

Strategi pengembangan personal branding wisata “lembah kecubung” desa penanggungan

Salwa Yasmin Az-Zahro, Rr. Debby Amalia Azhari, Akmad Varel Al Farabi, Fairuz Zaky Muhammad, Farhat Nur Rachman, Supardi*

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Article History:

Submission: 02-03-2024

Revised: 18-03-2024

Accepted: 05-04-2024

* Korespondensi:

Supardi

supardi@umsida.ac.id

ABSTRAK

Lembah Kecubung merupakan destinasi wisata baru yang terletak di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Tempat ini sangat menarik karena menawarkan pemandangan yang sangat indah karena langsung mengarah ke Gunung Arjuno dan Penanggungan. Objek wisata ini berkonsep agrowisata dengan daya tarik utama edukasi melalui wahana alam seperti petik sayur, water tubing, mengeksplorasi strategi pengembangan personal branding untuk mempromosikan wisata Lembah Kecubung di Desa Penanggungan. Untuk membangun personal branding yang kuat, strategi yang baik diperlukan, termasuk peningkatan visibilitas online melalui penggunaan konten yang menarik dan konsisten, kolaborasi dengan influencer lokal, dan pemanfaatan jaringan komunitas untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan. Tujuan dari strategi diharapkan personal branding wisata Lembah Kecubung dapat semakin dikenal, diminati, dan berkontribusi positif bagi perkembangan pariwisata Desa Penanggungan.

Kata Kunci: Wisata; lembah kecubung; personal branding; strategi

Personal branding development strategy for “amethyst valley tourism” in penanggungan village

ABSTRACT

Lembah Kecubung is a new tourist destination located in Penanggungan Village, Trawas District, Mojokerto Regency. This place is very interesting because it offers a very beautiful view because it directly leads to Mount Arjuno and Penanggungan. This tourist attraction has an agro-tourism concept with the main attraction of education through natural rides such as vegetable picking, water tubing, exploring personal branding development strategies to promote Lembah Kecubung tourism in Penanggungan Village. To build strong personal branding, a good strategy is needed, including increased online visibility through the use of interesting and consistent content, collaboration with local influencers, and utilization of community networks to increase awareness and tourist interest. The purpose of the strategy is to ensure that the personal branding of Lembah Kecubung tourism can be increasingly recognized, in demand, and contribute positively to the development of tourism in Penanggungan Village.

Keywords: Tourism; amethyst valley; personal branding; strategy.

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang didalamnya terdapat beraneka ragam kultur baik di sektor Budaya dan pariwisatanya [1]. Umumnya keanekaragaman Pariwisata dimiliki oleh daerah dengan ciri



khasnya masing-masing terutama pada pulau Jawa, lebih tepatnya di Desa Penanggungan, Kabupaten Mojokerto Kecamatan Trawas. Adanya pembangunan Desa Pariwisata diharapkan memberikan dampak tidak hanya berupa meningkatnya ekonomi warga ataupun masyarakat sekitar namun menjadikan desa tersebut benar-benar menjadi Desa Pariwisata [2]. Dalam upaya memanfaatkan keindahan alam yang berpotensi menjadi tempat wisata sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar [3][4].

Model pengembangan desa wisata dianggap menjadi salah satu agenda pembangunan nasional yang cukup efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa [5]. Dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa wisata merupakan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan untuk mengunjungi objek tertentu, pengembangan pengetahuan, atau mempelajari keunikan budaya lokal dalam jangka waktu yang tidak lama [6]. Konsep wisata bisa juga diimplementasikan untuk desa untuk dijadikan desa wisata [7].

Pariwisata memiliki definisi yang luas yaitu, perjalanan ke satu tempat ke tempat lain namun bersifat sementara dan dapat dilakukan perorangan atau individual maupun secara kelompok untuk mencari keserasian dan kebahagiaan dengan lingkup hidup dimensi sosio budaya, alam dan ilmu [8]. Definisi Desa Wisata adalah sebuah wilayah pedesaan dimana memiliki sebuah potensi keunikan dan daya tarik khas, berupa struktur karakteristik lingkungan alam pedesaan maupun sosio budaya kemasyarakatan [9]. Desa wisata merupakan sebuah lingkungan yang mempunyai keindahan alam dan adat istiadat yang dapat menarik para wisatawan sehingga dapat menjadikan destinasi yang patut di kunjungi oleh khalayak ramai [10].

