

**STRATEGI PEMASARAN DESA GEMA BERBASIS  
*COMMUNITY BASED TOURISM (CBT) DI PROVINSI RIAU***

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Ardiyan Ekananda Prayitno

NIM : 216648

Program Studi : Pariwisata

Jenjang : Strata Satu/S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2025**

# STRATEGI PEMASARAN DESA GEMA BERBASIS *COMMUNITY BASED TOURISM* (CBT) DI PROVINSI RIAU

Ardiyan Ekananda Prayitno

216648

## ABSTRAK

Strategi pemasaran Desa Gema berbasis *Community Based Tourism* (CBT) di Provinsi Riau merupakan pendekatan penting dalam memperkuat perekonomian lokal melalui pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam mempromosikan Desa Gema sebagai destinasi wisata, dengan tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip utama CBT seperti partisipasi masyarakat, pelestarian budaya, dan keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dengan pihak-pihak terkait (tokoh desa, pengelola wisata, anggota masyarakat), serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Gema telah melakukan berbagai upaya strategis dalam pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan pemerintah daerah, serta penonjolan daya tarik lokal dan narasi budaya dalam konten promosi. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan, terutama terkait keterbatasan akses infrastruktur digital dan keahlian pemasaran yang profesional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun desa telah menunjukkan kemajuan signifikan, penguatan kapasitas masyarakat dan dukungan terintegrasi dari para pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk mencapai visibilitas yang lebih luas dan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan. Rekomendasi yang diberikan antara lain peningkatan pelatihan pemasaran digital bagi pelaku lokal, peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengembangan konten wisata, serta penguatan kemitraan dengan jaringan pariwisata yang lebih luas demi keberhasilan jangka panjang.

**Kata Kunci:** *Community Based Tourism*, Strategi Pemasaran, Wisata Desa, Partisipasi Masyarakat, Pariwisata Berkelanjutan.

# **STRATEGI PEMASARAN DESA GEMA BERBASIS *COMMUNITY BASED TOURISM (CBT) DI PROVINSI RIAU***

Ardiyan Ekananda Prayitno

216648

## ***ABSTRACT***

*The marketing strategy of Gema Village based on Community Based Tourism (CBT) in Riau Province is an important approach in strengthening the local economy through inclusive and sustainable tourism development. This study aims to analyze how marketing strategies are implemented in promoting Gema Village as a tourist destination, while upholding the main principles of CBT such as community participation, cultural preservation, and environmental sustainability. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of observation, interviews with related parties (village leaders, tourism managers, community members), and documentation. The results of the study show that Gema Village has made various strategic efforts in marketing, such as utilizing social media, collaborating with local governments, and highlighting local attractions and cultural narratives in promotional content. However, there are still challenges, especially related to limited access to digital infrastructure and professional marketing expertise. This study concludes that although the village has shown significant progress, strengthening community capacity and integrated support from stakeholders are needed to achieve wider visibility and sustainable tourism growth. Recommendations provided include increasing digital marketing training for local actors, increasing community participation in developing tourism content, and strengthening partnerships with wider tourism networks for long-term success.*

*Keywords: Community Based Tourism, Marketing Strategy, Village Tourism, Community Participation, Sustainable Tourism.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keanekaragaman yang luar biasa, terbentang dari Sabang sampai Merauke. Keindahan alamnya dan kekayaan budaya, termasuk bentang alam yang terdapat di Indonesia yang beraneka ragam dari ujung aceh sampai papua terdapat berbagai macam keunikan tersendiri, menjadikannya salah satu tujuan wisata terkemuka . Sebagai bagian dari wilayah tersebut, Riau ,khususnya Kabupaten Kampar, merupakan daerah yang memiliki surga tersembunyi yang belum banyak diketahui oleh khalayak umum serta budaya dan sejarah yang unik, salah satunya adalah keindahan desa Gema yang terletak di antara perbukitan dan dikelilingi oleh aliran sungai subayang (Wibowo & Alexander, 2024).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling penting apabila potensi kawasan pariwisata tersebut dikembangkan dengan baik maka akan meningkatkan pendapatan penduduk serta kemajuan daerah tersebut. Sebagai informasi yang dikumpulkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa, turis asing yang datang ke Indonesia pada tahun 2023 rata-rata menghabiskan 7,7 hari dan menghabiskan sekitar \$1.133 per orang. Meskipun demikian, daya saing pariwisata Indonesia masih rendah, menduduki peringkat 70 dari 140 negara dan berada di peringkat ke-12 di kawasan Asia Pasifik, di bawah negara-negara seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand. Ini menunjukkan adanya kebutuhan

untuk mengembangkan atraksi wisata baru yang dapat menarik minat wisatawan lebih banyak lagi.

