

The Role of Souvenir in Tourism Indonesia: a Thematic Review

Melany^{1*}, Sudarmiati²

Management Science Doctoral Program, Universitas Negeri Malang
Departement Management, Universitas Negeri Malang

Corresponding Author: Melany melany.2204139@students.um.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Souvenir, Tourism, Systematic Literature Review, Thematic Analysis

Received : 26, March

Revised : 28, April

Accepted: 30, Mei

©2023 Melany, Sudarmiati:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This systematic literature review aims to explore the relationship between souvenir and tourism. The review identified 20 relevant studies published between 2012 and 2023, which were analyzed using a thematic approach. Thematic analysis is a useful method for identifying and analyzing themes and patterns in qualitative data related to souvenirs and tourism. The findings suggest that souvenir serve as important symbols of identity and culture, promoting cultural exchange and understanding between different groups of people, and contributing to the preservation and promotion of local heritage and traditions. And the recommendation for future research could develop more effective strategies for promoting sustainable souvenir consumption practices.

Peran Cinderamata dalam Pariwisata Indonesia: Tinjauan Tematik

Melany^{1*}, Sudarmiati²

Management Science Doctoral Program, Universitas Negeri Malang

Departement Management, Universitas Negeri Malang

Corresponding Author: Melany melany.2204139@students.um.ac.id

ARTICLE INFO

Kata kunci: Cinderamata, Pariwisata, Kajian Literatur Sistematis, Analisis Tematik

Received : 26, March

Revised : 28, April

Accepted: 30, Mei

©2023 Melany, Sudarmiati:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Tinjauan literatur sistematis ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara souvenir dan pariwisata. Tinjauan tersebut mengidentifikasi 20 studi relevan yang diterbitkan antara tahun 2012 dan 2023, yang dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Analisis tematik merupakan metode yang berguna untuk mengidentifikasi dan menganalisis tema dan pola dalam data kualitatif yang berkaitan dengan souvenir dan pariwisata. Temuan menunjukkan bahwa souvenir berfungsi sebagai simbol penting identitas dan budaya, mempromosikan pertukaran budaya dan pemahaman antara kelompok orang yang berbeda, dan berkontribusi pada pelestarian dan promosi warisan dan tradisi lokal. Dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mempromosikan praktik konsumsi souvenir yang berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah fenomena global yang telah menjadi kontributor signifikan bagi perekonomian banyak negara. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung internasional meningkat sebesar 4% dari tahun sebelumnya menjadi 1,5 miliar, menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO, 2020). Seiring dengan bertambahnya jumlah wisatawan, permintaan akan cinderamata juga meningkat, yang merupakan bagian integral dari pengalaman pariwisata (Swanson & Timothy, 2012). Pariwisata dan cinderamata adalah industri yang terkait erat yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi banyak negara (Kim & Litrell, 2001). Souvenir berfungsi sebagai pengingat nyata dari kunjungan turis dan dapat membantu mempromosikan budaya dan ekonomi lokal. Souvenir adalah barang yang dibeli oleh wisatawan untuk mengingatkan mereka akan pengalaman perjalanan mereka, dan dianggap sebagai elemen penting dari pengalaman wisata (Kim & Han, 2019). Konsumsi oleh-oleh telah menjadi fenomena global, dengan perkiraan nilai \$24 miliar pada tahun 2019 (GlobalData, 2020). Seperti yang dikatakan Manola dan Balermipas (2020), souvenir menawarkan pengalaman multifaset yang memadukan kenangan perjalanan dengan warisan seni dan budaya suatu tujuan wisata. Signifikansi keasliannya, serta hubungannya dengan tradisi, konteks budaya, dan seni, ditekankan melalui pilihan pembelian wisatawan. Selain itu, cinderamata ini berfungsi sebagai representasi dari tempat dan orang-orangnya. Untuk meningkatkan pariwisata dalam dan luar negeri dan untuk memamerkan aspek-aspek tertentu dari budaya mereka, negara sering menggunakan souvenir. Cinderamata ini juga digunakan untuk membentuk identitas bangsa dan mengelola masa lalu suatu bangsa.

Menurut UNWTO (2016), untuk menjalankan industri pariwisata, sektor warisan budaya mengklaim bagian yang signifikan dari perkembangan ekonomi global, karena jumlah wisatawan yang ingin merasakan pengalaman budaya yang berbeda dan unik terus bertambah. Banyak turis budaya melakukan perjalanan ke setiap bagian dunia yang mungkin untuk mengagumi sejarah melalui monumen budaya dan kreasi artistik dan menikmati budaya lokal, sambil mempelajari tradisi tujuan mereka. Sebagai contoh souvenir buatan tangan yang berasal dari Indonesia adalah Batik, Wayang, Keris dan Angklung yang diklaim oleh UNESCO (Kusdiby, 2015).

