

## PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI DESTINASI WISATA DESA ADAT SUWAT DALAM IMPLEMENTASI PARIWISATA BERKELANJUTAN

I Gede Aryana Mahayasa<sup>1</sup>, Ida Ayu Sasmita Dewi<sup>2</sup>, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari<sup>3</sup>, Putu Yudy Wijaya<sup>4</sup>,  
I Wayan Sudiana<sup>5</sup>, I Wayan Suartina<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,6</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, UNHI Denpasar

<sup>5</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, UNHI Denpasar

Email: [aryanamahayasa@unhi.ac.id](mailto:aryanamahayasa@unhi.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### **Article history:**

Received: 20-11-2024

Revised :11-12-2024

Accepted:16-12-2024

#### **Key words:**

Suwat\_Waterfall,  
Digital\_Promotion,  
Tourism\_Destination

**DOI: 10.62335**

### ABSTRACT

*This community service was carried out in the traditional village of Suwat, Gianyar Regency to help answer the problems faced by the managers and administrators of tourist destinations in Suwat village. The purpose of this community service activity is to provide an understanding of marketing and promotion strategies that can be carried out to increase tourist visits to Suwat village. The training method is used to assist in formulating marketing and promotion strategies for tourist destinations. From this activity, the results obtained are that Suwat Waterfall as a tourist destination in Suwat village has the potential to become a reliable and well-known tourist destination by implementing several marketing and promotion strategies, such as conducting digital promotions, increasing promotional aggressiveness, and establishing cooperation with related parties.*

### ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di desa adat Suwat, Kabupaten Gianyar untuk membantu menjawab permasalahan yang dihadapi oleh pengelola dan pengurus destinasi wisata di desa Suwat. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran dan promosi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa Suwat. Metode yang digunakan adalah dengan metode pelatihan dan pendampingan perumusan strategi pemasaran dan promosi destinasi wisata. Dari kegiatan ini diperoleh hasil bahwa Suwat Waterfall sebagai destinasi wisata di desa Suwat berpotensi untuk menjadi destinasi wisata yang bisa diandalkan dan

terkenal dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran dan promosi, seperti melakukan promosi digital, meningkatkan agresifitas promosi dan menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait.

## **PENDAHULUAN**

Suwat *waterfall* merupakan salah satu badan usaha milik desa adat Suwat yang dikelola oleh desa Adat Suwat dan dikembangkan menjadi destinasi wisata di desa Suwat. Suwat *waterfall* terbentuk ketika para pelaku wisata melihat perkembangan Bali sebagai destinasi wisata yang cenderung mengutamakan keindahan alamnya yang masih alami (natural). Sebagai sebuah badan usaha milik desa yang diharapkan dapat menopang dan meningkatkan perekonomian masyarakatnya, pihak desa adat Suwat berharap bahwa destinasi wisata alam tersebut dapat dikelola dengan baik dan nantinya akan menjadi destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan lokal.

Suwat *Waterfall* menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung dengan menggabungkan keindahan alam yang memukau dan berbagai aktivitas rekreasi yang menarik. Dikelilingi oleh lingkungan yang masih asri dan terjaga, Suwat *waterfall* memberikan suasana tenang dan segar, memungkinkan pengunjung untuk benar-benar merasa menyatu dengan alam. Keindahan air terjun ini semakin ditonjolkan oleh formasi batu-batu besar yang unik, yang tidak hanya menambah estetika, tetapi juga menawarkan aktivitas seru seperti *cliff jumping*. Pengunjung dapat melompat dari atas batu-batu tersebut ke kolam alami di bawahnya, memberikan pengalaman petualangan yang memacu adrenalin. Sebagai penunjang keberadaan objek wisata Suwat *waterfall*, desa Adat Suwat juga memiliki wisata tirta (air) yang merupakan tempat wisata spiritual yaitu tempat *penglukatan*/pembersihan berupa pancoran yang dikenal sebagai pancoran *pitu* (tujuh), yang bernama Pengelukatan Siwa Melahangge. Selain itu, di dekat pancoran juga terdapat area untuk melakukan meditasi, yang memberikan suasana spiritual yang mendalam dengan latar suara gemericik air dan kicauan burung.

