

STRATEGI KELOMPOK SADAR WISATA DALAM PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DENGAN MODEL PENTAHELIX (STUDI KASUS PANTAI WANE KABUPATEN BIMA)

Suci Wulandari¹, Ayatullah Hadi², Ilham Zitri³, Azwar Subandi⁴

¹²³⁴Program Studi Ilmu Pemerintahan, University Muhammadiyah Mataram, suwundari@gmail.com,
hadi.ayatullah@yahoo.co.id, ilhamzitri5@gmail.com

Keywords:

Strategy,
Pentahelix,
Development,
Object,

Abstract: The results of this research are that the strategy carried out by the Pokdarwis for developing tourist attractions turns out to be centered on maintaining tourist attractions, increasing people's knowledge or insight about tourism and also strategies for marketing Pokdarwis which utilize internet social media and also building collaborative relationships with many partners. Pokdarwis works with travel agents, guides and many others to promote tourist attractions so that the reach for promotion can be wider and these are some of the strategies carried out by Pokdarwis to promote tourist attractions. It is proven that several promotional strategies carried out by Pokdarwis can make the market reach wider and local and foreign guests can be reached via the internet and also promotional assistance with partners, and that is one of the strategies carried out by Pokdarwis, and besides promoting tourism, educating It is also important for the community to be carried out by the Pokdarwis, therefore the Pokdarwis holds peats or education for Pokdarwis members and the community in Tolotangga village. This is important to increase the knowledge of the Pokdarwis members and the community itself about the importance of this tourism. Apart from educational promotions, the maintenance of tourist attractions is also carried out by the Pokdarwis which aims to keep tourist attractions clean and tidy and well maintained and this is all part of the Pokdarwis strategy in developing the Wane beach tourist attraction in Tolotangga village, Monta district, Bima district.

Kata Kunci:

Strategi,
Pentahelix,
Pengembangan,
Obyek,

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh pokdarwis dalam pengembangan obyek wisata yang ada di pantai Wane, fokus peneltiian ini adalah pada startegi pokdarwis dalam pengembangan obyek wisata pantai Wane yang ada di desa Tolotangga, Jenis Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sumber data primer data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang dilakukan oleh pokdarwis untuk pengembangan obyek wisata ternyata strateginya berpusat pada pemeliharaan tempat wisata, menambah ilmu atau wawasan masyarakat tentang wisata dan juga strategi untuk pemasaran pokdarwis yang memanfaatkan media sosial internet dan juga membangun hubungan kerja sama dengan banyak mitra pokdarwis terjadi dengan travel agent guide dan juga banyak lainnya untuk mempromosikan tempat wisatanya sehingga dengan begitu jangkauan untuk promosi bisa lebih luas dan itu adalah beberapa strategi yang dilakukan oleh pokdarwis untuk memajukan obyek wisata. Terbukti dengan beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh pokdarwis bisa membuat jangkauan pasar lebih luas dan tamu lokal maupun luar negri dapat terjangkau melalui internet dan juga bantuan promosi dengan mitra, dan itu adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh pokdarwis, Dan juga selain prmosi wisata, mengedukasi masyarakat pun penting untuk dilakukan oleh pokdarwis maka dari itu pokdarwis mengadakan edukasi untuk anggota pokdarwis dan mansyarakat di desa Tolotangga hal

ini penting untuk menambah pengetahuan anggota pokdarwis dan masyarakat itu sendiri akan pentingnya wisata ini. Selain promosi edukasi pemeliharaan tempat wisatapun dilakukan oleh pokdarwis yang bertujuan agar tempat wisata tetap bersih dan rapi juga terpelihara dan itu semua termasuk bagian dari strategi pokdarwis dalam pengembangan obyek wisata pantai Wane yang ada di desa Tolotangga Kecamatan Monta kabupaten Bima.

