

Pengembangan Produk Wisata Berbasis *Storynomics* untuk Meningkatkan Daya Tarik Desa Wisata Berahan Kulon Kabupaten Demak

Hamsar Suci Amalia, Mella Narolita, Aulia Restu Ariyanto Putri, Rahmi Fadhella, Reysa Lutfiani Putri Sakila
Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta Kampus Demak, Indonesia
Corresponding Author. Email : hamsar.suciamalia@mesin.pnj.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 30-07-2026
Revised : 06-10-2026
Accepted : 10-10-2026
Online : 19-10-2026

Keywords:

*Community Service
Storynomics;
Sustainable Tourism
Tourism Product;
Tourism Village.*

ABSTRACT

Abstract: Berahan Kulon Tourism Village is facing a crisis of tourism product innovation and a decline in visitors due to the lack of narrative management and cultural interpretation at its destinations. Therefore, this Community Service (PkM) activity aims to integrate the potential of the coastal village's history and culture into a tourism storyline through the storynomics tourism approach. The PkM implementation method involved pre-service observation, design and module preparation, technical preparation, as well as interactive socialization and training for participants consisting of village officials and local community members. Participants' comprehension was measured using pre-test and post-test evaluation instruments. The results showed that the community and village officials successfully identified and mapped the potential of folklore to be developed into tourism products. The participants' overall comprehension and skills increased by 34%, with the highest increase reaching 42% in understanding examples of storynomics-based tourism products. This PkM program tangibly contributes to strengthening local cultural identity and equipping tourism managers with value creation skills expected to independently stimulate the community's economy toward realizing a competitive and sustainable coastal tourism destination.

Abstrak: Desa Wisata Berahan Kulon menghadapi krisis inovasi produk wisata dan penurunan jumlah pengunjung akibat kurangnya pengelolaan narasi dan interpretasi budaya pada destinasi. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mengintegrasikan potensi sejarah dan kebudayaan desa pesisir ke dalam alur cerita wisata melalui pendekatan *storynomics tourism*. Metode pelaksanaan PkM ini dilakukan melalui tahapan observasi pra-pengabdian, penyusunan rancangan dan modul, persiapan teknis, serta pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan interaktif bagi peserta yang terdiri dari perangkat desa dan masyarakat setempat. Pemahaman peserta diukur menggunakan instrumen evaluasi *pre-test* dan *post-test*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat dan perangkat desa berhasil mengidentifikasi dan memetakan potensi cerita rakyat untuk diolah menjadi produk wisata. Tingkat pemahaman dan keterampilan peserta meningkat secara keseluruhan sebesar 34%, dengan peningkatan tertinggi mencapai 42% pada pemahaman tentang contoh produk wisata berbasis *storynomics*. Program PkM ini berkontribusi nyata dalam memperkuat identitas budaya lokal serta membekali pengelola wisata dengan kemampuan *value creation* yang diharapkan dapat menggerakkan perekonomian masyarakat secara

mandiri demi terwujudnya destinasi wisata pesisir yang kompetitif dan berkelanjutan.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](#)

license

A. LATAR BELAKANG

Pengembangan pariwisata telah diakui sebagai sektor strategis dan mesin penggerak utama yang mampu meningkatkan potensi perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, serta menyejahterakan masyarakat di berbagai daerah (Rabbani dkk., 2021). Dalam praktiknya, seiring dengan kebijakan otonomi daerah, pemerintah daerah memegang tanggung jawab penuh untuk mengelola destinasi wisata melalui perumusan strategi yang secara sinergis mengintegrasikan potensi sumber daya alam, kearifan lokal, dan dorongan ekonomi kreatif (S. N. Sari & De Fretes, 2021; Wesnawa, 2022). Meskipun sektor ini terbukti menumbuhkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta mendorong pendapatan warga, pengembangannya juga berisiko memunculkan tantangan nyata seperti ketimpangan distribusi pendapatan dan fluktuasi ekonomi musiman jika tidak dikelola secara inklusif (Setyaningsih, 2025). Oleh karena itu, untuk menjamin pariwisata yang berkelanjutan dan mendistribusikan manfaat secara adil, pembangunan pariwisata mutlak membutuhkan partisipasi aktif masyarakat lokal sebagai subjek utama pembangunan mulai dari tahap perencanaan awal hingga evaluasi yang secara ideal diwujudkan melalui pendekatan pariwisata berbasis masyarakat atau *Community-Based Tourism* (Fadillah dkk., 2021; Setyaningsih, 2025).

