

# Strategi Pengelolaan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Pelancong Ke Desa Wisata Kreatif Terong Kecamatan Sujuk Kabupaten Belitung

Rahmat Ingdijaya\*, Ferdy Emansyah, Sri Mariati  
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

\*rachmatingkadijaya@stptrisakti.ac.id

## Informasi Artikel

Received: 17 Oktober 2022

Accepted: 8 November 2022

Published: 25 November 2022

## Keywords:

Management Strategy, Tourist Attraction

## Abstract

*This study aims to analyze management strategies for developing and increasing tourist interest in visiting the Terong Creative Tourism Village. This study uses the SWOT analysis method with observations, interviews, documentation, and questionnaires to the Belitung Regency Tourism Office, Terong Village Government, Pokdarwis, the community, and tourists. The results of this study indicate that the main strategy produced is the SO strategy, with the highest score of 3.70 in position I, which has an aggressive growth policy strategy. In implementing this strategy in the future, the Terong Creative Tourism Village must continue to preserve customs and culture, increase tourist attractions, increase tourism promotion by making cultural arts performances and collaborate with MSME artisans so that they can make souvenirs for tourists with sources. Funds and management of Mangrove forests, Aik Deer tourism. Berehun, arrangement of agro-tourism areas, Bukit Tebalu area, culinary tourism, and so on.*

## Kata Kunci:

Strategi Pengelolaan, Daya Tarik Wisata

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan untuk pengembangan dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Kreatif Terong. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung, Pemerintah Desa Terong, Pokdarwis, masyarakat serta wisatawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 3,70 pada posisi I yang memiliki strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif. Dalam penerapan strategi ini kedepannya Desa Wisata Kreatif Terong harus tetap melestarikan adat istiadat serta budaya, mulai memperbanyak atraksi wisata, meningkatkan promosi wisata dengan membuat pertunjukan seni budaya dan bekerjasama dengan pengrajin UMKM agar dapat membuat cenderamata kepada wisatawan sumberdana serta penataan hutan Mangrove, wisata Aik Rusa Berehun, penataan kawasan agrowisata, Kawasan Bukit Tebalu, wisata kuliner dan lain sebagainya.

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah sektor andalan dan prioritas di Indonesia yang dapat ekonomi menjadi jalan keluar terhadap pemerintah pada peningkatan pengembangan secara menyeluruh yang berdampak kearah perkembangan pembangunan jangka panjang dan berkelanjutan sekaligus untuk meningkatkan devisa negara (Huda, 2020). Bidang pariwisata tidak jua pada komunitas-komunitas ekonomi yang khusus namun bisa mencapai kalangan bagian bawah, kelompok pada area tujuan wisata bisa mengelola dan mengembangkan strategi diberbagai bidang usaha lainnya seperti sarana akomodasi, restoran, alat transportasi dan tempat penjualan cenderamata (Suwena & Widyaatmaja, 2017). Dengan adanya kegiatan usaha tersebut akan membuka luas peluang kerja dan berusaha serta meningkatkan pendapatan masyarakat dan menekan laju tingkat pengangguran di masyarakat, sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah serta meningkatkan pendapatan devisa negara dari perkembangan sektor pariwisata (Lilah & Pratomo, 2019). Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut sektor pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, namun sektor pariwisata dapat menggerakkan sektor lainnya untuk mendukung pengembangannya. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata secara tidak langsung berpengaruh terhadap pengembangan sektor-sektor lainnya (Artiningsih et al, 2020).

Pemerintah Indonesia saat ini terus berupaya dan membangun sektor pariwisata melalui program pemberdayaan masyarakat dengan menumbuhkan bidang UMKM dan program desa wisata unggulan di Indonesia, dengan melihat potensi besar Indonesia yang memiliki bentangan alam panorama yang indah, lautan, atraksi seni dan budaya yang banyak dan unik serta

kekayaan alam lainnya dan pengelolaan sumberdaya alam dan sumber daya manusia untuk dapat menciptakan produk produk pariwisata unggulan yang di integrasikan dengan potensi desa untuk menjadi desa wisata (Elsye, 2022).