Article History:

Received: 30-05-2024

Online : 22-06-2024



This is an open access article under the **CC-BY-SA** license



----- ◆ -----

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan aspek industrialisasi modern yang dapat menghadirkan kemajuan ekonomi secara cepat terkait peluang kerja, penghasilan. biaya hidup dalam menjalankan divisi produksi lain dalam negara untuk menerima wisatawan. Bertumbuhnya pariwisata disuatu daerah dapat menimbulkan berbagai keuntungan bagi masyarakat secara ekonomi, sosial serta budaya. Namun, jika pertumbuhannya tidak dilakukan secara prepare dan dijalankan dengan baik, maka bisa memberikan dampak masalah yang menyusahkan atau mungkin merugikan masyarakat (Wardiyanto & Baiquni 2011).

Seiring dengan berkembangnya zaman banyak sekali muncul desa-desa wisata yang tersebar di wilayah Indonesia. Desa wisata menyajikan wisata yang memunculkan tema pedesaan yang nantinya dapat dinikmati oleh pengunjung. Desa wisata sendiri tidak hanya ada di desa-desa yang memiliki potensi wisata melainkan di desa-desa yang mempunyai kemauan untuk mengelola potensi yang ada misalnya pertanian dan perikanan, hal tersebut dapat dijadikan potensi untuk mengembangkan sebuah desa wisata. Salah satu desa wisata yang ada di Indonesia terdapat di wilayah Nusa Tenggara Barat tepatnya di Kabupaten Bima yaitu Desa Tolotangga Kecamatan Monta Kabupaten Bima.

Pantai Wane terletak di ujung selatan kecamatan Monta tepatnya di dusun Wane desa Tolotangga kecamatan Monta kabupaten Bima yang merupakan salah satu daerah tujuan wisata pantai yang sangat indah terletak juga berdekatan dengan pantai Rontu yang berada di dusun Rontu desa Tangga Baru kecamatan Monta. Berbeda dengan pantai Rontu dengan orientasi ombak yang tenang, pantai Wane memiliki ombak yang cukup menjadi buah bibir para peselancar dengan karakter ombaknya yang cukup menantang. Itu salah satu daya tarik Pantai Wane dari beberapa pantai yang ada di kabupaten dan Kota Bima.

Didukung dengan lokasinya yang cukup eksotik. Hanya saja, wisatawan domestik lebih lebih manca negara masih banyak yang ragu untuk mengunjungi lokasi pantai Wane dengan beberapa masalah diantaranya yaitu:

Penataan lokasi, tempat parkir dan yang paling banyak adalah alasan keamanan. Belum adanya jaminan keamanan yang maksimal menjadi faktor utama selama ini, pemerintah desa maupun daerah masih belum menemukan strategi tepat untuk kasus tersebut.

Hal itu mungkin disebabkan karena sumber dana penataan lokasi wisata yang tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit, sehingga pemasukan minim dan tidak cukup membiayai tenaga pengaman yang berkesinambungan.

Sedangkan masalah yang berkaitan dengan Model Pentahelix yaitu, masih lemahnya pengelolaan pariwisata yang baik seperti kurangnya layanan yang berkualitas.

Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti lebih dalam adanya potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Tolotangga, Kecamatan Monta, Kabupaten Bima tentang bagaimana strategi Kelompok Sadar Wisata dalam pengembangan obyek wisata dengan model pentahelix. Tujuannya untuk mengetahui Strategi Kelompok Sadar Wisata dalam pengembangan obyek wisata dengan model pentahelix.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk melihat gambaran keadaan yang sebenarnya yang terjadi di lokasi penelitian yang akan diteliti di desa Tolotangga Kecamatan Monta Kabupaten Bima. Penelitian Kualitatif juga untuk diperoleh suatu data yang mendalam untuk memperoleh hasil penelitian yang maksimal dalam menyusun suatu laporan penelitian (Fauzie, A. 2021). Penelitian ini akan di lakukan di desa Tolotangga Kecamatan Monta Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) penetapan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi tersebut lokasi yang sangat tepat untuk memperoleh data atau informasi yang akurat dan relevan dengan permasalahan penelitian yang ada. Waktu penelitian yang akan ditargetkan oleh penulis yaitu sekitaran Desember – Januari 2023. Jenis data yang akan di kumpulkan melalui penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data observasi dan wawancara.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Desa Tolotangga

Desa Tolotangga adalah desa yang berada di kecamatan monta. Secara topografi merupakan desa pantai/pesisir dengan luas wilayah 2.358 Ha yang digunakan sebagai tanah pemukiman. Desa yang memiliki keunggulan wisata laut bahari ini berbatasan dengan, sebelah utara berbatasan dengan Australia, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Rontu, Sebelah timur berbatasan dengan Desa Tolouwi, sebelah barat berbatasan dengan Desa Parado, Jumlah Penduduk Desa Tolotangga memiliki penduduk 3.194 Jiwa diakhir tahun 2022.

