PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK DESA WISATA *BIG FARMER* BERBASIS PARIWISATA BERKELANJUTAN

Kindy Nadia Qurrota'ayuni[1],

Universitas Persatuan Islam, Jalan Peta 154, Bojongloa Kaler, Bandung; qkindy.24@gmail.com

Siti Fadlina[2],

sfadlina@yahoo.com

Febriana[3]

febrianabee@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan inovasi produk wisata berbasis keberlanjutan di Desa Wisata *Big Farmer*. Kulaitatif deskriptif dengan pendekatan purposive sampling merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan eksplorasi produk dan indikator pariwisata berkelanjutan berdasarkan Permenparekraf No. 9 Tahun 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggabungan wisata agro, kuliner, budaya, dan petualangan menghasilkan inovasi produk wisata yang berdampak pada peningkatan daya saing desa, kontribusi ekonomi lokal, serta pembukaan lapangan kerja baru. Inovasi ini berperan dalam mendukung keberlanjutan Desa Wisata *Big Farmer* sebagai destinasi wisata alternatif.

Kata Kunci: *Inovasi Produk, Desa Wisata, Pariwisata Berkelanjutan*

Abstract

The purpose of this study is to develop sustainable tourism product innovations in the Big Farmer Tourism Village. A descriptive qualitative method with a purposive sampling approach was employed in this research. Data analysis techniques involved product exploration and the use of sustainable tourism indicators based on Regulation of the Ministry of Tourism and Creative Economy No. 9 of 2021. The findings indicate that the integration of agro-tourism, culinary tourism, cultural tourism, and adventure tourism has resulted in innovative tourism products that enhance the village's competitiveness, contribute to the local economy, and create new employment opportunities. These innovations play a vital role in supporting the sustainability of Big Farmer Tourism Village as an alternative tourist destination.

Keywords: *Product Innovation*, *Tourist Village, Sustainable Tourism*

PENDAHULUAN

Pariwisata sudah tidak asing lagi bagi kamus masyarakat kini. Dalam kegiatannya, pariwisata membutuhkan wisatawan sebagai sebagai penggerak. Kunjungan wisatawan menjadi momen yang dinantikan oleh para pelaku usaha pariwisata. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke suatu tujuan wisata, maka dampak ekonomi maupun sosialnya akan meningkat, begitu juga sebaliknya (Revida dkk. 2021). Pariwisata memberikan dampak positif bagi daerah dan negara, terutama dalam meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah bersama para pelaku pariwisata telah melaksanakan berbagai program dan inisiatif guna mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Revida et al., 2021).

Pengembangan desa wisata kini menjadi salah satu fokus utama dalam upaya pengembangan pariwisata alternatif (Amerta, 2019). Keberadaan desa wisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kemajuan desa, yang selanjutnya turut mendorong pertumbuhan daerah dan pembangunan nasional (Revida dkk., 2021). Kemajuan Desa wisata tidak bisa lepas dari kunjungan wisatawannya, karena wisatawan yang mengunjungi desa wisata cenderung akan menghabiskan uangnya. Untuk mempertahankan kunjungan wisatawan maka diperlukan inovasi dalam produk wisata desa tersebut (Revida dkk. 2021).

Keinginan wisatawan datang berkunjung ke desa wisata, sangat ditentukan oleh program dan produk wisata yang ditampilkan desa wisata (Revida dkk. 2021). Produk wisata mencakup seluruh fasilitas dan layanan, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik, yang disediakan untuk wisatawan guna menciptakan pengalaman perjalanan yang menyenangkan. Produk ini dirancang agar wisatawan dapat merasakan manfaatnya sejak keberangkatan dari tempat tinggal, selama berada di destinasi wisata, hingga kembali ke tempat asal mereka (Octaviany, 2016). Selanjutnya dalam pembuatan produk pariwisata pengelola usaha perlu memperhatikan aspek kelestarian lingkungan dan sosial budaya masyarakat lokal.

