

Pemberdayaan Masyarakat Pengelola Agrowisata Melalui Pelatihan Manajemen Organisasi dan Digital Marketing di Desa Jurug Sooko Ponorogo

Nisau Lailatizzahro, Masria Kumala, Anita Xtisani Trisna, Angelica Beatris Ayuningtyas, Aghnia Salma Salsabila, Bobby Eko Saputro, Nurya Giovani, Meilani Elmira, Vaned Ariana Katrin, Qhori Amara Putri, Fery Setiawan*

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

*Corresponding author : fery.fahrisetiawan@gmail.com

ABSTRAK

Pemerintah Desa Jurug mencanangkan pembangunan agrowisata dengan tujuan memaksimalkan potensi alam yang ada terutama panorama desa yang indah serta dukungan potensi pertanian. Lokasi desa yang cukup strategis membuat akses menuju desa ini tidak sulit. Dalam pengelolaan agrowisata, perlu dipersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang baik agar keberjalanan program terarah. Berdasarkan hasil observasi, SDM pada lokasi pengabdian belum memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola agrowisata, terutama dalam keorganisasian dan pemasaran. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kualitas SDM pengelola Agrowisata di Desa Jurug melalui aspek manajemen organisasi dan pemasaran. Tim PHP2D memberikan solusi melalui program Jurug Kelana Dewi dengan menekankan pada pembenahan SDM pada mitra. Program dimulai dari survei, penyamaan persepsi, FGD, pelatihan keorganisasian, pelatihan pemasaran, dan pengajuan MoU. Hasil dari program ini adalah peningkatan kemampuan mitra dalam membuat rencana kerja organisasi pada agrowisata Desa Jurug. Selain itu, mitra juga bertambah kemampuan dalam menjalankan strategi *digital marketing*. Adapun indikator keberhasilan program dapat dilihat dengan beberapa kegiatan yang terlaksana seperti tersusunnya struktur organisasi pengelola agrowisata, perencanaan program, kerja, pembuatan media *branding* melalui sampek fisik pada lokasi agrowisata, media promosi digital di media social serta *website* objek agrowisata, dan tercapainya kesepakatan Kerjasama atau MoU dengan instansi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kata kunci: agrowisata, *digital marketing*, manajemen organisasi, sumber daya manusia

Empowering Agrotourism Management Communities Through Organizational Management and Digital Marketing Training in Jurug Sooko Village, Ponorogo

ABSTRACT

The village government of Jurug launched the development of agro-tourism with the aim of maximizing the existing natural potential, especially the beautiful panorama of the village and the support of agricultural potential. The strategic location of the village makes access to this village not difficult. In the management of agro-tourism, it is necessary to prepare good human resources (HR) so that the program is directed. Based on the results of observations, human resources at the service location do not yet have good abilities in managing agro-tourism, especially in organization and marketing. The purpose of this service activity is to improve the quality of human resources for agro-tourism managers in Jurug Village through aspects of organizational management and marketing. The PHP2D team provides solutions through the Jurug Kelana Dewi program by emphasizing on improving human resources for partners. The program starts from surveys, sharing perceptions, FGDs, organizational training, marketing training, and submitting MoUs. The result of this program is an increase in the ability of partners in making organizational work plans on agrotourism in Jurug Village. In addition, partners also increase their ability to carry out digital marketing strategies. The indicators of the success of the program can be seen with several activities carried out such as the arrangement of the organizational structure of agro-tourism management,

program planning, work, making branding media through physical samples at agro-tourism locations, digital promotion media on social media and agro-tourism object websites, and the achievement of a Cooperation agreement or MoU. with the Department of Culture, Tourism, Youth and Sports of Ponorogo Regency and the Ponorogo Muhammadiyah Ponorogo University Research and Service Institute.