Deskripsi Tentang Wisata Pantai Wane

Pantai Wane merupakan Objek Wisata bahari yang terletak pada Desa Tolotangga, Kecamatan Monta, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Pantai ini memiliki panjang pesisir pantai yang sangat luas, dan beberapa tebing yang membentuk seperti gladiator. Pantai Wane, Kecamatan Monta, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat (NTB) dahulu terkenal dengan kawasan zona merah paling horor karena kabar banyaknya begal.

Tabel 4.1

Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Wane

No	Tahun	Kunjungan
1	2019	21.000 Pengunjung
2	2020	5.000 Pengunjung
3	2021	Tidak dibuka
4	2022	8.000 Pengunjung
5	2023	28.000 Pengunjung

Sumber : Ketua Pokdarwis Tolotangga

2. Pentahelix

a. Akademisi

Akademisi sebagai aktor yang terlibat dalam stakeholder Pentahelix, memiliki kepakaran dan merupakan lembaga penelitian yang berperan dalam pengembangan desa wisata. Dari hasil wawancara dapat dianalisa bahwa strategi Pokdarwis dalam pengembangan obyek wisata dengan model Pentahelix mencakup kolaborasi yang erat antara pemerintah, industri, akademisi, masyarakat, dan media. Mereka menekankan koordinasi yang lebih baik dalam perencanaan, pemasaran berbasis cerita lokal, pelibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan, dan dukungan penelitian dan edukasi dari pihak akademis untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan obyek wisata.

b. Media

Media massa sebagai sarana sosialisasi dalam mempromosikan desa wisata sehingga semakin eksis di mata wisatawan. Komunikasi melalui media sosial yang tepat tentu akan mempengaruhi minat pelanggan untuk berkunjung ke desa wisata. Dari hasil wawancara dengan bapak Suharlin S. Sos selaku ketua pimpinan media Jendela Rakyat (JERAT) dapat dianalisa bahwa dalam hal ini media mengetahui bahwa di Desa Tolotangga memiliki potensi pariwisata yang beritanya dapat disebarluaskan kepada masyarakat melalui Humas dari salah satu komunitas yang ada di desa tersebut. Keterlibatan dari media saat ini sangat penting karena kita melihat di era sekarang masyarakat lebih mengedepankan teknologi komunikasi yang dimana untuk mengakses berbagai informasi yang didapat sangat mudah. Dari hasil wawancara dengan bapak Juliansyah Dermawan selaku ketua Pokdarwis pantai Wane dapat dianalisa bahwa wisata Pantai Wane menggunakan media sosial dan platform digital dari pihak luar sebagai alat mempromosikan keunggulan wisata. Internetlah yang menjadi tulang punggung baru untuk promosi wisata. Pengelola harus memiliki website yang representatif dan informatif, selain itu vlog yang dicantumkan dalam youtube dengan menampilkan keindahan panorama wisata.

c. Bisnis

Bisnis dibidang pariwisata cukup ramai, hal tersebut dipengaruhi oleh peran media sosial dalam mempromosikan daerah-daerah tujuan wisata yang ada. Dari hasil wawancara dengan ibu Masita selaku pelaku UMKM pantai Wane dapat dianalisa bahwa pebisnis merupakan pelaku kreatifitas yang membantu suatu tempat wisata agar dapat dikenang oleh wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Pebisnis ini diharapkan menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Pebisnis juga dapat menjadi ikon dari tempat wisata tersebut karena dapat menimbulkan keunikan dari suatu tempat. Bisnis pariwisata dapat berupa barang atau jasa misalnya seperti, makanan khas, alat tradisional, atau souvenir yang menjadi ikon dari tempat tersebut. Dari hasil wawancara dengan bapak Juliansyah Dermawan selaku ketua Pokdarwis pantai Wane dapat dianalisa bahwa UMKM di wisata pantai Wane memiliki peluang yang tinggi untuk dilakukannya kerja sama dengan pelaku bisnis agar lebih banyak menarik wisatawan berkunjung. Selain itu, masyarakat juga dapat melihat peluang bisnis dengan membuat kerajinan tradisional untuk dijadikan souvenir bagi para wisatawan. Dan keterlibatan UMKM dalam pengembangan obyek wisata tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Berikut jenis usaha dan jumlah pelaku usaha yang terlibat pada Bidang Pengembangan Usaha Wisata Pesona Labibano (Wane) Desa Tolotangga Kecamatan Monta Kabupaten Bima :