Terlepas dari peran penting yang dimainkan oleh souvenir dalam industri pariwisata, penelitian sistematis tentang topik ini masih kurang. Sementara beberapa penelitian telah mengeksplorasi pentingnya budaya dan ekonomi dari cinderamata dalam pariwisata (Kim & Lee, 2019; Prentice, Witt & Hamer, 1998), ada kelangkaan literatur yang secara khusus berfokus pada peran cinderamata dalam meningkatkan pengalaman wisata dan bagaimana mereka berkontribusi terhadap loyalitas destinasi. Beberapa penelitian yang mengeksplorasi bidang ini terutama berfokus pada jenis cinderamata tertentu, seperti cendera mata makanan (Pine & Kivela, 2002) atau cinderamata bermerek destinasi (Choi & Lee, 2017), daripada memeriksa cinderamata sebagai kategori yang lebih luas. Kesenjangan dalam literatur ini menyoroti perlunya penelitian lebih lanjut untuk lebih memahami peran souvenir dalam pariwisata dan bagaimana mereka dapat

dimanfaatkan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan mempromosikan loyalitas destinasi.

Oleh karena itu, tinjauan literatur sistematis ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara cinderamata dan pariwisata, khususnya mengidentifikasi peran cinderamata dalam pariwisata. Suvenir adalah barang berwujud yang dibeli pengunjung sebagai kenang-kenangan dari perjalanan mereka atau sebagai hadiah untuk teman dan keluarga. Peran cinderamata dalam pariwisata sangat kompleks, dan memahaminya memerlukan analisis hubungan antara pengunjung dan tempat yang mereka kunjungi, serta konteks sosial dan ekonomi yang lebih luas di mana pariwisata beroperasi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menyelidiki hubungan antara cinderamata dan pengalaman wisata secara keseluruhan, khususnya dampak cinderamata terhadap pembentukan ingatan dan emosi wisatawan.

Para penulis menggunakan analisis tematik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Thomas dan Harden (2008) menyatakan bahwa konsep analitis lebih cocok ketika berhadapan dengan pertanyaan tinjauan khusus sementara telah disarankan bahwa analisis tematik dapat digunakan sebagai metode untuk sintesis penelitian, selain meta-etnografi dan 'metasintesis', meskipun tidak ada pemahaman yang jelas tentang bagaimana metode harus diterapkan. Selain itu, ada beberapa contoh analisis tematik yang digunakan untuk sintesis penelitian (Dixon, et.al, 2005).

TINJAUAN PUSTAKA

Ruang lingkup dan batasan

Penggunaan pengindeksan Scopus dalam tinjauan literatur sistematis (SLR) menjadi semakin signifikan dalam beberapa tahun terakhir karena banyaknya literatur akademik yang sekarang tersedia secara online. Scopus adalah database komprehensif jurnal akademik peer-review, prosiding konferensi, dan seri buku, menjadikannya sumber yang berharga untuk melakukan SLR. Dengan menggunakan Scopus, peneliti dapat mengidentifikasi literatur yang relevan di berbagai disiplin ilmu dan dengan mudah memfilter hasil berdasarkan kriteria tertentu seperti tanggal publikasi, bidang subjek, dan peringkat jurnal. Hal ini memungkinkan peneliti untuk melakukan tinjauan literatur yang lebih menyeluruh dan sistematis, yang pada akhirnya menghasilkan temuan dan kesimpulan yang lebih kuat. Selain itu, menggunakan Scopus untuk SLR memastikan bahwa penelitian didasarkan pada sumber yang berkualitas tinggi dan ditinjau oleh rekan sejawat, sehingga mengurangi risiko bias dan meningkatkan kredibilitas penelitian. Dengan membatasi kajian pada literatur yang terindeks di Scopus, peneliti dapat memastikan bahwa sumber yang digunakan dapat dipercaya dan ilmiah.

Peran souvenir dalam pariwisata

Ada beberapa kerangka teoritis yang telah diajukan untuk menjelaskan peran souvenir dalam pariwisata. Teori "komodifikasi budaya" Daniel Miller, yang dituangkan dalam bukunya "Material Culture and Mass Consumption" (1987), sering dirujuk dalam literatur sebagai teori yang menjelaskan tujuan souvenir, yaitu mengkomodifikasi dan mengkonsumsi budaya lokal. Teori lain yang sering dikutip adalah teori "souvenir sebagai alat bantu ingatan", yang diperkenalkan oleh Timothy Erickson dan Ron Tuttle dalam artikel mereka tahun 2007 "Memorabilia sebagai Aspek Bermakna dari Pengalaman Turis". pengalaman perjalanan, dan dapat membantu wisatawan menghidupkan kembali ingatan dan emosi yang terkait dengan destinasi. Beberapa sarjana, termasuk Sharon Bohn Gmelch dan George Gmelch dalam buku mereka "The Tinker's Damn: The Tinker Creek Series, Vol. 1" (1995), telah mengusulkan teori "souvenir sebagai simbol status". Teori ini mengemukakan bahwa cinderamata merupakan cara wisatawan untuk menunjukkan status sosial dan ekonominya. Teori ini mengemukakan bahwa cendera mata dapat digunakan oleh wisatawan untuk menunjukkan status sosial dan ekonominya kepada orang lain. Secara keseluruhan, peran cinderamata dalam pariwisata merupakan fenomena yang rumit dan beragam yang telah diselidiki menggunakan sejumlah kerangka teori.

