

STRATEGI PEMASARAN MENUJU DESA WISATA MANDIRINovi Diah Wulandari¹, Luluk Fauziah², Foster Ikhsan³Univeristas Nahdlatul Ulama Yogyakarta^{1,2,3}Email: d.wulandari@unu-jogja.ac.id¹, luluk.mnj17@student.unu-jogja.ac.id², foster@unu-jogja.ac.id³**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Business Model Canvas sebagai strategi pengembangan desa wisata Guwosari. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menganalisis posisi keunggulan Desa Wisata Guwosari melalui analisis SWOT, untuk memperkuat hasil metode kanvas model bisnis dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Guwosari. Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi data (observasi, wawancara, dan dokumentasi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desa wisata Guwosari memiliki potensi yang baik. Dimana desa wisata Guwosari merupakan desa wisata yang mengembangkan lahan pertanian menjadi wisata edukasi, tempat bersejarah, dan ketahanan pangan, serta memiliki banyak produk yang sangat diminati pelanggan seperti kuliner khas Guwosari yaitu Ingkung ayam.

Kata kunci: *Pengembangan, BMC, Analisis Swot***Abstract**

This study aims to determine the application of the Business Model Canvas as a development strategy for the Guwosari tourism village. The data analysis technique used in this study was a descriptive research method with a qualitative approach. By analyzing the position of excellence of the Guwosari Tourism Village through a SWOT analysis, to strengthen the results of the bussines model canvas method in tourism development in the Guwosari Tourism Village. Sources of data obtained from primary and secondary data. For data collection techniques using data triangulation (observation, interviews, and documentation). The results of this study indicate that the Guwosari tourism village has good potential. Where the Guwosari tourism village is a tourist village that develops agricultural land into educational tours, historical places, and food security, and has many products that are very attractive to customers, such as Guwosari's typical culinary, Ingkung ayam.

Keyword: *Development, BMC, Swot Analysis***PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keberagaman budaya serta keindahan alam. Dengan keindahan alam yang dimilikinya membuat sector pariwisata memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia (Yakup, 2019). Pariwisata alam saat ini mengalami pergeseran paradigma. Banyak wisatawan mencari sesuatu yang unik dan jarang mereka temukan di tempat mereka berasal, seperti berinteraksi dengan masyarakat yang ada di tempat tujuan wisata (Wiyono et al., 2019). Desa wisata merupakan salah satu destinasi wisata yang mempunyai sesuatu yang unik dan beda dari tempat wisata pada umumnya. Desa memiliki keanekaragaman budaya, adat istiadat serta kehidupan masyarakat mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata adalah Desa Guwosari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Desa Guwosari terletak di kecamatan Pajangan kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa memiliki 15 padukuhan dan 77 rukun tangga (RT). Memiliki luas wilayah 830.0110 Ha, dengan topografi wilayah di dominasi oleh Kawasan perbukitan yang kurang subur tanahnya namun mempunyai keindahan alam yang cukup bagus sehingga Desa Guwosari merupakan jalur sepeda atau gowes yang cukup diminati masyarakat sekitar terutama masyarkat perkotaan (Diah Wulandari et al., 2021). Masyarakat Desa Guwosari juga melestarikan warisan budaya leluhur khususnya kebudayaan jawa kraton Yogyakarta tercermin pada perilaku budaya islam jawa dengan tata krama yang masih dijunjung tinggi. Desa guwosari mempunyai wisata sejarah yang cukup terkenal yaitu goa selarong

yang merupakan situs petilasan Pangeran Diponegoro. Potensi desa yang besar membuat desa guwosari layak untuk dikembangkan menjadi desa wisata.

Pengembangan desa wisata adalah suatu perubahan terencana yang didalamnya membutuhkan partisipasi dari masyarakat lokal secara keseluruhan (Sidiq & Resnawaty, 2017). Suatu desa wisata perlunya melakukan pengembangan dengan menambah berbagai kebutuhan wisatawan seperti fasilitas transportasi, akomodasi, rekreasi, tempat bermain, makanan khas dan berbagai macam souvenir atau oleh-oleh kerajinan tangan serta berbagai fasilitas lainnya sehingga membuat para wisatawan merasa nyaman. Untuk menambah daya Tarik terhadap para wisatawan, suatu desa wisata menampilkan pertunjukan kesenian seperti tarian khas daerah atau suatu paket kebudayaan lokal sehingga mampu menarik simpati wisatawan untuk mengunjungi desa wisata tersebut.

