



**STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGELOLAAN WISATA
LOKAL DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN DESA**

(Studi di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo)

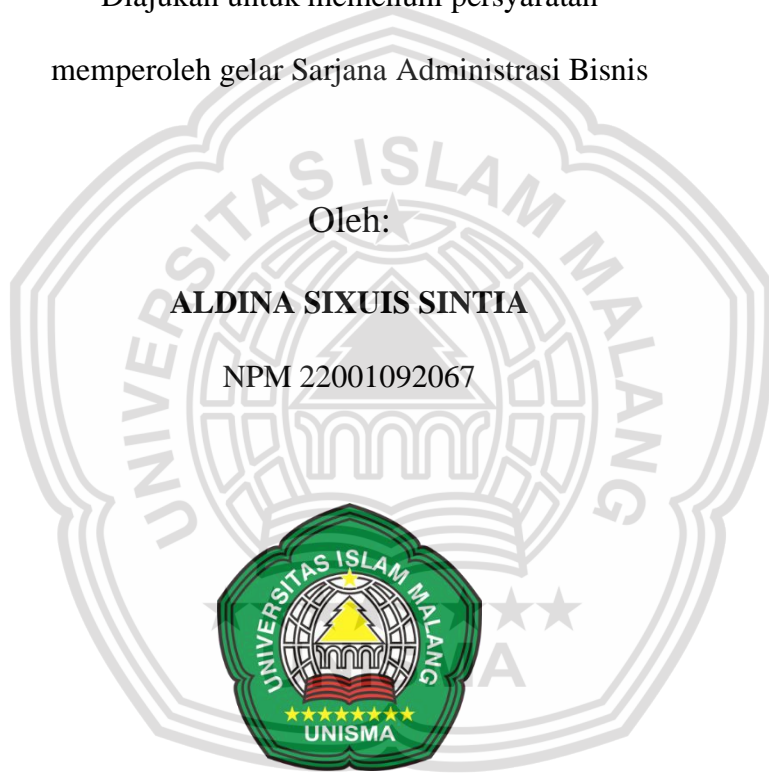
SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:

ALDINA SIXUIS SINTIA

NPM 22001092067



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

MALANG

2024

RINGKASAN

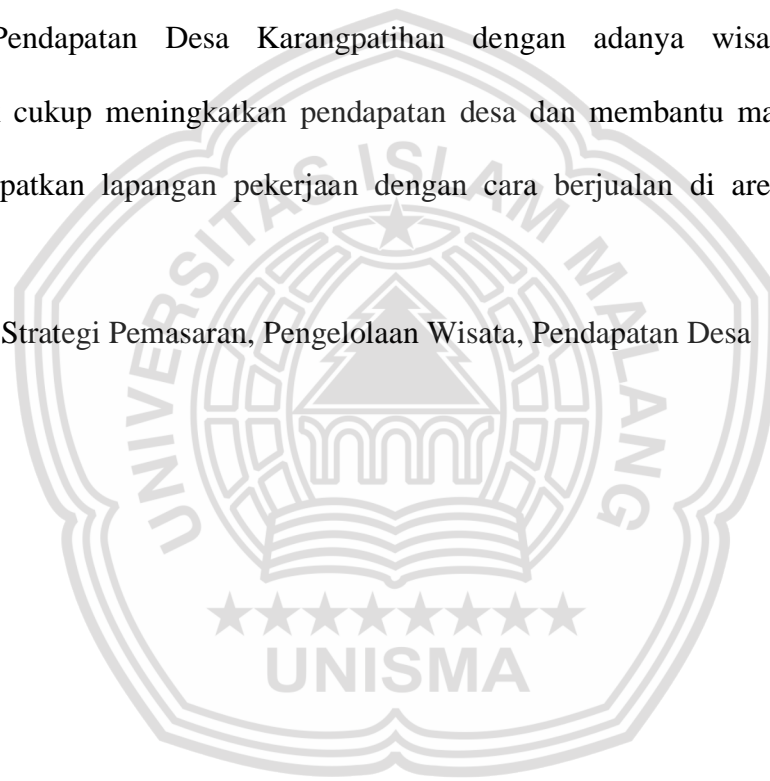
Aldina Sixuis Sintia, **Strategi Pemasaran untuk Pengelolaan Wisata Lokal dalam rangka Peningkatan Pendapatan Desa** (Studi Kasus di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo), Dosen Pembimbing I Prof. M. Mas'ud Said, MM., Ph. D, Dosen Pembimbing II Daris Zunaida, S. AB., M. AB.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengelolaan pendapatan dan teknik pemasaran pengelolaan wisata lokal di Desa Karangpatihan guna meningkatkan pendapatan desa. Penelitian kualitatif adalah metodologi yang digunakan. Pengelolaan wisata alam di Gunungberuk, Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo, dan Pendapatan Asli Daerah di Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo menjadi subjek utama penelitian ini, yang berfokus pada taktik pemasaran yang digunakan di daerah tersebut. Data primer dan sekunder merupakan sumber informasi. Tiga metode digunakan untuk memperoleh data: dokumentasi, wawancara, dan observasi. Dengan menggunakan catatan lapangan, rekaman, gambar, video, dan bahan lainnya, peneliti membangun peralatan yang digunakan dalam penyelidikan ini. Metode pengolahan data penelitian ini memanfaatkan interaktif Miles & Huberman.

