



Aktivita : Jurnal Pengabdian Masyarakat

Sub. Direktorat KKN dan Ormawa, Direktorat Kemahasiswaan
Universitas Sebelas Maret

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKELANJUTAN BERBASIS PEMBERDAYAAN *HOSPITALITY* MASYARAKAT DESA KARANGMALANG KECAMATAN MASARAN, SRAGEN

Kahar Sunoko¹, Amin Sumadyo², Made Suastika³, Agung Kumoro Wahyu Wibowo⁴,
Murwani Nadya Hermianto⁵, Hana Annida⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Sebelas Maret

*Corresponding author: kaharsunoko@staff.uns.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan ruang wisata berkelanjutan di Desa Karangmalang, Kecamatan Masaran, Sragen, dengan fokus pada pemberdayaan usaha hospitality masyarakat setempat. Desa Karangmalang memiliki potensi wisata budaya dan alam yang unik, termasuk fasilitas Sasana Kridha Jaya sebagai pusat kegiatan sosial dan olahraga, serta industri lokal seperti produksi sangkar burung dan lomba burung yang menarik wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah partisipatif-kolaboratif, melibatkan survei lapangan, diskusi kelompok terfokus, pelatihan teknis, dan pendampingan implementasi selama 12 bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha hospitality melalui pelatihan manajemen homestay, inovasi produk lokal, digital marketing, dan penguatan jejaring komunitas berhasil meningkatkan kapasitas warga dalam pengelolaan destinasi wisata inklusif dan ramah lingkungan. Strategi pemberdayaan ini mendukung kemandirian ekonomi masyarakat, pelestarian budaya lokal, dan aspek keberlanjutan lingkungan desa. Rencana tindakan selama satu tahun mengoptimalkan proses tersebut dengan tahapan bertahap mulai dari pemetaan potensi, pelatihan dasar dan lanjutan, pendampingan akses permodalan, hingga evaluasi berkelanjutan. Kesimpulannya, pendekatan berbasis komunitas yang memadukan teknologi digital dan kearifan lokal menjadi kunci keberhasilan transformasi Desa Karangmalang sebagai desa wisata mandiri yang adaptif terhadap tren pariwisata global dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Kata kunci: Aljabar max-plus; Digitalisasi pemasaran; Optimalisasi produksi; Kopi; Lingkungan Nglura

PENDAHULUAN

Desa Karangmalang, yang terletak di wilayah Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen, merupakan sebuah desa dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan. Desa ini berada di dataran rendah yang subur dengan jarak sekitar 12 km dari pusat kota Sragen, menjadikannya lokasi yang strategis untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Salah satu aset utama desa ini adalah Sasana Kridha Jaya, sebuah gedung olahraga serbaguna yang kerap dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan budaya dan sosial masyarakat setempat. Selain itu, desa ini terkenal karena produksi sangkar burung yang berkualitas serta penyelenggaraan lomba burung yang selalu menarik pengunjung dari berbagai daerah, menjadikan sektor pariwisata desa ini memiliki ciri khas tersendiri.

Berdasarkan survei lapangan, masyarakat Karangmalang memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Rencana pengembangan desa wisata ini diharapkan mampu

mengoptimalkan berbagai potensi yang dimiliki oleh warga, mulai dari infrastruktur wisata hingga promosi kebudayaan lokal, serta integrasi dengan aktivitas pertanian dan UMKM sebagai penopang utama perekonomian desa. Melalui pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, Desa Karangmalang diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan warganya, tetapi juga memperkenalkan keunikan budaya dan alam desa secara luas.

Potensi desa yang meliputi kekayaan alam, keberagaman aktivitas sosial budaya, serta peluang ekonomi kreatif memberikan dasar yang kokoh untuk menjadikan Karangmalang desa mandiri yang kompetitif di masa depan. Dalam konteks ini, tim Grup Riset Struktur dan Teknologi Bangunan, Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik UNS, hadir berperan aktif memberikan pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam penguatan sektor hospitality pariwisata yang berbasis kearifan lokal.