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah salah satu provinsi kepulauan yang berada di Pulau Sumatera bagian Selatan yang mempunyai potensi dan pesona wisata, dimulai dari wisata alam, budaya, bahari, religi, sejarah dan petualang (Andini et al, 2019). Perkembangan pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, terdiri terdapat dua pulau besar yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung. Dengan di tetapkannya kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata sejak tahun 2016 Pulau Belitung di tetapkan oleh pemerintah pusat sebagai daerah tujuan wisata prioritas di Indonesia yaitu dengan titik destinasi yang ada di Pulau Belitung, destinasi wisata tersebut adalah Tanjung Kelayang yang berada di Kabupaten Belitung, daya dukung yang di perlukan seiring dengan pesatnya perkembangan pariwisata di Kabupaten Belitung (Megawandi, 2020).

Sejak tahun 2013 Desa Wisata Kreatif Terong telah menjadi daerah tujuan wisata oleh pemerintah daerah dan masyarakat setempat yang dimulai tumbuh kesadaran tentang pariwisata dan untuk mengelola Desa Terong menjadi salah satu destinasi wisata yang unggul memerlukan strategi pengelolaan desa wisata yang baik dengan cara melalui pengembangan sumberdaya masyarakat dalam bentuk meningkatkan pengetahuan dan pelatihan di bidang pariwisata.

Belum optimalnya pengelolaan Desa Wisata Kreatif Terong dalam hal ini Pokdarwis, yang disebabkan lemahnya pengelolaan dan sumberdaya masyarakat yang masih rendah dibidang pariwisata, padahal Desa Wisata Kreatif Terong mempunyai potensi dan daya tarik objek wisata serta alam yang sangat

menarik untuk di kunjungi oleh pelancong. Permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana pengelolaan di Desa Wisata Kreatif Terong (Pokdarwis) di Belitung saat ini?; (2) Bagaimana menggali potensi dan daya Tarik Desa Wisata Kreatif Terong?; (3) Bagaimana strategi untuk meningkatkan kunjungan pelancong ke Desa Wisata Kreatif Terong?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Strategi Pengelolaan Desa Wisata**

Pengembangan bidang pariwisata secara terus menerus dilaksanakan bagi pemerintah. Bidang pariwisata ialah diantara bidang penting bagi negara disebabkan dapat membuat sumber devisa negara dan memberikan sumbangan penting pada pengembangan dan perekonomian (Harefa, 2020).

Pengembangan bidang pariwisata sendiri telah lama disusun pada Peraturan Pemerintah Nomor 14 Pasal 3 Tahun 2016 merincikan bahwa Ruang Lingkup Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan meliputi: (1) Penyelenggaraan tujuan pariwisata berkelanjutan; (2) Pendayagunaan ekonomi terhadap komunitas local; (3) Perlindungan budaya pada komunitas dan wisatawan; (4) Perlindungan ekosistem alam.

Searah pada perkembangan zaman, gerak perkembangan pariwisata terdapat terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *rural tourism*, *ecotourism*, adalah pendekatan pembangunan kepariwisataan yang berusaha guna memverifikasi supaya wisata bisa diselenggarakan di berbagai desa (Prasetyo, 2021). Diantara opsi pola pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah dengan membangun desa wisata guna melahirkan pengembangan pedesaan berkelanjutan di bidang pariwisata (Rahman et al, 2021).