Tabel 4.2
Bidang Pengembangan Usaha Offline maupun Online

No	Jenis Usaha	Jumlah Pelaku usaha Usaha
1.	Kuliner	2
2.	Sablon T-Shirt Cotton	2
Total		4

Sumber: Ketua Pokdarwis Tolotangga

Berdasarkan data diatas maka dapat dianalisa bahwa peran media usaha online sangat disukai oleh para masyarakat terutama para pecinta wisata pantai wane, karena dengan adanya media usaha online dapat mempermudah masyarakat untuk lebih cepat dan praktis untuk membeli atau memesan makanan ataupun barang yang masyarakat inginkan. Dengan adanya media usaha online tersebut justru menjadi salah satu daya tarik obyek wisata pantai Wane karena di era sekarang masih sangat jarang adanya layanan seperti itu apa lagi khususnya di pantai Wane yang tempatnya bisa dikatakan berada dipelosok yang lumayan jauh dari kota.

d. Pemerintah

Peran pemerintah dalam mengembangkan potensi pariwisata di diharapkan mampu memberikan kemudahan dalam pengembangan pariwisata pantai Wane, serta terlaksananya kegiatan yang menjadi kerinduan bersama untuk mengembangkan wisata pantai Wane yakni Festival Rimpu Tembe. Dari hasil wawancara dengan ibu Husnul Khotimah M. Hum sebagai Kepala Sub Bagian Program dan Perencanaan di Dinas Pariwisata mengenai strategi pemerintah dalam perkembangan obyek wisata, dapat dianalisa bahwa pemerintah memiliki fokus pada pembangunan infrastruktur, regulasi yang mendukung, promosi wisata secara efektif, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata, memperkuat ekonomi lokal, serta memastikan keberlanjutan lingkungan dan budaya. Pemerintah juga menekankan pentingnya kolaborasi dengan sektor swasta, akademisi, dan masyarakat dalam upaya bersama mengembangkan potensi pariwisata. Dari hasil wawancara dengan bapak Juliansyah Dermawan selaku ketua Pokdarwis pantai Wane maka dapat dianalisa bahwa kolaborasi antara pemerintah dan wisatawan penting untuk mencapai perkembangan wisata yang berkelanjutan dan memuaskan.

Tabel 4.3

Nama lokasi dan jumlah obyek wisata Kabupaten Bima Tahun 2018

NO	NAMA KECAMATAN	JUMLAH WISATA
1	Kecamatan Wawo	10
2	Kecamatan Lambu	24
3	Kecamatan Sape	12
4	Kecamatan Wera	8
5	Kecamatan Ambalawi	4
6	Kecamatan Donggo	8

7	Kecamatan Monta	2
8	Kecamatan Langgudu	8
9	Kecamatan Parado	4
10	Kecamatan Sanggar	6
11	Kecamatan Mada Pangga	7
12	Kecamatan Belo	2
13	Kecamatan Lambitu	4
14	Kecamatan Bolo	2
15	Kecamatan Tambora	6
16	Kecamatan Soromandi	6
17	Kecamatan Woja	5
18	Kota Bima	4
Total		122