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah: 1) merancang strategi awal

pengembangan desa wisata Karangmalang; 2) meningkatkan pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata desa; dan 3) mendorong peningkatan partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh aktivitas pariwisata yang ada.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini bersifat partisipatif dan kolaboratif guna memastikan keterlibatan langsung warga desa dalam proses pengembangan wisata. Beberapa langkah pelaksanaan yang dilakukan meliputi:

a) Pemetaan Potensi dan Masalah

Pelaksanaan survei lapangan yang melibatkan wawancara mendalam dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, serta pendataan potensi alam, budaya, dan aspek sejarah. Selain itu, diidentifikasi pula berbagai kendala yang menghambat kemajuan pariwisata agar dapat dirancang solusi yang tepat sasaran.

b) Diskusi Kelompok Terfokus (Focus Group Discussion / FGD)

Diselenggarakan sesi diskusi yang melibatkan warga setempat untuk menggali ide, aspirasi, serta strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

c) Pelatihan Teknis

Diberikan edukasi terkait hospitality dasar, manajemen homestay, pengemasan paket wisata, branding produk lokal, dan pengembangan strategi promosi digital. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali warga dengan keterampilan yang relevan dalam pengelolaan sektor pariwisata berbasis masyarakat.

d) Pendampingan Implementasi

Membantu warga dalam menata jalur wisata, menyiapkan signage sederhana sebagai penunjuk arah, mengorganisasi atraksi seni budaya, dan membangun media promosi daring, termasuk pengelolaan akun sosial media dan katalog digital.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan secara bertahap selama tiga bulan dengan melibatkan mahasiswa dan mitra desa sebagai tenaga pendukung.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pengembangan desa wisata berkelanjutan di Desa Karangmalang menunjukkan hasil yang menggembirakan dengan potensi besar yang dimilikinya. Desa Karangmalang dapat menjadi destinasi unggulan di Kecamatan Masaran jika upaya kolaboratif yang berkelanjutan diterapkan dalam semua aspek pengembangan. Berikut hasil dan pembahasan berdasarkan berbagai aspek yang telah dilaksanakan.

Identifikasi Potensi Desa Pendukung Desa Wisata

Sarana Olahraga GOR Serbaguna Sasana Kridha Jaya

GOR ini merupakan fasilitas multifungsi yang digunakan untuk berbagai aktivitas warga seperti senam rutin, tenis meja, futsal, voli, acara sosial kemasyarakatan, serta menjadi sarana rekreasi dengan adanya kolam renang. Penggunaan aktif GOR ini menjadikan kegiatan kebugaran dan sosial sebagai daya tarik pendukung kegiatan wisata berbasis komunitas.

Penerapan Sapta Pesona Wisata

Program Sapta Pesona menekankan kebersihan lingkungan sebagai unsur utama menciptakan kenyamanan bagi wisatawan. Edukasi dan komitmen masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan membangun suasana desa yang ramah dan nyaman untuk dikunjungi.

Pengembangan Profil Desa melalui Digitalisasi Media Sosial

Pembuatan website dan akun Instagram “Jejak Karangmalang” berfungsi sebagai platform publikasi dan promosi informasi terkait desa, khususnya layanan wisata dan produk UMKM. Platform digital ini juga menjadi wadah yang efektif untuk mengembangkan masterplan desa wisata, sekaligus mendukung penyebaran informasi dan jaringan pasar secara lebih luas.

Penyuluhan dan Edukasi Hospitality Masyarakat

Pelaksanaan penyuluhan pada tanggal 19 Agustus 2025 oleh Dr. Ir. Musyawaroh, MT., ahli pengembangan desa wisata, menekankan pentingnya keramah-tamahan masyarakat (hospitality) sebagai faktor kunci

keberhasilan pariwisata berkelanjutan. Sikap ramah tidak hanya menciptakan suasana menyenangkan bagi wisatawan, tetapi juga membangun citra positif yang meningkatkan motivasi kunjungan dan loyalitas pengunjung.



