

Strategi Pengembangan Desa Wisata

Titing Kartika ^{1*}, Arisman Mucthar ²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI Bandung, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 1 Februari 2023
Revised: 14 Februari 2023
Accepted: 15 Februari 2023
DOI : 10.57151/jeko.v2i1.154

KEYWORDS

Analisis SWOT; Desa Wisata; Pengembangan; Strategi

SWOT Analysis; Tourism Village; Development; Strategy

CORRESPONDING AUTHOR

Nama : Titing Kartika
Address: Bandung Indonesia
E-mail : nengtiting_kartika@yahoo.co.id
arismanmucthar9@gmail.com

A B S T R A C T

Desa Ciburial merupakan salah satu Desa Wisata yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Jawa Barat sesuai dengan SK Bupati Bandung Nomor:556.42/Kep.1- Dispopar/ 2011 Tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung dengan konsep Agroekowisata. Dalam implementasi pengembangan Desa Wisata, Desa Ciburial mengalami kendala baik dalam aspek sumber daya manusia, pengelolaan destinasi, pemasaran, maupun aspek lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Desa Wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) sebagai alat analisisnya. Hasil Analisis faktor internal dan eksternal diolah dengan menggunakan matrik SWOT sehingga menghasilkan beberapa strategi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi yang perlu dikembangkan mencakup pemetaan wisata berdasarkan potensi yang dimiliki, penguatan promosi berbasis digital sekaligus membangun branding, pengotimalkan koordinasi lintas sektor dalam pengelolaan Desa Wisata serta pelatihan SDM mencakup tata kelola destinasi dan pemandu wisata

Ciburial Village is one of the Tourism Villages that has been established by the West Java Bandung Regency Government in accordance with the Bandung Regent's Decree Number 556.42/ Kep. 71- Dispopar/ 2011 Regarding the Determination of Tourism Villages in the Bandung Regency Area with the concept of Agriecotourism. In implementing the development of Tourism Villages, Ciburial Village encountered obstacles both in terms of human resources, destination management, marketing, and other aspects. The purpose of this study is to determine the development strategy of the tourism village. This study used a qualitative descriptive approach and SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) as an analytical tool. The results of the analysis of internal and external factors are processed using a SWOT matrix to produce several strategies. The results of the study indicate that strategies that need to be developed include mapping tourism based on potential, strengthening digital-based promotions as well as building branding, optimizing cross-sectoral coordination in the management of Tourism Villages and training in human resources including destination management and tour guides.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sektor andalan Indonesia yang menjanjikan dalam pemasukan devisa negara (Sihombing,2022) demikian juga dengan munculnya desa wisata telah menjadi komponen yang semakin populer dari strategi pembangunan di banyak daerah terbelakang, dengan pengembangan terhadap potensi pariwisata daerah dalam rangka meningkatkan ekonomi lokal dan taraf hidup masyarakat lokal (Lioe et al.,2020).

Strategi pengembangan desa wisata melalui potensi sumber daya alam, pemasaran strategi, dan manajemen sumber daya manusia serta partisipasi masyarakat yang cukup tinggi di semua tahapan manajemen (Ramadhani et al.,2021). Desa wisata harus dapat melestarikan adat istiadat setempat, menjaga lingkungan dan berdampak positif bagi lingkungannya (Istiqomah et al., 2020). Desa wisata menjadi penting dalam keberlanjutan strategi perkembangan wisata, faktor kekuatan dan peluang memiliki skor kepentingan dan presentasi persetujuan lebih tinggi daripada faktor kelemahan dan ancaman (Arintoko et al.,2020).

Pemerintah telah mengeluarkan program sebagai upaya dalam penurunan tingkat urbanisasi di Indonesia, salah satunya adalah dengan pemberdayaan desa melalui konsep Desa Wisata. Menurut (Peraturan Menteri Desa PDTT, 2020), terdapat sekitar 1734 potensi yang dapat dikembangkan menjadi Desa Wisata. Sebaran tersebut mencakup di Pulau Jawa Bali sebanyak 857, Sumatera 355, Nusa Tenggara 189, Papua 74 dan Maluku 23. Untuk di area Jawa Barat sendiri terdapat 251 potensi

Desa Wisata yang dapat dikembangkan. Provinsi Jawa Barat dengan karakter alam dan budaya yang beragam telah memetakan keberagaman potensi dari setiap Kota/Kabupaten dalam program pengembangan Desa Wisata. Salah satu Kabupaten yang mengembangkan Desa Wisata adalah Kabupaten Bandung. Secara geografis Kabupaten Bandung terletak diantara Kota Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Cianjur, Kabupaten Sumedang dan Kabupaten Garut.