Sarana agar pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan rakyat dapat meningkat, penghapusan kemiskinan, pengentasan pengangguran, pelestarian alam, lingkungan serta sumber daya, mengharuman nama bangsa, serta memperkuat jati diri bangsa, semua itu merupakan bagian dari tujuan kepariwisataan [11][12].

Trawas merupakan kawasan wisata dekat pegunungan, cukup dekat dengan Surabaya, berjarak 65 km. Kawasan Trawas terletak di kaki bukit dan lereng Pegunungan Arjuno–Welirang dan Gunung Penanggungan dengan ketinggian rata-rata 700 meter di atas permukaan laut dan suhu udara 18-20 derajat celsius. Hal ini mungkin menjadi salah satu alasan mengapa kawasan Trawas dikenal sebagai kawasan wisata baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Banyak wisatawan, termasuk pengunjung dari Surabaya dan Sidoarjo, memilih kawasan Trawas sebagai tujuan liburannya. Rata-rata mereka mengunjungi Trawas untuk jalan-jalan.

Kawasan Trawas sangat cocok untuk berlibur karena memiliki pemandangan langsung Gunung Arjuno dan Penanggungan serta iklimnya sangat sejuk dan nyaman. Banyak cafe dan tempat wisata yang dibangun di kawasan Trawas. Tujuan pengembangan pariwisata di Trawas adalah untuk menekankan kehidupan pedesaan dan keaslian sosial budaya masyarakat local [13]. Mata pencaharian masyarakat desa juga mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian desa [14]. Cafe-cafe terkenal di kawasan Trawas seperti Gurtenhutte dan Antasena juga menjadi daya tarik kawasan ini. Wisatawan biasanya pergi ke tempat-tempat yang sedang populer/viral atau tempat-tempat yang sudah banyak mereka dengar. Akibatnya banyak wisatawan yang mengabaikan objek wisata di kawasan Trawas, terutama objek wisata yang baru dibuka atau dibuka seperti Agrowisata Lembah Kecubung.

Lembah Kecubung merupakan destinasi wisata baru yang terletak di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Tempat ini sangat menarik karena mempunyai pemandangan yang sangat indah karena mengarah langsung ke Gunung Arjuno dan Penanggungan. Objek wisata ini berkonsep agrowisata dengan daya tarik utama edukasi melalui wahana alam seperti petik sayur, *water tubing*, hingga wahana air seperti kolam bebek dan kolam ikan. Tempat wisata ini baru saja dibuka pada tanggal 12 Oktober 2023, dan diresmikan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) pada tanggal 11 Januari 2024, sehingga tergolong sebagai destinasi baru di daerah Trawas.

Berdasarkan uraian diatas, Mahasiswa KKN-P Umsida Kelompok 31 memiliki inisiatif yang bertujuan untuk menyelesaikan Program Kerja KKN dengan membantu membersihkan Lembah Kecubung dan membantu dalam pembuatan papan petunjuk arah untuk ke arah Lembah Kecubung sehingga nantinya diharapkan mampu mengenalkan tempat wisata Lembah Kecubung kepada masyarakat luar daerah Trawas yang berkunjung ke daerah Trawas.