Keywords : agrotourism, digital marketing, human resources, organizational management

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya pembangunan bertujuan untuk mencapai kesejahteraan. Namun demikian, implementasi pembangunan nasional yang terangkum dalam agenda pemerintah baik pusat maupun daerah masih dirasa kurang efektif dalam mencapai cita-cita tersebut (Fathy, 2019). Dalam konsep Nawacita yang menjadi program prioritas pembangunan sekarang ini terdapat salah satu prioritas pembangunan yaitu membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam negara kesatuan (Hulu et al., 2018). Desa Jurug terletak di wilayah Kecamatan Sooko, yang terletak di sebelah timur Kabupaten Ponorogo. Dengan memakan jarak waktu tempuh setim PHP2Dr 60 menit dari Pusat Kota Kabupaten Ponorogo. Menurut informasi dari Kepala Desa Jurug, bapak Sukanto Desa Jurug memiliki luas wilayah +1.205,353 Ha/12,054 km persegi dengan jumlah penduduk desa setim PHP2Dr 6.121 jiwa. Wilayah Desa Jurug, Kecamatan Sooko, dalam hal administrasi pemerintah terbagi atas 6 (enam) dukuh. Rata-rata kondisi ekonomi penduduk di Desa Jurug bermata pencaharian sebagai petani.

Meskipun sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai petani dan berkebun, semangat mereka dalam memajukan desa tidak pernah luntur. Hal ini dapat dibuktikan dengan prestasi-prestasi yang pernah didapatkan oleh Desa Jurug. Desa Jurug memiliki predikat Desa Wisata dari Kementerian Pariwisata sejak 2011–2013 dan pada 2014 melalui Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur, Desa Jurug ditunjuk kembali sebagai Desa Wisata. Desa Jurug menjuarai beberapa perlombaan, seperti Juara 1 Lomba Desa Tingkat Kabupaten Ponorogo pada 2008, Nominasi 1 Provinsi Jawa Timur dalam lomba Anugerah Wisata Nusantara tahun 2009 yang diadakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur. Selain itu, Desa Jurug dinobatkan menjadi salah satu desa wisata di Ponorogo. Desa wisata yaitu sebuah kawasan yang berkaitan dengan wilayah atau berbagai kearifan lokal (adat-istiadat, budaya, potensi)

yang dikelola sebagai daya tarik wisata sesuai dengan kemampuannya, yang ditunjukkan untuk kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat (Hermawan, 2017).

Dengan predikat salah satu desa wisata yang ada di Ponorogo, Desa Jurug memiliki potensi yang cukup besar dalam potensi pariwisata. (Geogra & Gadjah, 2013) menjelaskan bahwa Desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Wisata yang sudah ada di Desa Jurug yaitu Air Terjun Pletuk dan Peternakan Sapi Perah. Wisata Air Terjun ini merupakan icon Desa Jurug yang banyak dikunjungi baik dari masyarakat setim PHP2Dr desa ataupun dari daerah lainnya. Adapun Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Desa Jurug adalah Bertani.

Berdasarkan hasil observasi, pemerintah desa merencanakan membangun agrowisata di lokasi lahan pertanian asset desa yang kebetulan pada saat ini dikelola Paguyuban Petani Porang Desa Jurug. Agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja di sektor pertanian bagi kesenangan dan edukasi para pengunjung (Andini, 2013). Program ini untuk mengantisipasi meredupnya wisata utama Desa Jurug yaitu Air Terjun Pletuk. Diharapkan dengan adanya agrowisata ini akan meningkatkan geliat masyarakat untuk berkunjung di Desa Jurug.

Pembahasan tentang SDM yang dibutuhkan dalam pelayanan kegiatan kepariwisataan yang benar dan efektif seringkali mendapat perhatian yang rendah (Setiawan, n.d., 2016). Lebih lanjut (Widiansyah, 2018) menjelaskan bahwa mengelola Sumberdaya manusia menjadi sesuatu yang sangat menentukan bagi keberhasilan suatu organisasi, kegagalan dalam mengelolanya akan berdampak pada kesulitan organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan. Dalam pengelolaan organisasi wisata desa, peran Sumber Daya Manusia sangat penting. Permasalahan yang dihadapi oleh pihak desa dalam program pendirian Agrowisata

Jurug, yaitu: 1) Kurangnya kemampuan SDM dalam mengelola organisasi usaha desa; 2) Kurangnya skill dan inovasi pengelola yang dibentuk oleh Pemerintah Desa; 3) Lemahnya pemahaman dan kemampuan membuat strategi pemasaran dari pengelola.