### **Potensi Pengembangan dan Daya Tarik Desa Wisata**

Daya Tarik Wisata Menurut Cooper, et al (2020) yaitu ada 4 (empat) komponen yang harus terdapat pada sebuah area wisata, yaitu: (1) Atraksi adalah bagian yang penting pada minat pelancong, atraksi yang menarik kedatangan pelancong itu ada tiga, yaitu potensi sumber daya alam yang masih asli, kegiatan atraksi seni dan budaya serta atraksi buatan manusia itu sendiri; (2) Amenitas berupa segala jenis sarana dan prasarana yang digunakan sekaligus diperlukan oleh pelancong selama berada di daerah tujuan wisata seperti, akomodasi, rumah makan, transportasi agen perjalanan, jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, jaringan telekomunikasi, dan lain-lain; (3) Aksesibilitas adalah suatu hal yang mudah dijangkau suatu tempat dalam hal ini kawasan wisata oleh wisatawan dengan sarana jalan, jembatan dan transportasi umum dan sewa kendaraan yang mudah didapat serta penunjuk jalan; (4) *Ancillary* berupa pelayanan tambahan berupa pendukung untuk disiapkan dikawasan tujuan wisata untuk kebutuhan pelancong maupun untuk pelaku pariwisata seperti jaringan teknologi telekomunikasi, informasi yang terkait langsung dengan kegiatan wisata dan keberadaan dan peran serta dari pemangku kepentingan dan *skakeholders* untuk mendukung kegiatan aktivitas wisata.

### **Pengembangan Sumber Daya Masyarakat Desa Wisata**

Dalam proses pengembangan desa wisata, masyarakat sekitar dijadikan sebagai subyek aktif dalam rangka pengembangan daerah wisata yang secara langsung berhubungan erat kepada lingkungan serta pola hidup dan kehidupan sosial masyarakat sekitar untuk menjadi daerah tujuan wisata

(Herdiana, 2019). Pengembangan pariwisata secara langsung akan berdampak kepada partisipasi penduduk setempat, berdampak kepada faktor positif atau negative, untuk itu harus enerapkan strategi yang baik dan maksimal yang memberikan dampak positif dan kemanfaatan baik terhadap penduduk sekitar (Urbanus & Febianti, 2017).

Kawasan desa wisata lebih difokuskan pada strategi potensi manusia pada peningkatan sektor pariwisata dengan disertai pengembangan pendidikan untuk meningkatkan kualitas potensi manusia (SDM) di bidang pariwisata (Setiawan, 2016). Dalam mengembangkan potensi kualitas manusia di dunia pariwisata yang berkesinambungan dikatakan oleh Nurhidayati (2012) terdiri dari: (1) Keterlibatan komunitas pada rancangan dan pengembangan pariwisata; (2) Pembelajaran untuk masyarakat, *stakeholders* dan pelancong; (3) Mutu lingkungan alam, pemakaian sumber daya dan kondisi harus dilestarikan dan ke depannya; (4) Menyediakan pilihan alat transportasi.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis kepada memformulasikan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara beriringan dapat menimbulkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan (Rangkuti, 2014).

Dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategis perusahaan, kelemahan, dalam kondisi yang ada disaat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model

yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT ((Rangkuti, 2014).

Dengan menggunakan metode analisis SWOT penelitian ini ingin menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Desa Wisata Kreatif Terong dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis ini dilakukan atas dasar penelitian turun ke lapangan secara langsung dengan cara menggunakan dan mengumpulkan data yaitu pengamatan secara langsung dan observasi, wawancara serta dokumentasi, langkah yang dilakukan yaitu: (1) Melakukan identifikasi dan analisis SWOT; (2) pengelompokkan data untuk selanjutnya di proses; (3) Memetakan kedalam matriks SWOT; (4) Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT; (5) Memberikan masukan kepada pengelola tentang hasil strategi yang telah dibuat di diagram SWOT.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif menggunakan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data dengan: (1) Observasi ini digunakan menjelang mengawasi secara terus dan tidak langsung tentang bagaimana sumberdaya masyarakat desa kreatif terong kepada meningkatkan kunjungan pelancongnya agar lebih baik; (2) Wawancara digunakan kepada mewujudkan relasi pakai dengan materi pemeriksaan, tanya jawab ini akan dilakukan untuk yang berhubungan pengelolaan di Desa Wisata Kreatif Terong; (3) Dokumentasi mengejar bukti kondisi bidang yang berupa gambar, video, catatan, transkrip, buku, keterangan kabar, majalah, dan

sebagainya; (4) Kuisisioner dalam bentuk pernyataan dan pertanyaan kepada responden termasuk Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung, Pemerintah Desa Terong, Pokdarwis, masyarakat serta wisatawan. Metode pengumpulan data dengan cara mencari, mempelajari dan mengumpulkan data yang tidak bisa dikategorikan kedalam data statistik,

tetapi menggunakan Analisis kualitatif yang memerlukan komponen data, paparan data dan kesimpulan hasil yang diperoleh untuk pencapaian tujuan dari penulisan penelitian ini.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil analisis potensi Desa Wisata Kreatif Terong:

