku saku. Spesifikasi dari buku saku ini adalah:

1. Buku saku *bilingual* berbentuk *portrait* menggunakan kertas A4 80 gram
2. Buku saku *bilingual* dicetak bergambar dan berwarna
3. Isi buku adalah materi bahasa Inggris sederhana untuk pedagang dengan diberi gambar koin yang menjadi alat tukar, terdapat makanan dan minuman tradisional yang diperjual belikan dan juga contoh percakapan sederhana antara pembeli dan penjual. Adapun rincian materi pada media buku saku *bilingual* adalah sebagai berikut:

- a. *Alphabet*
- b. Kosa Kata
- c. Mata Uang
- d. Menu Makanan
- e. Kata Ganti Orang
- f. Kata Tanya
- g. *Greeting*
- h. *Offering*
- i. *Thanking*
- j. *Conversation*

- 4. Sampul buku saku *bilingual* menggunakan kertas ivory
- 5. Bahan ajar buku saku *bilingual* ini bisa digunakan untuk belajar sendir, bisa di bawah kemanapun karena bentuknya yang simpel dan praktis

## **G. Manfaat Pengembangan**

Berdasarkan pada masalah yang disampaikan oleh peneliti dilatar belakang, harapannya penelitian ini bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Harapannya bisa memberikan kontribusi serta bisa dijadikan bahan kajian khususnya pada penelitian pengembangan.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi pedagang**

Adalah strategi untuk bisa meningkatkan pelayanan pedagang di Desa Wisata Pasar Kaki Langit terkhusus dalam memberikan pelayanan untuk pengunjung asing.

### **b. Bagi Penulis**

Memberi bantuan untuk para pedagang agar piawai dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris meski pada level yang masih dangkal.

## **H. Asumsi Pengembangan**

Pengembangan bahan ajar buku saku *bilingual* ini memiliki beberapa asumsi:

1. Dapat meningkatkan kemampuan bahasa Inggris pada pedagang.
2. Proses komunikasi antar pedagang dan wisatawan asing akan terbantu
3. Para pedagang dapat menggunakan buku saku ini sebagai bahan belajar
4. Buku saku dapat dipelajari dengan mudah oleh pedagang sehingga mampu menambah rasa percaya diri dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan asing.
5. Buku saku memberikan kontribusi positif terhadap pedagang di Desa Wisata pasar Kaki Langi