Berdasarkan permasalahan utama tersebut, kami mencanangkan program JURUG KELANA DEWI yang berupa pengembangan aspek manajemen pada organisasi pengelola Agrowisata yang akan didirikan oleh Pemerintah Desa Jurug. Kami akan membentuk Tim Manajemen yang nantinya diharapkan bisa menjadi pengelola dari Agrowisata berbasis Edukasi yang akan didirikan oleh Pemerintah Desa Jurug. Kata JURUG berarti nama desa Jurug itu sendiri. Kata KELANA sebenarnya merupakan gambaran sebuah proses, bahwa dalam pendirian agrowisata memerlukan sebuah proses yang tidak mudah sehingga peran SDM sangat penting dalam menguatkan organisasi pengelola. Sedangkan kata DEWI berarti Desa Wisata yang merupakan predikat desa Jurug dengan adanya beberapa potensi wisata yang dimiliki. Adapun tujuan dari program ini adalah meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola agrowisata Desa Jurug dalam aspek manajemen organisasi dan pemasaran berbasis digital.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Jurug, Kecamatan Sooko, Kabupaten Ponorogo. Kegiatan ini dilaksanakan dari bulan Juli-Desember 2021. Berdasarkan [Gambar 1](#), dapat dijelaskan bahwa tahapan pada dalam pelaksanaan ini meliputi:

Survei Lokasi

Kegiatan survey dilaksanakan untuk memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dari objek kegiatan pengabdian. Sasaran dari kegiatan survey adalah Kepala Desa, Tokoh Masyarakat serta pengurus Kelompok Sadar Desa Wisata Jurug. Poin yang ingin didapatkan pada tahap survey adalah permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Sosialisasi Program

Pada tahap ini disampaikan tentang konsep program Jurug Kelana Dewi kepada masyarakat Desa Jurug. Sasaran sosialisasi adalah pemerintah desa, kelompok tani prang, tokoh masyarakat, karang taruna, dan Kelompok



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Sadar Desa Wisata Jurug. Akan dijelaskan maksud dan misi dari program ini.

Forum Group Discussion (FGD)

Forum Group Discussion membahas lebih lanjut tentang sosialisasi yang sudah dilaksanakan. Pada tahap FGD ini membahas tentang hasil dari analisis tim PHP2D pada saat survey objek pengabdian, hasil analisis tim PHP2D dirumuskan dalam teknis pelaksanaan program dengan maksud memperoleh respon dan feedback dari mitra.

Pembuatan Sampel Fisik dalam Branding Program Jurug Kelana Dewi

Branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan barang atau jasa pesaing (Dalam et al., 2021). Branding merupakan cara perusahaan dalam menonjolkan keunggulan produk karena konsumen selalu mencari nilai yang dianggap lebih tinggi dari produk yang sudah ada ([Munte & Sibarani, 2021](#)). Dalam mendukung adanya program branding, tim PHP2D memberi konsep penataan agrowisata berbasis edukasi, dan akan diberikan juga sampel bangunan fisik di lokasi agrowisata.

Tahap Workshop Manajemen Organisasi

Workshop diisi oleh narasumber yang sesuai dengan bidang Manajemen Organisasi. Workshop ini membahas tentang sumber daya manusia. Dengan adanya workshop ini nantinya akan mempermudah dalam pengelolaan sumber daya manusia ketika agrowisata ini akan berjalan. Kemudian dalam mengelolan dapat menggunakan media internet sebagai pendukung sistem tersebut ([Fadly & Sutarna, 2020](#)).

Tahap Workshop Branding

Workshop diisi oleh narasumber yang berpengalaman pada bidang branding. Dimana

pada workshop ini dapat mengenalkan kepada mitra untuk bagaimana mengelola agrowisata Jurug Kelana Dewi baik melalui bagaimana cara mengelola website yang baik dan benar serta cara pembuatan website agar menarik untuk dibaca bagi para wisatawan yang nantinya akan datang ke agrowisata Jurug Kelana Dewi.

