ANALIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN PRODUK KULINER DI DESA WISATA ALAM ENDAH KABUPATEN BANDUNG

Rohyan Sosiadi [1],
[1)]Politeknik Pariwisata NHI Bandung; rsosiadi@gmail.com

Abstract

This study analyses the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of culinary products in Alam Endah Village, Bandung Regency. The research method is qualitative and descriptive through interviews, observations, and a literature review. The data obtained are analyzed using the SWOT approach to identify critical factors influencing the development of culinary products. The research findings indicate includes competitive strategies consisting of strengthening the advantages of culinary products, training and skills of culinary entrepreneurs, improving promotion and branding, enhancing tourist experiences, and following culinary trends and innovations; diversification strategies that can be adopted from culinary product development include several strategic programs consist of developing new culinary products, adding culinary product variations, providing culinary tour packages; and developing culinary products for special markets; overview strategies that can include ensure quality and sustainable supply, of raw materials; develop culinary products together and support each other; building a network of cooperation with other businesses around Alam Endah Tourist Village to create synergy and enhance tourist attraction; and defensive Strategies) that can be implemented with strengthening local wisdom and cultural identity.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (oppotunity), dan ancaman (threats) atau SWOT pada produk kuliner di Desa Alam Endah, Kabupaten Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini strategi pengembangan produk kuliner di desa wisata Alam Endah meliputi Competitive Strategies dengan keunggulan produk kuliner, pelatihan dan keterampilan pelaku usaha kuliner, meningkatkan promosi dan branding; meningkatkan pengalaman wisatawan, dan menyesuaikan dengan tren dan inovasi kuliner; diversification strategies meliputi pengembangan produk kuliner, mengembangkan produk olahan bahan baku local, menyediakan paket wisata kuliner, dan mengembangkan produk kuliner untuk pasar khusus; overview strategies (WO) yang dilakukan membangun kemitraan dengan produsen lokal, menggandeng pelaku usaha kuliner lokal, membangun jaringan kerjasama dengan pelaku usaha lainnya; dan defensive strategies dengan penguatan Kearifan Lokal dan Identitas Budaya.

Kata Kunci: *analisis SWOT, produk kuliner, Desa Alam Endah, Kabupaten Bandung*

PENDAHULUAN

Desa selalu memiliki peran strategis penting dalam pertumbuhan pariwisata. Pengembangan pariwisata desa berarti menghasilkan peningkatan ekonomi dan pendapatan masyarakat serta daya tarik khas yang semakin diminati oleh wisatawan. WTO dalam Seryasat et al. (2013) menyatakan bahwa keberadaan desa wisata dapat meningkatkan ekonomi desa sehingga mereka dapat terus berinovasi dan berkembang. Salah satu produk wisata alternatif yang dapat mendorong pembangunan pedesaan yang berkelanjutan adalah pembangunan desa wisata, menurut Muliawan (2008). Menurut Pigram dalam Raharjana (2005), pengembangan desa wisata adalah cara pengembangan wilayah desa yang lebih cenderung menggali potensi desa dengan memanfaatkan elemen-elemen desa sebagai ciri produk wisata. Desa Alamendah terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Ditetapkan sebagai Desa Wisata melalui Keputusan Bupati Bandung No. 556.42/kep.71-DISBUDPAR/2011 pada tanggal 2 Februari 2011.

Berbekal potensi alam dan budaya lokal Desa Wisata Alam Endah mulai dikembangkan menjadi salah satu desa wisata di Kabupaten Bandung. Salah satu potensi unggulan Desa Wisata Alam Endah adalah produk kuliner lokal yang sangat unik dan dijadikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Meskipun Desa Wisata Alam Endah memiliki potensi yang besar dalam pengembangan produk kuliner, namun masih terdapat tantangan dan kendala. Kuliner yang ditawarkan kepada wisatawan masih belum variatif dan kurang mendapat perhatian dari wisatawan. Selain jenis produk kuliner masih umum atau sama dengan yang ditawarkan oleh destinasi kuliner lainnya, terdapat keterbatasan infrastruktur, dan kurangnya promosi yang efektif dan dapat mempengaruhi daya saing produk kuliner Desa Wisata Alam Endah.