Dalam usaha untuk meningkatkan pengelolaan Suwat *waterfall* dan Pengelukatan Siwa Melahangge, sehingga menjadi sebuah daya tarik wisata yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung, maka pihak desa Adat Suwat telah melakukan beberapa kegiatan pendukung. Pengelolaan tempat wisata tersebut sudah disiapkan untuk bisa dikelola dengan baik dan profesional, yang mencakup penyiapan SDM, perbaikan infrastruktur jalan menuju lokasi, penyiapan lahan parkir, serta sarana dan prasarana pendukung lainnya. Pihak desa Adat juga telah memikirkan konsep pemasaran yang baik, sehingga tempat wisata tersebut dapat diketahui dan dikenal secara luas oleh calon wisatawan. Termasuk juga dengan tata kelola keuangannya, karena menyangkut kepentingan pihak desa Adat dan juga seluruh masyarakat, maka perlu sebuah pengelolaan keuangan yang baik, transparan dan akuntabel.

Dalam kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) Universitas Hindu Indonesia tahun 2024, desa Adat Suwat menjadi salah satu lokasi kegiatan KKN mahasiswa UNHI. Dalam usaha untuk ikut serta berperan aktif dalam kegiatan di sekitar lokasi Suwat

*waterfall* tersebut. Melalui kegiatan KKN tersebut juga diperoleh informasi bahwa pihak desa Adat masih memerlukan adanya pendampingan maupun pelatihan-pelatihan yang bisa mendukung harapan untuk bisa mengelola Suwat *waterfall* tersebut secara baik dan profesional.

Secara umum kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bermaksud untuk membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi mitra PkM, dalam hal ini desa Adat Suwat sekaligus memberikan solusi bagi masalah-masalah sosial dan ekonomi yang terjadi pada usaha untuk meningkatkan pengelolaan destinasi wisata di desa adat Suwat sebagai badan usaha milik desa adat, yang dapat memberikan manfaat sosial dan ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat. Dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendampingan dalam menyusun strategi pemasaran destinasi wisata di desa adat Suwat untuk peningkatan sosial dan ekonomi masyarakat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Untuk membantu mencari solusi atas permasalahan yang dialami oleh pengelola badan usaha milik desa Adat Suwat, dalam hal ini dalam pengelolaan destinasi wisata Suwat *waterfall* dan tempat pengalokasian Siwa Melahangge, maka dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dalam menyusun strategi pemasaran destinasi wisata di desa adat Suwat untuk peningkatan sosial dan ekonomi masyarakat. Metode yang digunakan dalam melakukan pelatihan dan pendampingan ini dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan diberikan pada kegiatan pengabdian yang diikuti oleh para pengelola dan pengurus badan usaha milik desa adat Suwat, yang dilanjutkan dengan diskusi, selanjutnya dilakukan pendampingan secara intensif dalam perumusan strategi pemasaran destinasi wisata di desa adat Suwat.

Secara detail, langkah-langkah kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa adat Suwat ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penjajagan kepada mitra untuk identifikasi masalah  
Sebelum mulai memutuskan untuk menentukan jenis kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan, beberapa tim pengabdian telah mendatangi bapak Bendesa Adat Suwat selaku penanggung jawab pengelolaan badan usaha milik desa adat Suwat. Dari pertemuan awal tersebut terungkap bahwa pengelola badan usaha memiliki permasalahan terutama dalam rangka melakukan promosi dan pemasaran destinasi wisata yang dimiliki desa adat Suwat.
- 2) Persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang meliputi penentuan topik kegiatan, penentuan narasumber kegiatan dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- 3) Melakukan analisis SWOT terhadap destinasi wisata Suwat Waterfall yang ada di bawah naungan badan usaha milik desa adat Suwat, Gianyar.
- 4) Melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan perumusan strategi pemasaran destinasi wisata desa Adat Suwat.