Gambar 1. Kegiatan penguatan strategi hospitality warga Karangmalang bersama pakar pengembangan desa wisata

Penyuluhan tidak hanya menasar pelaku usaha, tetapi juga seluruh elemen masyarakat agar tanggung jawab pelayanan menjadi kesadaran bersama. Pelatihan praktis meliputi komunikasi efektif, penggunaan bahasa tubuh positif, simulasi penyambutan ramah, serta pengelolaan konflik dan keluhan dengan pendekatan empati. Selain itu, pelatihan juga menekankan tata krama sosial yang berpijak pada norma budaya lokal dan internasional serta

pengembangan kerjasama tim dan gotong royong sebagai fondasi solidaritas komunal.

Strategi peningkatan usaha hospitality untuk warga dalam konteks pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat harus menggabungkan pendekatan penguatan kapasitas lokal, pengelolaan profesional, serta pemanfaatan teknologi digital guna mencapai pembangunan wisata yang berkelanjutan dan inklusif (Albert et al., 2025).

Pertama, pelatihan manajemen hospitality yang meliputi pengelolaan homestay secara efektif sangat penting agar masyarakat mampu memberikan layanan berkualitas tinggi yang dapat memotivasi wisatawan untuk datang kembali dan merekomendasikan destinasi. Pengelolaan homestay ini mencakup aspek kebersihan, kenyamanan kamar, keramahan, fasilitas penunjang, serta pelayanan yang interaktif dan personal yang membuat pengunjung merasa seperti di rumah sendiri (Bashr, 2025). Pelatihan komunikasi efektif, tata krama, dan penanganan keluhan juga

menjadi bagian krusial untuk pembentukan sikap hospitality yang profesional namun tetap ramah dan autentik. (Jaya et al., 2024)

Kedua, pemberdayaan usaha hospitality harus didukung dengan pengembangan produk dan inovasi pelayanan melalui kolaborasi aktif antara warga dan pemangku kepentingan. Model hotel atau penginapan berbasis komunitas lokal dapat diterapkan, di mana usaha hospitality berintegrasi dengan produk lokal (misalnya kuliner khas, kerajinan tangan) serta budaya desa yang unik. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi bagi warga tetapi juga memperkuat pelestarian budaya dan lingkungan dengan prinsip keberlanjutan (Sutopo et al., 2025). Hotel atau penginapan yang dikelola bersama masyarakat lokal memberikan dampak ekonomi langsung dan membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

Ketiga, digital marketing menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan pemasaran usaha hospitality warga. Desa wisata perlu memanfaatkan website resmi, media

sosial, dan platform marketplace digital untuk mempromosikan produk dan layanan hospitality secara luas. Penggunaan media sosial efektif seperti Instagram yang menampilkan konten visual menarik dan testimoni wisatawan dapat memperluas jangkauan pasar serta menarik wisatawan dari segmen yang lebih muda dan global (Yanti et al, 2024). Selain itu, pelatihan pemasaran digital diberikan agar warga mampu mengelola akun media sosial, membangun reputasi online, serta berinteraksi dengan calon tamu secara responsif (Nurhadi, 2019).

Keempat, pengembangan usaha hospitality warga harus berorientasi pada penerapan prinsip keberlanjutan lingkungan dan budaya, seperti pengelolaan sampah yang baik, penggunaan bahan ramah lingkungan dalam operasional, serta integrasi antara ekowisata dan hospitality. Strategi ini tidak hanya memenuhi harapan wisatawan yang makin peduli lingkungan tetapi juga menjaga sumber daya desa agar dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan (Jaya et al., 2024).

Kelima, inkubasi usaha berbasis komunitas dan regenerasi generasi muda perlu diperkuat lewat fasilitasi pendampingan usaha, akses permodalan, dan pelatihan kewirausahaan sehingga usaha hospitality dapat berkembang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan tren wisata. Program ini menjamin ketersediaan pelaku usaha muda yang inovatif dan kreatif untuk menjaga kelangsungan bisnis komunitas (Akhmad et al., 2025).

Dengan mengintegrasikan langkah-langkah tersebut, Desa Karangmalang dapat meningkatkan daya saing usaha hospitality warga secara signifikan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memperkuat identitas budaya, serta menempatkan warganya sebagai penggerak utama dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan hasil studi bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas mendatangkan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang luas serta membangun wisata yang inklusif (Jaya et al., 2024).