Kuliner merupakan sebuah hasil olahan berupa makanan dan minuman. Kata kuliner berasal dari unsur serapan bahasa Inggris yaitu culinary yang artinya berhubungan dengan kegiatan masak memasak. Kuliner merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kuliner merupakan bagian dari industri kreatif yang memiliki pasar yang luas di Indonesia. Kuliner sendiri terkadang dijadikan sebuah alat untuk mengukur status sosial seseorang. Selain itu kuliner dapat bercerita mengenai sejarah peradapan sebuah tempat yang dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Kuliner khas daerah juga dapat menjadi sebuah identitas sebuah kota, suku ataupun bangsa (Sari, 2018). Keberadaan tren kuliner ini dapat menjadi daya tarik bagi banyak masyarakat luas untuk mencoba menu-menu dengan resep dan inovasi yang baru (Hidayatullah et al., 2018).

Hal ini menggambarkan beberapa kelebihan dan kekurangan produk kuliner Desa Wisata Alam Endah sebagai produk yang ditawarkan serta destinasi tersebut memanfaatkan peluang yang ada dan menghadapi berbagai tantangan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu dilakukan analisis mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk kuliner di Desa Alam Endah. Dalam penelitian ini Analisa SWOT di gunakan sebagai instrument dalam pengembangan produk kuliner di desa Alam Endah Kabupaten bandung. Analisis SWOT yaitu suatu teknik perencanaan strategis yang terbagi dua faktor berupa eksternal factor dan internal faktor. (Kotler & Keller, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang posisi produk kuliner Desa Alam Endah dalam pasar wisata kuliner dan menemukan strategi yang tepat untuk pengembangan produknya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang memaparkan dan mengkaji analisis SWOT dalam pengembangan produk kuliner di Desa Alam Endah Kabupaten Bandung. Penggalian data primer dilakukan melalui indepth interview, *Focus Group Discussion* (FGD) dan, pengamatan langsung serta dokumentasi. Sedangkan sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyeknya, tetapi melalui sumber-sumber lain secara lisan maupun tulisan. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dianggap tahu dan memahami persoalan yang diteliti diantaranya: 1) Pengurus Desa Wisata Alam Endah; 2) pelaku usaha produk kuliner; 3) Masyarakat; dan 4) instansi terkait Data kualitatif yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis data kualitatif. Data-data yang telah terkumpul dipilah-pilah sesuai dengan topik pembahasan yang akan diuraikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Wisata Alam Endah

Alamendah adalah desa dikecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia yang mana merupakan salah satu desa Agronomi termaju dan terpadat di Kecamatan Rancabali dengan mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani dan pedagang. Selain itu Alamendah dikenal dengan Wisata Alam, Wisata Religi, dan Agrowisatanya, berdasarakan hal itu maka banyak alih fungsi lahan dari lahan pertanian dan hutan menjadi tempat wisata, yang mana menjadi sumber penghasilan yang menguntungkan bagi masyarakat di daerah tersebut.

Sejarah berdirinya Desa Alamendah tepatnya pada tahun 1977 yang mana Desa Alamendah masih berada di wilayah Desa Ciwidey. Desa Alamendah sendiri memiliki arti yang dalam bahasa Indonesia berarti Alam yang indah, dimana dulu suasana alam di Desa Alamendah begitu indah, dan pada tahun 1978 terbentuklah Desa Alamendah hasil pemekaran wilayah dari Desa Ciwidey. Desa Wisata Alam Endah memiliki potensi wisata yang disajikan pada tabel 1.