Untuk mengembangkan Desa Guwosari menjadi desa wisata perlu strategi pengembangan yang tepat. Strategi yang diperlukan dalam pengembangan desa wisata yaitu pentingnya partisipasi masyarakat sekitar dan dukungan dari pemerintah daerah. Partisipasi masyarakat yang utama dalam proses pengembangan adalah mulai dari tahap perencanaan, pengambilan keputusan, pengelolaan serta pengawasan tahap pengembangan desa wisata tersebut. Salah satu strategi untuk pengembangan desa wisata adalah menggunakan analisis SWOT. Dalam analisis SWOT terdapat (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Untuk melengkapi proses perencanaannya analisis SWOT dibantu dengan bisnis model canvas terdapat sembilan elemen yaitu customer segment, value proposition, customer relationship, channels, revenue streams, key partners, key resources, key activities dan cost structure, sehingga menciptakan konsep bisnis yang lebih matang dan model bisnis yang dijalankan semakin kuat dalam setiap perubahan kondisi pariwisata (Sugiyanto et al., 2021). Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini memfokuskan bagaimana penerapan Business Model Canvas sebagai strategi sebagai pengembangan pada Desa wisata Guwosari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Desa wisata Guwosari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Ada dua metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu kuantitatif dan deskriptif. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui penerapan business model canvas sebagai instrument kunci, sedangkan sampel sumber data diambil secara purposive dan snowball, dan pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi (gabungan). Analisis data yang dihasilkan dalam penelitian ini bersifat induktif/kualitatif, dan lebih ditekankan pada generalisasi (Sugiyono, 2014). Metode diskriptif yang digunakan dalam penelitian ini akan menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian, namun tidak sampai pada taraf kesimpulan yang luas. Berdasarkan pengertian tersebut, maka penelitian ini dibutuhkan data yang bersifat akumulasi sehingga dapat menggambarkan situasi yang ada di Desa Guwosari.

Sampel yang digunakan penelitian adalah warga Desa Guwosari yang merupakan pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan perangkat Desa Guwosari. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mewawancarai, observasi dan dokumentasi. Sedangkan data yang telah terkumpul dalam proses wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian akan dianalisis dengan melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan menyimpulkan data. Keabsahan data dalam penelitian ini akan diuji melalui metode triangulasi.

HASIL DAN DISKUSI

Desa wisata ini rencananya akan dibangun berdampingan dengan ojek Wisata Goa Selarong. Goa Selarong sendiri merupakan tempat bersejarah peninggalan Pangeran Diponegoro yang saat ini menjadi Cagar Budaya di Kabupaten Bantul. Lokasi desa wisata Guwosari ini masih berada dilingkungan Wisata Goa Selarong, dimana dahulu pada masa penjajahan merupakan lahan kosong milik Kraton Yogyakarta yang digunakan para prajurit Kraton Yogyakarta untuk berbaris. Guwosari ini biasanya digunakan untuk acara kesenian setiap tahunnya. Sebelum dikelola oleh masyarakat, Guwosari ini hanya tanah lapang yang tidak menghasilkan apapun. Kemudian, masyarakat Guwosari meminta izin ke Kraton Yogyakarta untuk mengalih fungsikan lahan kosong ini menjadi lahan pertanian yang pada akhirnya menjadi penghasilan utama bagi masyarakat sekitar. Kemudian, pada tahun 2019 masyarakat juga mengembangkan lahan pertanian ini menjadi wisata edukasi ketahanan pangan, sejarah dan budaya yang digarap secara bertahap. Dalam pembangunan wisata Guwosari, untuk saat ini wisata kuliner yang menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung adalah ingkung ayam.

Analisis SWOT

Tabel 1 menunjukkan hasil matriks SWOT yang digunakan untuk menganalisis sejauh mana peran faktor eksternal dan internal dari desa wisata Guwosari. Faktor internal dianalisis dengan menggunakan 7 unsur bauran pemasaran (product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan proses). Sedangkan faktor eksternal terdiri dari opportunities dan threats yang dianalisis menggunakan faktor kondisi ekonomi, politik, sosial, lingkungan, dan teknologi (Novitaningtyas et al., 2020). Hasil rumusan strategi selanjutnya diimplementasikan pada Business Model Canvas.