Berikut adalah rencana tindakan pemberdayaan usaha hospitality warga selama 12 bulan yang terstruktur dan berfokus pada peningkatan kapasitas, pengelolaan usaha, inovasi produk, pemasaran digital, dan keberlanjutan, untuk mendukung pengembangan desa wisata berkelanjutan di Desa Karangmalang.

Bulan 1-2: Pemetaan Potensi dan Sosialisasi Program

- Pelaksanaan survei lapangan untuk memetakan jenis usaha hospitality yang sudah ada dan potensi pengembangan baru.
- Sosialisasi program pemberdayaan kepada masyarakat desa, perangkat desa, dan pemangku kepentingan terkait.
- Identifikasi pelaku usaha dan calon pelaku usaha hospitality (homestay, kuliner, jasa wisata).

Bulan 3-4: Pelatihan Dasar Hospitality dan Manajemen Usaha

- Pelatihan dasar hospitality: keramahan, komunikasi efektif, tata krama layanan pelanggan.

- Pelatihan manajemen usaha hospitality: pengelolaan homestay, manajemen keuangan sederhana, kewirausahaan.

- Workshop penataan fasilitas homestay dan standar kebersihan serta kenyamanan.

Bulan 5-6: Pengembangan Produk dan Inovasi Layanan

- Pendampingan inovasi produk hospitality berbasis budaya lokal, misalnya paket wisata budaya dan kuliner khas.

- Pelatihan pengemasan produk dan layanan yang menarik untuk wisatawan.

- Pengenalan konsep hospitality ramah lingkungan dan penerapan praktik keberlanjutan.

Bulan 7-8: Digitalisasi dan Pemasaran Usaha Hospitality

- Pelatihan pemasaran digital: pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, penggunaan platform marketplace.

- Pembuatan akun media sosial resmi desa dan pelaku usaha (Instagram, Facebook, website).

- Pendampingan pembuatan konten foto, video, dan testimoni pelanggan.

Bulan 9: Pengelolaan Kualitas dan Pelayanan Pelanggan

- Pelatihan advance tentang penanganan keluhan, manajemen konflik, dan menjaga kualitas layanan konsisten.

- Monitoring dan evaluasi pelayanan homestay dan usaha hospitality terkait.

- Penyusunan SOP (Standard Operating Procedure) pelayanan hospitality yang mudah dipahami dan diikuti oleh warga.

Bulan 10: Penguatan Jejaring dan Kolaborasi

- Fasilitasi forum kerja sama antar pelaku usaha hospitality desa untuk berbagi pengalaman dan sumber daya.

- Penyambungan dengan agen perjalanan, komunitas wisata, dan media promosi luar desa.

- Pelaksanaan kegiatan promosi bersama seperti festival desa wisata atau pameran kuliner.

Bulan 11: Pendampingan Inkubasi dan Akses Permodalan

- Penyediaan pendampingan untuk pengajuan permodalan usaha ke lembaga keuangan mikro atau pemerintah.
- Coaching bisnis untuk memperkuat kapasitas pengelolaan dan perencanaan usaha jangka panjang.
- Pembentukan kelompok usaha bersama untuk memperkuat posisi tawar dan efisiensi usaha.

Bulan 12: Evaluasi Program dan Penyusunan Rencana Berkelanjutan

- Evaluasi menyeluruh terhadap capaian program selama 11 bulan.
- Identifikasi keberhasilan dan tantangan untuk perbaikan program selanjutnya.
- Penyusunan rencana kerja berkelanjutan untuk pemberdayaan usaha hospitality berbasis masyarakat dan kearifan lokal.

- Pelaporan hasil dan presentasi capaian kepada masyarakat desa dan pemangku kepentingan.