TABEL 1
POTENSI DAN FASILITAS WISATA DESA WISATA ALAM ENDAH

Objek wisata	Hotel dan Resort
1. Arboretum Alamendah Park	1. Kampung Strowberry
2. Kawah Putih	2. MT High Land
3. Rancaupas	3. Kampung Cai
4. Punceling	4. Patuha Resort
5. Valley Hot Spring	5. MS Hotel
6. Batu Tulis Sinapeul	6. Strawberry Petik Sendiri D'Pupla
7. Strawberry Petik Sendiri	7. Kedai Kopi Luak
8. Konservasi Rusa dan Oa Jawa	8. Saung Gawir
9. Desa Wisata Alamendah	9. Taman Unyil

Sumber: Studi Lapangan, 2023

Desa Wisata Alam Endah terbentuk sebagai pemenuhan terhadap kebutuhan untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan di kabupaten Bandung dan ada beberapa hal yang mendorong terbentuknya Desa Wisata Alam Endah yang meliputi

1. Potensi Wisata Alam yang Menarik: Desa Wisata Alam Endah memiliki keindahan alam yang menarik seperti perbukitan, hutan, dan sumber air alami. Potensi wisata alam ini menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman alam yang autentik dan menyegarkan.
2. Pelestarian Budaya dan Kearifan Lokal: Masyarakat di Desa Wisata Alam Endah secara aktif menjaga dan melestarikan budaya dan tradisi leluhur mereka. Keterlibatan masyarakat dalam pelestarian kearifan lokal menjadi landasan kuat untuk pengembangan desa wisata yang berfokus pada kearifan dan identitas lokal.
3. Peningkatan Ekonomi Masyarakat: Pengembangan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal. Pariwisata dapat menciptakan peluang kerja baru, menggerakkan sektor usaha mikro dan kecil, serta memberikan tambahan pendapatan bagi warga desa.
4. Dukungan dari Pemerintah Daerah: Pemerintah daerah mendukung pengembangan Desa Wisata Alam Endah sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata di wilayah Kabupaten Bandun dengan pengadaan infrastruktur, pelatihan, dan promosi.
5. Perkembangan Pariwisata di Kabupaten Bandung: Kabupaten Bandung telah mengalami perkembangan pesat dalam sektor pariwisata sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan destinasi pariwisata yang berbeda serta menarik wisatawan yang ingin mencari suasana alam yang lebih tenang.

Analisis SWOT dalam Pengembangan Produk Kuliner di Desa Wisata Alam Endah

Pengembangan produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah tidak lepas dari sebuat tantangan serta akan menghadapi persaingan daya tarik produk kuliner di antara desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung. Berdasarkan hal itu, maka untuk meningkatkan daya tarik produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah, pengelola desa wisata harus terus mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*s), atau yang disingkat SWOT.

Menurut (Gürel & Tat, 2017) SWOT membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan ditinjau untuk mengetahui peluang dan ancaman pada saat ini dan masa depan. Semakin jelas pengetahuan akan strength dan weakness, semakin kecil opportunities yang tidak tercapai. Peluang yang baik dapat digunakan untuk melawan ancaman, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan perusahaan.

David & R (2005) mengemukakan bahwa komponen SWOT meliputi

1. *Strength* merupakan sumber daya (*resources),* kemampuan *(skill),* serta keunggulan perusahaan yang memiliki hubungan dengan kompetitor suatu perusahaan. Kekuatan merupakan keunggulan kompetitif organisasi.
2. *Weakness* yaitu keterbatasan sumber daya dalam perusahaan baik dalam kemampuan, serta kapabilitas yang secara langsung menurunkan tingkat kinerja perusahaan. Kelemahan tersebut berupa fasilitas yang tidak baik, sumber daya keuangan yang kurang memadai, kemampuan dalam manajemen serta kemampuan pemasaran yang lemah.
3. *Opportunities* yaitu suatu kondisi yang menguntungkan perusahaan. Meningkatnya teknologi, semakin baiknya hubungan perusahaan dengan pembeli menjadi salah satu gambaran opportunities untuk perusahaan
4. *Threats* yaitu suatu kondisi yang tidak memberi keuntungan untuk perusahaan. Ancaman adalah pengganggu utama bagi posisi perusahaan saat ini atau yang diinginkan perusahaan Peraturan baru dari pemerintah atau yang telah diganti dapat menjadi salah satu ancaman perusahaan dalam meraih tujuan.