Kabupaten Bandung memiliki potensi alam dan budaya yang beragam yang dimiliki di beberapa tempat. Pemerintah melalui Surat Keputusan Bupati Bandung Nomor: 556.42/ Kep. 71-Dispopar/ 2011 Tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung telah menetapkan 10 (Sepuluh) Desa Wisata. Sepuluh desa tersebut adalah Desa Alamendah (Kecamatan Rancabali), Desa Mekarsari (Kecamatan Pasirjambu), Desa Panundaan (Kecamatan Ciwidey), Desa Lebakmuncang (Kecamatan Ciwidey), Desa Lamajang (Kecamatan Pangalengan), Desa/ Kelurahan Jelekong (Kec. Baleendah), Desa Ciburial (Kecamatan Cimenyan), Desa Cinunuk (Kecamatan Cileunyi), Desa Laksana (Kecamatan Ibum) dan Desa Rawabogo (Kecamatan Ciwidey). Sementara itu masih terdapat sekitar 27 (dua puluh tujuh) desa wisata yang masih dalam proses ajuan SK Bupati diantaranya Desa Kiangroke, megahurip, Tenjolaya, Nagrog, Rahayu, Cileunyi Kulon, Cikadut, Melatiwangi, Cilengkrang, Ciporeat, Mandalasari, Neglawangi, Tarumajaya, Santosa, Dukuh, Citaman, Pulosari, Indragiri, Cimekar, Ciwidey, Bandasari, Cikongeng, Bumi Wangi, Karangtunggal, Darwati. (Dinas Pariwisata, 2020)

Terdapat beberapa definisi mengenai strategi yang disampaikan oleh beberapa penulis dan peneliti. Menurut Nyoranita Jayanti Maheta, Yaqub Cikusin, Agus Zainal Abidin (2020) berpendapat bahwa Strategi merupakan suatu proses yang bersifat membangun sebuah inovasi baru dimana nanti dapat menghasilkan tujuan yang ingin dicapai. Dalam pengembangan destinasi wisata dipedesaan membutuhkan strategi yang efektif dan efisien sehingga dapat mencapai keberhasilan dalam pengembangan wisata tersebut. Melihat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sekarang yaitu salah satunya jurnal dengan judul "Strategi Pengembangan Potensi Desa Mengesta Sebagai Desa Wisata Berbasis Ekowisata" oleh Ni Nyoman Sri Astuti (2016), tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi potensi yang terkandung di Desa Mengesta, serta bagaimana penerapan strategi pengembangan dari potensi yang dimiliki Desa Mengesta sebagai desa wisata berbasis ekowisata. Pendapat lain bahwa strategi berupa keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil (Kuswinton, 2022).

Dengan adanya sebuah desa wisata diharapkan tercipta suatu pembangunan pariwisata yang berkesinambungan tanpa merusak nilai budaya masyarakat setempat. Pengembangan desa wisata di Indonesia mulai muncul sekitar tahun 2017 saat dicanangkannya Visit Indonesia sebagai langkah pemerintah mempromosikan pariwisata baik bagi wisatawan lokal maupun manca negara (Prafitri & Damayanti, 2016). Sementara itu pengembangan destinasi wisata merupakan salah satu cara untuk menjadikan lingkungan lebih maju, baik, dan berguna bagi semua kalangan (Suwanto, 2020). Langkah strategis pemerintah dan peran pemangku kepentingan lainnya untuk melindungi kelestarian wisata alam menjadi sangat penting. Pembangunan sarana dan prasarana pendukung juga dapat meningkatkan daya tarik objek wisata (Sudarman dan Udin, 2019)

Lahirnya konsep desa wisata di Indonesia disambut baik oleh beberapa pihak walaupun dalam pelaksanaannya masih belum sepenuhnya mengimplementasikan prinsip-prinsip yang seharusnya. Desa Ciburial sebagai salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Bandung mengalami kendala dalam pengembangannya baik dalam aspek sumber daya manusia sebagai pengelola, pengelolaan destinasi, pemasaran, maupun aspek lainnya. Dengan demikian sangat diperlukan strategi untuk meningkatkan pengelolaan yang berdampak pada jumlah kunjungan. Dengan demikian berdasarkan hasil pengamatan dan identifikasi masalah, penelitian ini bertujuan untuk 1. Mengetahui kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal pengembangan desa wisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Ciburial dan 2. menganalisis strategi dan program pengembangan desa wisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Ciburial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan tahapan wawancara, observasi dan kajian pustaka. Untuk menentukan strategi pengembangan, pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). SWOT digunakan untuk membuat dan menyusun faktor-faktor strategis bagi destinasi (Desa Wisata). Tujuan dari matriks ini yaitu untuk menganalisis faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Desember 2021 di Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung Jawa Barat, dan dilaksanakan penelitian lanjutan pada tahun 2022.