Hasil penelitian tersebut adalah strategi pemasaran untuk pengelolaan wisata alam Gunungberuk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo menggunakan *marketing mix* jasa yaitu produk, harga, lokasi, promosi,

sumber daya manusia, bukti fisik, dan proses. Pengelola wisata alam Gunungberuk Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo dikelola langsung oleh para karang taruna Tanggung Rejo dan bekerja sama dengan Badan Usaha Milik (BUM) Desa serta juga bekerja sama dengan perhutani. Wisata tersebut semenjak jarang ada pengunjung juga jarang dibersihkan dengan baik, sehingga fasilitas yang berada di lokasi wisata tersebut sudah lumayan banyak yang harus diperbaiki. Pendapatan Desa Karangpatihan dengan adanya wisata alam Gunungberuk cukup meningkatkan pendapatan desa dan membantu masyarakat untuk mendapatkan lapangan pekerjaan dengan cara berjualan di area wisata tersebut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pengelolaan Wisata, Pendapatan Desa



SUMMARY

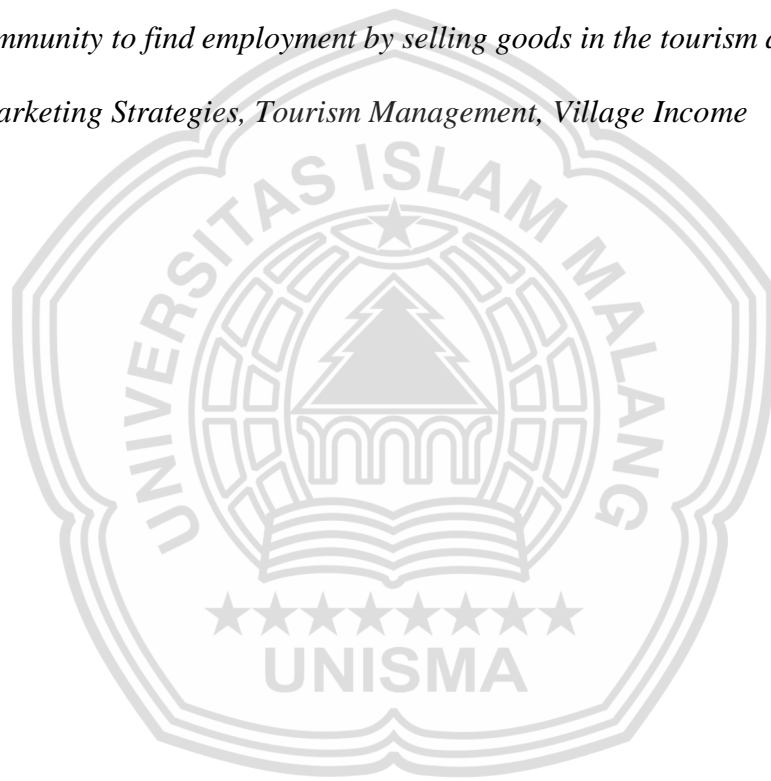
Aldina Sixuis Sintia, *Marketing Strategies for Local Tourism Management to Increase Village Income (Case Study in Karangpatihan Village, Balong District, Ponorogo Regency)*. Lecturer I: Prof. M. Mas'ud Said, MM., Ph. D. Lecturer II: Daris Zunaida, S. AB., M. AB.