Meski pendekatan pariwisata berbasis masyarakat tersebut menjadi konsep yang ideal, pada kenyataannya tantangan besar masih dihadapi oleh mitra sasaran, yaitu Desa Wisata Berahan Kulon di Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak. Berdasarkan Surat Keputusan (SK) No. 556/223 Tahun 2023, desa pesisir seluas 957,63 hektar ini telah ditetapkan sebagai desa wisata, namun status formal tersebut belum sejalan dengan realita di lapangan. Potensi wisatanya seperti kawasan mangrove, kuliner, dan produk UMKM belum terkemas secara optimal menjadi daya tarik yang bernilai jual. Selain itu, kunjungan wisata ke Rawa Serman sebagai salah satu destinasi wisata mengalami penurunan drastis pada tahun 2025 setelah sempat meningkat pada 2023–2024, dimana wisatawan yang datang sebatas komunitas pemancing akhir pekan. Penurunan ini sangat dipengaruhi oleh ketiadaan alur cerita (*storytelling*) dan interpretasi budaya yang kuat, sehingga destinasi gagal menciptakan ikatan emosional dengan pengunjung maupun menawarkan inovasi produk wisata yang berkelanjutan.

Untuk menjawab permasalahan rendahnya inovasi produk dan minimnya daya tarik emosional di destinasi wisata, berbagai literatur dan rujukan konseptual menekankan pentingnya pendekatan *storynomics*. *Storynomics tourism* adalah strategi pengembangan pariwisata dengan memanfaatkan cerita lokal sebagai *value creation* utama, sehingga wisatawan tidak hanya mencari hiburan visual semata, tetapi juga memperoleh pengalaman emosional serta pemahaman mendalam terhadap budaya setempat (Edison & Kartika, 2024; Kartini, 2021; Machmury, 2023; I. A. L. Sari dkk., 2022). Pendekatan berbasis narasi ini terbukti efektif dalam memberikan nilai tambah pada setiap objek wisata melalui penggabungan fakta sejarah, legenda lokal, dan kearifan masyarakat pesisir (Kertamukti & Nashira K, 2022; Narottama dkk., 2022; Parani dkk., 2024). Selain itu, metode *storytelling* dalam *storynomics* mampu menggugah rasa empati, personalisasi, dan koneksi sosial antara wisatawan dan komunitas lokal (Christiani dkk., 2022; Djafri

dkk., 2023). Integrasi cerita dan teknologi digital juga dapat mempermudah pengemasan dan penyebaran cerita wisata kepada masyarakat luas (Arini dkk., 2022; Lisani, 2024; Rero & Milyardo, 2022). Dengan demikian, kualitas pengalaman wisatawan akan meningkat secara holistik, dari sekadar berwisata menjadi bentuk apresiasi dan penghargaan terhadap identitas budaya lokal (Sukmadewi, 2021).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menawarkan solusi pemecahan masalah mitra melalui penerapan *storynomics*. Intervensi ini mengintegrasikan potensi legenda lokal, sejarah desa, dan kebudayaan pesisir ke dalam alur cerita wisata guna menciptakan pengalaman autentik dan mendongkrak kembali daya tarik destinasi seperti Embung Rowo Serman. Lebih dari sekadar meningkatkan angka kunjungan dan lama tinggal wisatawan, program PkM ini difokuskan untuk memberikan kontribusi bagi masyarakat, yakni memperkuat identitas budaya lokal serta menggerakkan roda perekonomian warga. Keberhasilan implementasi program ini diharapkan mampu menjadi pilar akselerasi yang mentransformasi Desa Wisata Berahan Kulon menjadi destinasi pesisir yang kompetitif, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan, sekaligus selaras dengan salah satu misi Asta Cita pemerintah Indonesia (Pemerintah RI, 2024) yaitu membangun dari desa dan dari bawah untuk pemerataan ekonomi dan pemberantasan kemiskinan dan pencapaian *Sustainable Development Goals/SDGs* kedelapan yaitu pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (Perserikatan Bangsa-Bangsa, 2015). Berdasarkan hal tersebut, kegiatan PkM ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat untuk pengembangan produk wisata berbasis *storynomics* dengan memanfaatkan potensi lokal sebagai daya tarik wisata sekaligus mendukung penguatan ekonomi masyarakat Desa Wisata Berahan Kulon.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan PkM di Desa Wisata Berahan Kulon, Kabupaten Demak, diwujudkan melalui bentuk pelatihan yang diselenggarakan pada 2 Juni 2026 bertempat di Balai Pertemuan Desa Berahan Kulon. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang partisipan yang terdiri dari unsur masyarakat dan perangkat desa. Pelatihan ini menghadirkan Mella Narolita sebagai pemateri yang membawakan topik mengenai pengembangan produk wisata berbasis *storynomics*.