Pariwisata lahir karena pergerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahui sebelumnya, menjelajahi wilayah wilayah baru, mencari perubahan suasana untuk mendapatkan perjalanan baru. Kegiatan pariwisata awalnya hanyalah sebentar kesenangan belaka yang sederhana, kini pariwisata menjelma menjadi sesuatu yang harus direncanakan, dilaksanakan secara serius, sehingga menjadikannya tidak lagi sederhana (Mappasomba et al., 2024). Selain untuk menikmati keindahan alam, motif pengunjung untuk berwisata adalah menikmati atraksi wisata yang tentunya menjadi daya tarik tambahan bagi suatu destinasi wisata. Atraksi wisata yang diciptakan oleh manusia diantaranya adalah museum, sport tourism, pendopo, dan atraksi budaya.

Dalam pengelolaan pariwisata, desa wisata memiliki identitas tersendiri karena memiliki hubungan erat dengan alam dan masyarakat lokal. Kegiatan wisata dikelola oleh masyarakat dan penduduk sekitar sendiri untuk menunjukkan kebiasaan hidup masyarakat dengan membuat dan mengelola produk lokal (Hasan et al., 2024). Dengan demikian, kegiatan wisatawan tidak dianggap sebagai kegiatan wisatawan jika masyarakat asli pedesaan mengelolanya.. Sejarah Desa Gema: Pada tahun 1962, Kabupaten Kampar dipimpin oleh Bupati Datuk Harunyah, dan Gotong Royong bersama dilakukan selama 7 (tujuh) hari untuk membuka area pemukiman di Desa Gema. Beberapa tokoh masyarakat mengatakan

bahwa Desa ini pernah menjadi pusat konflik selama perang kemerdekaan dan perang PRRI-permesta. Namun Sekarang Desa Gema menjelma menjadi objek wisata yang menjanjikan dan berpotensi untuk dapat ditingkatkan karna mengandung banyak nilai sejarah serta keindahan alamnya pun tidak kalah

Potensi Desa Desa Gema memiliki potensi sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani perkebunan yang dikelola secara perorangan di daerah seluas 650 ha. Ada juga hutan asli seluas 200 ha dan hutan adat seluas 100 ha. Luas sisa 100 digunakan untuk pemukiman dan fasilitas umum seperti lapangan olahraga, perkantoran pemerintah, ruang publik, TPU, bangunan sekolah, tempat ibadah, pasar, dan jalan, sumber dari (kominfo kabupaten Kampar). Sungai Subayang di Desa Gema memiliki lubuk larangan di dalamnya. Pada acara Festival Subayang, ikan dari lubuk ini akan dipanen untuk dilelang dan dimakan bersama di tepi sungai yang menjadikan salah satu *unique seling point* yang tidak dapat ditemui di sea wisata lainya yang ada di Indonesia. Meskipun demikian Desa wisata Gema memiliki potensi besar dalam mengembangkan wisata berbasis alam, terdapat beberapa permasalahan yang perlu mendapat perhatian baik dari pengelola dan masyarakat sekitar. Pertama, persaingan dengan desa wisata yang serupa dan tempat wisata yang menyajikan fasilitas dan pemandangan bentang alam yang lebih bagus, baik di untuk wisatawan maupun masyarakat lokal, menjadi tantangan tersendiri bagi penulis. Banyak wisatawan dan generasi muda yang lebih tertarik pada wisata digital

yang dianggap lebih praktis dan modern, dibandingkan dengan wisata Desa yang tradisional dan mungkin dianggap kuno. Hal ini menyebabkan berkurangnya minat terhadap kunjungan wisatawan dan minat untuk berwisata dikembangkan sebagai daya tarik wisata.