The purpose of this study is to identify income management and marketing techniques for managing local tourism in Karangpatihan Village to increase village revenue. A qualitative research methodology is used. The management of natural tourism in Gunungberuk, Karangpatihan Village, Balong District, Ponorogo Regency, and the Local Revenue in Karangpatihan Village, Balong District, Ponorogo Regency are the main subjects of this study, which focuses on the marketing tactics used in the area. Both primary and secondary data are sources of information. Three methods were used to obtain data: documentation, interviews, and observations. Using field notes, recordings, pictures, videos, and other materials, the researchers developed the tools used in this investigation. The data processing method in this research utilizes the Miles & Huberman interactive model.

The results of this study are marketing strategies for managing Mount Beruk natural tourism in Karangpatihan Village, Balong District, Ponorogo Regency, using the service marketing mix, namely Product, Price, Location, Promotion, Human Resources, Physical Evidence, and Process. The management of Mount Beruk natural tourism in Karangpatihan Village, Balong District, Ponorogo

Regency, is directly managed by the youth organization Karang taruna Tanggung Rejo and collaborates with BUM Village (Village-Owned Enterprises) and also collaborates with Perhutani (state-owned forestry company). The tourism has been rarely visited and poorly cleaned, so the facilities in the tourism area need significant improvement. The income of Karangpatihan Village with the existence of Mount Beruk natural tourism has significantly increased the village's income and helped the community to find employment by selling goods in the tourism area.

Keywords: *Marketing Strategies, Tourism Management, Village Income*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata memiliki potensi ekonomi terbesar di dunia dan memiliki rekam jejak dalam membantu negara-negara dalam mengembangkan perekonomiannya. Manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang luar biasa dari pariwisata dapat dicapai dengan perencanaan yang matang. Diharapkan dengan adanya pariwisata yang terencana akan memberikan manfaat bagi masyarakat. Pendapatan wisatawan yang diterima pemerintah merupakan indikasi keberhasilannya dan kemungkinan besar akan mendorong pertumbuhan di industri lain (Utama, 2017: 6).

Pariwisata telah berkembang menjadi lebih dari sekadar aktivitas rekreasi. kini, banyak destinasi wisata yang menawarkan pengalaman "*healing*" atau penyembuhan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang. "*Healing*" dalam konteks ini merujuk pada upaya untuk meremajakan pikiran, tubuh, dan jiwa melalui kegiatan yang menenangkan dan memperkaya secara emosional. Generasi sekarang, yang sering kali menghadapi tekanan hidup modern dan kebutuhan untuk terus terhubung secara digital, mencari tempat-tempat yang bisa menawarkan pelarian dari rutinitas sehari-hari. Pariwisata untuk tempat *healing* memberikan solusi untuk ini, menawarkan kombinasi antara keindahan alam, kesehatan fisik, dan kedalaman spiritual yang sangat dibutuhkan oleh banyak orang. Dengan

demikian, destinasi wisata yang fokus pada *healing* terus berkembang dan menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari penyembuhan *holistik*.

Menurut Yacob (2021: 7) menyatakan bahwa setiap orang di Indonesia bercita-cita untuk meningkatkan perekonomian pedesaan. Beberapa desa saat ini terlibat secara aktif dalam inisiatif pembangunan, bukan hanya sekedar memikirkannya saja. Masyarakat lokal dan pemerintah desa dapat bekerja sama untuk mengelola dan mengembangkan desa. Salah satu industri utama yang dapat meningkatkan perekonomian adalah pariwisata. Menjadi industri terbesar kedua secara global, setelah sektor minyak dan gas, hal ini membantu perekonomian negara berkembang.