Tabel 1. Analisis Faktor Strategi Internal

<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
Peranan Pokdarwis mengelola Desa Wisata Kreatif Terong	0,10	3	0,30
Akses ke desa wisata mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi	0,10	4	0,40
Sarana Akomodasi <i>homestay</i>	0,10	4	0,40
Peraturan pengunjung dan pemandu Desa Wisata Kreatif Terong	0,10	4	0,40
Pengelolaan agrowisata Desa Wisata Kreatif Terong sangat baik	0,10	4	0,40
<b>Total Score</b>	<b>0,50</b>		<b>1,90</b>
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
Pengelolaan agrowisata Desa Wisata Kreatif Terong	0,10	2	0,20
Promosi destinasi di Desa Wisata Kreatif Terong belum maksimal	0,08	2	0,16
Evaluasi pengawasan kerja Pokdarwis tidak berjalan sebagaimana mestinya	0,08	3	0,24
Data jumlah pengunjung dan pendapatan belum sesuai target	0,08	2	0,16
Lingkungan yang belum tertata dengan baik	0,08	2	0,16
Masyarakat kurang terlibat secara aktif dalam pengembangan wisata	0,08	3	0,24
<b>Total Score</b>	<b>0,50</b>		<b>1,16</b>
<b>Subtotal</b>	<b>1,00</b>		<b>0,74</b>

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Tabel 2. Analisis Faktor Strategi Eksternal

<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
Pertunjukan atraksi seni budaya	0,10	4	0,40
Situasi faktor keamanan	0,10	4	0,40
Dukungan pengrajin lokal/petani sekitar di Desa Wisata Kreatif Terong	0,10	4	0,40
Lingkungan dan alam yang masih alami	0,10	3	0,30
Peran lembaga pendidikan/kalangan akademisi	0,10	3	0,30
<b>Total Score</b>	<b>0,50</b>		<b>1,80</b>

Ancaman ( <i>Threath</i> )	Bobot	Rating	Score
Adanya wisata sejenis di Kabupaten Belitung	0,10	3	0,30
Pengaruh perkembangan teknologi informasi	0,10	3	0,30
Kurang tertariknya pengunjung mengunjungi Desa Wisata Kreatif Terong	0,10	2	0,20
Cuaca buruk kurang pengunjung	0,10	2	0,20
Bencana alam buatan manusia	0,10	3	0,30
<b>Total Score</b>	<b>0,50</b>		<b>1,30</b>
<b>Subtotal</b>	<b>1,00</b>		<b>0,50</b>

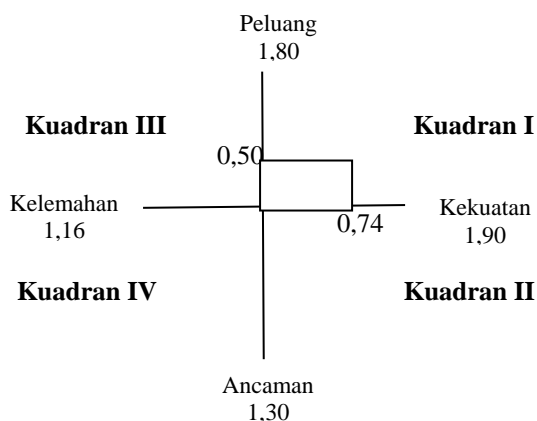
Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Tabel 3. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	Kekuatan	Kelemahan
		Strategi SO	Strategi WO
Peluang		1,90 + 1,80 = 3,70 (I)	1,16+ 1,80 = 2,34 (III)
		Strategi ST	Strategi WT
Ancaman		1,90 + 1,30 = 3,20 (II)	1,16+ 1,30 = 2,46 (IV)

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Hasil di atas menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 3,70 pada posisi I yang memiliki arti bahwa kondisi Desa Wisata Kreatif Terong sangat menguntungkan yang memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).