Sumber : Data diolah peneliti 2023

e. Masyarakat

Aktor lain yang berperan penting dalam keberhasilan pembangunan pariwisata adalah masyarakat (community). Masyarakat lokal sebagai pemilik dari wilayah pedesaan wajib mendapatkan hak atas pengembangan wilayahnya untuk dikembangkan menjadi desa wisata sehingga mereka dengan senang hati untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan pariwisata. Dari hasil wawancara dengan beberapa wisatawan maka dapat dianalisa bahwa, strategi pengembangan oleh Pokdarwis dianggap positif, tetapi masih perlu perhatian pada aspek-aspek kenyamanan dan fasilitas agar memberikan pengalaman wisata yang lebih baik. Partisipasi dan pengalaman bersama masyarakat lokal dihargai, tetapi ada kebutuhan untuk terus meningkatkan kualitas dan visibilitas obyek wisata. Dari hasil wawancara dengan bapak Juliansyah Dermawan selaku ketua Pokdarwis pantai Wane maka dapat dianalisa bahwa masyarakat dalam hal ini berperan sebagai akselerator dan masyarakat juga sangat berperan penting dalam menjaga dan mengelola suatu destinasi wisata atau sebagai pelantara dan narahubung antar pemaku kepentingan.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang dilakukan oleh pokdarwis untuk pengembangan obyek wisata ternyata strateginya berpusat pada tingkatan promosi, pengembangan SDA, dan dapat dikatakan juga sebagai pemeliharaan tempat wisata, menambah ilmu atau wawasan masyarakat tentang wisata dan juga strategi untuk pemasaran pokdarwis yang memanfaatkan media sosial internet dan juga membangun hubungan kerja sama dengan banyak mitra pokdarwis terjadi dengan travel agent guide dan juga banyak lainnya untuk mempromosikan tempat wisatanya sehingga dengan begitu jangkauan untuk promosi bisa lebih luas dan itu adalah beberapa strategi yang dilakukan oleh pokdarwis untuk memajukan obyek wisata.

Terbukti dengan beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh pokdarwis bisa membuat jangkauan pasar lebih luas dan tamu lokal maupun luar negeri dapat terjangkau melalui internet dan juga bantuan promosi dengan mitra, dan itu adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh pokdarwis, dan juga selain promosi wisata, mengedukasi masyarakat pun penting untuk dilakukan oleh pokdarwis maka dari itu pokdarwis

mengadakan gambut atau edukasi untuk anggota pokdarwis dan masyarakat di desa Tolotangga hal ini penting untuk menambah pengetahuan anggota pokdarwis dan masyarakat itu sendiri akan pentingnya wisata ini. Selain promosi edukasi pemeliharaan tempat wisatapun dilakukan oleh pokdarwis yang bertujuan agar tempat wisata tetap bersih dan rapi juga terpelihara dan itu semua termasuk bagian dari strategi pokdarwis dalam pengembangan obyek wisata pantai Wane yang ada di desa Tolotangga Kecamatan Monta kabupaten Bima.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil yang telah didapatkan oleh peneliti, yang sebelumnya sudah diuraikan, maka hal ini dapat disimpulkan:

Dalam proses pengembangan obyek wisata harus melihat dari beberapa aspek yang diutamakan. Kolaborasi dan kerja sama dari berbagai macam stakeholder juga sangat diperlukan guna untuk mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini diperlukan masing-masing pengembangan dari berbagai stakeholder diantaranya. Stakeholder yang ada di pentahelix ini memiliki peran yang berbeda-beda, bisa dilihat dari pembahasan dari berbagai stakeholder dibagian pembahasan, peran dari berbagai stakeholder sangatlah penting, dikarenakan guna membantu pengembangan dari suatu potensi pariwisata seperti:

1. Akademisi berperan sebagai konsultan atau konseptor dengan mengedepankan teori-teori yang ada dan melakukan sertifikasi sesuai dengan aturan. Akademisi juga dalam hal ini sebagai sumber dari pengetahuan dengan berbagai konsep.
2. Media publikasi, media publikasi sangat membantu desa untuk mempromosikan atau memberikan informasi kepada masyarakat tentang potensi pariwisata yang ada di desa tersebut.
3. Bisnis sebagai objek dari kreativitas dan menciptakan nilai tambah bagi perekonomian sekitar dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan.
4. Dalam pentahelix ini juga melibatkan pemerintah yang di mana pemerintah berperan sebagai pemaku kebijakan atau membuat kebijakan, mengawasi dan memberikan arahan kepada pemaku lainnya.
5. Masyarakat dalam hal ini berperan sebagai akselerator dan masyarakat juga sangat berperan penting dalam menjaga dan mengelola suatu destinasi wisata atau sebagai pelantara dan narahubung antar pemaku kepentingan.