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari pariwisata, khususnya aspek sosial dan ekonomi. Menurut definisi dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata melibatkan beragam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat setempat, wisatawan, pemerintah daerah, dan pemerintah pusat (Saptutyningasih, 2023: 111).

Wisata alam di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo terjadi penurunan pengelolaan dikarenakan redupnya *antusiasme* masyarakat sekitar dalam pengelolaan wisata tersebut. Semenjak banyaknya karang taruna yang sudah satu persatu merintis karirnya dan tidak ada yang memberikan inisiatif pengelolaan terhadap wisata Gunungberuk menyebabkan pengelolaan wisata tersebut menurun dan bisa terbilang

sudah tidak terurus, kurangnya informasi umum mengenai tempat wisata di Gunungberuk, kurangnya pengetahuan mengenai *branding* media sosial untuk memperkenalkan keindahan pariwisata yang dimiliki oleh Desa Karangpatihan itu sendiri, serta kurangnya tenaga terampil dalam pengelolaan pariwisata.



Gambar 1. Fasilitas yang sudah lapuk
Sumber: Data Diolah Penulis (2024)



Gambar 2. Semak dan perdu di sekitar lokasi wisata
Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Jumlah pengunjung wisata Gunungberuk tidak dapat dipertahankan sebagai akibat dari berkurangnya daya tarik wisata di kawasan itu, memburuknya infrastruktur yang dibangun, dan tumbuhnya semak-semak, serta tanaman liar lainnya di sekitar rumah pohon. Objek wisata Gunungberuk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo tidak terawat. Oleh karena itu, untuk merevitalisasi dan

mempertahankan destinasi wisata ini, perlu diterapkan teknik pemasaran yang unggul.

Dalam rangka membantu masyarakat setempat dalam berjualan dan berdagang di lokasi wisata Gunungberuk di Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo, kita dapat melakukan restorasi terhadap lokasi wisata Gunungberuk. Oleh karena itu, pendapatan desa diharapkan meningkat jika destinasi wisata ini direvitalisasi dan menarik pengunjung.

Desa Karangpatihan yang berada di Kabupaten Ponorogo mempunyai banyak potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Selain pilihan wisata alam, Desa Karangpatihan menawarkan beragam bentuk wisata lainnya, seperti wisata sejarah dan edukasi. Desa Karangpatihan memiliki beberapa wisata alam lainnya yaitu Gunungberuk, Gunung Bangkong, Air Terjun Dong Mimang, dan Goa Selotundo. Salah satu contoh wisata edukasi adalah rumah harapan yang menyediakan berbagai program untuk memperoleh berbagai keterampilan pengrajin. Di sisi lain, tempat wisata bersejarah yaitu Situs Patirtan Ngoro Den Panji atau yang disebut juga Sendang Beji (Dewi, 2020).

Desa Karangpatihan memiliki potensi wisata lokal yang menarik, dan peneliti tertarik menjelajahi cara memanfaatkan potensi tersebut untuk meningkatkan pendapatan desa. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Desa Karangpatihan dengan menciptakan kesempatan ekonomi baru melalui sektor pariwisata.

Pemasaran adalah aspek kunci dalam menarik kunjungan wisatawan. Peneliti percaya bahwa dengan memahami dan mengoptimalkan strategi pemasaran, desa tersebut dapat menarik lebih banyak pengunjung.

Terkenal dengan wisata alamnya, Gunungberuk menarik banyak pengunjung baik pada hari biasa maupun liburan sekolah. Bahkan saat ini, wisata Gunungberuk dikelola sendiri oleh penduduk setempat, dan hasilnya digunakan oleh desa sebagai sumber pendanaan. Manajemennya sangat baik, dan biaya masuknya sangat rendah. Keindahan dan kesejukan alam Gunungberuk dapat dinikmati oleh tamu dengan hanya membayar parkir mobil dan sepeda motor. Salah satu kelebihan Gunungberuk adalah rumah pohonnya yang terletak di dalam pohon pinus setinggi 20 meter. Rumah pohon dapat diakses melalui tangga logam.