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- 1) Metode Pendampingan  
Metode ini digunakan untuk memberikan pendampingan kepada masyarakat, pengawas serta manajer pengelola badan usaha milik desa adat di Desa Suwat dengan penyampaian materi berkaitan dengan penguatan badan usaha milik desa adat yang berkelanjutan ditinjau dari aspek manajemen pemasaran.
- 2) Metode Pelatihan  
Metode ini digunakan untuk memberikan pemahaman dan pelatihan untuk penguatan badan usaha milik desa adat yang berkelanjutan ditinjau dari aspek manajemen pemasaran.
- 3) Metode Diskusi  
Metode ini digunakan diskusi untuk menemukan solusi pemecahan permasalahan dalam penguatan badan usaha milik desa adat yang berkelanjutan ditinjau dari aspek manajemen pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari Minggu, tanggal 1 Desember 2024 tim pengabdian kepada masyarakat telah berkenan diterima oleh Bapak Bendesa Adat Suwat, Bapak Ngakan Putu Sudibya, untuk mendiskusikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh pengelola dan pengurus badan usaha milik desa adat, dalam hal ini pengelolaan Suwat *Waterfall* dan Penglukatan Siwa Melahangge sebagai destinasi wisata di desa Suwat. Dalam pertemuan tersebut, terungkap bahwa pihak desa adat selaku pengelola memiliki beberapa permasalahan terutama terkait dengan strategi pemasaran dan promosi yang bisa dilakukan agar Suwat *Waterfall* dan Penglukatan Siwa Melahangge lebih dikenal lagi oleh wisatawan dan semakin banyak wisatawan yang datang berkunjung ke sana.



Gambar 1. Diskusi Awal Dengan Bendesa Adat Suwat

Setelah mendapatkan informasi mengenai permasalahan tentang pengelolaan destinasi wisata tersebut, selanjutnya tim pengabdian kepada masyarakat berdiskusi untuk menentukan topik kegiatan dan menentukan narasumber yang dapat memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pihak pengelola di desa adat Suwat. Disepakati bahwa topik yang akan diberikan pada kegiatan pengabdian ini adalah "Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran dan Promosi Destinasi Wisata Desa Adat Suwat dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan", dengan

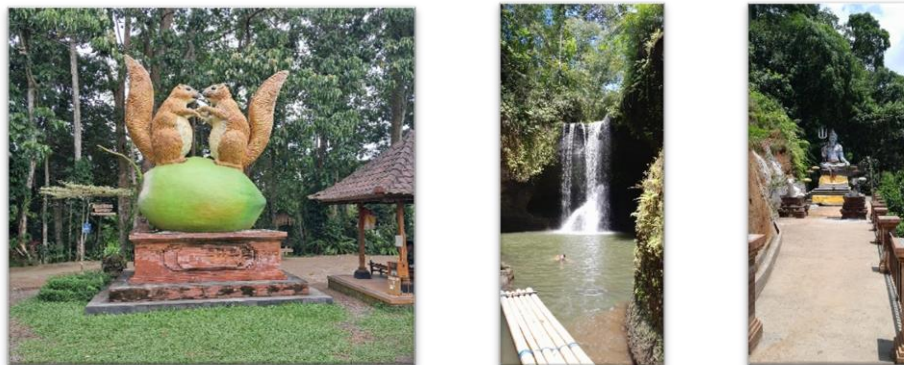
narasumber dosen program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, yaitu ibu Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari, SE., MM.