HASIL & PEMBAHASAN

Desa Wisata Ciburial merupakan salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung Jawa Barat sesuai dengan Surat Keputusan Bupati Bandung Nomor: 556.42/ Kep. 71- Dispopar/ 2011 Tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung. Desa wisata Ciburial berada di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi wisata baik alam, sejarah, maupun budaya. Secara geografis Desa Ciburial berbatasan dengan beberapa wilayah yakni sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Lembang, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Mekarsaluyu, sebelah selatan dengan Kota Bandung, dan sebelah Barat dengan Kabupaten Bandung Barat.

Terdapat beberapa hal yang menjadi ciri khas yang ada di di Desa Wisata Ciburial diantaranya integrasi antara suasana alam dan budaya yang saling melengkapi. Dari sisi alam, Desa Wisata Ciburial dikelilingi oleh bukit yang memberikan suasana yang sejuk. Sementara itu dari sisi seni budaya terdapat sanggar seni dan budaya seperti Galeri Selasar Sunaryo, Galeri Sudjana Kerton. Selain itu terdapat komunitas budaya yakni Batur Ulin, Komunitas Hong, Padepokan Parukuyan, Paguyuban Pamuda Sekebuluh, Sanggar Rhosantika. Keunikan lain di Desa ini adalah adanya beberapa pabrik tahu, peternakan lebah madu, dan kampung ternak (peternakan sapi).

Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara berikut adalah hasil dari analisis SWOT beserta matriknya yang menggambarkan strategi yang dapat dikembangkan, pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Analisis SWOT

	Strength (S)	Weakneses (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Lahan pertanian yang luas Kerajinan tangan dari warga lokal Akses mudah dari kota Bandung UMKM (Café dan usaha pendukung lainnya) Suhu udara yang sejuk Peternakan sapi warga, lebah Potensi wisata berbasis alam dan budaya 	<ol style="list-style-type: none"> Peternakan sapi belum terorganisasi dengan baik Sarana dan prasarana yang belum menunjang Pendataan jumlah pengunjung belum terdokumentasikan dengan baik Kunjungan wisata belum dikemas dengan baik Belum tersedianya kependamuan wisata Pengelolaan media sosial belum optimal SDM dalam pengelolaan Desa Wisata masih kurang Kurangnya informasi mengenai keseluruhan objek wisata
Opportunity (O)		
<ol style="list-style-type: none"> Masyarakat kota membutuhkan referensi wisata baru untuk melepas dari kehidupan kota. Keterlibatan Pemerintah terhadap Pengembangan Agrowisata Desa Ciburial Peminat Agrowisata yang cukup banyak Pengelolaan homestay oleh warga Memiliki nilai 	<p>Pemetaan wisata mengacu pada potensi yang ada di Desa Wisata Ciburial (S1, S4, S6, S7, O1)</p> <p>S2, S3, O2 (Diperlukan dukungan pemerintah desa terhadap pelaku kerajinan tangan, dan UKM)</p> <p>Pengotimalan agrowisata sebagai penguatan branding Ciburial (S7, O3)</p> <p>Pemberdayaan masyarakat melalui homestay dengan suasana pedesaan (S5, O4, O5)</p>	<p>Pembuatan atraksi baru memperkenalkan pariwisata berbasis agro mencakup peternakan, pertanian (W1, O1)</p> <p>Perlunya keterlibatan pemerintah dalam upaya pemberian pelatihan SDM, pengelolaan Desa Wisata (W5, W6, W7, O2)</p> <p>Pelatihan pengelolaan media sosial sebagai media branding kepada masyarakat luas (W6, O2, O3)</p>

sejarah dalam perkembangan nya

Threat (T)		
1. Kompetitor yang lebih terkenal	Penguatan promosi berbasis digital sehingga mampu menghadapi kompetitor (S1, S2, S3, T1)	Koordinasi lintas sektor agar pengelolaan Desa Wisata semakin baik (W1, W2, W3, W4, W5, T1, T2)
2. Faktor Alam (gagal panen)	Upaya antisipasi gagal panen melalui pendekatan ilmiah (S5, S6, S7, T2, T3)	Pelatihan SDM dalam berbagai bidang mencakup pengelolaan SDM, Guiding, promosi, pengelolaan Medsos sehingga membantu dalam perancangan <i>branding destination</i> .
3. Program pemerintah dalam pengembangan desa untuk merintis desa wisata yang sama.	Giati mempromosikan potensi yang ada melalui ragam media (S7, T3)	(W6, W7, W8, T3)