Sementara itu, komodifikasi budaya menunjukkan bahwa cinderamata merupakan cara wisatawan untuk mengkomodifikasi dan mengkonsumsi budaya lokal. Konsumsi ini dapat menyebabkan hilangnya keaslian dan identitas budaya karena budaya lokal direduksi menjadi seperangkat produk yang dikomersialkan. Pendekatan teoretis lainnya adalah teori "souvenir sebagai alat bantu ingatan", yang menunjukkan bahwa souvenir membantu wisatawan mengingat dan menghidupkan kembali pengalaman perjalanan mereka. Souvenir berfungsi sebagai pengingat nyata dari suatu tempat yang dikunjungi, dan dapat membangkitkan emosi dan kenangan yang terkait dengan tujuan tersebut. Selain itu, teori "souvenir sebagai simbol status" menunjukkan bahwa souvenir adalah cara bagi wisatawan untuk menampilkan status sosial dan ekonomi mereka. Membeli oleh-oleh yang mahal atau unik dapat memberi sinyal kepada orang lain bahwa turis tersebut memiliki sarana dan pengetahuan untuk memperoleh barang-barang tersebut.

Manola dan Balermipas (2020) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang dinamis dimana produk wisata juga menjadi penanda identitas bangsa. Ini adalah bagian dari rangkaian keputusan yang dibuat oleh otoritas nasional untuk menonjolkan elemen tertentu dari warisan budaya mereka. Selain itu, didukung oleh Ballengee-Morris (2022), dikemukakan bahwa objek wisata dapat memiliki efek seumur hidup pada bagaimana seseorang menilai suatu budaya, tempat, dan orang-orang dari tempat tersebut.

Pengertian souvenir

Istilah "souvenir" mengacu pada barang yang dibeli, dihadiahkan, atau diproduksi secara lokal, dan dikaitkan dengan tujuan tertentu (Dougoud, 2000). Lebih lanjut Gordon (1986) menyatakan bahwa kata souvenir berarti "mengingat". Menurut Tolia-Kelly (2004), souvenir adalah barang fisik, seperti yang biasa terlihat di rak atau lemari es. Benda-benda ini berfungsi sebagai penghubung antara orang dan ingatan mereka tentang tempat tertentu. Ramsay (2009) menjelaskan bahwa souvenir adalah barang yang memungkinkan individu untuk membentuk hubungan antara diri mereka dan pengalaman mereka di lokasi tertentu. Miller (2008) menjelaskan souvenir sebagai bagian dari budaya material yang berperan dalam membentuk kehidupan kita. Menurut Moosberg (2007), souvenir akan dipandang sebagai simbol konkrit dalam konsumsi wisatawan.

Sedangkan Swanson dan Timothy (2012) mengusulkan klasifikasi souvenir menjadi empat kategori, yaitu souvenir totalitas, souvenir penghubung, souvenir kehidupan, dan souvenir ziarah. Souvenir totalitas mewakili hubungan emosional pengunjung dengan tujuan dan biasanya merupakan objek berlogo. Linking souvenir adalah barang-barang fungsional rumah tangga, seperti peralatan dapur, permadani, atau pakaian jadi, yang berfungsi sebagai pengingat tujuan. Souvenir kehidupan adalah produk makanan yang membangkitkan perasaan nostalgia, sedangkan souvenir ziarah biasanya merupakan benda yang mewakili situs ziarah, seperti model piramida.

Pentingnya souvenir dalam pariwisata

Souvenir memainkan peran penting dalam industri pariwisata, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi banyak negara. Seperti yang dikemukakan oleh Kim dan Ko (2012), cinderamata adalah simbol nyata dari pengalaman wisatawan, yang mewakili kenangan akan destinasi dan mencerminkan aspek budaya dan sejarah suatu tempat. Selain itu, oleh-oleh sering dibeli sebagai hadiah untuk keluarga dan teman, membantu mempromosikan destinasi dan mendorong kunjungan di masa mendatang. Selain itu, souvenir memberikan peluang bagi wisatawan untuk mendukung bisnis dan pengrajin lokal, mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan (Ruhanen et al., 2013). Pentingnya cinderamata dalam industri pariwisata terbukti melalui kontribusinya yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi dan budaya di banyak destinasi.