Rencana ini bertujuan supaya pemberdayaan usaha hospitality warga tidak berjalan sporadis, melainkan sebagai proses sistematis dan berkesinambungan yang membangun kapasitas, inovasi, dan jejaring usaha secara bertahap. Pendekatan ini akan menciptakan usaha hospitality yang kuat sebagai pilar utama pengembangan desa wisata berkelanjutan di Karangmalang. Jika diperlukan, rencana ini dapat dikembangkan lebih detail dengan indikator capaian dan timeline spesifik per kegiatan.

Semua rangkaian pelatihan dirancang untuk meningkatkan kemampuan praktis dan kesadaran mendalam bahwa keramahan masyarakat adalah pondasi utama dalam menciptakan pengalaman wisata inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 2. Sosialisasi yang dilakukan di Desa Karangmalang

C. Implementasi Strategi Pengembangan Desa Wisata

Strategi pengembangan desa wisata yang diadopsi berorientasi pada integrasi inovasi teknologi digital dengan kearifan lokal untuk menghasilkan ruang wisata baru yang inklusif dan berkelanjutan. Beberapa strategi kunci meliputi:

a. Digitalisasi Partisipatif dan Pemetaan Potensi Wisata (Community-Based Digital Mapping)

Mendorong masyarakat lokal menggunakan aplikasi pemetaan interaktif yang mereka kelola sendiri untuk mendokumentasikan potensi alam, budaya, dan ekonomi kreatif secara akurat. Data ini menjadi alat

bersama dalam pengambilan keputusan dan promosi digital.

b. Ekowisata Berbasis Konservasi Lokal dan Pendekatan Horeka

Mengembangkan ekowisata dengan fokus konservasi lingkungan sekaligus mengintegrasikan usaha Horeka (hotel, restoran, kafe) skala komunitas yang menonjolkan cita rasa lokal dan budaya sehingga menciptakan pengalaman wisata autentik yang inklusif dan memperkuat ikatan sosial.

c. Wisata Edukasi Interaktif dengan Teknologi Augmented Reality (AR)

Pemanfaatan teknologi AR untuk menghadirkan pendidikan wisata yang interaktif bagi wisatawan, seperti menampilkan sejarah desa, proses pembuatan sangkar burung, serta ragam flora dan fauna lokal, menarik wisatawan muda dan segmentasi global.

d. Sistem Manajemen Wisata Berbasis Blockchain

Penggunaan blockchain untuk transparansi pengelolaan transaksi dan distribusi hasil ekonomi di antara

pelaku wisata masyarakat, memperkuat kepercayaan dan keberlanjutan sistem ekonomi lokal secara adil.

e. Program Inkubasi Usaha Kreatif dan Regenerasi Generasi Muda

Membangun inkubator usaha untuk generasi muda mengembangkan produk inovatif berbasis budaya dan teknologi dengan dukungan pendampingan bisnis dan akses pasar, menjamin keberlanjutan dan daya saing destinasi wisata.

Strategi ini merupakan perpaduan inovasi teknologi dan pemberdayaan masyarakat berlandaskan kearifan lokal, menciptakan model pengembangan desa wisata yang berbeda dan adaptif terhadap tren global.

D. Strategi Menuju Desa Wisata Mandiri dan Berkelanjutan

Pengembangan Karangmalang sebagai desa wisata mandiri hendaknya menitikberatkan pada tiga pilar:

a. Pemberdayaan Masyarakat

Melalui pelatihan community-based tourism yang mengutamakan pengembangan sikap keramahan (hospitality), pelayanan, dan komunikasi lintas budaya, warga diharapkan bukan hanya menjadi penerima tamu tetapi juga penggerak ekonomi dan pelestari kearifan lokal. GOR Serbaguna Sasana Kridha Jaya dapat digunakan sebagai pusat pelatihan dan pembinaan bagi warga.

b. Penguatan Identitas Lokal

Menjaga dan menonjolkan kekhasan desa melalui pelestarian budaya seperti kerajinan sangkar burung dan tradisi gotong royong yang kuat. Promosi digital yang autentik seperti "Jejak Karangmalang" berfungsi untuk menampilkan desa dengan jati diri yang kuat serta menarik wisatawan yang mencari pengalaman wisata edukatif dan partisipatif.

c. Keberlanjutan Lingkungan

Memperkuat program Sapta Pesona Wisata dengan praktik pengelolaan sampah mandiri, penghijauan kawasan, dan penggunaan energi terbarukan pada ruang publik. Area transit di Flyover Kebayanan III

dikembangkan menjadi zona ekonomi hijau yang menyeimbangkan aktivitas wisata dan pelestarian lingkungan.