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan matrik analisis SWOT dihasilkan beberapa strategi prioritas diantaranya: 1) Pemetaan wisata berdasarkan potensi yang dimiliki; 2) Penguatan promosi berbasis digital sekaligus membangun branding; 3) Pengoptimalan koordinasi lintas sektor dalam pengelolaan Desa Wisata; 4) Pelatihan SDM mencakup bidang tata kelola Desa Wisata dan Kepemanduan

Strategi Pengembangan

Pengembangan pariwisata dengan prinsip berkelanjutan sudah menjadi suatu prinsip pengembangan destinasi. Prinsip-prinsip itu mencakup beberapa hal seperti yang diungkapkan oleh (Suwanto, 2020) : a) harus dibantu oleh proses perencanaan dan partisipasi masyarakat; b) harus ada kepastian, keseimbangan, adanya sasaran ekonomi, sosial budaya dan masyarakat; c) hubungan antara pariwisata, lingkungan dan budaya harus dikelola sedemikian rupa sehingga lingkungan lestari untuk jangka panjang; d) aktivitas pariwisata tidak boleh merusak dan menghasilkan dampak yang tidak dapat diterima oleh masyarakat; e) pengembangan pariwisata tidak boleh tumbuh terlalu cepat dan berskala kecil atau sedang; f) pada lokasi harus ada keharmonisan antara hubungan wisatawan, tempat dan masyarakat setempat; g) keberhasilan pada setiap aktivitas tergantung pada keharmonisan antara pemerintah, masyarakat setempat dan industri pariwisata; h) pendidikan yang mengarah pada socio-cultural pada setiap tingkatan masyarakat yang berkaitan dengan aktivitas pariwisata, termasuk juga perilaku wisatawan harus serius diorganisasikan; i) peraturan perundang-undangan yang secara pasti melindungi budaya harus dikeluarkan dan dilaksanakan sekaligus merevitalisasinya; j) investor dan wisatawan harus dididik untuk menghormati kebiasaan, norma dan nilai tempat. Sedangkan hal-hal yang menimbulkan dampak negatif dihindarkan dan dampak positifnya dimanfaatkan.

Sementara itu, Keberadaan Desa wisata dalam perkembangan dan pembangunan pariwisata di Tanah Air sudah sedemikian penting. Desa Wisata sudah mampu mewarnai variasi destinasi yang lebihdinamis dalam Kawasan pariwisata sehingga pariwisata tidak selalu terjebak dalam trend pengembangan bercorak pariwisata secara massal. Desa wisata merupakan operasionalisasi kebijakan yaitu pariwisata sebagai penyerap tenaga kerja pedesaan, pariwisata sebagai pembangkit pertumbuhan ekonomi Desa, dan pariwisata sebagai alat penanggulangan kemiskinan sebagai manadiketahui, Pemerintah pusat yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo telah mengartikan amanat tentang Nawa Cita, khususnya untuk Nawa Cita ketiga yaitu membangun Indonesia dari pinggiran (Tanaya, 2019)

Desa Wisata

Desa adalah sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai susunan asli berdasarkan hak asal-usul yang bersifat istimewa. Ini berdasar keanekaragaman, partisipasi, otonomi, demokratisasi, dan pemberdayaan masyarakat. Maka, masyarakat di desa sudah seharusnya dilibatkan dan berpartisipasi dalam pembangunan. Terdapat beberapa indikator keberhasilan Desa Wisata diantaranya: kualitas pelayanan dan keahlian pemandu lokal, Sapta Pesona dapat diterapkan secara berkelanjutan, kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan homestay dan Sistem manajemen pengunjung (*Visitor Management Policy*). Selain itu satu hal yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata adalah tidak mengesampingkan tradisi dan adat masyarakat lokal (Widjaja, 2011). Penelitian tentang Desa Wisata sudah banyak dilakukan oleh para peneliti pariwisata (Kartika