Dewasa kini, pengembangan pariwisata dunia memasuki era pengembangan pariwisata yang berkualitas. Mengangkat isu lingkungan, kelestarian alam, kelestarian budaya serta keberpihakan kepada masyarakat sekitar perlu diperhatikan saat melakukan inovasi produk wisata. Inovasi memainkan peran krusial dalam mendorong pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan (Sirfefa et al., 2023). Karena pariwisata tidak dapat berkembang secara mandiri, maka diperlukan kolaborasi dan perhatian dari berbagai pihak untuk mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan (Sulistyo, 2021). Pembangunan pariwisata berkelanjutan sendiri merupakan sebuah proses yang terintegrasi dan terstruktur yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pengelolaan penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, serta pelestarian sumber daya alam dan budaya secara berkelanjutan (Sulistyadi, Eddyono, & Hasibuan, 2017).

Konsep inovasi dalam industri pariwisata melibatkan pengembangan ide, pendekatan baru, teknologi dan praktek yang membawa perubahan positif dan meningkatkan kualitas, efisiensi dan keberlanjutan pariwisata. Ide dan penemuan baru dapat berkaitan dengan pengembangan produk dan layanan yang unik,

penggunaan teknologi canggih atau pendekatan yang inovatif dalam pengelolaan destinasi (Sirfefa dkk. 2023). Dengan kata lain, inovasi yang berlandaskan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan akan mendorong pengembangan produk wisata yang secara terarah mengelola penyediaan, pemanfaatan, serta pelestarian kekayaan alam dan budaya.

Salah satu desa wisata yang menarik perhatian penulis adalah Desa Wisata Big Farmer yang berlokasi di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat. Sesuai dengan namanya, Desa wisata ini memiliki potensi wisata di sektor pertanian dengan hasil alam yang berlimpah berupa sayuran dan buah sebagai komoditas, yang dimana budidaya ini dimanfaatkan sebagai wisata agro. Potensi lainnya yaitu kekayaan kebudayaan sunda dan topografi wilayahnya yang berbukit. Tetapi walaupun memiliki potensi yang begitu banyak, Desa wisata *Big Farmer* masih di kategorikan sebagai Desa wisata rintisan menurut Kemenparekraf dalam laman Jejaring Desa wisata (Jadesta) tahun 2024 yang dimana kunjungan wisatanya perlu ditingkatkan. Oleh karena itu Desa wisata *Big Farmer* perlu menggali inovasi dalam produk wisatanya. Potensi tersebut bisa dikembangkan berupa produk jadi dari hasil budidaya tersebut, juga menambah diversifikasi produk wisata yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengembangan inovasi produk wisata berbasis keberlanjutan. Penelitian dilaksanakan di Desa Wisata Big Farmer yang terletak di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Subjek penelitian terdiri dari pengurus Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) serta pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, berdasarkan kemampuan mereka dalam memberikan data yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi lapangan. Analisis data menggunakan pendekatan eksplorasi produk wisata yang mencakup identifikasi unsur-unsur 5A (atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomodasi, dan fasilitas pendukung) serta dimensi kualitas produk (produk inti, aktual, dan tambahan). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan indikator keberlanjutan sosial ekonomi, khususnya pada aspek manfaat ekonomi lokal, sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021. Pendekatan ini memungkinkan dilakukannya analisis yang menyeluruh terhadap potensi dan inovasi produk wisata yang dikembangkan di lokasi penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desa wisata *Big Farmer* berada di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Nama *Big Farmer* dipilih sebagai pengganti dari destinasi wisata sebelumnya yaitu *Little Farmer*. Inisiatif Desa wisata ini dipelopori oleh kepemimpinan Yanto bin Surya sebagai Kepada Desa Kertawangi. Desa ini memiliki luas wilayah 1.800 Ha yang terbagi menjadi empat

dusun yaitu dusun satu, dua, tiga dan empat, yang sebagian wilayahnya merupakan milik Perhutani.

Secara topografi, desa ini memiliki wilayah yang berada di bawah kaki Gunung Burangrang yang merupakan daerah dengan dataran yang berbukit dan berlembah. Sehingga, memiliki potensi bentang alam dengan banyak pepohonan dan sumber mata air yang melimpah juga suhu udara yang relatif sejuk yakni 20-29°C. Sebanyak 81,3% masyarakat Kertawangi bekerja sebagai petani dengan memanfaatkan karakteristik wilayah tersebut untuk menanam tanaman berupa sayur dan buah-buahan sebagai komoditi.