Gambar 1. Diagram SWOT  
Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci kekuatan 1,90, sedangkan kelemahan 1,16, kemudian peluang 1,80. Selanjutnya ancaman 1,30, maka selisih total skor kekuatan dan kelemahan adalah 0,74 dan selisih total skor peluang dan ancaman adalah 0,20. Dari gambar diagram analisis SWOT di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Desa Wisata Kreatif Terong memanfaatkan peluang yang ada.

Sehingga jelas Desa Wisata Kreatif Terong harus memilih dan menggunakan strategi agresif atau berkembang dimana mencakup kondisi kekuatan dan peluang berada pada posisi yang baik (strategi SO). Desa Wisata Kreatif Terong memiliki pengelolaan desa wisata yang baik dari Pokdarwis, akses yang mudah dijangkau, homestay yang memadai dan adanya pemandu wisata yang baik. Ini merupakan potensi yang dapat dipromosikan oleh Desa Wisata Kreatif Terong sebagai strategi pengembangan Desa Wisata Kreatif Terong.

Strategi SO merupakan strategi bagaimana memanfaatkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Dengan

segala kelebihan yang dimiliki, Desa Wisata Kreatif Terong harus bisa memanfaatkan peluang yang ada. Dalam penerapan strategi ini kedepannya Desa Wisata Kreatif Terong harus: (1) Tetap melestarikan adat istiadat serta budaya yang mereka miliki; (2) Mulai melakukan inovasi lain seperti lebih memperbanyak atraksi wisata, meningkatkan promosi wisata dengan membuat pertunjukan seni budaya kepada wisatawan yang di koordinasikan oleh Pokdarwis dari setiap tamu yang menginap di beberapa homestay untuk mendapatkan fasilitas gratis menonton pertunjukan seni budaya bersumber dana dari setiap persentase harga homestay yang disewa oleh wisatawan

untuk disisihkan mendukung pagelaran seni budaya tersebut; (3) Bekerjasama dengan pengrajin UMKM agar dapat memberikan secara gratis cenderamata kepada wisatawan sumberdana dari persentase harga homestay uang dibayar oleh wisatawan untuk di kumpulkan; (4) Penataan hutan Mangrove, wisata Aik Rusa Berehun, penataan kawasan agrowisata, Kawasan Bukit Tebalu, wisata kuliner dan lain sebagainya

Strategi SO seperti itu adalah bagian dari strategi pemasaran sekaligus promosi kedalam bentuk paket sekaligus fasilitas tambahan yang didapatkan oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Kreatif Terong.

Tabel 4. Matriks SWOT  
Analisis SWOT Desa Wisata Kreatif Terong

Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap melestarikan adat istiadat serta budaya yang mereka miliki</li> <li>2. Memperbanyak atraksi pertunjukan seni budaya</li> <li>3. Bekerjasama dengan pengrajin UMKM agar dapat memberikan secara gratis cenderamata kepada wisatawan sumberdana dari persentase harga homestay uang dibayar oleh wisatawan untuk di kumpulkan</li> <li>4. Penataan hutan Mangrove, wisata Aik Rusa Berehun, penataan kawasan agrowisata, Kawasan Bukit Tebalu, wisata kuliner dan lain sebagainya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan kreativitas dari sisi teknik pemasaran <i>digital marketing</i></li> <li>2. Memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada wisatawan agar menarik minat kunjung wisatawan</li> <li>3. Bekerjasama dengan travel agent agar meningkat wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Kreatif Terong</li> </ol>
Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat atraksi alam yang unik dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan manusia spesifik yang tidak dimiliki di desa wisata lainnya.</li> <li>2. Memberi pelatihan kepada pemilik homestay agar melayani konsumen dengan baik dan ramah</li> <li>3. Desa Wisata Kreatif Terong membuat SOP (Standard Operating Procedure) wisatawan dan pengelola wisata</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada partisipasi masyarakat dalam mengelola Desa Wisata Kreatif Terong</li> <li>2. Masyarakat perlu diberi pelatihan bagaimana cara memasarkan desa wisata secara digital</li> <li>3. Pengawasan kerja Pokdarwis perlu ditingkatkan</li> </ol>