et al., 2019) (Afriza et al., 2018) (Fajri & Kartika, 2020); (Arismayanti; et al, 2014) (Sukrin et al., 2022). Penelitian-penelitian tersebut dapat memberikan gambaran tentang strategi pengembangan desa wisata sebagai destinasi pariwisata. Ada beberapa manfaat yang didapatkan dari konsep desa wisata diantaranya: a) desa wisata dapat menggali, mempertahankan dan mempertajam nilai-nilai adat budaya yang telah berlangsung selama puluhan tahun di desa tersebut. Lestarinya nilai-nilai budaya merupakan daya tarik utama bagi wisatawan. Suatu desa tidak akan menarik jika tidak memiliki budaya, adat istiadat yang unik serta *way of living* yang eksotis; b) desa Wisata akan memberikan peluang ekonomi yang melibatkan masyarakat lokal dalam penciptaan lapangan kerja baru melalui konsep pemberdayaan. Hal ini juga akan berdampak pada peningkatan taraf hidup; c) desa Wisata menuntut masyarakat untuk lebih bersahabat dengan alam sekitar. Lingkungan yang asri, pohon-pohon yang rindang serta terawat adalah salah satu komponen daya tarik desa wisata (Putra, 2018).

Sedangkan Atmoko dalam (Harira, 2020) menjelaskan bahwa desa wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik yang khas baik dari segi ciri fisik lingkungan alam desa maupun kehidupan sosial budaya masyarakatnya, yang dapat ditransformasikan menjadi daya tarik dengan mengembangkan fasilitas penunjang pariwisata.

Konsep desa wisata hendaknya dibangun atas dasar kerakyatan seperti yang diungkapkan oleh (Pitana & Gayatri, 2015) yakni mencakup a) skala usaha yang dikembangkan adalah skala kecil, sehingga lebih mudah dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah di dalam pengusahaannya; b) pelakunya adalah masyarakat menengah ke bawah atau biasanya didominasi oleh masyarakat lokal (*locally owned and managed*); c) input yang digunakan, baik sewaktu konstruksi maupun operasional berasal dari daerah setempat atau komponen impornya kecil; d) aktivitas berantai (*spin off activity*) yang ditimbulkan sangat banyak, baik secara individu maupun melembaga akan semakin besar yang konsekuensinya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat lokal akan besar; e) berbasiskan kebudayaan lokal karena pelakunya adalah masyarakat lokal; f) ramah lingkungan, karena terkait dengan tidak adanya konversi lahan secara besar-besaran, serta tidak adanya perubahan bentang alam yang berarti; g) tidak seragam, karena bercirikan keunikan daerah setempat; h) menyebar di berbagai daerah.

Konsep dan pemikiran tersebut tentunya didasari oleh landasan hukum mengenai tujuan kegiatan berwisata adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Undang-Undang, 2009). Hal-hal yang dapat diimplementasikan beragam tergantung dari potensi dari setiap desa yang dimiliki dapat berupa pariwisata budaya (*cultural tourism*), ekowisata (*ecotourism*), pariwisata bahari (*marine tourism*), pariwisata petualangan (*adventure tourism*), pariwisata agro (agro tourism), gastronomy (*culinary tourism*), dan pariwisata spiritual (*spiritual tourism*). Daya tarik objek wisata di pedesaan sengaja dibuat dan dikembangkan oleh stakeholder supaya para wisatawan dapat menikmati pedesaan.

PENUTUP

Strategi pengembangan pariwisata menjadi bagian yang penting dalam pengelolaan suatu destinasi termasuk di Desa Wisata. Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat beberapa faktor penghambat dalam upaya pengembangan sehingga berdampak pada jumlah kunjungan. Selain faktor telah terjadinya Covid 19, beberapa kendala lain terjadi karena masih belum optimalnya kegiatan pemasaran. Ketidaksiapan SDM dalam mengelola maupun menjadi mitra wisatawan juga menjadi kendala lain. Desa Wisata Ciburial pada dasarnya sudah memiliki potensi yang cukup dalam mendukung identitas sebagai Desa Wisata baik secara alam, budaya, kuliner, maupun daya tarik inovasi lainnya seperti penciptaan program kaulinan barudak.