Tidak pantas atau tidak mungkin menjual barang-barang industri sebagai barang pariwisata. Membeli produk wisata tidak memberikan hak kepada pembeli untuk memiliki barang berwujud yang dapat mereka gunakan atau makan kapan pun dan kapan pun mereka mau. Agar produk jasa dapat diproduksi dan dikonsumsi, diperlukan lokasi produsen, dan konsumen harus hadir di tempat yang ditentukan untuk dapat memanfaatkan jasa yang ditawarkan. Barang-barang yang berhubungan dengan perjalanan didistribusikan secara *virtual*, dan merupakan tanggung jawab *vendor* untuk menghubungkan pembeli dengan penawaran tersebut. Penawaran biasanya merupakan bagian terpisah atau gabungan dari penawaran perjalanan (Utama, 2017: 25).

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul tentang **Strategi Pemasaran dalam Pengelolaan Wisata Lokal dalam rangka Peningkatan Pendapatan Desa (Studi di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo).**

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam pengelolaan wisata lokal di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana pengelolaan pendapatan desa dalam pengelolaan wisata di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam Penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui strategi pemasaran dalam pengelolaan wisata lokal di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.
2. Mengetahui pengelolaan pendapatan desa dalam pengelolaan wisata di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat bagi:

1. Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai panduan untuk penelitian masa depan mengenai topik terkait, menawarkan lebih banyak informasi tentang strategi pemasaran desa untuk mengelola pariwisata lokal, dan memicu penyelidikan lebih lanjut mengenai prasyarat untuk mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.

2. Pemerintahan Desa

Penelitian ini diharapkan dapat memotivasi pemerintah untuk lebih berperan aktif dalam mengamati dan mengajarkan pengembangan pengelolaan pariwisata lokal di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan akan meningkatkan pemahaman masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan ketika pariwisata lokal dipasarkan dengan baik.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk penelitian masa depan yang bertujuan menjelaskan variabel dan teori.

E. Sistematika Pembahasan

Agar laporan skripsi tersusun secara sistematis dan terarah, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, definisi masalah, tujuan, kelebihan, dan metode pembahasan. Ringkasan fakta-fakta yang relevan dan pola-pola menyeluruh yang berkaitan dengan isu, fenomena, atau subjek yang diteliti disertakan dalam latar belakang. Kesulitan-kesulitan yang digunakan dalam rumusan masalah merupakan bagian dari rumusan masalah. Tujuan penelitian dan hasil yang dicapai dijelaskan dalam tujuan penelitian. Kontribusi temuan penelitian terhadap masyarakat dan partai politik merupakan salah satu manfaat utama penelitian. Penjelasan setiap bab merupakan bagian dari penjelasan sistematis.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan beberapa gagasan terkait yang digunakan untuk menjelaskan dan memahami fenomena yang muncul dalam penelitian serta mengkaji temuan-temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan subjek penyelidikan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang meliputi desain penelitian, fokus penelitian, pemilihan lokasi, lokasi penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrument penelitian, strategi analisis data, dan keabsahan data.

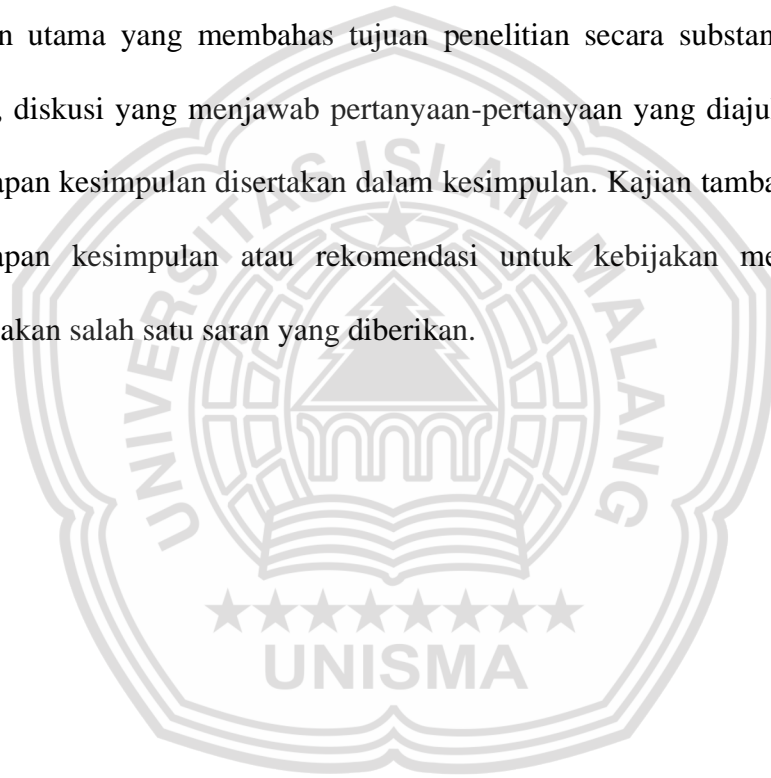
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tinjauan mengenai latar belakang penelitian, bersama dengan presentasi deskriptif mengenai berbagai topik termasuk