Analisis SWOT pengembangan produk kuliner Desa Wisata Alam Hendah disajikan pada Gambar 1 sebagai berikut

	STRENGTH (S)	**WEAKNESS (W)**
	1. Produk kuliner yang unik dan berbeda dari daerah lain 2. Bahan baku yang mudah didapatkan di sekitar desa 3. Kualitas rasa yang baik 4. Harga yang terjangkau	1. Promosi yang kurang efektif 2. Keterbatasan jumlah produk kuliner yang ditawarkan 3. Keterbatasan aksesibilitas ke desa wisata
OPPORTUNITIES (O) 1. Potensi pasar yang besar wisatawan yang berkunjung ke desa wisata 2. Dukungan pemerintah untuk pengembangan desa wisata Alam Endah 3. Adanya *event* besar yang dilaksanakan di sekitar desa wisata	**STRATEGI SO** 1. Memperkuat keunggulan produk kuliner 2. Meningkatkan pelatihan dan keterampilan pelaku usaha kuliner 3. Meningkatkan promosi dan *branding* 4. Mengikuti tren dan inovasi kuliner	**STRATEGI WO** 1. Mengembangkan kerjasama dengan pelaku usaha local di Desa Wisata Alam Endah dan Kabupaten Bandung. 2. Membangun kemitraan dengan produsen local 3. Menggandeng pelaku usaha kuliner lokal
THREATS (T) 1. Persaingan dengan produk kuliner dari desa wisata terdekat 2. Keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan untuk pengembangan produk kuliner	**STRATEGI ST** 1. Mengembangkan produk kuliner baru 2. Menambah variasi produk kuliner 3. Mengembangkan produk olahan bahan baku local 4. Menyediakan paket wisata kuliner 5. Mengembangkan produk kuliner untuk pasar khusus	**STRATEGI WT** 1. Penguatan Kearifan Lokal dan Identitas Budaya

GAMBAR 1
MATRIKS SWOT PRODUK KULINER DESA WISATA ALAM ENDAH

Matriks SWOT digunakan untuk membangun strategi pengembangan produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah yang meliputi

1. *Competitive Strategy (SO)*

Competitive strategies merupakan strategi yang bersifat kompetitif dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki. Beberapa strategi yang dapat dikembangkan Desa Wisata Alam Endah diantaranya :

a. Memperkuat keunggulan produk kuliner

   Meningkatkan kualitas rasa, presentasi, dan tampilan produk kuliner untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Produk kuliner lokal yang terdapat di desa wisata alam endah ini diantaranya pepes tahu, *combro* dan dodol *peuyeum.* Untuk meningkatkan kulitas rasa dan keunggulan kompetitif tersebut Desa Wisata Alam Endah memperhatikan penggunaan bahan baku yang mempunyai kualitas tinggi yang menghasilkan makanan yang enak dan sehat, cara memasak dan penyajian dalam menjaga kualitas rasa dan tekstur dari makanan tersebut, serta pengembangan variasi dan produk kuliner untuk menyesuaikan dengan selera dan kebutuhan wisatawan.

b. Meningkatkan pelatihan dan keterampilan pelaku usaha kuliner

   Meningkatkan pelatihan dan keterampilan pelaku usaha kuliner Di Desa Wisata Alam Endah merupakan langkah penting untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan untuk mendorong pelaku usaha kuliner di desa tersebut dapat menciptakan produk kuliner dengan kualitas yang baik sehingga dapat memenuhi keinginan dari wisatawan.