2. METODE PELAKSANAAN

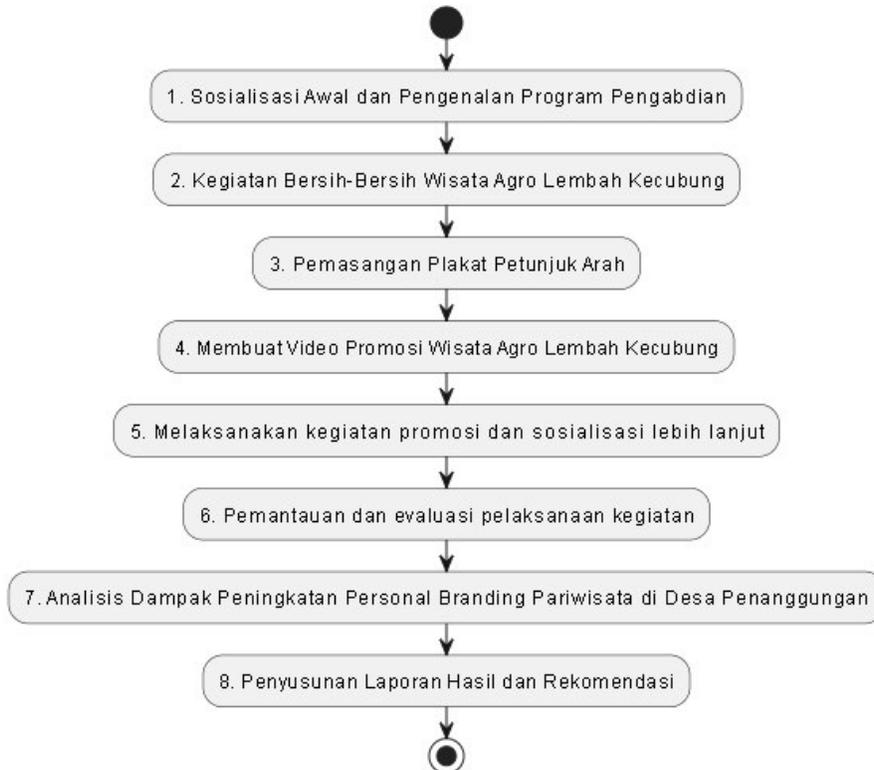
Secara keseluruhan, pendekatan pengembangan personal branding dalam pengelolaan wisata desa di Lembah Kecubung didasarkan pada kerjasama antara tiga pilar utama sosialisasi, pendampingan, dan implementasi mandiri [15]. Kegiatan pengabdian ini tidak hanya menitik beratkan pada transfer ilmu dan pengalaman yang dilakukan oleh tim pengabdian, namun juga pada upaya berkelanjutan untuk menjamin terciptanya hasil yang bermanfaat bagi para mitra, khususnya dalam hal peningkatan ilmu, pengalaman dan pendapatan ekonomi bagi Bumdes. mencakup proses pengajaran.

Sebagai pengelola pariwisata, saya melakukan kegiatan pembersihan dan pengelolaan dengan bekerjasama dengan warga sekitar. Selama masa pengabdian, interaksi dilakukan berdasarkan konsep dan strategi pengembangan personal branding kepada mitra sponsor yaitu Bumdes Desa Penanggungan, serta tim pengabdian, mahasiswa sebagai pendamping pelayanan, dan pemerintah desa setempat terlibat aktif.

Proses sosialisasi ini dilanjutkan dengan fase mentoring intensif dimana tim pengabdian akan membantu anda menerapkan strategi pengembangan personal brand anda. Di akhir masa pengabdian, diharapkan Bumdes Desa Penanggungan mampu secara mandiri menerapkan konsep dan strategi personal branding yang telah dipertimbangkan dan diterapkan selama masa pendampingan. Hal ini diharapkan dapat memperkuat posisinya dalam mengelola dan mengembangkan produk wisata yang lebih menarik dan unik sejalan dengan identitas dan potensi Wisata Agro Lembah Kecubung. Berikut ini adalah metode kegiatan pengabdian secara terperinci:

- A. Sosialisasi awal dan pengenalan program pengabdian
 - 1) Identifikasi pemangku kepentingan terkait pengembangan pariwisata Kabupaten Mojokerto, Kecamatan Trawas, Desa Penanggungan.
 - 2) Menyelenggarakan pertemuan dan diskusi dengan masyarakat lokal, pemangku kepentingan dan pemangku kepentingan lainnya untuk memaparkan program pelayanan beserta tujuan dan manfaatnya bagi pengembangan pariwisata Desa Penanggungan.
- B. Kegiatan bersih-bersih wisata agro lembah kecubung
 - 1) Menyelenggarakan dan melaksanakan kegiatan pembersihan di kawasan Wisata Agro Lembah Kecubung dengan partisipasi aktif masyarakat setempat.
 - 2) Mengamati proses pembersihan, keterlibatan masyarakat, dan dampak yang ditimbulkan.
- C. Pemasangan plakat petunjuk arah
 - 1) Menentukan lokasi strategis pemasangan plakat petunjuk arah berdasarkan analisis kebutuhan dan keberadaan titik-titik penting di sekitar Desa Penanggungan.
 - 2) Melaksanakan pemasangan petunjuk arah pada pada 2 titik-titik yang telah ditentukan SMA Trawas, Dan Perempatan Jaten.
- D. Membuat video promosi wisata agro lembah kecubung
 - 1) Kumpulan gambar dan video yang menggambarkan keindahan dan kemungkinan Wisata Agro Lembah Kecubung.
 - 2) Mengedit dan menyusun video promosi menarik dan informatif tentang Wisata Agro Lembah Kecubung
 - 3) Distribusi video promosi di berbagai media sosial dan platform online.
- E. Melaksanakan kegiatan promosi dan sosialisasi lebih lanjut
 - 1) Melaksanakan acara promosi dan sosialisasi lebih lanjut untuk mempresentasikan hasil kegiatan kepada masyarakat luas.
 - 2) Penggunaan berbagai media komunikasi seperti media sosial untuk memperluas jangkauan informasi.
- F. Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kegiatan
 - 1) Pemantauan pelaksanaan kegiatan interaksi, pembersihan, pemasangan plakat dan promosi.
 - 2) Mengevaluasi partisipasi masyarakat, efektivitas strategi yang digunakan, dan perubahan yang terjadi setelah pelaksanaan kegiatan.
- G. Analisis dampak peningkatan personal branding pariwisata di desa penanggungan

- 1) Analisis Dampak Kegiatan Bakti Sosial Terhadap Peningkatan Personal Branding Pariwisata di Lembah Kecubung
 - 2) Mengkaji perubahan persepsi masyarakat dan daya tarik wisata setelah penerapan strategi pembangunan.
- H. Penyusunan laporan dan hasil rekomendasi
- 1) Penyusunan laporan hasil yang berisi temuan, analisis, dan rekomendasi untuk pengembangan personal branding dan peningkatan pariwisata Desa Penanggungan.
 - 2) Berbagi laporan dengan pemerintah daerah, lembaga terkait, dan masyarakat untuk dipertimbangkan dalam kebijakan dan program di masa depan.



Gambar 1. Proses dan tahapan kegiatan.

Pada Gambar 1 menjelaskan Proses pengembangan pariwisata di Desa Penanggungan melalui program pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan sosialisasi awal dan pengenalan program kepada pemangku kepentingan terkait, dilanjutkan dengan kegiatan bersih-bersih di Wisata Agro Lembah Kecubung yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Selanjutnya, plakat petunjuk arah dipasang untuk meningkatkan aksesibilitas dan keamanan pengunjung, sementara video promosi dibuat untuk memperkenalkan keindahan dan potensi wisata. Setelah itu, dilakukan kegiatan promosi dan sosialisasi lebih lanjut serta pemantauan terhadap pelaksanaan kegiatan untuk memastikan efektivitas strategi yang digunakan. Analisis dampak dilakukan untuk mengevaluasi peningkatan personal branding pariwisata, dan hasilnya disusun dalam laporan beserta rekomendasi untuk pengembangan masa depan.

Tabel 1. Informan.

No	Nama	Jabatan	Pembahasan
1.	Ngadanun	Ketua Bumdes KI Ageng Arya Penanggungan	Sebagai kepala Bumdes, Ngadanun bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis, koordinasi dengan pemerintah daerah, dan pembinaan terhadap seluruh unit usaha Bumdes.