Program pengabdian ini dirancang melalui beberapa tahapan yang terangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Program PkM

No.	Tahapan Program	Deskripsi Kegiatan
1.	Kunjungan Pra-PkM	Tim melakukan observasi lapangan awal untuk memetakan kondisi eksisting, potensi naratif, serta tantangan pariwisata di Desa Berahan Kulon guna memastikan program tepat sasaran.
2.	Penyusunan Proposal PkM	Perumusan rancangan program berdasarkan kebutuhan riil di lapangan, dengan menempatkan strategi <i>storynomics</i> sebagai solusi utama mengatasi permasalahan.
3.	Penyusunan Materi Pelatihan	Perancangan modul dan bahan ajar yang difokuskan penuh pada teknik <i>storytelling</i> , penggalian sejarah lokal, dan penyusunan narasi wisata.
4.	Persiapan Pelaksanaan	Koordinasi teknis dengan pihak desa, penentuan peserta, penyiapan sarana-prasarana, serta perangkat evaluasi pelatihan.
5.	Pelaksanaan PkM	Penyelenggaraan pelatihan dan diskusi untuk melatih mitra merangkai fakta sejarah, legenda, dan budaya pesisir menjadi produk wisata.

Evaluasi program pengabdian ini dilakukan melalui tinjauan proses dan hasil untuk mengukur efektivitas intervensi yang telah diberikan kepada mitra. Tim menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* guna mengukur secara objektif peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pengembangan produk wisata berbasis *storynomics*. Selain itu, metode diskusi diterapkan untuk menggali respons kualitatif serta kendala nyata yang dihadapi oleh masyarakat di lapangan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Pelatihan Pengembangan Produk Wisata Berbasis *Storynomics*

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Berahan Kulon, Kabupaten Demak, diwujudkan melalui bentuk pelatihan yang diselenggarakan pada 2 Juni 2026 bertempat di Balai Pertemuan Desa Berahan Kulon. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang partisipan yang terdiri dari unsur masyarakat dan perangkat desa. Melalui rangkaian pelatihan dan diskusi partisipatif tersebut, peserta berhasil memahami esensi *storynomics tourism*, di mana daya tarik destinasi tidak lagi bertumpu semata-mata pada keindahan fisik, melainkan pada pengalaman emosional, edukatif, dan kedalaman interpretasi budaya.

Dalam aspek pengembangan produk wisata, mitra bersama tim pengabdian bersama-sama menggali serta mendokumentasikan berbagai warisan historis dan legenda lokal, seperti asal usul Desa Berahan Kulon, sejarah Waduk Serman, kisah Bale Rama, hingga kearifan ekosistem mangrove pesisir. Pendekatan ini membekali pengelola dengan kemampuan mengubah cerita rakyat menjadi *value creation*, sehingga wisatawan mendapatkan pemahaman budaya yang autentik dan pengalaman berkunjung yang bermakna.