c. Meningkatkan promosi dan branding

   Untuk meningkatkan promosi dan branding produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah dapat dilakukan melalui :

   i. Mengoptimalkan penggunaan media sosial, website, dan *platform online* lainnya untuk mempromosikan produk kuliner Desa Wisata Alam Endah.
   ii. Membangun kekuatan *brand* yang membedakan produk kuliner Desa Wisata Alam Endah dari pesaing.
   iii. Melakukan kerjasama dengan pihak terkait seperti travel agent, hotel, dan pemerintah daerah untuk memperluas jangkauan promosi.

d. Meningkatkan pengalaman wisatawan

   Desa Wisata Alam Endah meningkatkan pengalaman wisata dengan cara :

   i. Menyediakan suasana dan lingkungan yang nyaman serta menarik
   ii. Menghadirkan pengalaman kuliner yang unik, seperti *cooking class*
   iii. Menyediakan informasi tentang produk kuliner, termasuk asal-usul bahan baku dan proses pembuatan.

e. Mengikuti tren dan inovasi kuliner

   Untuk mengikuti tren dan inovasi kuliner dapat dilakukan melalui

   i. Memantau tren dan inovasi terkini dalam industri kuliner dalam pengembangan produk kuliner Desa Wisata Alam Endah.
   ii. Mengadopsi teknik memasak dan presentasi makanan yang sedang populer untuk menarik minat wisatawan.
   iii. Berinovasi dalam menciptakan produk kuliner baru yang dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, diharapkan Desa Wisata Alam Endah dapat memaksimalkan kekuatan produk kuliner mereka dan bersaing secara kompetitif dengan desa wisata lainnya. Penting untuk terus memantau perkembangan industri kuliner dan beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan wisatawan.

2. *Diversification Strategies (ST*)

Strategi diversifikasi merupakan strategi mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat meminimlisir ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah :

a. Mengembangkan produk kuliner baru dan hal ini meliputi :
   i. Mengembangkan produk kuliner baru yang unik dan berbeda dari daerah lain untuk menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi wisatawan.
   ii. Menyesuaikan produk kuliner dengan selera dan kebutuhan wisatawan.

b. Menambah variasi produk kuliner, dan hal ini meliputi:
   i. Menambah variasi produk kuliner yang ditawarkan untuk memenuhi selera dan kebutuhan wisatawan.
   ii. Mengembangkan produk kuliner yang berbeda dari produk kuliner yang sudah ada untuk memberikan variasi yang lebih banyak.

c. Mengembangkan produk olahan bahan baku local dan hal ini meliputi:
   i. Mengembangkan produk olahan bahan baku lokal seperti singkong, pisang, atau buah-buahan lainnya yang memanfaatkan potensi bahan baku lokal
   ii. Mengembangkan produk olahan bahan baku lokal yang unik dan berbeda dari daerah lain.

d. Menyediakan paket wisata kuliner dan hal ini meliputi:
   i. Memproduksi paket wisata kuliner yang mencakup pengalaman kuliner yang unik dan berbeda dari daerah lain.
   ii. Menyediakan paket wisata kuliner yang menawarkan variasi produk kuliner yang ditawarkan di desa wisata alam endah.

e. Mengembangkan produk kuliner untuk pasar khusus hal ini meliputi: :
   i. Mengembangkan produk kuliner untuk pasar khusus seperti vegetarian, vegan, atau produk kuliner yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan tertentu.
   ii. Mengembangkan produk kuliner yang sesuai dengan selera dan kebutuhan wisatawan asing.

Dengan menerapkan strategi diversifikasi di atas, diharapkan produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah dapat semakin diminati oleh wisatawan dan bersaing secara kompetitif dengan desa wisata lainnya. Penting untuk terus memantau perkembangan industri kuliner dan beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan wisatawan.