METODOLOGI

Analisis tematik adalah metode yang banyak digunakan dalam tinjauan literatur sistematis (SLR). Ini adalah proses mengidentifikasi pola atau tema dalam data kualitatif, seperti transkrip wawancara atau dokumen berbasis teks. Tujuan dari analisis tematik dalam SLR adalah untuk mensintesis dan menginterpretasikan data untuk menjawab pertanyaan penelitian atau tujuan tinjauan. Ini melibatkan identifikasi studi yang relevan, mengekstraksi data dari studi tersebut, dan kemudian menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema dan pola utama di seluruh studi. Analisis tematik dalam SLR biasanya melibatkan beberapa langkah, termasuk pengenalan data,

pengkodean, pengkategorian, dan sintesis data. Prosesnya berulang dan melibatkan peninjauan kembali data dan menyempurnakan tema sesuai kebutuhan. Analisis tematik dalam SLR dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan atau ketidakkonsistenan dalam literatur, serta untuk menyoroti area kesepakatan atau ketidaksetujuan di seluruh studi. Secara keseluruhan, analisis tematik adalah metode yang berharga untuk mensintesis dan menginterpretasikan data kualitatif dalam SLR, dan dapat membantu peneliti mengidentifikasi tema dan pola utama dalam literatur untuk menjawab pertanyaan penelitian mereka.

Menurut Thomas dan Harden dalam Xiao Yu (2019), untuk melakukan sintesis tematik, literatur dianalisis untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan tema, yang kemudian disintesis menjadi tema analitis yang mirip dengan konstruksi orde ketiga. Pertanyaan penelitian dapat dijawab dengan menggunakan tema analitis yang berasal dari ekstraksi dan sintesis tema melalui sintesis tematik. Pencarian komprehensif database akademik relevan terindeks Scopus dilakukan dengan menggunakan kata judul: *souvenir tourism* dan terbatas pada artikel jurnal peer-review yang hanya diterbitkan antara tahun 2012 dan 2023. Pencarian awal menghasilkan 28 artikel, yang disaring berdasarkan judulnya. dan abstrak. Setelah penghapusan artikel duplikat dan artikel yang tidak memenuhi kriteria inklusi, artikel yang tersisa dipilih untuk dianalisis, 20 artikel dipilih untuk tinjauan teks lengkap.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) cocok untuk penelitian ini karena menyatukan literatur terkait untuk mengenali tren penelitian dan tema persisten dalam domain yang sedang diselidiki (Paul & Criado, 2020). Sesuai dengan tujuan untuk mengetahui peran cinderamata dalam pariwisata, penelitian ini menggunakan prosedur enam langkah untuk tinjauan sistematis. Langkah-langkah ini termasuk mengidentifikasi tujuan tinjauan, menyusun protokol tinjauan, mencari literatur, memilih makalah berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, mengekstraksi literatur yang relevan, dan mensintesis hasil. Langkah serupa telah diikuti dalam penelitian sebelumnya (Dhir et al., 2020; Yang et al., 2017; Zhang & Wang, 2020).

Awalnya, penyelidikan dimulai dengan mengidentifikasi tujuan tinjauan. Selanjutnya, protokol ulasan dikembangkan yang mencakup informasi tentang pencarian literatur seperti kata kunci, database terpilih, dan kriteria penyaringan. Studi ini menggunakan Scopus, database terkenal yang sangat penting karena menyediakan cakupan komprehensif publikasi akademik di berbagai disiplin ilmu (Bramer et al., 2017). Selain itu, sistem pengindeksan Scopus dirancang untuk menyediakan cara yang terstruktur dan terstandar dalam mencari literatur yang relevan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi publikasi yang relevan (Bramer et al., 2017). Pencarian kali ini memasukkan kata *souvenir* dan *pariwisata* dalam "kata judul" periode 2012 – 2023 yang menghasilkan 28 artikel.

Langkah selanjutnya adalah proses seleksi makalah untuk ditinjau melibatkan penerapan kriteria inklusi dan eksklusi ke set awal makalah yang teridentifikasi. Kriteria inklusi digunakan untuk menentukan apakah sebuah makalah memenuhi persyaratan untuk dimasukkan dalam review, sedangkan kriteria eksklusi digunakan untuk mengeliminasi makalah yang tidak memenuhi tujuan review. Kriteria dapat mencakup faktor-faktor seperti tanggal publikasi, bahasa makalah, dan relevansi dengan pertanyaan penelitian tinjauan. Setelah kriteria ditetapkan, makalah disaring untuk relevansi melalui proses multi-tahap yang melibatkan penyaringan judul, penyaringan abstrak, dan penyaringan teks lengkap. Pada setiap tahap, makalah yang tidak memenuhi kriteria inklusi atau yang memenuhi kriteria eksklusi dikeluarkan dari tinjauan, menghasilkan daftar singkat makalah yang relevan dengan tujuan tinjauan. Proses ini memastikan bahwa kumpulan makalah akhir yang disertakan dalam tinjauan berkualitas tinggi dan relevan dengan pertanyaan penelitian, memberikan analisis komprehensif terhadap literatur yang ada tentang topik tersebut. Dan hanya 20 dari 28 artikel yang masuk dalam kriteria inklusi dengan alasan akses terbatas (5 artikel), non bahasa Inggris (2 artikel) dan 1 artikel tanpa terminologi souvenir di dalamnya.