Tahap Monitoring

Tahap monitoring ini berupa kunjungan dari pihak universitas yang meninjau sudah sejauh mana program yang telah dijalankan. Pelaksanaan monitoring dilaksanakan oleh bagian kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo bersama dengan tim PHP2D beserta perwakilan mitra. Dalam tahap ini, disampaikan beberapa hasil dari pengabdian yang telah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada mitra telah dilaksanakan dengan penjelasan sebagai berikut:

Survei Lokasi

Survey lokasi dilaksanakan pada 2 April 2021. Tempat pelaksanaan di Balai Desa Jurug Kecamatan Sooko dan di Dusun Setumbal. Hasil yang tim PHP2D dapatkan pada saat survei adalah tim PHP2D disambut dengan baik dan drama oleh para mitra yang ikut membantu jalannya program PHP2D. Hal ini dibuktikan dengan kita ditunjukkannya tempat yang berpotensi sesuai dengan program yang dijalankan.

Sosialisasi Program

Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 18 Agustus 2021. Sosialisasi yang dilaksanakan di Aula Balai Desa Jurug memperoleh hasil seperti berikut, yaitu khalayak sasaran akan memiliki kesamaan persepsi dengan tim PHP2D. Gambaran umum pelaksanaan program disampaikan agar mendapatkan tanggapan dari khalayak sasaran. Sehingga sosialisasi ini memudahkan pelaksanaan program yang akan dijalankan oleh tim bersama mitra.

Forum Group Discussion (FGD)

Forum Group Discussion dilaksanakan pada tanggal 1 September 2021 dan bertempat di Aula Desa Jurug. Pada [Gambar 2](#) merupakan dokumentasi kegiatan FGD yang menghasilkan beberapa usulan tambahan berupa penambahan bangunan berupa WC umum dan penambahan jumlah gazebo. Selain itu, pada kegiatan FGD



Gambar 2. Dokumentasi saat FGD

mitra berperan aktif dalam mengarahkan program-program yang telah dijalankan.

Pembuatan Sampel Fisik dalam Branding Program Jurug Kelana Dewi

Pembangunan sampel fisik merupakan salah satu bentuk ketercapaian sebuah program kerjasama (Islami et al., 2021), yang dalam hal ini antara pihak pelaksana PHP2D, sponsor program (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI) serta pihak mitra. Pembangunan fisik dilaksanakan mulai tanggal 3 Oktober 2021 bertempat di Dusun Setumbal, Desa Jurug. Pembangunan fisik berupa dua Gazebo yang menjadi bagian dari kompleks agrowisata. Selain gazebo terdapat ruang penanaman dan ruang edukasi. Hal ini memudahkan para pengunjung dalam mempelajari tentang pertanian porang yang ada di agrowisata. Penambahan sampel pembangunan fisik berupa WC umum yang diusulkan oleh mitra dan tokoh masyarakat pada saat Forum Group Discussion (FGD). Diharapkan nanti akan dikembangkan secara mandiri oleh masyarakat Desa Jurug.

Tahap Monitoring

Tahap monitoring awal dilakukan oleh pihak PT yang dimana pihak PT tersebut adalah Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo melakukan monitoring pada tanggal 27 Oktober 2021 bertempat di lokasi Agrowisata. Tahap monitoring lanjutan dilakukan oleh Tim Monitoring dari Pusat yang dilaksanakan pada tanggal 8 November 2021 melalui zoom.



Gambar 3. Kegiatan Workshop Branding dan Digital Marketing



Gambar 4. Kerja Bakti Pembangunan Fisik

Tahap Workshop Manajemen Organisasi

Manajemen keorganisasian bertujuan untuk mengatur segala kegiatan dalam yang meliputi fungsi-fungsi manajemen itu sendiri yakni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan (Arifin, 2021). Workshop dilaksanakan pada tanggal 6 dan 14 November 2021 bertempat di Aula Desa Jurug. Setiap narasumber pada workshop menghasilkan kualitas materi yang berbeda-beda. Pada workshop Perencanaan pemasaran lebih memfokuskan pada Niche Market Destination yaitu membuat target promosi yang lebih fokus pada segmen pasar yang telah ditentukan (Situmorang, 2017). Khalayak mitra akan dibekali trik-trik dalam menganalisis Ceruk yang akan ditentukan. Sehingga mampu membuat strategi pemasaran untuk menarik Ceruk tersebut.