Tabel 1. Matrix EFAS

Factor internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
1. Pemasaran yang dilakukan melalui marketing online	0,19	4	0,76
2. Kawasan edukasi wisata alam, budaya dan sejarah	0,20	4	0,80
3. Makanan khas yang menjadi daya Tarik	0,20	3,5	0,70
Total skor kekuatan			2,26
Kelemahan			
1. Kondisi keuangan kurang mendukung	0,15	2	0,30
2. Untuk saat ini belum melakukan kegiatan operasional secara maksimal karena masih proses pembangunan	0,11	2,5	0,27
3. Belum dilaksanakannya laporan keuangan setiap bulannya	0,15	2	0,30
Total skor kelemahan			0,80
Total	1		3,13

Tabel 2. Matriks EFAS

Factor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
1. Harga jual terjangkau	0,19	4	0,77
2. Adanya area perkemahan di desa wisata	0,13	4	0,52
3. Kegiatan bercocok tanam dan memanen sendiri	0,19	3	0,58
4. Adanya museum Pangeran Diponegoro	0,16	3	0,48
Total skor peluang			2,35
Ancaman			
5. Banyak wisata lain disekitar desa wisata	0,19	2	0,39
6. Pengunjung belum mengetahui informasi tentang desa wisata Guwosari	0,13	2	0,26
Total skor ancaman			0,65
Total	1		3

Hasil penelitian menunjukkan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) memiliki kekuatan (*strength*) sebesar 2,26, sedangkan kelemahan (*weakness*) sebesar 0,80 sehingga menghasilkan bobot sebesar 3,13. Ketika kekuatan dan kelemahan disesuaikan, maka berbagai

kelemahan yang ada dapat diatasi, yang ditunjukkan dengan skor total matrik IFAS sebesar $2,26 > 0,80$ yang berarti kondisi internal memiliki kekuatan untuk mengatasi keadaan tersebut. Dalam matriks *External Factors Analysis Strategy* (EFAS), skor peluang adalah 2,35 sedangkan skor ancaman adalah 0,65, menghasilkan skor tertimbang 3,0 untuk keduanya. Jika semua kemungkinan dapat dimanfaatkan secara optimal, maka ancaman yang berbeda tersebut dapat diatasi dengan skor total EFAS $2,35 > 0,65$ yang berarti sistem mampu bereaksi terhadap situasi eksternal yang ada. Hasil matriks SWOT menunjukkan ada beberapa alternatif strategi untuk pengembangan desa wisata Guwosari yaitu:

1. Mempertahankan kualitas produk bahan baku dibidang kuliner, karena daya tarik utama pelanggan baru atau pelanggan lama adalah kuliner ingkung ayam
2. Memanfaatkan online marketing untuk memasarkan produk-produk khas desa wisata Guwosari dengan memasang iklan, membuat website untuk memudahkan pelanggan dalam pembelian
3. Menciptakan inovasi dengan menciptakan produk baru seperti kerajinan tangan tas dari limbah plastic
4. Mengadakan pelatihan guide tour untuk membantu wisatawan dari mancanegara
5. Mengadakan promo untuk penjualan produk khas desa wisata Guwosari pada momen tertentu seperti pada hari kemerdekaan dan hari jadi Kabupaten Bantul.