Desa wisata *Big Farmer* ada sebagai bentuk keprihatinan akan kehidupan petani yang hanya mengandalkan tengkulak untuk penjualan hasil kebun, sehingga desa wisata ini hadir untuk membantu menaikkan nilai panen petani dengan menjualnya kepada wisatawan berupa paket wisata. Untuk pengelolaannya, *Big Farmer* membentuk sebuah kelembagaan bernama Pokdarwis Kertawangi.

Analisis Eksplorasi Inovasi Produk Wisata

Analisis ini akan membahas mengenai eksplorasi inovasi produk wisata melalui identifikasi unsur 5A Desa wisata *Big Farmer*. Setelah itu, dari identifikasi unsur ini akan menentukan dimensi produk yang akan menghasilkan inovasi produk wisata yang sesuai dengan potensi terbesar yang dimiliki Desa wisata *Big Farmer*

1. Analisis 5A

Identifikasi analisis 5A desa wisata *Big Farmer* dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

No	Unsur	Poin Penting
1.	Atraksi	a. Wisata Agro - Memiliki atraksi wisata bertani dan beternak - Merupakan atraksi unggulan Desa wisata *Big Farmer* - Komoditas pertanian: tomat, selada, brokoli, alpukat dan pisang - Komoditas peternakan: susu sapi b. Wisata Budaya Atraksi wisatanya yaitu: - Kaulinan baheula: bebedilan, galah, sondah - Kesenian: pegelaran kecapi suling - Pakaian adat: pangsi untuk pria dan kebaya untuk wanita c. Wisata Petualangan Atraksi wisatanya yaitu: - Hiking, menikmati keindahan alam dan *spot* ikonik - *Offroad*, pengalaman adrenalin tinggi d. Wisata Kreatif - Produk olahan, jamur (keripik, sistik, bakso), susu (permen susu), produk lain seperti ali

		agrem dan nugget brokoli - Memiliki potensi untuk mengembangkan produk olahan lain
2.	Aksesibilitas	a. Konektivitas - Akses strategis dan terjangkau - Prediksi waktu tempuh yaitu dari Kota Bandung (45 menit), Kota Cimahi (25 menit), Kota Jakarta (2 jam 30 menit via tol) b. Transportasi lokal - Memiliki jasa angkutan umum yang dapat disewa untuk menjemput wisatawan dari tempat transit ke lokasi wisata c. Kondisi jalan desa wisata - Jalan menuju tempat atraksi cukup sempit (hanya cukup satu motor) dan terjal (karena perbukitan). Akan tetapi, permukaan jalan baik karena dilapisi oleh semen d. Papan penunjuk - Tersedia namun kecil dan kurang menarik perhatian
3.	Amenitas	a. Fasilitas pariwisata yang tersedia - Kamar mandi - Area parkir yang cukup luas - Panggung hiburan yang berada di kampung karuhun - Pusat informasi pariwisata b. Fasilitas pariwisata yang tidak tersedia - Tempat sampah - Pusat oleh-oleh - Restoran - Fasilitas kesehatan
4.	Akomodasi	Tersedia *homestay* dengan jumlah 250 kamar (yang terdata) dan satu villa utama di kampung karuhun. Tetapi ketersediaan *homestay* bersifat fluktuatif
5.	*Anchillary*	- Desa wisata *Big Farmer* dikelola oleh pokdarwis kertawangi dibawah naungan desa - Memiliki platform promosi online, yaitu instagram, youtube dan tik tok (dipilih karena lebih populer dari website) - Tersedia tourism information center (TIC) yang memberi panduan langsung bagi wisatawan yang datang ke lokasi wisata.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Poin-poin dalam tabel diatas menunjukan bahwa Desa wisata *Big Farmer* yang dikelola oleh pokdarwis ini memiliki atraksi yang kuat dengan daya tarik yang cukup beragam dengan akses yang mudah dijangkau oleh Kota/Kabupaten terdekat dengan dukungan fasilitas pariwisata cukup memadai, walaupun perlu penambahan beberapa aspek. Dilengkapi dengan akomodasi berupa homestay dan

villa yang bisa digunakan wisatawan yang akan menginap, dan informasi-informasi terkait Desa wisata *Big Farmer* ini bisa diakses dengan mudah di berbagai *platform* media sosial yang biasa digunakan masyarakat kini.