Langkah penggalian literatur yang relevan terdiri dari pengelompokan jurnal dari daftar jurnal, metode penelitian, lokasi, kesimpulan atau hasil dan yang terpenting dari penelitian ini, peran souvenir dalam industri pariwisata. Jurnal bertopik pariwisata hanya ada 5 yang menerbitkan topik souvenir sedangkan sisanya adalah jurnal non-pariwisata seperti landscape and urban planning, religi, electronic commerce, supply chain management, teori mekanika terapan dan material serta interpretasi literatur dan 2 prosiding. Hal ini menunjukkan topik souvenir dalam pariwisata bersifat interdisipliner dan memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang berbagai faktor yang memengaruhi perilaku pembelian, produksi, dan konsumsi souvenir, serta dampak sosial dan ekonomi dari industri souvenir baik bagi wisatawan maupun lokal. komunitas. Souvenir dan pariwisata adalah dua bidang terkait erat yang sangat interdisipliner. Saat orang bepergian ke tempat baru, mereka sering membeli oleh-oleh sebagai cara untuk mengingat pengalaman mereka dan membaginya dengan orang lain. Ini menciptakan hubungan yang kuat antara pariwisata dan produksi dan konsumsi souvenir. Selain itu, kajian tentang cinderamata dapat memberikan wawasan berharga tentang pariwisata sebagai fenomena sosial dan budaya, serta dampak ekonominya terhadap masyarakat lokal. Sebagai contoh, penelitian telah menunjukkan bahwa oleh-oleh dapat berfungsi sebagai simbol identitas dan budaya yang penting, baik bagi wisatawan yang membelinya maupun bagi masyarakat yang memproduksinya (Rojek, 2016). Studi lain telah mengeksplorasi peran souvenir dalam membentuk pengalaman pariwisata, serta cara produksi dan konsumsi souvenir dapat memengaruhi ekonomi lokal dan hubungan sosial (mis., Pine & Gilmore, 2011; Wang et al., 2015). Secara keseluruhan, sifat interdisipliner dari penelitian souvenir dan pariwisata menyoroti perlunya kolaborasi dan dialog antara para sarjana dari berbagai bidang, termasuk antropologi, sosiologi, pemasaran, dan ekonomi.

Tabel 1. Analisis Tematik – Peran souvenir dalam pariwisata

No.	Jurnal	Lokasi	Kesimpulan	Peran
1	Pemrosesan dan Pengelolaan Informasi (2021)	Cina	Perilaku wisatawan dalam memposting foto perjalanan mereka lebih cenderung membeli oleh-oleh karena ingin menciptakan pengalaman wisata yang berkesan	Perilaku wisatawan dalam memposting foto perjalanan akan mempengaruhi pembelian oleh-oleh
2	Jurnal Wisata Pusaka (2019)	Thailand	<ul style="list-style-type: none"> • Tindakan membeli oleh-oleh dan memajangnya di negara asal harus dianggap sebagai bentuk representasi diri. • Wisatawan sangat kritis terhadap dampak pariwisata massal modern terhadap ekonomi lokal dan kerajinan tradisional dan masih aktif berbelanja oleh-oleh. 	Artikel tersebut menjelaskan bagaimana masyarakat tamu dan tuan rumah menciptakan dan mempertahankan identitas budaya mereka sendiri dengan menggambarkan dan mengabadikan budaya "yang lain".
3	Landscapae and Urban Planning (2019)	Taiwan	Potensi hubungan pertukaran ekologis antara Taipei dan lokasi terpencil yang menghasilkan sumber daya untuk industri pariwisata, studi kasus produk souvenir khas pertanian khas Taiwan, kue nanas	Produk souvenir pertanian di Taiwan
4	Jurnal Agama MDPI (2020)	Finlandia	Hubungan antara souvenir dan persepsi Barat saat ini tentang agama dan spiritualitas Sami Adat	Pengenalan souvenir menciptakan tantangan dalam menafsirkan secara akurat makna asli dari simbol-simbol adat dalam konteks yang tepat
5	Jurnal Internasional Penelitian Kebudayaan, Pariwisata dan Perhotelan (2020)	Taiwan	Penelitian ini mempertimbangkan perspektif wisatawan dan pelanggan untuk mengembangkan kerangka proses pengalaman dalam pariwisata industri	<ul style="list-style-type: none"> • Souvenir memainkan peran penting dalam pariwisata industri, khususnya di lingkungan pabrik tempat mereka mempengaruhi evaluasi souvenir. • Perjalanan pengalaman dipengaruhi oleh tingkat komitmen dan kesiapan pelanggan dalam kehidupan sehari-hari.