IFAS		Strength (S)	Weakness (W)
EFAS		- Pemasaran melalui online/ media social - Tempat wisata dengan edukasi alam, sejarah dan budaya - Potensi alam Guwosari dan tiket yang murah	- Belum adanya SOP jam kerja - Belum adanya laporan keuangan - Kurangnya sumber daya manusia - Kurangnya guide tour untuk wisatawan mancanegara.
O P P O r t u n i t y (O)	- Kuliner ingkung ayam yang sudah banyak diketahui oleh wisatawan - Terbukanya peluang kerjasama dari berbagai mitra - Memberikan keuntungan masyarakat sekitar dan Bumdes	Strategi S-O - Memasarkan ingkung ayam melalui iklan dengan media social agar menambah pelanggan baru. - Pengembangan desa wisata dengan melibatkan masyarakat sebagai pengelola desa wisata	Strategi W-O - Dibuatnya SOP jam kerja agar desa wisata guwosari dapat beroperasi dengan optimal - Melakukan kerjasama dengan berbagai mitra untuk pengembangan desa wisata dan pengembangan produk lokal
	T H R E A T S (T) - Desa wisata beroperasi belum optimal - Pengembangan masih dilakukan secara bertahap - Banyaknya wisata baru disekitar wisata Guwosari	Strategi S-T - Meningkatkan kualitas bahan baku pada wisata kuliner, karena menjadi daya Tarik utama pengunjung. - Menciptakan kuliner baru yang belum ada didesa wisata Guwosari dan menciptakan inovasi produk yang unik seperti kerajinan tangan yang lain	Strategi W-T - Mempertahankan kualitas bahan baku agar tetap stabil - Mengadakan promo yang menarik pada acara tertentu seperti hari kemerdekaan dan hari jadi Kabupaten Bantul

Gambar 1. Analisis SWOT

Business Model Canvas

Customer Segments (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan yang ditargetkan oleh desa wisata Guwosari adalah untuk semua kalangan atau semua orang, mulai dari anak-anak hingga orang tua, laki-laki maupun perempuan. Jam operasional desa wisata ini dari pagi hingga malam hari. Sehingga banyak pengunjung yang datang

untuk berwisata alam atau Museum Pangeran Diponegoro dan juga untuk menikmati cuaca malam hari dengan Glamping ground.

Value Proposition (Proposisi Nilai)

Produk dan layanan yang diberikan desa wisata Guwosari adalah wisata edukasi alam, wisata sejarah dan wisata budaya. Selain itu, desa wisata Guwosari menyajikan wisata kuliner dengan makanan khasnya yaitu ingkung ayam. Desa wisata Guwosari juga memberikan banyak pilihan produk seperti kerajinan blangkon Jogja, surjan (baju adat Jogja), pupuk kompos organik, sekam bakar, pohon teteh kuning dan souvenir-souvenir lainnya dengan ciri khas Guwosari. Layanan jasa seperti penyewaan alat catering, penyewaan drone dan pembuatan website juga tersedia di desa ini dengan harga yang terjangkau dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Dari berbagai produk yang ditawarkan semuanya bertujuan untuk mempublikasikan desa Guwosari kepada masyarakat luas.

Channels (Saluran)

Saluran ini digunakan untuk menyampaikan proposisi nilai yang dimiliki oleh suatu produk kepada masyarakat luas. Tujuan adanya saluran ini untuk memberikan informasi terkait dengan produk-produk khas Guwosari yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai upaya daya tarik pelanggan. Salah satu cara untuk mengenalkan produk kepada pelanggan yaitu menawarkan secara langsung dengan menjual di beberapa tempat maupun melalui media online. Penyaluran dan penjualan souvenir serta kuliner khas desa wisata Guwosari ini dilakukan dengan berbagai cara, melalui media online seperti website, media sosial (facebook, Instagram dan whatsapp) sehingga memudahkan pelanggan untuk membeli melalui media yang sudah ada.

<i>Key partner</i> - Pemerintah Desa - Masyarakat - Dinas Pariwisata - Investor	<i>Key Activities</i> - Pelayanan yang ramah kepada wisatawan - perawatan dan pemeliharaan desa wisata	<i>Value Proposition</i> - keindahan alam pertanian dan goa selarong - harga tiket murah - harga kuliner dan souvenir terjangkau - wisata edukasi ketahanan pangan - kesenian budaya	<i>Customer Relationships</i> - memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan informasi tentang Sejarah Pangeran Diponegoro serta desa wisata Guwosari.	<i>Customers Segments</i> - <i>Customer Segment:</i> untuk semua usia (anak-anak, remaja dan dewasa).
	<i>Key Resources</i> - modal awal dari Badan Usaha Milik Desa (BumDes) dan gedung, - sarana infrastruktur - SDA - SDM		<i>Channels</i> - <i>Channels</i> yang digunakan secara langsung melalui wisata itu sendiri - Masyarakat sekitar - Media sosial	
<i>Cost Structure</i> - gaji karyawan - Biayalistrik, air, telepon - Biaya promosi - Biaya kegiatan operasional - Pembelian bahan baku		<i>Revenues Streams</i> - Penjualan tiket masuk - Wisata kuliner dan area perkemahan - Tarif parkir - Penjualan souvenir		