karakteristik geografis dan demografi lingkungan, gaya hidup masyarakat, keadaan sosial ekonomi dan budaya, serta dinamika politik dan pemerintahan. Termasuk di dalamnya adalah deskripsi data dan hasil, serta penelitiannya.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi rekomendasi dan kesimpulan. Ringkasan temuan-temuan utama yang membahas tujuan penelitian secara substansial dan teknis, diskusi yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, dan penerapan kesimpulan disertakan dalam kesimpulan. Kajian tambahan dan penerapan kesimpulan atau rekomendasi untuk kebijakan mendatang merupakan salah satu saran yang diberikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan untuk pengelolaan wisata lokal dalam rangka peningkatan pendapatan desa wisata alam Gunungberuk yang terletak di Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo sudah cukup bagus, penulis dapat menyimpulkan beberapa topik terkait hal tersebut, berikut paparan kesimpulan dari penulis:

1. Strategi pemasaran untuk pengelolaan wisata alam Gunungberuk yang berada di Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo:
 - a. Produk: banyak produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh wisata tersebut ada berbagai tempat foto seperti rumah pohon, gembok cinta, prasasti cinta dan lain-lain.
 - b. Harga: tiket masuk yang dibayar untuk masuk ke wisata tersebut yaitu Rp2.000 dan biaya parkir sebesar Rp1.000, tiket tersebut sudah termasuk semua fasilitas yang berada di dalam wisata tersebut.

- c. Lokasi: lokasi wisata Gunungberuk berada di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo. Tempat wisata tersebut aman dan nyaman untuk dikunjungi.
- d. Promosi: promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata alam tersebut adalah dengan promosi secara *offline* dan *online*.
- e. Sumber daya manusia: faktor utama menurunnya pengelolaan wisata Gunungberuk dikarenakan sumber daya manusia yang menurun, banyak dari pengelola yang merantau ke luar kota untuk mencari nafkah.
- f. Bukti fisik: banyak pengunjung yang mendapatkan kesan positif setelah berkunjung ke wisata alam tersebut.
- g. Proses: proses pemesanan dan *reservasi* dilakukan disaat sudah tiba di lokasi tersebut, serta proses pemantauan dan evaluasi kinerja pengelola wisata tersebut sudah bagus dan sudah terlaksana.

2. Pengelola wisata alam Gunungberuk Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo dikelola langsung oleh para karang taruna Tanggung Rejo dan bekerja sama dengan Badan Usaha Milik (BUM) Desa serta juga bekerja sama dengan perhutani. Wisata tersebut semenjak jarang ada pengunjung juga jarang dibersihkan dengan baik, sehingga fasilitas yang berada di lokasi wisata tersebut sudah lumayan banyak yang harus diperbaiki.