2.	Sulis Abadi	Sekretaris Bumdes Ageng Penanggungan	KI Arya	Bertanggung jawab atas administrasi, dokumentasi, dan koordinasi internal di dalam Bumdes, serta memfasilitasi komunikasi antara anggota Bumdes.
3.	Yuni Dewi Astutik	Bendahara Bumdes Ageng Penanggungan	KI Arya	Menangani keuangan Bumdes, termasuk pengelolaan pendapatan, pengeluaran, laporan keuangan, dan audit.
4.	Susi K	Anggota Bumdes Ageng Penanggungan	KI Arya	Berperan dalam mengambil bagian dalam pengambilan keputusan, mendukung program-program Bumdes, dan berkontribusi dalam menjalankan unit usaha yang ada.
5.	Riyanto	Anggota Bumdes Ageng Penanggungan	KI Arya	Berperan dalam mengambil bagian dalam pengambilan keputusan, mendukung program-program Bumdes, dan berkontribusi dalam menjalankan unit usaha yang ada.
6.	Noto Aruji	Unit Usaha Bumdes Ageng Penanggungan	KI Arya	Bertanggung jawab atas kegiatan perdagangan atau usaha dagang yang dimiliki oleh Bumdes, termasuk pengadaan dan penjualan barang.
7.	Suryono	Unit Usaha Bumdes Ageng Penanggungan	Alam Arya	Menjalankan dan mengelola unit usaha wisata alam yang dimiliki oleh Bumdes, termasuk pengelolaan objek wisata, promosi, pelayanan kepada wisatawan, dan pengembangan potensi pariwisata desa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Pariwisata memiliki definisi yang luas yaitu, perjalanan ke satu tempat ke tempat lain namun bersifat sementara dan dapat dilakukan perorangan atau individual ataupun secara kelompok untuk mencari keserasian dan kebahagiaan dengan lingkup hidup dimensi sosial budaya, alam dan ilmu. Definisi Desa Wisata ialah sebuah wilayah pedesaan dimana memiliki sebuah potensi keunikan dan daya tarik khas, berupa struktur karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun sosio budaya kemasyarakatan.

Desa Wisata merupakan sebuah lingkungan yang mempunyai keindahan alam dan adat istiadat yang dapat menarik para wisatawan sehingga dapat menjadikan destinasi yang patut di kunjungi oleh khalayak ramai [16]. Seperti halnya desa wisata Wisata Agro Lembah Kecubung yang di kelolah oleh BUMDES menyajikan keindahan alam dengan pemandangan langsung persawahan serta memiliki fasilitas berupa kolam ikan, kolam terapi ikan, dan kebun sayur Organik.

Pada awal kedatangan para mahasiswa KKN mengamati bahwasanya lingkungan desa wisata agro lembah kecubung dalam kondisi yang tidak terawat dan banyak di tumbuh rumput liar sehingga dapat mengganggu kenyamanan para wisatawan yang berkunjung dan tempat lokasi yang kurang strategis sehingga kurang di kenal oleh parawisatawan, tidak hanya wisata agro lembah kecubung di desa Penanggungan juga terdapat beberapa tempat wisata seperti halnya Cafe Antasena yang sempat Viral beberapa waktu lalu di media sosial TikTok.

Program yang dilakukan Mahasiswa KKN-P Umsida Kelompok 31 yakni program kerja gotong royong membersihkan area sekitar wisata agro lembah kecubung, pembuatan plakat petunjuk arah dan pemasangan plakat petunjuk arah. Kegiatan ini dilakukan dalam beberapa tahapan, di awali dengan persiapan untuk melakukan bersih – bersih di Lembah Kecubung bersama warga dan juga selaku BUMDES yang ada di desa penanggungan.

Kemudian kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN-P Umsida Kelompok 31 adalah pembuatan plakat petunjuk arah Lembah Kecubung berupa plakat besi ringan berwarna putih yang akan di pasang di beberapa titik pertigaan dan perempatan. Pada Gambar 2 menjelaskan kegiatan yang dilakukan mahasiswa KKN-P Kelompok 31 Umsida untuk menjaga kebersihan dan keindahan

Lembah Kecubung. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang bersih, nyaman dan ramah lingkungan bagi pengunjung dan masyarakat setempat. Selain itu, kegiatan ini juga merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan upaya pelestarian alam berkelanjutan.