Sebelum melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan, berdasarkan petunjuk dari narasumber, maka terlebih dahulu dilakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang dimiliki dan sedang dihadapi oleh destinasi Suwat *Waterfall* dan Penglukatan Siwa Melahangge tersebut. Analisis yang dikenal dengan metode analisis SWOT ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Melakukan analisis faktor-faktor internal, yang meliputi evaluasi terhadap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal organisasi pengelola destinasi wisata desa adat Suwat
- 2) Melakukan analisis faktor-faktor eksternal, yang meliputi evaluasi terhadap peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal organisasi.

Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan, dapat diperoleh gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang saat ini dihadapi oleh organisasi pengelola destinasi wisata di desa adat Suwat. Hasil analisis kekuatan organisasi, diantaranya:

- 1) Kekuatan (*strengths*)
  - a) Keindahan alam dan geologi: Air terjun dengan pemandangan alami dan suasana yang tenang serta bebatuan unik yang kaya dengan nilai seni.
  - b) Spot *instagramable*: Patung kura-kura, kolam jernih, dan lingkungan hijau menjadi daya tarik untuk fotografi.
  - c) Akses mudah: Relatif mudah dijangkau dengan sedikit trekking yang aman dan nyaman.
  - d) Berdampingan dengan wisata spiritual: Menawarkan wisata spiritual "Melukat" dengan patung Desa Siwa yang besar.
  - e) Dikelola oleh Desa Adat: Terintegrasi dengan budaya dan masyarakat adat Desa Suwat, memberikan pengalaman wisata yang otentik serta keterlibatan masyarakat adat dalam pengembangan destinasi wisata



Gambar 2. Potensi Kekuatan Organisasi

- 2) Kelemahan (*weakness*)
  - a) Fasilitas terbatas: Toilet, tempat makan, dan area istirahat mungkin kurang memadai dibandingkan destinasi yang lebih populer.

- b) Promosi yang belum maksimal: Belum banyak dikenal oleh wisatawan luar atau internasional.
  - c) Kompetensi SDM: Kurangnya pengetahuan dan skill dalam melayani wisatawan yang berkunjung
  - d) Belum ada kerjasama dengan pelaku wisata dan pemerintah: Belum adanya kerjasama dalam pengembangan destinasi wisata.
  - e) Belum ada produk cinderamata bagi wisatawan: Belum adanya kolaborasi dengan UMKM lokal untuk menyediakan produk souvenir/cinderamata bagi wisatawan.
- 3) Peluang (*opportunities*)
- a) Peningkatan pariwisata lokal: Potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi utama di Gianyar.
  - b) Kerjasama dengan *tour* operator: Dapat meningkatkan jumlah kunjungan melalui paket wisata.
  - c) Ekowisata/wisatawan milenial dan wisatawan minat khusus: Potensi untuk menjadi bagian dari ekowisata, mengedepankan konservasi dan pelibatan masyarakat lokal. Dengan keunikan dan keindahannya, tempat ini cocok untuk menarik wisatawan muda dan wisatawan minat khusus seperti *eco sport tourism*, *spiritual tourism*, dan *wellness tourism*.
  - d) Digitalisasi pemasaran: Aktivitas pemasaran berbasis digital sehingga cakupan pemasaran lebih luas, cepat dan mudah.
- 4) Ancaman (*threats*)
- a) Persaingan destinasi: Banyaknya air terjun dan destinasi wisata di Bali membuat persaingan semakin ketat.
  - b) Kerusakan lingkungan: Jika tidak dikelola dengan baik, pengunjung yang tidak bertanggung jawab dapat merusak keasrian lingkungan.
  - c) Perubahan cuaca dan bencana alam: Risiko banjir atau longsor dapat memengaruhi keamanan dan kenyamanan pengunjung.
  - d) Ketergantungan pada pariwisata: Fluktuasi jumlah wisatawan, terutama saat pandemi atau resesi, bisa mengurangi pendapatan masyarakat lokal.
  - e) Kurangnya kesadaran wisatawan: Tidak semua pengunjung menjaga kebersihan atau mematuhi aturan, yang dapat berdampak pada ekosistem.