3. Pendapatan Desa Karangpatihan dengan adanya wisata alam Gunungberuk cukup meningkatkan pendapatan desa dan membantu masyarakat untuk mendapatkan lapangan pekerjaan dengan cara berjualan di area wisata tersebut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan berbagai saran sebagai berikut:

1. Bagi wisata alam Gunungberuk di Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo yaitu dengan meningkatkan lagi strategi pemasaran untuk pengelolaan wisata alam Gunungberuk agar semakin banyak pengunjung yang tertarik dan berkunjung untuk menikmati wisata tersebut, semakin banyak pengunjung yang mengunjungi wisata tersebut juga makin meningkat pendapatan Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo. Selain itu, diharapkan pengelola wisata alam Gunungberuk yang bertanggung jawab atas wisata tersebut dengan memperbaiki SDM (sumber daya manusia) untuk mengelola wisata tersebut agar banyak pengunjung yang tertarik oleh wisata tersebut. Memperbaiki SDM (sumber daya manusia) dengan cara mengajak kembali para pemuda sekitar yang belum masuk ke organisasi karang taruna untuk menggantikan para karang taruna yang sudah merantau keluar kota, agar SDM (sumber daya manusia) dapat mengelola wisata

tersebut dengan maksimal untuk memperbaiki dan melestarikan wisata alam Gunungberuk di Desa Karangpatihan, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo.

2. Untuk penyelidik yang akan datang. Kajian ini akan berfungsi sebagai sumber untuk memperluas pengetahuan dan informasi untuk melakukan penelitian tambahan dan untuk menciptakan teknik rencana pemasaran yang mengendalikan pariwisata lokal dan meningkatkan pendapatan desa. Hal ini sudah diantisipasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2020). **Manajemen Strategi** [Internet] Makassar, CV. Nas Media Pustaka. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 21 Oktober 2023].
- Amerta. (2019). **Pengembangan Pariwisata Alternatif** [Internet], Surabaya, Scopindo Media Pustaka. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 21 Oktober 2023].
- Anggito & Johan. (2018). **Metode Penelitian Kualitatif**. [Internet]. Jawa Barat, CV. Jejak. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Anggraini & Thyphoida. (2017). **Manajemen Pemasaran**. [Internet], Malang, Jakad Media Publishing. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 5 Oktober 2023].
- Ardi & Djasuli. (2022). **Pembangunan Model Desa Wisata Berbasis Garam, Jagung Dan Rempah-Rempah** [Internet], Sumatera Barat, CV. Azka Pustaka. *Available From:* Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 23 Oktober 2023].
- Asep. (2005). **Penelitian Bisnis**. [Internet], Jakarta, PT Grasindo. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Assauri. (2015). **Manajemen Pemasaran** [Internet]. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].

- Bastian. (2006). **Akuntansi Pendidikan**. [Internet]. Yogyakarta, PT Gelora Aksara Pratama. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 23 Maret 2024].
- Buditiawan. (2021). **Strategi Pemasaran Pariwisata Pantai Plengkung Kabupaten Bnayuwangi Dengan Menggunakan 3P+4A (Price, Place, Promotion, Attraction, Accessibility, Amenity, and Ancillary)** [Internet] Surabaya. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 29 Oktober 2023].
- Chusni dkk. (2021). **Strategi Belajar Inovatif** [Internet], CV. Pradina Pustaka Grup. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 21 Oktober 2023].
- Deri & Dede. (2022). **Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review** [Internet]. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Dewi, Ekapti, Jusuf. (2020). **Strategi Pemerintahan Desa dalam Pengelolaan Wisata Lokal** [Internet], Ponorogo. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 3 Oktober 2023].
- Didin & Firmansyah. (2019). **Pemasaran Jasa**. [Internet], Yogyakarta, Deepublish. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 5 Oktober 2023].
- Duil. (2019). **Metode Penelitian Kuantitatif**. [Internet], Yogyakarta, CV Budi Utama. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].

- Effendi, et all. (2022). **Strategi Pemasaran** [Internet], Sumatra Barat, PT Global Eksekutif Teknologi. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Eriyanto. (2007). **Teknik Sampling Analisis Opini Publik**. [Internet], Yogyakarta, Lkis Yogyakarta. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 9 Oktober 2023].
- Fadhallah. (2021). **Wawancara** [Internet], Jakarta Timur, UNJ Press. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Hajar, Ramlan, Saputra. (2022). **Monograf Desa Wisata Dalam Kajian Administrasi Publik**. Medan, Umsu Press. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Haque, Fawzi, dkk. (2022). **Strategi Pemasaran Konsep, Terori dan Implementasi** [Internet], Tangerang Selatan, Pascal Books. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Jumarding et all. (2021). **Desa Wisata Menunjang Transformasi Ekonomi Nasional di Kabupaten Enrekang** [Internet] Makassar, PT. Nas Media Pustaka. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 23 Oktober 2023].
- Kotler P & Keller Lane K. (2009). **Manajemen Pemasaran**. Jakarta, Erlangga.
- Maisah, et all. (2020). **Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi** [Internet]. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 29 Oktober 2023].