2. Dimensi Kualitas Produk

a. Produk Inti

Penjenamaan Big Farmer sebagai desa yang "bangga menjadi petani" ini menandakan bahwa Desa wisata Big Farmer ingin mengenalkan petani dan juga hasil kebun nya untuk menambah nilai. Atraksi bertani dan beternak yang menjadi atraksi favorit wisatawan yang ditawarkan dalam paket wisata memberi pengalaman langsung di tempat, sedangkan hasilnya hanya dijual sebagai produk mentah yang dibawa wisatawan sebagai cenderamata.

Dengan potensi hasil pertanian dan peternakan yang besar, serta kurang beragamnya produk wisata kreatif yang dijual, maka masyarakat dapat memanfaatkan dua daya tarik wisata yaitu wisata agro dan wisata kreatif untuk menghasilkan suatu inovasi produk, yang disebut produk kuliner.

Selain menambah nilai jual karena produk kuliner memiliki perbedaan harga dengan produk mentah, petani juga bisa memperpanjang umur hasil kebun jika mengolahnya menjadi produk kuliner.

b. Produk Aktual

Wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berfokus untuk pelestarian dan pengenalan kekayaan budaya lokal sunda kepada wisatawan melalui pengalaman langsung yang unik dan asli. Keberadaan wisata budaya ini tidak hanya memperkuat identitas budaya sunda, tetapi juga menjadikan wisata budaya di Desa wisata *Big Farmer* sebagai daya tarik utama yang relevan bagi berbagai segmen wisatawan.

Melalui wisata budaya, Desa wisata *Big Farmer* mampu menghubungkan pariwisata dengan upaya pelestarian budaya, sehingga budaya lokal tidak hanya terjaga tetapi juga terus berkembang dan dikenal lebih luas. Karena itu, daya tarik wisata ini perlu dikembangkan juga sebagai produk aktual.

c. Produk Tambahan

Wisata petualangan memiliki segmentasi pasar yang terbatas karena menarik wisatawan yang spesifik, seperti wisatawan yang mencari tantangan fisik, petualangan dan suka beraktifitas diluar. Karena itu, daya tarik ini tidak selalu menarik wisatawan umum dan lebih cocok sebagai penawaran tambahan.

3. Inovasi Produk Desa Wisata *Big Farmer*

Inovasi produk ini difokuskan pada tiga kategori utama yaitu:

a. Produk Kuliner

Tabel dibawah ini merupakan penyederhanaan deskripsi tentang bahan, proses, dan alasan di balik pengembangan masing-masing inovasi produk kuliner di Desa wisata *Big Farmer:*

No.	Inovasi Produk Kuliner	Bahan Utama	Pembuatan	Alasan
1.	Keripik Tomat	Tomat	Tomat diolah melalui proses	• Merupakan hasil panen pertanian

No.	Inovasi Produk Kuliner	Bahan Utama	Pembuatan	Alasan
			penggorengan menjadi keripik renyah yang tahan lama	terbesar • Mudah dibuat, tahan lama dan cocok untuk makanan ringan
2.	Keripik Selada	Selada	Daun selada diolah melalui proses penggorengan dengan pelapisan dengan terigu agar renyah dan memiliki sensasi gurih	• Hasil panen kedua terbesar • Cepat panen • Kaya serat dan vitamin
3.	Mie Brokoli	Brokoli	Pure brokoli dicampur dengan tepung terigu untuk membuat mie berwarna hijau alami	• Merupakan maskot sayur Desa wisata *Big Farmer* • Banyak digemari oleh kebanyakan orang
4.	Es Susu	Susu Segar Buah-buahan	Susu segar dicampur dengan pure alpukat atau pisang tanpa bahan pengawet atau pewarna buatan	Perpaduan hasil peternakan dan pertanian
5.	Keju Mozzarella	Susu Segar	Susu segar direbus dan ditambahkan *acid* untuk membentuk gumpulan untuk menjadi keju	Bernilai tambah tinggi dan menarik minat wisatawan lokal serta mancanegara

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

b. Produk cenderamata Wisata Budaya

Media permainan "Kaulinan Baheula" bisa menjadi inovasi Desa wisata *Big Farmer* dalam mengembangkan wisata budaya. Melestarikan budaya bukan hanya aktifitas sekali coba tetapi terus dilakukan secara berkala. Dengan mengembangkan produk media permainan jaman dahulu, wisatawan bisa membelinya sebagai cenderamata yang akan dibawa pulang dan dimainkan dilingkungan yang baru.

c. Produk Tambahan Wisata Petualangan

Inovasi untuk menjaga daya tarik wisata petualangan ini, ada kebutuhan untuk membuat panduan keselamatan dan edukasi lingkungan untuk memastikan kegiatan ini tidak merusak ekosistem alam.