Berdasarkan analisis faktor internal dan faktor eksternal tersebut, dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS, maka diperoleh bahwa posisi internal destinasi wisata Suwat *Waterfall* berada pada posisi yang kuat, meskipun terdapat sejumlah kelemahan, seperti terbatasnya fasilitas pendukung dan kompetensi SDM yang dimiliki. Destinasi wisata Suwat *Waterfall* juga menunjukkan posisi eksternal yang menguntungkan, meskipun terdapat ancaman dari kerusakan lingkungan dan kurangnya kesadaran wisatawan. Berdasarkan hasil analisis tersebutlah maka tim pengabdian beserta narasumber melakukan kegiatan pengabdian tersebut untuk menjelaskan dan memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran dan promosi yang bisa dilakukan oleh pengelola Suwat *Waterfall*.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 6 Desember 2024 bertempat di pelataran parkir destinasi wisata Suwat *Waterfall*, desa adat Suwat. Kegiatan pengabdian yang merupakan kegiatan rutin program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas

Hindu Indonesia, dihadiri oleh para tim pengabdian yang merupakan dosen program studi Manajemen, jajaran pimpinan program studi dan dekanat, Bendesa Adat Suwat beserta para pengelola dan pengurus badan usaha milik desa adat, beserta mahasiswa program studi manajemen.

Pada kegiatan tersebut, narasumber Ibu Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari, SE., MM, memaparkan materi dimulai dengan menjelaskan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan sebelumnya bersama tim. Selanjutnya dijelaskan materi mengenai strategi pemasaran dan promosi yang bisa dilakukan oleh para pengelola dan pengurus destinasi wisata tersebut. Peserta kegiatan sangat antusias dalam kegiatan pendampingan aspek pemasaran dan promosi destinasi wisata tersebut. Mereka juga sangat antusias dalam mengikuti pelatihan pengelolaan badan usaha milik desa adat Suwat dalam aspek pemasaran dan promosi tersebut. Setelah selesai kegiatan pemaparan, selanjutnya dilakukan diskusi dan tanya jawab. Diskusi yang dilakukan juga diikuti dengan antusias oleh seluruh peserta yang merupakan pengelola dan pengurus badan usaha milik desa adat Suwat, berkenaan dengan permasalahan dan solusi yang bisa diberikan dalam rangka peningkatan pengelolaan destinasi wisata desa adat Suwat.



**Gambar 3. Registrasi Peserta Kegiatan PkM**



**Gambar 4. Pemaparan Materi oleh Narasumber**



**Gambar 5. Kegiatan Diskusi dan Tanya Jawab**

Dari pemaparan materi pelatihan dan pendampingan serta diskusi yang telah dilakukan, maka disepakati untuk strategi pemasaran dan promosi yang dapat dilakukan oleh pengelola badan usaha milik desa adat Suwat sebagai pengelola dan pengurus destinasi wisata Suwat *Waterfall*, diantaranya adalah:

- 1) Melakukan promosi digital berbasis ekowisata atau *ecosport tourism* atau spiritual *tourism*, misalnya membuat konten media sosial di Youtube, TikTok, Instagram dll (foto, video) yang menonjolkan keindahan alam air terjun suwat, wisata spiritual dan daya Tarik budaya lokal, melibatkan *influencer* atau *travel blogger* untuk mempromosikan air terjun ini, dan membangun positioning yang unik. Misalnya: gunakan tagar spesifik seperti EcoTourismSuwat, #AdventureSuwat, #HiddenGemSuwat untuk meningkatkan isibilitas.
- 2) Melakukan program edukasi dan menawarkan tur yang menonjolkan nilai-nilai keberlanjutan dan cerita lokal, serta membuat paket wisata yang mencakup pengalaman belajar tentang konservasi lingkungan atau budaya lokal untuk mendukung pengembangan *quality tourism*.
- 3) Melakukan kewitraan dengan agen wisata, baik agen perjalanan lokal dan internasional untuk memasukkan Air Terjun Suwat dalam itinerary wisata, dan juga memberikan insentif kepada agen yang berhasil membawa wisatawan dalam jumlah besar.
- 4) Melakukan pengembangan fasilitas di sekitar area destinasi wisata, seperti menambah fasilitas pendukung seperti toilet bersih, area parkir luas, dan tempat istirahat, menyediakan area khusus untuk penjualan souvenir atau kuliner khas Bali yang dikelola masyarakat setempat.
- 5) Melakukan promosi yang lebih agresif, seperti menggandeng platform seperti TripAdvisor, Google Maps, dan Booking.com untuk memaksimalkan ulasan positif, dan membuat acara promosi seperti festival lokal atau lomba fotografi untuk menarik perhatian wisatawan.
- 6) Melakukan diversifikasi wisata, yakni mampu mengembangkan aktivitas tambahan seperti *trekking*, yoga *outdoor*, atau workshop seni Bali di area sekitar, serta membuka akses menuju area wisata lain di dekat Desa Suwat untuk memperluas daya tarik.
- 7) Selain itu, yang lebih penting juga, untuk menjaga keberlanjutan, maka perlu dibuatkan regulasi dan kebijakan yang mengacu pada ramah lingkungan seperti larangan membawa plastik sekali pakai ke area wisata, serta menerapkan tarif konservasi yang digunakan untuk pemeliharaan dan pengembangan destinasi.

Setelah kegiatan diskusi selesai, kemudian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditutup dengan melakukan foto bersama.



**Gambar 6. Foto Bersama Usai Kegiatan**

## KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Tim Pengabdian Masyarakat Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Hindu Indonesia telah melaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan topik “Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran dan Promosi Destinasi Wisata Desa Adat Suwat dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan”, di Desa Suwat Kabupaten Gianyar.
- b) Topik yang disampaikan oleh tim pengabdian tepat sasaran atau sesuai kebutuhan sebagai kontribusi nyata memberikan dukungan dan bantuan kepada badan usaha milik desa adat di desa Suwat khususnya didalam peningkatan objek wisata di Desa Suwat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Sarjana Manajemen dan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata atas dukungan dan pendanaan kegiatan ini, kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu pengelola objek wisata Suwat Waterfall, pengurus badan usaha milik desa adat Suwat, Dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa Program Studi Magister Manajemen, dan mahasiswa proyek desa di Desa Suwat serta tentu saja Bapak Bendesa Adat Suwat beserta staf yang telah memberikan dukungan fasilitas dalam penyelenggaraan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astrama, I. M., & Mahayasa, I. G. A. (2021). Kajian Strategi Pemasaran Obyek Wisata Gunung Kawi Tampaksiring Kabupaten Gianyar Ditinjau dari Persepsi Wisatawan. *Widya Manajemen*, 3(1), 39-56.
- Harofah, C., & Mutaqin, E. Z. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Budaya Yang Berkelanjutan Di Destinasi Wisata Djagongan Koena Kejawa Banyumas. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(1), 14-26.
- Hermawan, H. (2017). Pengembangan destinasi wisata pada tingkat tapak lahan dengan pendekatan analisis SWOT. *Jurnal Pariwisata*, 4(2), 64-74.

Utomo, M. R., Purnomo, M., Siswantoro, A., Jamroni, M., & Chaqqi, M. S. S. (2023). Eksplorasi Potensi Desa Wisata Barito Melalui Media Promosi Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Malang, Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), 436-448.

Abidin, J., Azzahra, P. N., & Qonita, N. H. (2024). Analisis Potensi Wisata Edukasi Di Desa Wisata Ciasmara Kabupaten Bogor. *Jurnal Industri Pariwisata*, 7(1), 75-83.