Workshop Branding Agrowisata dan pemasaran digital meliputi optimalisasi untuk postingan di google bisnisku, optimasi Keyword, cara riset konten di Google trend ubbersuggest dan membuat lokasi agrowisata di Google Maps. Pada kegiatan seperti yang ditampilkan pada Gambar 3 ini, peserta workshop mempraktikkan langsung cara-cara tersebut dengan dipandu pemateri. Model pemasaran yang menjadi basis adalah E- Commerce, hal ini berangkat dari

kondisi saat ini bahwa dunia digital menjadi wahana promosi bagi para pelaku bisnis karena dianggap media ini cukup strategis. Hal ini sejalan dengan (Mumtahana et al., 2017) yang menyatakan bahwa penggunaan media e-commerce merupakan salah satu penerapan teknologi dalam pemasaran produk dari usaha yang berasal dari desa. Strategis dalam artian bahwa dunia maya menjadi potensi pasar yang menunjukkan semakin bergantungnya masyarakat pada teknologi.

Berdasarkan hasil kegiatan PHP2D di Desa Jurug, maka dapat diketahui adanya peningkatan dalam mitra yaitu:

Meningkatnya kemampuan SDM Mitra dalam Manajemen Organisasi

Kegiatan Sosialisasi, FGD, dan pelatihan keorganisasian memberikan dampak baik bagi masyarakat di lokasi mitra. Pemerintah desa membangun sinergi yang baik dengan karangtaruna dan paguyuban petani Porang dalam memajukan agrowisata Desa Jurug. Hal ini ditunjukkan dengan semangat kesadaran mitra untuk berperan aktif dalam pengembangan agrowisata, baik berupa kontribusi fisik maupun non fisik. Mitra turut memberikan ide dan gagasan dalam konsep agrowisata bersama tim Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D). Dalam forum-forum diskusi dengan tim PHP2D, mitra menyampaikan bahwa perlu adanya fasilitas umum MCK serta konsep ruang edukasi yang menjadi salah satu fasilitas di agrowisata.

Selain itu, mitra juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan penampilan fisik agrowisata melalui perbaikan talut, penambahan lampu hias dan hiasan bunga. Partisipasi dana dan tenaga berasal dari Pemerintah Desa dan iuran dari warga setempat. Meski belum tersusun struktur organisasi pengelola, untuk sementara berjalannya pengelolaan dikoordinasi karangtaruna Dusun Setumbal (lokasinya berada di dusun tempat agrowisata). Hal ini dapat seperti pada Gambar 4 yang memperlihatkan suasana kegiatan kerja bakti oleh masyarakat dan tim PHP2D dalam membuat sampel fisik agrowisata Jurug Kelana Dewi.

Meningkatnya Kemampuan SDM dalam Branding dan Digital Marketing

Workshop Branding dan Digital Marketing mitra mendapatkan gambaran tentang branding agrowisata dengan membuat konsep -



Gambar 5. Desain Website Jurug Kelana Dewi

“amfiteater” yang memanfaatkan potensi persawahan terasering Desa Jurug, konsep Mina Padi agar tercipta kombinasi pertanian dan peternakan yang baik, serta memaksimalkan keunggulan kuliner lokal. Di Kabupaten Ponorogo belum ada wisata dengan model seperti ini.

Beberapa perwakilan karangtaruna juga mulai bisa mengelola digital marketing untuk agrowisata. Salah satu hal yang penting adalah membuat konten yang akan menjadi bahan yang akan diisikan di website. Karangtaruna cukup antusias dalam mempelajari pembuatan konten karena menyadari pentingnya digital marketing di era sekarang.

Melalui website ini diharapkan bisa membantu pengelola dalam bersaing di dunia pemasaran dan digital. Tim PHP2D memberikan fasilitas pembuatan website untuk memaksimalkan pemasaran agrowisata beserta potensi wisata lain di Desa Jurug. Adapun tampilan dashboard website Jurug Kelana Dewi dapat dilihat seperti pada [Gambar 5.](#)

Berdasarkan pembangunan awal agrowisata, lokasi mulai didatangi oleh masyarakat. Beberapa unsur masyarakat yang datang untuk melihat lokasi wisata datang dari kalangan pelajar, komunitas petani porang, dan masyarakat.