Pembangunan digital profil desa dan literasi teknologi membangun jembatan antara kearifan lokal dan pasar global, membantu warga mengelola informasi dan memasarkan produk dengan efektif tanpa kehilangan nilai budaya.

Inti dari strategi ini menjadikan masyarakat sebagai subjek utama pengembangan wisata, bukan objek, sehingga proses pengembangan tidak hanya fisik tetapi merupakan transformasi sosial yang mendalam. Dengan semangat tersebut, Karangmalang akan dikenal bukan hanya sebagai destinasi yang indah, tetapi juga sebagai desa yang ramah, berkelanjutan, dan mandiri.

KESIMPULAN

Pengembangan ruang wisata berkelanjutan berbasis pemberdayaan hospitality masyarakat di Desa Karangmalang menunjukkan potensi besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya lokal. Melalui pendekatan

partisipatif, pelatihan hospitality, digitalisasi promosi, dan integrasi teknologi inovatif, desa ini dapat mentransformasi dirinya menjadi destinasi wisata unggulan yang mandiri dan berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat menjadi fondasi utama di samping penguatan jati diri lokal dan pelestarian lingkungan.

Implementasi strategi yang menggabungkan teknologi digital seperti pemetaan partisipatif, AR, dan blockchain dengan pendekatan konservasi lingkungan dan pengembangan ekonomi kreatif komunitas memberikan model baru yang holistik dan mampu menjawab tantangan wisata masa depan. Transformasi sosial melalui pelatihan sikap ramah tamah, etika pelayanan, dan pengelolaan lingkungan memperkuat fondasi keberlanjutan.

Dengan tekad dan kolaborasi semua pemangku kepentingan, Desa Karangmalang berpeluang menjadi contoh desa wisata ramah lingkungan dan ekonomi kreatif yang menginspirasi pengembangan wisata

berbasis komunitas di tingkat nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Seksi Pengelola KKN, Sub. Direktorat KKN dan Ormawa, Direktorat Kemahasiswaan Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi jurnal ini. Penelitian ini didanai oleh RKAT Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2025 melalui skema Penelitian PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT HIBAH GRUP RISET (PKM HGR-UNS) dengan Nomor Perjanjian Penugasan Penelitian: 370/UN27.22/PT.01.03/2025

REFERENSI

- Akhmad, Amir, Romadhoni, B., Akhmad, M.A.K. (2025). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF SONGKOK RECCA DI KABUPATEN BONE. Gowa: Penerbit Aigma
- Albert, S., Setiawan, R. F., & Mubarakah. (2025). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Agribisnis*, 12(2), 101-111.
- Bashr Publishing. (2025). *Manajemen Homestay Desa Wisata*.
- Jaya, R., Ohhyver, D. A., Muhtasom, A., & AB, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Melalui Pelatihan Pengelolaan Homestay dan Kebersihan . *PADAIDI: Journal of Tourism Dedication*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.33649/padaidi.v1i1.111>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Pedoman Pengembangan Community-Based Tourism*. Jakarta: Kemenparekraf
- Nurhadi, A., & Santosa, B. (2019). Strategi Branding Destinasi Wisata Lokal di Era Digital. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 45-58
- Sutopo, J. et al (2025). Strategi Kolaboratif Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan Melalui Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia di Kalurahan Bimomartani, 4 (1) 5667-5674. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2679>
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., Lubis, M.R. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI DESA PERKEBUNAN BUKIT LAWANG. *Pariwisata*, Vol. 11 No. 1 April 2024. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>

Wu, H.H., (2009). *Basic Skills versus Conceptual Understanding: Dichotomy in Vocabulary Education*. Diperoleh pada 11 Juli 2010, dari <http://www.aft.org/sage.publications..>