Promosi penting dilakukan sebab sektor pariwisata terus mengalami perkembangan pesat dengan tingkat persaingan semakin ketat. Menurut Satria (2021), promosi adalah proses memberikan informasi persuasi sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Merujuk pada gagasan ini desa wisata Tanjung Belit sebagai badan yang menggerakkan penjualan atraksi wisata Kayak tidak boleh abai tentang masalah promosi. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur perbandingan dalam menentukan keputusan untuk memilih atau membeli suatu produk (Rahmat et al., 2024)

Menurut sumber dari (kominfo kabupaten Kampar) masyarakat Desa Gema terdiri dari orang Minangkabau dan Melayu yang sangat ramah. Mereka hidup bersama dan membantu satu sama lain. Tradisi dan budaya lokal sangat melekat pada kehidupan sehari-hari masyarakat desa. Wisatawan memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan penduduk setempat, belajar tentang kehidupan mereka, dan terlibat dalam aktivitas sehari-hari seperti bertani atau memanen. Orang-orang di Desa Gema tetap menjaga tradisi mereka. Untuk merayakan tradisi lokal, beberapa festival budaya sering diadakan. Subayang Festival adalah festival masyarakat yang terkenal yang menyajikan seni, tarian tradisional, dan

kompetisi olahraga tradisional. Festival ini tidak hanya melestarikan budaya tetapi juga menarik minat kunjungan.

Jika ingin mengunjungi suatu destinasi wisata, tentunya aksesibilitas sangat penting untuk menunjang perjalanan pengunjung menuju destinasi wisata. Aksesibilitas adalah segala sesuatu penunjang perjalanan wisatawan, jalan yang bagus dan transportasi yang memadai menjadi komponen penting untuk aksesibilitas, selain itu jarak destinasi wisata menuju tempat tempat penting seperti : Bandara, Terminal, Kantor Polisi, Supermarket dan juga tempat pengisian bahan bakar menjadi hal penting yang harus diperhatikan (Rizkiyanti et al., 2024). Pemahaman persepsi para wisatawan memiliki peran yang vital dalam memastikan kesuksesan pemasaran destinasi atau lokasi pariwisata, karena hal ini berdampak pada pilihan mereka dalam memilih destinasi, pengeluaran mereka atas barang dan layanan dimasa depan, serta keputusan mereka untuk kembali.

Desa wisata Gema dipilih oleh penulis untuk penulisan artikel ilmiah ini karena memiliki potensi untuk menjadi pariwisata yang berkelanjutan yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. Pengembanagan ini menerapkan konsep wisata berbasis komunitas atau pemberdayaan masyarakat sekitar. Sebagai daya tarik ekonomi, masyarakat sekitar dimotivasi untuk mengelola dan melestarikan desa wisata dengan melakukan aktivitas sehari-hari. Ini tidak hanya dapat meningkatkan hasil pertanian dan sungai tetapi juga dapat menjual paket wisata edukasi kepada wisatawan sayang sekali rasanya jika tidak dikelola dengan baik dan hasil nya dapat dinikmati oleh masyarakat sekitar secara

keseluruhan dan berkat nikmat tuhan yang memberikan keindahan dan surga tersembunyi yang belum banyak dikenali.

Bagi para pecinta alam dan budaya desa gema adalah tempat yang tepat untuk menjelajahi keindahan alam Indonesia sekaligus merasakan kehangatan masyarakatnya yang ramah dan tamah. Dengan segala daya tariknya desa wisata gema siap menyambut setiap pengunjung yang ingin merasakan pengalaman yang berbeda dalam suasana pedesaan yang alami dan autentik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. strategi pemasaran apa yang dapat diterapkan oleh desa wisata Gema dalam meningkatkan minat kunjungan ?
2. Bagaimana peran serta masyarakat Desa wisata Gema dalam upaya meningkatkan minat kunjungan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh desa wisata Gema dalam mengembangkan minat kunjungan
2. Menganalisis peran serta masyarakat Desa wisata Gema dalam upaya meningkatkan minat kunjungan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai Berikut

1. Manfaat teoritis
  - a) Bagi akademis dan pembaca
  - b) Sebagai bahan pedoman dan rujukan untuk penelitian selanjutnya