Gambar 2. Bersih - bersih lembah kecubung.

Kemudian kegiatan selanjutnya yang dilakukan Mahasiswa KKN-P Umsida Kelompok 31 adalah pembuatan plakat penunjuk arah Lembah Kecubung berupa plakat besi berwarna putih. Plakat ini akan dipasang di beberapa pertigaan dan perempatan, sehingga memudahkan pengunjung menemukan petunjuk arah menuju Lembah Kecubung. Dengan adanya plakat pengarah ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan akses dan memperkenalkan potensi wisata Lembah Kecubung kepada lebih banyak masyarakat.



Gambar 3. Proses pembuatan dan pengecatan plakat petunjuk arah.

Setelah dilakukannya program bersih – bersih Lembah Kecubung bersama warga dan perangkat desa kegiatan selanjutnya pembuatan plakat petunjuk arah setelah itu Mahasiswa KKN-P Umsida Kelompok 31 adalah melakukan pemasangan plakat petunjuk arah. Pada Gambar 4 menjelaskan. Tahapan ini menghasilkan plakat petunjuk arah yang memerlukan perencanaan desain, pemilihan bahan yang tahan lama dan ramah lingkungan, serta proses pembuatan yang tepat dan menyeluruh. Setelah plakat selesai dibuat, proses pengecatan dilanjutkan dengan teknik dan bahan pengecatan standar untuk menjamin intensitas warna dan ketahanan terhadap pengaruh cuaca luar. Bahkan setelah pekerjaan pengecatan selesai, mahasiswa KKN-P Kelompok 31 Umsida akan melanjutkan pekerjaannya dengan memasang plakat petunjuk arah di lokasi yang telah ditentukan untuk memberikan panduan yang jelas kepada pengunjung dan wisatawan di Lembah Kecubung.



Gambar 4. Proses pemasangan plakat petunjuk arah.

Setelah kegiatan proses penulisan dan pengecatan plakat petunjuk arah mahasiswa kkn-p Umsida Kelompok 31 melakukan kegiatan pemasangan plakat petunjuk arah yang ada di dua titik yaitu SMA 1 Trawas, Dan Perempatan Jaten di Desa Penanggungan Kec.Trawas, Kab.Mojokerto. Pada Gambar 4 menjelaskan Proses pemasangan plakat bertujuan untuk memberikan panduan yang jelas kepada pengunjung atau masyarakat sekitar mengenai arah yang harus diambil untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga memudahkan mobilitas dan meminimalisir kesulitan navigasi.

3.2 Analisis

Analisis telah melahirkan hasil yang signifikan, terutama dalam memperoleh kepuasan masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Proses pemasangan plakat petunjuk arah di SMA 1 Trawas dan Perempatan Jaten di Desa Penanggungan Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto telah memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman wisatawan dan mobilitas masyarakat lokal. Analisis terhadap respons dan tanggapan masyarakat menunjukkan bahwa plakat petunjuk arah tersebut telah efektif dalam memberikan panduan yang jelas dan memudahkan navigasi, sehingga meningkatkan kepuasan dan pengalaman positif para pengunjung. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya berhasil dalam mengembangkan personal branding Lembah Kecubung sebagai destinasi wisata unggulan, tetapi juga memberikan dampak positif yang dirasakan langsung oleh masyarakat dan pengunjung.

4. SIMPULAN

Strategi pengembangan personal branding Lembah Kecubung bertujuan untuk meningkatkan potensi ekonomi dan pariwisata melalui peningkatan kualitas produk, pemasaran yang efektif, pembangunan infrastruktur, pelatihan bagi masyarakat lokal, dan kerjasama dengan berbagai pihak terkait. Hal ini mencakup menyoroti aspek-aspek unik dari alam, membangun citra positif melalui manajemen yang baik dan promosi yang kreatif, serta melibatkan pengalaman perjalanan dengan aktivitas, fasilitas, dan layanan yang disesuaikan. Melibatkan komunitas lokal, mempromosikan keanekaragaman budaya dan kuliner, dan membangun kemitraan dengan pemangku kepentingan terkait untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Dengan strategi tersebut diharapkan personal branding Lembah Kecubung semakin dikenal, dicari, dan memberikan kontribusi positif bagi pariwisata Desa Penanggungan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. A. Rahma, “Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia,” *J. Nas. Pariwisata*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.22146/jnp.52178.
- [2] D. Herdiana, “Dsa Wisata Berbasis Masyarakat,” *Jumpa*, vol. 6, no. 1, pp. 63–86, 2019.
- [3] Iwan Setiawan, “Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi,”