Suasana interaksi, keaktifan peserta, dan pendampingan materi selama kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan

Berdasarkan Gambar 1, terlihat antusiasme dan partisipasi aktif para peserta dalam mendiskusikan identitas lokal desa. Program pengabdian ini dirancang dan dilaksanakan melalui lima tahapan kegiatan sebagai berikut.

a. Kunjungan Pra-PkM

Tim pengabdian melakukan peninjauan dan observasi lapangan di Desa Wisata Berahan Kulon untuk mengidentifikasi kondisi eksisting pariwisata pesisir serta memetakan potensi aset naratif lokal. Langkah ini melibatkan wawancara awal bersama tokoh masyarakat, pengelola pokdarwis, dan perangkat desa guna menggali berbagai permasalahan krusial seperti penurunan jumlah pengunjung

di destinasi Rawa Serman dan belum tergarapnya cerita rakyat secara profesional. Hasil observasi awal ini menjadi landasan empiris yang kuat agar program pengabdian yang dirancang benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra di lapangan.

b. Penyusunan Proposal PkM

Berdasarkan temuan dan data lapangan pada tahap pra-pengabdian, tim menyusun *draf* proposal kegiatan PkM. Proposal tersebut merumuskan analisis situasi, permasalahan prioritas, serta tawaran solusi inovatif melalui penerapan strategi *storynomics tourism*. Pendekatan ini dipilih untuk menjawab tantangan krisis inovasi produk wisata, dengan menitikberatkan pada pengemasan narasi budaya dan sejarah lokal sebagai *Unique Selling Proposition* (USP) untuk membangkitkan kembali daya tarik destinasi Desa Berahan Kulon.

c. Penyusunan Materi Pelatihan

Tahap ini difokuskan pada penyusunan dan pengembangan modul pelatihan yang komprehensif. Materi yang disiapkan mencakup teknik identifikasi potensi cerita lokal, metode penggalan fakta sejarah dan legenda pesisir (seperti asal usul desa, Waduk Serman, Bale Rama, dan ekosistem mangrove), prinsip dasar *storytelling*, hingga formulasi penyusunan narasi produk dan perancangan paket wisata berbasis *storynomics*. Selain modul utama, tim juga menyiapkan instrumen pendukung pelatihan seperti bahan presentasi visual dan instrumen evaluasi (*pre-test* dan *post-test*).

d. Persiapan Pelaksanaan

Tahap persiapan teknis dilakukan melalui koordinasi langsung dengan Pemerintah Desa Berahan Kulon guna menyepakati jadwal kegiatan, lokasi acara di Balai Pertemuan Desa, serta penetapan 20 orang peserta representatif yang terdiri dari unsur masyarakat dan perangkat desa. Selain koordinasi kelembagaan, tim pengabdian juga mempersiapkan sarana penunjang kegiatan (perangkat multimedia dan alat tulis), serta pembagian tugas internal tim fasilitator untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan lancar dan kondusif.

e. Pelaksanaan PkM

Puncak kegiatan pengabdian diwujudkan melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan, dan diskusi (*Focus Group Discussion*) yang dipandu oleh pemateri. Dalam sesi ini, para peserta dibimbing untuk menggali warisan budaya lisan, memetakan rekam jejak sejarah serta legenda lokal, dan merangkainya ke dalam alur narasi (*storytelling*) yang komunikatif serta memiliki nilai jual. Melalui pelatihan ini, mitra berhasil mengidentifikasi potensi cerita rakyat untuk meningkatkan daya saing Desa Wisata Berahan Kulon.

2. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara langsung selama kegiatan berlangsung melalui pengamatan partisipatif terhadap tingkat kehadiran, dinamika diskusi, serta keaktifan peserta dalam merespons materi *storynomics*. Seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan hingga selesai dengan tingkat partisipasi yang sangat baik.