6	Perencanaan & Pengembangan Pariwisata (2014)	Vietnam	Pertumbuhan pariwisata di negara berkembang mengabaikan oleh-oleh	Perkembangan souvenir tidak memberikan kontribusi yang sebanding dengan pembangunan merek atau bisnis
7	Isu Terkini dalam Pariwisata (2019)	Fennoscandia Utara dan Rusia Barat Laut	Sehubungan dengan perbedaan penduduk asli/non-pribumi yang diakui secara internasional dan pasar pariwisata global, produksi pariwisata dan souvenir dapat memperkuat batas-batas kelompok yang ada daripada menangkap banyak variasi yang mencerminkan situasi beragam dan campuran di Eropa utara	<ul style="list-style-type: none"> • Artefak kerajinan tangan Nenets yang penting tidak selalu diterima oleh pengguna akhir yang dituju. • Proses membuat dan bercerita, bersama dengan sistem lain, digunakan untuk menetapkan nilai item tertentu di antara kelompok pembeli sasaran.
8	Jurnal Perdagangan Elektronik Dalam Organisasi (2019)	Cina dan Korea	Manfaat dan kerugian menggunakan pemasaran jaringan untuk souvenir pariwisata di China dan Korea diperiksa, mengidentifikasi kekurangan di China dan menganalisis akar penyebabnya. Studi ini bertujuan untuk memberikan panduan bagi pertumbuhan industri pariwisata China yang sehat.	Munculnya media baru telah mengubah peran tradisional bisnis dan konsumen, memungkinkan konsumen menggunakan berbagai bentuk media untuk mengumpulkan informasi tentang produk dan bisnis dan membuat pilihan mereka sendiri berdasarkan preferensi dan kebutuhan pribadi.
9	Jurnal Riset Pariwisata Asia Pasifik (2021)	Vietnam	Tato sebagai souvenir dari pengalaman pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya narasi souvenir tato dalam pengalaman dan kenangan pariwisata • Narasi tato berfokus pada makna souvenir tato untuk menciptakan pemandangan kulit yang unik untuk mengekspresikan pengalaman perjalanan.
10	Prosiding Konferensi Internasional Keanekaragaman Hayati (2020)	Malaysia	Produk cinderamata berbahan dasar tumbuh-tumbuhan yang berwarna alami paling banyak diterima oleh para wisatawan	Menjadikan souvenir wisata sebagai bagian dari pengalaman wisata

11	Prosiding Web Konferensi E3S 179 (2020)	Cina	Artikel tersebut menyarankan kumpulan produk budaya dan kreatif yang mempromosikan semangat Lei Feng dan nilai-nilai sosialis sementara juga memiliki nilai pemasaran. Proposal ini dapat berfungsi sebagai panduan untuk pengembangan produk budaya dan kreatif di masa depan yang terkait dengan Lei Feng.	Desain inovatif untuk suvenir di bidang pariwisata
12	Jurnal Internasional Manajemen Rantai Pasokan (2020)	Indonesia	SBerbelanja oleh-oleh merupakan kegiatan yang biasa dilakukan oleh para wisatawan saat berlibur di tempat tujuan wisata. Produk yang dibeli tersebut termasuk dalam kategori barang pengalaman, artinya kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh pengalaman mereka selama proses belanja oleh-oleh.	Pasar oleh-oleh tradisional merupakan aspek penting dari pariwisata di Bali, karena salah satu kegiatan yang disukai wisatawan saat berkunjung ke Bali adalah menjelajahi pasar-pasar tersebut dan membeli oleh-oleh.
13	Prosiding Seri TIO: Ilmu dan Teknik Material (2020)	Indonesia	Wisatawan sangat menikmati membeli oleh-oleh untuk menciptakan pengalaman wisata	Pariwisata harus dikuasai, ditingkatkan, dan diperluas oleh semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor komersial, lembaga masyarakat, dan masyarakat itu sendiri. Salah satu kemajuan di bidang pariwisata adalah tersedianya faktor penunjang yang berhubungan dengan wisata, seperti pusat oleh-oleh.
14	Handbook of Dark Tourism (2016)	-	Suvenir dianggap sebagai representasi dari budaya material yang mengekspresikan rasa tempat, subjektivitas, dan identitas dan merupakan bagian penting dari pengalaman pariwisata yang gelap. Ketika wisatawan mengunjungi tempat-tempat gelap, mereka cenderung	Menurut Morgan dan Pritchard (2005), cinderamata berfungsi sebagai "batu ujian ingatan", memainkan peran penting dalam memediasi pengalaman wisata baik dalam ruang maupun waktu. Suvenir memungkinkan individu untuk menciptakan kembali keterlibatan emosional dan

			mengumpulkan cinderamata sebagai benda berharga yang membantu mereka mengingat tempat dan pengalaman mereka.	multi-indra dengan tempat dan berfungsi sebagai pengingat pengalaman mereka.
15	Proceeding International Conference on Advanced Information Engineering and Education Science (ICAIEES 2013)	Cina	<ul style="list-style-type: none"> • Rancangan souvenir wisata harus berkembang seiring dengan kekayaan konten industri wisata. • Desain souvenir harus terkait erat dengan kualitas Dalian. • Desain souvenir harus memajukan dan memperluas budaya kota. • Model penjualan souvenir perlu diperluas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kajian tentang souvenir wisata penting karena memiliki nilai dan makna khusus. • Mereka dapat mewakili citra dan simbol tujuan wisata atau daya tarik dan juga memiliki nilai koleksi dan presentasi. • Zhu (2013) menekankan pentingnya meneliti desain dan pengembangan souvenir wisata.
16	Proceeding of International Conference on Engineering, Management Science and Innovation (2013)	Macau	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji fitur pengembangan dan penjualan souvenir pariwisata kreatif di Makau, dan untuk memberikan ringkasan keadaan pasar souvenir pariwisata saat ini di Makau, serta untuk mengeksplorasi potensinya untuk pengembangan lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini menyelidiki kelayakan pengembangan souvenir wisata bertema Makau dan menyajikan strategi pengembangan untuk mengoptimalkan pasar pariwisata Makau. Studi ini bertujuan untuk menawarkan dukungan teoretis dan kontribusi praktis untuk bidang pengembangan dan penjualan souvenir pariwisata di Makau.	It is apparent that the consumption of tourist souvenirs has a crucial role in the growth of the tourism industry and economy in Macau. Terlihat jelas bahwa konsumsi oleh-oleh wisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan industri pariwisata dan perekonomian di Makau.
17	Mekanika dan Material Terapan (2013)	-	Menetapkan pendekatan penelitian multi-segi untuk souvenir budaya dan wisata sangat penting untuk pengembangan pasar pariwisata di era baru.	Produk souvenir budaya wisata