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil analisis SWOT Desa Wisata Kreatif Terong menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 3,70 pada posisi I yang memiliki strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Dalam penerapan strategi ini kedepannya Desa Wisata Kreatif Terong harus tetap melestarikan adat istiadat serta budaya, mulai memperbanyak atraksi wisata, meningkatkan promosi wisata dengan membuat pertunjukan seni budaya dan bekerjasama dengan pengrajin UMKM agar dapat membuat cenderamata kepada wisatawan sumberdana serta penataan hutan Mangrove, wisata Aik Rusa Berehun, penataan kawasan agrowisata, Kawasan Bukit Tebalu, wisata kuliner dan lain sebagainya.

### **Saran**

Desa Wisata Kreatif Terong diharapkan memperbaiki tata kelola manajemen desa wisata di bawah kendali langsung oleh Kelompok sadar wisata (POKDARWIS), untuk lebih berfokus kepada pengembangan yang masih kurang terutama dari sisi pemasaran dan membuat strategi yang tepat cara membuka jalur pemasaran yang tepat dan secara langsung kepada pihak konsumen.

Desa Wisata Kreatif Terong diharapkan membuat perencanaan strategis untuk meningkatkan sumberdaya manusia yang lebih professional dan meningkatkan pelatihan yang tepat dan dibutuhkan untuk menunjang pengelolaan pemasaran dan potensi serta daya tarik wisata di Desa Wisata Kreatif Terong.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Andini, D. E., Guskarnali., & Irvani. (2019). Analisis Potensi dan

Strategi Pengembangan Wisata Bahari di Pulau Panjang dan Pulau Tinggi Kabupaten Bangka Selatan. *IKRAITH-ABDIMAS*, 2(3): 101-107.

Artiningsih., Handayani, W., & Jayanti, D. R. (2020). Pemetaan Indikator Kinerja Sektor Pariwisata Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kota Semarang. *Jurnal Roptek*, 14(2): 72-83.

Cooper, F. J., Gilbert, D., Wanhil, S. (2000). *Tourism, Principles and Prantice*. London: Logman.

Elsye, R. (2022). Pengembangan UMKM pada Destinasi Wisata Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(1): 64-72.

Harefa, M. (2020). Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Penerimaan Daerah di Kabupaten Belitung. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1): 65-77.

Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *JUMPA*, 6(1): 63-86.

Huda, R. (2020). Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11(2): 157-170.

Lilah, D. W., & Pratomo, D. S. (2019). Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pengangguran Terbuka di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya*, 8(2): 1-12.

Megawandi, Y. (2020). Pembangunan Pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dalam Pendekatan Whole of Government. *Jurnal Widyaaiswara Indonesia*, 1(2): 108-119.



- Peraturan Pemerintah Nomor 14 Pasal 3 Tahun 2016 Tentang *Ruang Lingkup Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*.
- Prasetyo, P. K. (2021). Perencanaan Pembangunan Pengembangan Pariwisata Dengan Basis Ecotourism Sebuah Kajian Pustaka Terstruktur. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK)*, VI(2): 120-130.
- Rahman, F. A., Munajat, M. D. E., Wahyudin, U., Dienaputra, R. D., & Rachman, C. U. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Samangki Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata (JKTP)*, 2(1): 1-9.
- Rangkuti, Freddy. (2014). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1): 23-35.
- Suwena, I. K., & Widyaatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Urbanus, I. N., & Febianti. (2017). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Wilayah Bali Selatan. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1(2): 118-133.