Gambar 2. Bisnis Model Canvas

Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)

Hubungan pelanggan adalah cara berinteraksi dengan pelanggan yang dibangun oleh produsen kepada konsumen bagaimana mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru. Hubungan pelanggan menjadi faktor penting dalam menjalankan suatu bisnis. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, produsen memiliki hubungan dengan konsumen saat melakukan transaksi dilakukan atau dinyatakan beli-putus. Memberikan pelanggan dengan pelayanan yang ramah, sehingga menumbuhkan kepuasan pelanggan, agar pelanggan berkunjung kembali ke desa wisata Guwosari.

Revenue Stream (Arus Pendapatan)

Arus pendapatan didapatkan dari proposisi nilai yang berhasil dipasarkan kepada pelanggan. Pada umumnya, arus pendapatan terbagi menjadi dua jenis, yaitu pendapatan transaksi yang didapatkan dari satu kali jual-beli pelanggan dan pendapatan transaksi didapatkan dari jual-beli yang berulang

untuk memberikan proposisi nilai kepada pelanggan. Pendapatan yang diperoleh desa wisata yaitu hasil jual-beli berbagai macam produk dan kuliner khas dan penjualan tiket dari desa wisata, dan kerjasama mitra bisnis. Pendapatan setiap bulannya mengalami perubahan yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi naik-turunnya pendapatan seperti bahan baku yang digunakan dan kualitas produk yang telah dibeli oleh pelanggan.

Key Resources (Sumber Daya Utama)

Bagian penting dalam suatu bisnis adalah sumber daya utama. Dimana sumber daya utama ini menciptakan dan menawarkan proposisi nilai, menguasai pasar, mempertahankan hubungan dengan segmen pelanggan dan memperoleh pendapatan. Dalam desa wisata Guwosari yang merupakan bagian dari sumber daya utama yaitu modal awal untuk memulai pengembangan desa wisata Guwosari, sumber daya manusia yang sangat berperan penting dalam menjalankan desa wisata dan sumber daya alam yang dapat diolah menjadi lahan pertanian yang menguntungkan masyarakat Guwosari.

Key Activities (Aktivitas kunci)

Aktivitas utama merupakan aktivitas penting yang dilakukan suatu bisnis untuk menyampaikan proposisi nilai yang ditentukan sebelumnya agar bisnis tersebut berjalan dengan sukses. Ada beberapa tipe aktivitas utama yaitu produksi, pemecahan masalah dan jaringan. Aktivitas utama yang dilakukan di desa wisata Guwosari adalah memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan, perawatan dan pemeliharaan desa wisata. Selain itu, aktivitas utama memproduksi kuliner khas ingkung ayam agar tetap terjaga citarasanya dan berbagai macam souvenir lainnya. Desa wisata Guwosari menyediakan website untuk mempermudah konsumen dalam pemilihan produk yang diharapkan.

Key Partnerships (Kemitraan Utama)

Kemitraan utama merupakan pihak-pihak luar yang menjadi partner dalam suatu bisnis. Kemitraan utama yang dilakukan di desa wisata Guwosari adalah pelayanan jasa. Sebagai pengelola pariwisata, perlu adanya kerjasama dengan beberapa mitra seperti masyarakat setempat, pemerintah desa, dinas pariwisata dan para investor. Mitra utama ini sangat penting dalam pengembangan desa wisata Guwosari.

Cost Structure (Struktur Biaya)

Catatan atau penjelasan pengeluaran keuangan secara rinci dalam suatu bisnis disebut dengan struktur biaya. Pengelola desa wisata Guwosari memiliki beberapa bagian penting dalam pembiayaan aktivitas utama, sumber daya utama dan kemitraan utama. Berdasarkan wawancara dan observasi maka struktur biaya yang telah diidentifikasi melalui biaya gaji karyawan, biaya listrik, air, telepon, biaya promosi, biaya kegiatan operasional dan pemberdayaan masyarakat.