Dari hasil analisis dari semua stakeholder yang sudah didapat, maka ada 2 strategi yang perlu dilakukan untuk pengembangan obyek wisata di pantai Wane agar dapat menjadi obyek wisata yang lebih baik, yaitu:

- 1) Tingkatan Promosi
- 2) Pengembangan Sumber Daya Alam

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkanNya sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan artikel ini dengan judul "**Strategi Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengembangan Obyek Wisata Dengan Model Pentahelix** (Studi Kasus Pantai Wane Kabupaten Bima).

Penulis menyadari bahwa penulisan artikel ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram Bapak Drs. Abdul Wahab, MA
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram Bapak Dr.H. Muhammad Ali, M.Si
3. Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram Bapak Dr. Rossy Maunofa Hidayat, S.IP., M.IP dan Wakil Dekan 2 Bapak Amin Sales, S.Sos, M.I.Kom
4. Bapak Yudhi Lestanata S.IP., M.IP Selaku Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
5. Bapak Hidayatullah S.IP., M.IP Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
6. Bapak Ayatullah Hadi S.IP.,M.IP Selaku Dosen Pembimbing I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
7. Bapak Ilham Zitri S.IP., M.IP Selaku Dosen Pembimbing II Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
8. Yang penulis cintai dan hormati, yakni kedua orang tua (Bapak Suharlin S. Sos dan Ibu Sri Nuryani) yang sudah bersusah payah mendukung saya dan selalu memberikan motivasi, doa dan dorongan material serta moral sehingga saya bisa sampai pada titik ini

REFERENSI

- Hasia, R. (2019). Strategi Pelayanan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Kota Batu (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(2), 136-143.
- Mongkol, C. (2016). Strategi dinas pariwisata dalam mengembangkan potensi wisata budaya di kabupaten minahasa. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 159-181.
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38-44.
- Sari, D. M. (2020). Strategi Pengembangan Obyek Wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah (Studi Kasus Obyek Wisata di Kecamatan Pondok Kelapa). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 102-111.
- Akmaludin, A., & Askafi, E. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Pasca Gempa Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Obyek Wisata Di Kabupaten Lombok Utara. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 154-162.
- Lestanata, Y., & Zitri, I. (2020). Optimalisasi Sektor Pariwisata Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes)(Studi Kasus Pulau KENewa di Desa Poto Tano Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat) Diunduh pada <http://journal.unpacti.ac.id/index.php/JGLP/article/view/35>.

- Akhirman, A., & Nurhasanah, N. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Bahari Desa Pulau Benan Kecamatan Senayang Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau. *Bahtera Inovasi*, 2(2), 163-174.
- Ilham zitri, Yudhi Lestanata, Inka Nusamuda Pratama (2020), Strategi Pemerintah Desa dalam Pengembangan Obyek Wisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) (Studi Kasus Pulau Kenawa di Desa Poto Tano Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat). *Indonesian Governance Journal: Kajian Politik-Pemerintahan*, 3(2).
- Susfenti, N. E. M. (2016). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism-Cbt) Di Desa Sukajadi Kecamatan Carita. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2(1), 75-86.
- Rachman, A. F., Rahmanita, M., & Boediman, S. F. (2016). MODEL PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PARIWISATA DI PANTAI SAWARNA, KABUPATEN LEBAK, PROPINSI BANTEN. *Perpustakaan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*.
- Fauzie, A. (2021). Peranan UKM sambal jeruk (mbohi dungga) terhadap peningkatan pendapatan masyarakat Desa Parado Wane Kecamatan Parado Kabupaten Bima (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- YAN SURYA, Q. I. N. A. N. D. R. A. (2021). *STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (Studi: Pulau Kenawa Di Desa Poto Tano Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Sutiani, N. W. (2021). Peran Serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Taro Kecamatan Tegallalang Kabupaten Gianyar. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 4(2), 70-79.
- Maya, S., & Yohanna, L. (2018). Identification of problems and solution of the micro small middle enterprise with Nvivo-software. *Sosio e-kons*, 10(2), 121-130.