- Pros. Semin. Nas. Multi Disiplin Ilmu Call Pap. Unisbank*, vol. 53, no. 9, pp. 1–6, 2019, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/173034-ID-potensi-destinasi-wisata-di-indonesia-me.pdf>
- [4] H. Ritchi, R. M. Zulkarnaen, Z. Dewantara, D. Akuntansi, F. Ekonomi, and U. Padjadjaran, “Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Peningkatan Aksesibilitas Ukm (Desa Wisata) Kepada Pasar Di Lokasi Wisata Pangandaran Dan Sekitarnya,” *Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 36–40, 2018, [Online]. Available: <http://journal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16543>
- [5] N. Nurhayati, “Dampak Pengembangan Desa Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2018, [Online]. Available: <http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/18987/11.JURNAL.pdf?sequence=1>
- [6] E. Pariyanti, Rinnanik, and Buchori, *Objek Wisata Dan Pelaku Usaha*. 2020.
- [7] R. K. A. Reza and I. M. M. Murdana, “Kajian Potensi Desa Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif di Lombok Tengah,” *J. Mandalika Rev.*, vol. 2, no. 2, 2023, doi: 10.55701/mandalika.v2i2.88.
- [8] S. F. Chaerunissa and T. Yuniningsih, “Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang,” *J. Public Policy Manag. Rev.*, vol. 9, no. 4, pp. 159–175, 2020.
- [9] S. O. P. Terapi, B. Berceera, P. Anak, and Y. Sedang, “Lampiran 2 konsep-pengembangan-kawasan-desa-wisata,” vol. 3, no. 2, pp. 2–4, 2014.
- [10] B. Sudibya, “BALI MEMBANGUN BALI JURNAL BAPPEDA LITBANG Wisata Desa dan Desa Wisata,” *BALI MEMBANGUN BALI J. BAPPEDA LITBANG Wisata Desa dan Desa Wisata*, vol. 1, no. 1, pp. 1–30, 2018, [Online]. Available: <http://www.berdesa.com/apa-beda-desa-wisata-dan-wisata-desa>
- [11] A. M. Ginting and Rasbin, “Pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat kemiskinan di Indonesia sebelum dan setelah krisis,” *J. Ekon. Kebijakan. Publik*, vol. 2, no. 1, pp. 279–312, 2010.
- [12] U. S. Ahmad, “Implementasi Pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia,” *Al-DYAS*, vol. 1, no. 1, pp. 81–96, 2022, doi: 10.58578/alldyas.v1i1.1319.
- [13] I. A. Lestari, S. Rahim, and Rasdiana, “Strategi pengembangan program desa wisata dalam mewujudkan desa mandiri di dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten selayar,” *J. UNISMUH*, vol. 4, no. 2, pp. 270–283, 2023, [Online]. Available: <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>
- [14] S. R. I. Prianka, “Journal economic and strategy (jes),” vol. 4, no. 1, pp. 32–41, 2023.
- [15] P. Subekti, T. Damayanti, F. Zubair, S. Perbawasari, R. Anisa, and F. A. A. Prastowo, “Pembuatan Strategi Destinasi Branding untuk Optimalisasi Potensi Lokal di Kecamatan Jatigede, Sumedang,” *Inov. J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 3, pp. 273–282, 2023, doi: 10.54082/ijpm.201.
- [16] A. R. Kurniawan, “Tantangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital Di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pangalengan),” *Tornare*, vol. 2, no. 2, pp. 1–10, 2020, doi: 10.24198/tornare.v2i2.25418.