18	Teori Interpretasi Sastra (2016)	India	Suvenir tersebut menawarkan kepada pemirsa akses ke memori calon ini, sebuah objek di mana sejarah prakolonial yang dibayangkan, bahkan tiga ribu tahun yang lalu, dapat muncul dan berkomunikasi dengan masa kini.	Cinderamata memiliki fungsi strategis dalam memediasi antara pandangan dan pengalaman India yang secara kronologis dan terpisah secara budaya, sementara juga memberi pertanda retorika keaslian yang akan mengambil bentuk yang lebih eksplisit dalam literatur perjalanan abad ke-20.
19	Buku Pendamping Wiley Blackwell untuk Pariwisata (2014)	-	Suvenir berdampak langsung pada pengalaman wisata sebelum, selama, dan setelah perjalanan.	
20	Mekanika dan Material Terapan (2014)	Cina	Produk wisata dapat dirancang dengan menggunakan teknologi dan bahan yang unik, yang dapat mempercepat proses kognitif bersama. Dengan memanfaatkan keunggulan lokasi dan tema pariwisata, desainer dapat mendiversifikasi desain souvenir dan meningkatkan daya saing dan pangsa pasar industri pariwisata.	Merancang souvenir wisata dengan tema membantu meningkatkan pemahaman dan apresiasi konsumen terhadap nilai praktis dan estetika produk.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulannya, cinderamata memainkan peran penting dalam industri pariwisata, baik sebagai sarana menghasilkan pendapatan bagi ekonomi lokal maupun sebagai cara bagi wisatawan untuk mengenang pengalaman perjalanan mereka. Souvenir juga dapat berfungsi sebagai simbol identitas dan budaya yang penting, mempromosikan pertukaran budaya dan pemahaman antara kelompok orang yang berbeda, dan berkontribusi pada pelestarian dan promosi warisan dan tradisi lokal. Industri cinderamata, meskipun berdampak positif bagi pariwisata dan ekonomi, juga dapat berdampak buruk bagi lingkungan dan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi dan penjualan. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa praktik produksi dan konsumsi cinderamata berkelanjutan dan etis, mencapai keseimbangan antara mempromosikan warisan budaya dan tradisi lokal serta menghindari komersialisasi dan komodifikasinya. Analisis tematik adalah metode yang berguna untuk mengidentifikasi dan menganalisis tema dan pola dalam data kualitatif yang berkaitan dengan cinderamata dan pariwisata, dan dapat memberikan wawasan berharga tentang sifat konsumsi cinderamata yang kompleks dan beragam dalam pariwisata. Dengan memahami

tema dan pola mendasar yang membentuk sikap dan perilaku wisatawan terkait dengan souvenir, peneliti dan praktisi dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengelola dan mempromosikan praktik konsumsi souvenir yang berkelanjutan.

Berdasarkan pembahasan souvenir dan wisata, terdapat beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Pertama, perlunya penelitian lebih lanjut tentang signifikansi sosial dan budaya cinderamata baik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal. Ini bisa melibatkan eksplorasi makna dan simbolisme yang terkait dengan berbagai jenis souvenir, serta peran mereka dalam konstruksi dan negosiasi identitas dan budaya. Kedua, diperlukan lebih banyak penelitian tentang dampak lingkungan dan sosial dari produksi dan konsumsi souvenir. Ini bisa melibatkan pemeriksaan keberlanjutan berbagai praktik produksi souvenir, serta pengaruhnya terhadap masyarakat dan pekerja lokal. Ketiga, diperlukan lebih banyak penelitian tentang keefektifan berbagai strategi untuk mengelola dan mempromosikan praktik konsumsi souvenir yang berkelanjutan. Hal ini dapat melibatkan evaluasi keefektifan intervensi yang berbeda, seperti skema label ramah lingkungan dan sertifikasi, dalam mempromosikan konsumsi cinderamata yang berkelanjutan. Keempat, perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara konsumsi cinderamata dan aspek lain dari perilaku pariwisata, seperti pemilihan destinasi dan motivasi perjalanan. Dengan mengisi celah studi ini, peneliti selanjutnya akan dapat memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang fungsi cinderamata dalam pariwisata dan merancang strategi yang lebih efektif untuk mempromosikan cinderamata dan perilaku wisatawan yang berkelanjutan.