Evaluasi hasil kegiatan diukur menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur persentase peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah menerima materi pelatihan. Rekapitulasi perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Pelatihan

No.	Pernyataan Evaluasi	Capaian <i>Pre-Test</i>	Capaian <i>Post-Test</i>	Peningkatan (Poin %)
1	Pemahaman konsep wisata berbasis <i>storynomics</i>	45%	73%	+28%
2	Pengetahuan bahwa cerita lokal dapat menjadi daya tarik wisata	47%	79%	+32%
3	Ketertarikan mempelajari teknik pengembangan produk wisata berbasis cerita lokal	43%	75%	+32%
4	Kesadaran bahwa desa wisata perlu memiliki identitas dan cerita khas	41%	77%	+36%
5	Pengetahuan contoh produk wisata yang dikembangkan dengan konsep <i>storynomics</i>	39%	81%	+42%
Rata-Rata Capaian Keseluruhan		43%	77%	+34%

Berdasarkan data pada Tabel 2, terjadi peningkatan pemahaman pada seluruh indikator evaluasi. Capaian rata-rata keseluruhan peserta sebelum kegiatan (*pre-test*) sebesar 43% meningkat menjadi 77% pada saat *post-test*, dengan persentase kenaikan rata-rata sebesar +34%. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator ke-5 (+42%), yang menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan gambaran konkret mengenai contoh pengemasan produk wisata berbasis narasi kepada para peserta.

3. Masalah Lain yang Terekam

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terekam beberapa kendala utama di lapangan yang dihadapi oleh mitra dalam proses pengembangan produk wisata berbasis *storynomics*, antara lain:

a. Kompleksitas Rekonstruksi dan Penyatuan Narasi Lokal

Mitra mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi keaslian (*autentisitas*) cerita rakyat serta mengumpulkan potongan-potongan sejarah lisan yang masih terfragmentasi di tengah masyarakat. Selain itu, tim menghadapi tantangan dalam menyatukan perbedaan persepsi atau sudut pandang cerita antar warga, serta belum optimalnya kemampuan mitra dalam menggali sejarah dan asal-usul penamaan destinasi wisata ikonik desa (seperti Rawa Serman, Bale Rama, maupun nama Desa Berahan Kulon) secara terstruktur.

b. Keterbatasan Keterampilan Praktis Pemandu Wisata dalam *Storytelling*

Belum pernah adanya pelatihan *storynomics* khusus bagi para pemandu wisata lokal di Desa Berahan Kulon menjadi hambatan mendasar dalam mengimplementasikan narasi budaya yang telah dirancang. Pengelola wisata dan pemandu lokal masih kekurangan penguasaan teknik penyampaian cerita (*storytelling*) yang komunikatif dan persuasif sehingga cara penyampaian informasi kepada wisatawan kurang optimal.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PkM ini berhasil mengatasi krisis inovasi produk wisata di Desa Wisata Berahan Kulon melalui penerapan strategi *storynomics tourism* untuk menghidupkan kembali daya tarik destinasi seperti Rawa Serman. Efektivitas program ini dibuktikan dengan kenaikan pemahaman dan *softskill* peserta secara rata-rata sebesar 34%, dengan peningkatan tertinggi mencapai 42% pada indikator pengemasan contoh produk wisata bernarasi. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat dan perangkat desa telah menguasai kapabilitas dasar dalam mengolah sejarah serta legenda lokal menjadi produk wisata yang berdaya saing.

Sebagai langkah lanjutan, direkomendasikan pendampingan terapan bersama sesepuh desa untuk menyusun naskah narasi baku (*master script*) serta pelatihan khusus *public speaking* dan penyusunan buku saku pemandu wisata lokal. Pada skala pengabdian dan penelitian berikutnya, perlu dilakukan pengembangan digitalisasi narasi (*digital storynomics*) berbasis QR Code di setiap objek wisata serta penyusunan strategi pemasaran konten digital untuk memperluas jangkauan wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini didanai oleh Politeknik Negeri Jakarta melalui Skema Utama Berdampak [Nomor kontrak 527/DST/PL3.14/B/PM.01.03/2026], tanggal 4 Mei 2026. Tim pengabdian juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada Desa Wisata Berahan Kulon, Kabupaten Demak, anggota Pokdarwis dan UMKM yang telah bersedia mengikuti pelatihan serta memberikan data dan informasi berharga kepada tim pengabdian.