3. Overview Strategies (WO)

Strategi ini digunakan untuk meminimalisair kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. strategi yang dapat dilakukan adalah :

a. Mengembangkan kerjasama dengan pelaku usaha local lainnya dari desa wisata lainnya di kabupaten Bandung.
b. Membangun kemitraan dengan produsen lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan.
c. Menggandeng pelaku usaha kuliner lokal untuk mengembangkan produk kuliner bersama dan saling mendukung.
d. Membangun jaringan kerjasama dengan pelaku usaha lain di sekitar Desa Wisata Alam Endah untuk menciptakan sinergi dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

4. *Defensive Strategies (WT)*

Strategi ini difokuskan pada menghadapi ancaman eksternal sambil memanfaatkan kekuatan internal. Berikut beberapa strategi defensif yang diterapkan pada produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah:

a. Penguatan Kearifan Lokal dan Identitas Budaya

   Dalam menghadapi ancaman persaingan dari destinasi kuliner lain, Desa Wisata Alam Endah lebih memberdayakan kearifan lokal dan identitas budaya dalam produk kuliner. Memperkenalkan dan mempromosikan kisah di balik hidangan kuliner yang mencerminkan warisan budaya dan keunikan desa yang menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman kuliner yang otentik.

SIMPULAN

Pengembangan produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah berbasis SWOT memberikan arah strategi untuk dimmplematasikan. Berdasarkan matriks SWOT produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah menemukan beberapa strategi yang dapat diadopsi yang meliputi *Competitive Strategies (SO)*, *Diversification Strategies (ST)*, *Overview Strategies (WO)* dan *Defensive Strategies (WT)*.

Competitive Strategies (*SO*) adalah memperkuat keunggulan produk kuliner, meningkatkan pelatihan dan keterampilan pelaku usaha kuliner, meningkatkan promosi dan branding, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan mengikuti tren dan inovasi kuliner. *Diversification Strategies (ST)* dari pengembangan produk kuliner di Desa Alam Endah meliputi yaitu mengembangkan produk kuliner baru, menambah variasi produk kuliner, mengembangkan produk olahan bahan baku local, menyediakan paket wisata kuliner; dan mengembangkan produk kuliner untuk pasar khusus. *Overview Strategies (WO)* yang diiplementasikan pada pengembangan produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah adalah mengembangkan kerjasama dengan pelaku usaha local lainnya dari desa wisata lainnya di kabupaten bandung, membangun kemitraan dengan produsen lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan, menggandeng pelaku usaha kuliner lokal untuk mengembangkan produk kuliner bersama dan saling mendukung, membangun jaringan kerjasama dengan pelaku usaha lain di sekitar desa wisata alam endah untuk menciptakan sinergi dan meningkatkan daya tarik wisatawan. *Defensive Strategies (WT)* yang dimplemantasikan dalam pengembangan produk kuliner di Desa Wisata Alam Endah adalah Penguatan Kearifan Lokal dan Identitas Budaya.

DAFTAR PUSTAKA

Muliawan, H. 2008. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat; Konsep dan Implementasi. tanpa kota, tanpa penerbit.

Raharjana, Destha Titi. 2005. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Budaya: Kajian Etnoekologi Masyarakat Dusun Ketingan, Tirtoadi, Mlati Sleman DIY. Program Studi Ilmu Lingkungan Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT; Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia: Jakarta.

Seryasat, Hajari, Karimian.2013. Rural Tourism Development Strategies Using SWOT analysis: Case study. Life Science Journal J 2013;10(4s):395-403] (ISSN:1097-8135)b..

Suwarjo, 2019, Community Based Tourism dalam pengelolaan Desa Wisata Giriloyo, Wukirsari, Imogiri Bantul, Jurnal Populika Vol.VII No.1 Januari 2019.

Wahab, Salah. 2003. Manajemen Kepariwisataan. Jakarta: Pradnya Paramitha.