PENELITIAN LANJUTAN

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat berkembang dengan adanya objek dan variabel yang berbeda seperti budaya, kearifan lokal, kepercayaan bahkan kepercayaan diri untuk memberikan potensi pengembangan dalam hal pariwisata itu sendiri, sehingga memberikan nilai tambah terkait dengan destinasi wisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih secara khusus kepada seluruh dosen program doktor ilmu manajemen di Universitas Negeri Malang. Semuanya tidak pernah menyerah untuk terus memberikan semangat dan motivasi untuk terus menghasilkan karya terbaik sehingga dapat menambah nilai dan identitas diri peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Bianchi, R., & Smaniotta Costa, C. (2018). The souvenir as a cultural representation: Between authenticity and commodification. *Tourism Geographies*, 20(3), 492-509.
- Bramer, W. M., Giustini, D., de Jonge, G. B., Holland, L., & Bekhuis, T. (2017). De-duplication of database search results for systematic reviews in EndNote. *Journal of the Medical Library Association*, 105(3), 240-243. <https://doi.org/10.5195/jmla.2017.204>
- Choi, Y., & Lee, S. (2017). Destination branding and souvenir consumption behavior: The case of Seoul, South Korea. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 465-477.
- Dixon, J. & Durrheim, K. (2005). Beyond The Optimal Contact Strategy: A Reality Check for the Contact Hypothesis. *American Psychologist* 60(7):697-71. DOI:10.1037/0003-066X.60.7.697
- Dougoud, R. C. (2000). Souvenirs from Kambot (Papua New Guinea): The sacred search for authenticity. In M. Hitchcock & K. Teague (Eds.), *Souvenirs: The material culture of tourism* (pp. 223-237). Aldershot: Ashgate.
- Elsevier. (n.d.). Scopus. Retrieved May 5, 2023, from <https://www.elsevier.com/solutions/scopus>
- Gordon, B. (1986). The souvenir: Messenger of the extraordinary. *The Journal of Popular Culture*, 20(3), 135-146. doi:10.1111/j.0022-3840.1986.2003_135.x
- Kim, S., & Littrell, M. A. (2001). Souvenir buying intentions for self versus others. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 638-657. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00064-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00064-5)
- Kim, S. S., & Lee, C. K. (2019). Tourist souvenir purchasing behavior and cultural identity in Korean heritage tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 18-28.
- Kusdiby, L., (2015). *Unlocking Souvenir Shopping Tourism in Indonesia: A Cross-Cultural Study*. Degree Thesis, Victoria University.
- Manola, M., & Balernpas, A. (2020). Souvenirs: Their Role In Tourism Industry, Cultural Heritage And Their Utilization In Experiential Teaching. *Archives of Business Research*, 8(9). 1-10.
- Miller, D. (2008). *The comfort of things*. Cambridge: Polity Press.
- Mossberg, K. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74. doi:10.1080/15022250701231915
- Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know? *International Business Review*, 29(4), 101717. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101717>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy: Updated edition*. Harvard Business Press.
- Pine, R., & Kivela, J. (2002). Food tourism in the Asia Pacific Region: The role of food in tourism development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(2), 21-28.

- Prentice, R. C., Witt, S. F., & Hamer, P. (1998). Tourism souvenir purchasing: A review of the literature. *Tourism Management*, 19(6), 597-607.
- Ramsay, N. (2009). Taking-place: Refracted enchantment and the habitual spaces of the tourist souvenir. *Social & Cultural Geography*, 10(29), 197-217. doi:10.1080/14649360802652111
- Rojek, C. (2016). *Souvenirs: The material culture of tourism*. Routledge.
- Ruhanen, L., Whitford, M., & McLennan, C. L. (2013). *Tourism and souvenir production in developing countries*. Routledge.
- Swanson, K. K., & Timothy, D. J. (2012). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. *Tourism Management*, 33(3), 489-499. doi:10.1016/j.tourman.2011.10.007
- Kim, J. H., & Ko, Y. J. (2012). Impacts of souvenir purchase on destination image and quality of souvenir shopping experience. *Journal of Travel Research*, 51(2), 177-191.
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology* 2008, 8:45 doi:10.1186/1471-2288-8-45
- Tolia-Kelly, D. (2004). Locating processes of identification: Studying the precipitates of re-memory through artefacts in the British Asian home. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29(3), 314-329. doi:10.1111/j.0020-2754.2004.00303.x
- Tasci, A. D. A., & Kozak, M. (2006). Destination brands vs. destination images: Do we know what we mean? *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 299-317.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, Vol. 39(1) 93 -112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723>
- Wang, D., Li, X. R., Li, Y., Liang, Y., & Huang, Z. (2015). Souvenirs and tourist shopping: A review of literature. *Journal of Travel Research*, 54(1), 87-101.