REFERENSI

- Arini, N. N., Aditya, I. W. P., Kartimin, I. W., & Raditya, I. P. T. (2022). Storynomics Desa Wisata: Promosi Desa Wisata Munggu Berbasis Narasi Storytelling. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 7(2), 98–109. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud>
- Christiani, L. C., Ikasari, P. N., & Nisa, F. K. (2022). Creative Tourism Development through Storynomics Tourism Model in Borobudur. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(3), 871–884. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i3.4682>
- Djafri, N., Stiadi, M., & Sumiati, S. (2023). Storynomics in the Digital Era: A New Strategy for Creating Engaging Tourist Experiences through Compelling Narratives. *International Journal of Humanities, Social Sciences and Business (INJOSS)*, 2(3), 556–569.
- Edison, E., & Kartika, T. (2024). Pengembangan Storynomic Tourism dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan di Desa Wisata Ciburial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(2), 212. <https://doi.org/10.30647/jip.v29i2.1816>
- Fadillah, F., Santaufanny, A., & Nurjaman, A. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal: Sebuah Kajian Pustaka Terstruktur. *BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual*, 6(4), 775–789. <https://doi.org/10.28926/briliant>
- Kartini, R. A. (2021). Analisis SWOT terhadap Storynomics Tourism sebagai Strategi Promosi Pariwisata (Studi Kasus Kawasan Wisata Kali Cisadane, Kota Tangerang, Banten, Indonesia). *Dynamic Management Journal*, 5(2), 58–69.
- Kertamukti, R., & Nashira K, K. Z. (2022). Storynomics Tourism Strategy in Building Tourism Communications on Ex-War Sites in Yogyakarta. *Proceedings of the Annual International Conference on Social Science and Humanities (AICOSH 2022)*, 39–45. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-87-9_6

- Lisani, N. (2024). Strategi Storynomics dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Budaya di Kepulauan Selayar. *Jurnal Ilmu Budaya*, 12(1), 59–70.
- Machmury, A. (2023). Storytelling-Based Tourism Destinations. *SIGn Journal of Tourism*, 1(1), 28–42. <https://doi.org/10.37276/sjt.v1i1.232>
- Narottama, I. G. H., Mudana, I. G., Murni, N. G. N. S., & Somawati, N. P. (2022). Managing Puputan Badung Storynomics in Denpasar City Tours. *International Journal of Glocal Tourism*, 3(3), 131–143. <https://ejournal.catuspata.com/index.php/injogt>
- Parani, R., Hubner, I. B., & Purba, H. (2024). Storynomic Tourism Strategy of Kebo Ketan Ceremonial Art as a Form of Marketing Communication for Eco-Tourism. *Ettisal Journal of Communication*, 8(2), 21–38. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v8i1.11127>
- Pemerintah RI. (2024). *Asta Cita*.
- Perserikatan Bangsa-Bangsa. (2015). *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan / Perserikatan Bangsa - Bangsa di Indonesia*. <https://indonesia.un.org/id/sdgs>
- Rabbani, S. S., Bachtiar, A., & Wijaya, R. S. (2021). Optimalisasi Pengembangan Pariwisata dan Potensi Ekonomi Lokal Di Kampong Waerebo Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(9), 1753–1774. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i9.313>
- Rero, L. S., & Milyardo, B. (2022). Storynomic Tourism of Batu Cermin Village as New Way in Branding Rural Tourism Destination. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (iCAST-SS 2022)*, 172–175. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_31
- Sari, I. A. L., Putra, I. N. D., Purnawan, N. L. R., & Suardiana, I. W. (2022). Storynomics Bali Aga: Pemanfaatan Cerita Rakyat untuk Promosi Desa Wisata Sidetapa, Kabupaten Buleleng. *JUMPA*, 8(2), 721–740.
- Sari, S. N., & De Fretes, M. S. D. (2021). Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Pembangunan Ekonomi Masyarakat di Pulau Pari Kepulauan Seribu. *Abiwara*, 2(2), 6–11.
- Setyaningsih, U. (2025). *Pengaruh Pariwisata terhadap Perekonomian Lokal di Kawasan Wisata Pantai*. 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.70716/thr.v1i1.55>
- Sukmadewi, N. P. R. (2021). Storynomics Tourism: Kualitas Wisata Desa Tenganan Pegringsingan. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 2(2), 2745–7923.
- Wesnawa, I. G. A. (2022). Pengembangan Pariwisata Perdesaan Bali: Integrasi Potensi, Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(1), 149–160. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i1.44184>