- Mamik. (2015). **Metodologi Kualitatif**. [Internet]. Sidoarjo, Zifatama Publisher.
Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 22 Oktober 2023].
- Mayasari, et all. (2022). **Desa Wisata Sebagai Pembangun Ekonomi Desa** [Internet] Pekalongan, PT. Nasya Expanding Management. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 23 Oktober 2023].
- Ni'matuzahro, Prasetyaningrum. (2018). **Observasi** [Internet], Malang, UMM Press. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Pahleviannur, S. Pd. Et all. (2022). **Metode Penelitian Kualitatif** [Internet] CV. Pradina Pustaka Grup. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 22 Oktober 2023].
- Payne. (2001). **Pemasaran Jasa**. Seri. Edisi Kedua. Yogyakarta, Andi and pearson Education Asia Pie. Ltd.
- Rachmawati. (2021). **Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata** [Internet], Aceh, Syiah kuala University Press. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 9 Oktober 2023].
- Rojabi, et all. (2023). **Perencanaan Pengembangan Pariwisata** [Internet], Bali, Manifes Media. *Available From:* Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 21 Oktober 2023].
- Said. **Strategi Pembangunan Jejaring Dalam Rangka Penguatan Desa Wisata Di Jawa Timur**, *Available From:* Microsoft Power Point [Accessed 21 Oktober 2023].

- Saleh dan Said. (2019). **Konsep dan Staregi Pemasaran**. [Internet] Makasar, CV Sah Media. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 22 Oktober 2023].
- Saptutyningsih et all. (2023). **Contingent Valuation Method Aplikasi Dalam Berbagai Studi** [Internet], Lombok, Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 5 Oktober 2023].
- Smit. (2021). **Sirkuit Wisata Indonesia** [Internet]. Sumatera Barat, Guepedia. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Sudiyono. (2002). **Pemasaran Pertanian**. Seri. Edisi Kedua. Malang, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. (2012). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D**. Bandung, CV Alfabeta.
- Sumargo. (2020). **Teknik Sampling**. [Internet], Jakarta Timur, UNJ Press. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 9 Oktober 2023].
- Sunyoto. (2015). **Strategi Pemasaraan** [Internet], Jakarta, CAPS (Center For Academic Publishing Service). Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Surya, & Naufal. (2022). **Manajemen Pemasaran Jasa**. [Internet], Surabaya, Scopindo Media Pustaka. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 5 Oktober 2023].

- Sutedjo, Agus dan Murtini, Sri. (2007). **Geografi Pariwisata**. Surabaya, Unesa University. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 10 Oktober 2023].
- Umarti & Wijaya. (2020). **Analisis Data Kualitatif** [Internet] Sulawesi Selatan, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 9 Oktober 2023].
- Utama. (2017). **Pemasaran Pariwisata** [Internet], Yogyakarta, CV. Andi Offset Jl. Beo 38-40. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 5 Oktober 2023].
- Vellas F & Bechered L. (2008). **Pemasaran Pariwisata International** [Internet]. Jakarta, Yayasan Obor Indonesia Anggotam IKAPO DKI. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 19 Mei 2024].
- Wahid. (2018). **Strategi Pemasaran Pariwisata Melalui City Branding Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Lumajang** [Internet]. Universitas Airlangga. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 29 Oktober 2023].
- Wardani, (2017). **Strategi pengembangan Objek Wisata Gunungberuk Sebagai Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo**, [Internet], Surabaya. Available From: Google Scholar <https://scholar.google.com> [Accessed 7 Oktober 2023].
- Yacob. (2021). **Strategi Pemasaran Desa Wisata** [Internet], Jambi, Wida Publishing perm. Bougenvile Blok JG. 14 Jambi. Available From: Google Buku <https://books.google.com> [Accessed 3 Oktober 2023].