Bentuk Kerjasama MoU

Dalam menjalankan kelangsungan program, tim PHP2D berupaya untuk membuat langkah dalam menjaga kelangsungan kegiatan yaitu menambah jaringan. Tim PHP2D berhasil menjalin komunikasi dan kesepakatan dengan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo untuk bersama meningkatkan agrowisata Jurug Kelana Dewi. Selanjutnya adalah pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas

Muhammadiyah Ponorogo yang bersedia menjadikan Desa Jurug sebagai salah satu mitra dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Desa Binaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Jurug Kabupaten Ponorogo menitikberatkan pada aspek sumber daya manusia (SDM) pada pengelola agrowisata yang menjadi program desa tersebut. Program pemberdayaan ini bernama Jurug Kelana Dewi yang dimulai dari survei, penyamaan persepsi, FGD, pelatihan keorganisasian, pelatihan pemasaran, dan pengajuan MoU. Hasil dari program ini adalah peningkatan kemampuan mitra dalam membuat rencana kerja organisasi pada agrowisata Desa Jurug. Selain itu, mitra juga bertambah kemampuan dalam menjalankan strategi digital marketing. Adapun indikator keberhasilan program dapat dilihat dengan beberapa kegiatan yang terlaksana seperti tersusunnya struktur organisasi pengelola agrowisata, perencanaan program, kerja, pembuatan media branding melalui sampek fisik pada lokasi agrowisata, media promosi digital di media social serta website objek agrowisata, dan tercapainya kesepakatan Kerjasama atau MoU dengan instansi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pemberi dana pengabdian yakni Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Kami juga menyampaikan terimakasih kepada pihak lain seperti Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Pemerintah Desa Jurug dan pihak yang tidak disebutkan satu per sat

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N. (2013). PENGORGANISASIAN KOMUNITAS DALAM PENGEMBANGAN AGROWISATA DI DESA WISATA STUDI KASUS : DESA WISATA KEMBANGARUM , KABUPATEN. 24(3), 173–188.

- Arifin, M. T. (2021). Pelatihan Manajemen Keorganisasian untuk Memperkuat Stabilitas Kelembagaan di Masa Pandemi di TPQ Hidayatul Mubtadi ' in Dusun Sukosari Sukorejo Udanawu Blitar. 2(1). Dalam, L., Penjualan, M., & Pandemi, S. (2021). *Global komunika*. 4(2), 27–34.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 213–222. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jps.v6i1.47463>
- Geogra, F., & Gadjah, A. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Hermawan, H. (2017). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *III(2)*, 105–117. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xhkqw>
- Hulu, Y., Harahap, R. H., & Nasutian, M. A. (2018). Pengelolaan Dana Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 146. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.9974>
- Islami, M. F., Hadi, K., Studi, P., Pemerintahan, I., Malang, U. M., Studi, P., Pemerintahan, I., & Malang, U. M. (2021). Implementasi Pengembangan Wisata Kampung Keramat di Kota Malang Muhammad Fahmil Islami 1 , Khrisno Hadi 2. 8090, 176–188. <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i2.11307>
- Marketing, D., Aplikasi, B., Strategi, S., & Ralitasari, D. (2016). *Digital marketing*. 10(2), 107–112.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. 3(1), 6–15.
- Munte, A., & Sibarani, H. J. (2021). produk , melalui keputusan pembelian pada PT . Tasya Gasindo Medan. 16(1), 109–123.
- Setiawan, R. I. (n.d.). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata : Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. 23–35.
- Situmorang, J. R. (n.d.). PEMASARAN RELUNG (NICHE MARKETING) SEBAGAI STRATEGI MEMBIDIK PASAR YANG LEBIH KECIL. 161–170.
- Widiansyah, A. (2018). Peranan Sumber Daya Pendidikan sebagai Faktor Penentu dalam Manajemen Sistem Pendidikan. 18(2), 229–234.