KESIMPULAN

Desa wisata Guwosari memiliki potensi untuk dikembangkan dengan berbagai macam potensinya seperti wisata alam, wisata bersejarah, wisata ketahanan pangan dan wisata kuliner. Dengan adanya Pokdarwis, BUMDes dan masyarakat setempat yang nantinya akan mengelola dengan baik dan juga adanya dukungan pemerintah desa. Letak yang strategis dekat dengan pusat Kabupaten Bantul juga menjadi salah satu alasan untuk mengembangkan potensi desa Guwosari. Adapun pengembangan di desa wisata Guwosari menggunakan *bussines model canvas* yaitu *customer segment* (segmen pelanggan) adalah untuk semua kalangan dengan value proposition wisata edukasi ketahanan pangan, wisata sejarah dan wisata budaya serta wisata kuliner dengan makanan khasnya yaitu ingkung ayam. Sedangkan Channel promosi yang digunakan adalah melalui media online seperti *website*, *social media* (facebook, instagram dan whatsapp) dengan *Customer relationship* berupa pelayanan yang ramah, sehingga menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan membuat pelanggan berkunjung kembali. *Revenues stream* yang didapatkan dari pengelolaan desa wisata ini adalah hasil jual-beli berbagai macam produk dan kuliner khas Guwosari, serta penjualan tiket dari wisata dan adanya kerjasama dengan mitra bisnis. Keindahan alam merupakan sumber daya utama yaitu modal awal untuk memulai pengembangan desa wisata, sumber daya manusia yang solid dalam menjalankan desa wisata dan sumber daya alam yang dapat diolah menjadi lahan pertanian yang menguntungkan masyarakat Guwosari.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsadi, & Tegor. (2021). PENGARUH HUMAN RESORCE PRACTICE TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN DAMPAKNYA TEHADAP KOMITMEN AGEN ASURANSI. JURNAL CAFETARIA, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i1.268>.
- Diah Wulandari, N., Fatmaningrum, H. R., Nasrulloh, R. S., Manajemen, P., Ekonomi, F., Nahdlatul, U., Yogyakarta, U., & Artikel, I. (2021). Studi Kelayakan Finansial desa Wisata Guwosari. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 1), 429–436. <https://doi.org/10.32670/FAIRVALUE.V4ISPECIAL>.
- Novitaningtyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. (2020). STRATEGI PEMASARAN DESA BRAJAN MENUJU DESA WISATA MANDIRI: *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 6(3), 591–591. <https://doi.org/10.17358/JABM.6.3.591>.
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL DI DESA WISATA LINGGARJATI KUNINGAN, JAWA BARAT. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38–44. <https://doi.org/10.24198/JPPM.V4I1.14208>.
- Siswanto, D. J., Tegor, T., Haqiqi, F., Yusmalina, Y., & Susanto, A. (2022). Human Resources Management in The Country's Border Region Faces Industry 4.0 and The Covid-19 Pandemic. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 228-242.
- Sugiyanto, Aditya Pratama, M., & Endang Wahyuningsih. (2021). Formulasi Strategi Menggunakan Bisnis Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XII(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Wahyu Media.
- Tegor., dan Umar, Husein. (2017). Compensation analysis in relationship moderation between transformational leadership style and work environment on the employee performance. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 71(11).
- Tegor., Susanto, Alpino., Togatorop, Veterson., Sulivyo, Lod., Siswanto, Dwi Joko. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Lakeisha.
- Tegor., Siswanto, Dwi Joko., & Siagian, Mauli. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tegor, T., Yusmalina, Y., & Haqiqi, F. (2021). PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI DAN KUALITAS APARATUR TERHADAP LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH (Studi Kasus pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Karimun). JURNAL CAFETARIA, 2(1), 13-24.
- Wiyono, B. P. A., Kusuma, H. E., Sinatra, F., & Tampubolon, A. C. (2019). TIPE WISATAWAN BERDASARKAN KORELASI MOTIVASI DAN KEGIATAN DI TEMPAT WISATA (STUDI KASUS: INDONESIA). *TATALOKA*, 21(2), 314. <https://doi.org/10.14710/tataloka.21.2.314-327>
- Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia* [Universitas Airlangga Surabaya]. <https://repository.unair.ac.id/86231/1/TE.%2005-19%20Yak%20p%20ABSTRAK.pdf>