Beberapa strategi yang dapat menjadi prioritas mencakup: Pemetaan wisata berdasarkan potensi yang dimiliki, Penguatan promosi berbasis digital sekaligus membangun branding, Pengotimalan koordinasi lintas sektor dalam pengelolaan Desa Wisata serta adanya Pelatihan SDM mencakup tata kelola Desa dan kependudukan. Dengan demikian membangun desa bukanlah hanya membangun fisik, namun adanya transfer pengetahuan yang dapat meningkatkan kompetensi dalam pengelolaan juga sangat penting dilakukan. Yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah tidak semua indikator dalam pengembangan Desa Wisata menjadi poin analisis SWOT. Dengan demikian penelitian selanjutnya adalah peneliti dapat memasukkan indikator yang lebih komprehensif terkait dengan indikator keberhasilan pengembangan Desa Wisata sehingga didapatkan hasil yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. N. (2016). *Strategi Pengembangan Potensi Desa Mengesta Sebagai Desa Wisata. Berbasis Ekowisata*. Bali: Politeknik Bali.
- Afriza, L., Kartika, T., & Riyanti, A. (2018). Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat (Community Based Ecotourism) dalam Rangka Mengentaskan Kemiskinan di Desa Karongsong Kabupaten Indramayu. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 3(1), 20–34. <http://www.journal.stpsahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/128>.
- Arismayanti; et al. (2014). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Adat Penglipuran Bangli. *Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 14 No.2 hal 47-66*.
- Dinas Pariwisata. (2020). *Kebudayaan Kabupaten Bandung*.
- Fajri, K., Kartika, T. dan A. L. (2020). Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Kemampuan Kepemanduan Wisata di desa Wisata Cibuntu Kab. Kuningan Provinsi Jawa Barat. *Urnal Qardhul Hasan; Media Pengabdian kepada Masyarakat. Hal. 28-38*.
- Harira,S (2020). Strategi Pengembangan Kampung Wisata Tenun Berbasis Community Based Tourism. *Institut Teknologi Kalimantan, Vol. 11 No. 1 Maret 2023*, Hal. 69-82. Retrieved from http://repository.itk.ac.id/3948/4/08151041_chapter_2.pdf
- Kartika, T., Afriza, L., & Fajri, K. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1), 11–24. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i1.16427>.
- Kuswinton. (2022). Strategi Pemasaran UMKM dalam Menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 27–32. <https://doi.org/10.57151/jeko.v1i2.49>.
- lloe, I. E. (2022). Pelatihan Keberishan dan Tata Letak Rumah Tinggal (homestay) di desa wisata cikolelet. *jurnal administrasi negara*.
- Maheta N, .. Y. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Rowo Klampok Berbasis Kearifan Lokal (Local Wisdom) (Studi Pada Desa Senggreng Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang). *Respon Publik*, 34-42..
- Nuryanti, W. (1993). *Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press. Hal. 2-3*.
- Peraturan Menteri Desa PDTT. (2020). *Nomor 14 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Nomor 11 Tahun 2019 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020*.
- Prafitri, G. R., & Damayanti, M. (2016). Kapasitas Kelembagaan Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Ketenger, Banyumas). *Jurnal Pengembangan Kota*, 4(1), 76. <https://doi.org/10.14710/jpk.4.1.76-86>
- Pitana, I G., Gayatri, P. (2015). *Sosiologi Pariwisata. Andi: Yogyakarta*.
- Putra. (2018). *Ekosistem Sebagai Modal Dasar Pengembangan DesaWisata. Diunduh dari http://tourism.padang.go.id/index.php?to urism=news&id=5*.
- Ramadhani, Suswanta, & Shaddiq, S. (2021). E-Marketing of village tourism development strategy (Case study in the tourist village puncak sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 72–77. <https://doi.org/10.18196/jrc.2255>.
- Sudarman, La dan Udin, N. (2019). *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Obyek Wisata*. 16(2), 15–36.
- Sukrin, Wilda Fatmala, F. R. (2022). Pengaruh Produk Pariwisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau Tahun 2021. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 366-385. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.971>.
- Sihombing, S. B. (2022). Objek Wisata Alam Pantai Paropo Kecamatan Silahisabungan , Kabupaten Dairi adalah. 17(02), 106–117
- Suprobowati, D., Sugiharto, M., & Miskan, M. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 6(1), 53-68.
- Suwantoro, G. (2020). *Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Undang-Undang. (2009). *Nomor 10 tentang Kepariwisataaan*.
- Widjaja, H. (2011). *Otonomi Daerah dan Daerah Otonom, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Tanaya, P. L. (2019). *Strategi Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kemendesa RI.