Analisis Pariwisata Berkelanjutan

Analisis pariwisata berkelanjutan di Desa wisata *Big Farmer* menggunakan pedoman Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021, dengan komponen memberi manfaat ekonomi lokal. Analisis ini bertujuan untuk menngetahui apakah inovasi produk wisata yang akan dikembangkan melalui UMKM akan memberi manfaat berkelanjutan bagi masyarakat setempat. Indikator dalam analisis pariwisata berkelanjutan ini mencakup kontribusi ekonomi pariwisata, peluang kerja dan karir, serta dukungan terhadap kewirausahaan lokal dan perdagangan yang berkeadilan.

Hasil Analisis ini menunjukan bahwa Desa wisata *Big Farmer* memiliki kontribusi terhadap ekonomi, peluang kerja dan komitmen terhadap pengembangan kewirausahaan lokal. Tetapi, tidak adanya mekanisme keluhan ketenagakerjaan, kesepakatan kerja dengan badan usaha dan keterbatasan segmentasi pasar menjadi hambatan.

Pengembangan inovasi produk wisata ini tidak hanya memperkuat daya tarik yang ada, tetapi juga bisa memperluas peluang pasar UMKM yang menjadi hambatan selama ini. Selain itu, inovasi ini juga akan meningkatkan kontribusi ekonomi lokal dan menciptakan peluang kerja baru. Dengan hal ini, inovasi produk dapat mendukung keberlanjutan pariwisata Desa wisata *Big Farmer.*

SIMPULAN

Pengembangan inovasi produk di Desa wisata *Big Farmer* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tercapainya tujuan pariwisata berkelanjutan, khususnya dalam aspek sosial dan ekonomi. Inovasi produk yang dihasilkan tidak hanya menonjolkan keunikan dan kekayaan lokal, tetapi juga memperhatikan keterlibatan masyarakat dalam proses produksi dan pengelolaan wisata. Hal ini memberikan dampak positif berupa pemberdayaan komunitas lokal melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), perluasan jangkauan pasar bagi produk-produk lokal, serta terciptanya peluang kerja baru bagi masyarakat desa.

Pendekatan eksploratif yang digunakan dalam penelitian ini memanfaatkan kerangka 5A (atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomodasi, dan *ancillary*) serta dimensi kualitas produk (inti, aktual, dan tambahan) untuk mengidentifikasi potensi dan merancang strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan tersebut efektif dalam menciptakan produk wisata yang tidak hanya menarik minat wisatawan, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan demikian, inovasi produk di Desa Wisata *Big Farmer* dapat dijadikan sebagai model pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat yang mengedepankan prinsip keberlanjutan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

AJ Muljadi, M. M. (2019). *Kepariwisataan dan Perjalanan Edisi Revisi*. Rajawali Pers.

Amerta, I. M. S. (2019). *Pengembangan Pariwisata Alternatif*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Anwani. (2021). Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesbilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, *12*(1), 57–64. doi: 10.31294/khi.v12i1.10182

Atmoko, T. P. H. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Media Wisata*, *12*(2).

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat. (2023). *Kecamatan Cisarua Dalam Angka 2023*. Kabupaten Bandung Barat.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat. (2024). *Kecamatan Cisarua Dalam Angka 2024*. Bandung Barat.

Damanik, J., & Webeer, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Kencana.

Darmawan, & Setya, D. (2019). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari, Terhadap Kepuasan Wisatawan Dio Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.

Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, *32*(1). Retrieved from https://jurnal.uns.ac.id/dilema,

Handoko, S. (2022). *Modul Exploring Inovasi Produk Wisata*.

Husin, Azizah, Andriani, D. S., & Saputra Ardi. (2022). *Pengembangan Wisata*. Palembang: Bening Media Publishing.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2014). *Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 9 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Pondok Wisata*. Jakarta.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*. Jakarta.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2001). Principles of Marketing, 2nd edition20011 *Principles of Marketing, 2nd edition* . Hemel Hempstead: Prentice-Hall 1998. 1042 pp., ISBN: 0132 622548 £32.99. *Corporate Communications: An International Journal*, *6*(3), 164–165. doi: 10.1108/ccij.2001.6.3.164.1

Kuswati, Rini, & Bangkit, A. (2013). Pengaruh Produk Inti, Produk Aktual, dan Produk Tambahan Pada Kepuasaan Pelanggan. *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers SANCALL 2013,*.

Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.

Marit, E. L., Revida, E., Nur Zaman, Nurjaya, M., Werimon, S., & Rahmadana, M. F. (2021). *Pengantar Otonomi Daerah dan Desa*. Medan: Yayasan Kita menulis.

Middleton, V. T. C., & Clarke, J. R. (2012). *Marketing in Travel and Tourism*. Routledge. doi: 10.4324/9780080511108

Morrison, A. M. (2018). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Second edition. | New York : Routledge, 2019. | “First: Routledge. doi: 10.4324/9781315178929

Myers, M. D. (2008). *Qualitative Research in Business & Management*. Retrieved from https://api.semanticscholar.org/CorpusID:142924678

Nilamsari, N. (2017). *MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF*. Retrieved from https://api.semanticscholar.org/CorpusID:150133872

Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges. *Konferensi Internasional Pariwisata Budaya*.

Octaviany, V. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN. *Tourism Scientific Journal*, *1*(2), 184. doi: 10.32659/tsj.v1i2.11

Pemerintah Republik Indonesia. (2019). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. Jakarta.

Permadi, L. A., Retnowati, W., Akhyar, M., & Oktaryani, G. A. S. (2021). Identifikasi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancilliary Twagunung Tunak Desa Mertak Kecamatan Pujut Lombok Tengah. *Prosiding SAINTEK*, *3*, 12–20.

Priasukmana, S., & Mulyadin, R. M. (2001). Pembangunan desa wisata: Pelaksanaan undang-undang otonomi daerah. *Info Sosial Ekonomi*, *2*(1), 37–44.

Putra, A. M. (2012). *KONSEP DESA WISATA*. Retrieved from https://api.semanticscholar.org/CorpusID:128721188

Rahayu, S., & Saragih, M. G. (2022). *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Medan: CV Tungga Esti. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/370060422

Revida, E., Purba, S., Permadi, L. A., Putri, D. M. B., Tanjung, R., Djumaty, B. L., Suwandi, A., Nasrullah, Simarmata, J., Handiman, T. U., Nuria, H., Simajuntak, M., Purba, B., & Sudarmanto, E. (2021). *Inovasi Desa Wisata Potensi Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata*. Yayasan Kita Menulis.

Riadi, M. (2021). *Inovasi (Pengertian, Ciri, Jenis, Komponen dan Proses)*. KajianPustaka.Com.

Robbins, S. P. (1998). *Organizational Behavior: Concepts, Controversies, Applications*. Prentice Hall. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=Eo9gQgAACAAJ

Sastrayuda, G. S. (2010). Konsep pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (Community based tourism). *Hand Out.(Www. Google. Com, Diakses Pada Tanggal 14 Januari 2014)*.

Sirfefa, I., Wurarah, R. N., Bawole, R., & Sala, R. (2023). *Inovasi pariwisata berkelanjutan tata kelola berbasis masyarakat*. CV Pena Persada.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata* (N. Yuniati, Ed.). Bandung: Alfabeta.

Sulistyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2021). *INDIKATOR PERENCANAAN PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN*. Anugrah Utama Raharja. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=FhQ3EAAAQBAJ

Sulistyadi, Y., Eddyono, F., & Hasibuan, B. (2017). *PARIWISATA BERKELANJUTAN: PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BERBASIS MASYARAKAT*. Anugrah Utama Raharja. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=8BM3EAAAQBAJ

Sulistyo, A. (2021). Penerapan tourism marketing 3.0 pada desa wisata Tinalah dalam upaya meningkatkan kualitas produk wisata. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, *9*(3), 1–8.

Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.

Wulandari, A. (2020). KAJIAN SEMANTIK PROTOTIPE TERHADAP ISTILAH "DESA WISATA." *SASDAYA: Gadjah Mada Journal of Humanities*, *4*(1), 80. doi: 10.22146/sasdayajournal.54569

Yoeti, O. A. (2008). Perencanaan & pengembangan pariwisata. *Jakarta: PT Pradnya Paramita*.