## 2. Manfaat Praktis

- a) Menjadi sumber pengetahuan terhadap berbagai kalangan dan juga pengelola untuk mengembangkan Desa Gema serta keterlibatan pemeritan dalam pengembangannya
- b) Menjadi peluang bagi pengelola untuk mengembangkan lebih baik lagi terkait daya Tarik dan amenities desa Gema sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat luas.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam artikel ilmiah ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan mengenai kajian teori dan kajian literatur, pada bagian ini hasil penelitian dari berbagai sumber lain yang membahas tema yang sama dengan berbagai macam literatur berisi teori terkait dengan judul penelitian peneliti.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Subjek dan Objek penelitian, Sumber Data, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Uji Keabsahan Data, dan

Teknik Analisis Data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan analisis gambaran umum Desa Gema. Hingga hasil yang didapatkan dari pengolahan data.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Desa Gema dalam meningkatkan minat kunjungan mencakup pemanfaatan media digital, penguatan identitas desa melalui *branding*, kerja sama dengan pihak ketiga, dan pelaksanaan kegiatan wisata tematik. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas, membangun citra positif, dan menarik wisatawan dari berbagai segmen pasar secara efektif.

Peran serta masyarakat Desa Gema dalam pengembangan dan pemasaran desa wisata. Keterlibatan masyarakat melalui penyediaan layanan, pelestarian budaya lokal, partisipasi dalam promosi, Kolaborasi antara masyarakat dan pengelola menjadi kunci utama dalam menciptakan daya tarik yang berkesan bagi wisatawan.

#### **5.2 Saran**

1. Desa Wisata Gema disarankan untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial, situs web resmi, dan platform digital lainnya dalam mempromosikan potensi wisata. Konten yang ditampilkan harus menarik, informatif, dan konsisten guna meningkatkan daya tarik serta jangkauan promosi.
2. Disarankan menjalin kerja sama dengan agen perjalanan, biro pariwisata, dan instansi terkait untuk memperluas jaringan promosi. Selain itu, partisipasi dalam pameran pariwisata dan forum promosi akan membantu meningkatkan eksistensi desa di tingkat regional maupun nasional.

3. Disarankan untuk menyelenggarakan *event-event* rutin seperti festival budaya, kegiatan alam, atau edukasi berbasis tradisi lokal. Event ini dapat dikemas dalam bentuk paket wisata yang menarik dan mudah diakses oleh wisatawan dari berbagai latar belakang.
4. Generasi muda desa perlu dilibatkan dalam kegiatan promosi dan pengembangan wisata melalui peran sebagai duta wisata digital. Mereka dapat menjadi agen promosi yang efektif dalam menjangkau segmen wisatawan muda melalui media sosial dan konten kreatif.
5. Desa disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi pemasaran dan partisipasi masyarakat. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar perbaikan dan inovasi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Gema.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, D. R., Wipranata, B. I., & Santoso, S. (2022). Studi Keberhasilan Pengelolaan Wisata Berbasis Community Based Tourism (CBT)(Studi Kasus: Desa Wisata Pandansari, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah). *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2), 3117-3120.
- Anto, R. P., Nur, N., Yusriani, Y., Ardah, F. K., Ayu, J. D., Nurmahdi, A., ... & Putra, M. F. P. (2024). Metode penelitian kualitatif: Teori dan penerapannya. Penerbit Tahta Media.
- Aulia T. (2023). Teknik Analisis Data: Pengertian, Jenis dan Cara Memilihnya. <https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/>
- 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.
- Astina, I. K., Ulfah, M., & Suyono, A. (2021). Strategi Pemasaran dan Target Pasar dalam Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Ekonomi dan Komunikasi Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 45–52.
- Astuti, R., & Wardani, N. (2020). Strategi Harga dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komunitas. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), 89–95.
- Ardianti, Y., & Eprilianto, D. F. (2022). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata melalui pendekatan *community based tourism* (Studi pada Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto). *Publika*, 10(4), 1269–1282.
- Bandjar, Q. H., Wipranata, B. I., & Wirawati, S. Studi Keberhasilan Pengelolaan Objek Wisata Berbasis *Community Based Tourism* (CBT), Objek Studi: Pantai Ngurbloat, Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (STUPA)*, 3, 3467-3478.
- Darmawan, A. (2021). Strategi Distribusi Digital dalam Pengembangan Desa Wisata di Era Pandemi. *Jurnal Teknologi dan Kepariwisata*, 6(1), 42–50.
- Dewi, R., Musdawina, M., Musdawina, M., Ahmady, Z., Hr, M., & Sakir, S. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(03), 111–121.
- Dibb, S., & Simkin, L. (2008). *Marketing planning: Strategy, environment and context*. Cengage Learning EMEA.
- Eliza, F., Gistituati, N., Rusdinal, R., & Fadli, R. (2024). Analisis Swot Kebijakan Makan Siang Gratis Di Sekolah Menengah Kejuruan. *Juwara Jurnal Wawasan Dan Aksara*, 4(1), 121–129.

- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). *Storytelling: Branding in practice*. Springer.
- Hasan, L. D., Manaf, S., Anas, M., & ... (2024). Pendampingan Pemanfaatan Pangan Lokal Sebagai Produk Kuliner Desa Wisata Langda, Kabupaten Enrekang. *Padaidi ...*, 1(1), 59–72.
- Hafizha, R. M., (2023). Mengenal Apa itu Teknik Analisis Data, Jenis-jenis dan Contohnya. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6548598/mengenal-apa-itu-teknik-analisis-data-jenis-jenis-dan-contohnya>.
- Hartian, M. I. (2024). Pengembangan *Community Based Tourism* di Desa Wisata Krikilan, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen Tahun 2021. *Journal of Politic and Government Studies*, 13(4), 377-396.
- Hafid, H., Amirullah, S., & Edy, S. A. (2023). Pengembangan potensi wisata berbasis community based tourism (CBT) untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Betteng Kecamatan Pamboang. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2469-2478.
- Hapzi, D. T. U., & Khasanah, F. N. (2024). Implementasi konsep wisata berbasis masyarakat sebagai usaha pemberdayaan masyarakat di Muara Gembong. *Jurnal Abdimas*, 7(2), 185–190.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen operasi* (Edisi ke-11, Alih bahasa: Retno Budi S.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hidayati, N., Maulida, L., & Sari, D. (2022). Promosi Digital Berbasis Narasi Lokal pada Desa Wisata. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 10(2), 123–134.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage Books.
- Husni, A Dan Randi, M. (2024). *Jurnal Inovasi Global*. *Jurnal Inovasi Global*, 2(3), 543– 551.
- Irawan, R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pelalawan (Studi Kasus Objek Pariwisata Alam Bono). *Skripsi. Universitas Islam Riau Pekanbaru. Riau*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller K Lane. 2012. 14 Edition. *Marketing Management*. New
- Lao, H., Kabu, E., & Nazarudin, H. (2024). Peran Masyarakat Lokal Dalam Kebijakan Pengembangan Pariwisata Desa Fatumnasi, Timor Tengah Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1967-1976.
- Ma'ruf, A. (2020). Analisis Medan Kekuatan Terhadap Barapan Kebo Sebagai Atraksi Community Based Tourism (Cbt) Di Kabupaten Sumbawa Barat.

- Jurnal Kepariwisata Indonesia : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia, 14(1), 53–65.
- Marini, T., Qur'an, A. A., & Hidayat, M. R. (2023). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Community Based Tourism (CBT) Pada Desa Wisata Situ Tirta Marta Purbalingga Perspektif Islam. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 33-44.
- Mappasomba, Z., Awaluddin, I., Nasrullah, N., & Hakim, D. H. (2024). Perencanaan Pariwisata. Penerbit Qriset Indonesia.
- Nurwahyuliningsih, E., Prihatini, L., Pusnita, I., Itisham, M. H., & Fanagung, A. (2024). Pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 463-474.
- Pambudi, A. S., & Putri, D. M. A. C. (2022). Evaluasi Dukungan Dak Fisik Bidang Pariwisata Bagi Pembangunan Daerah: Studi Kasus Nasional Dan Provinsi Jawa Timur. *Bappenas Working Papers*, 5(1), 31–47.
- Putri, N. U., & Wirawati, S. (2022). Rencana Pengelolaan Kawasan Pariwisata Di Desa Wisata Nawung, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Berbasis *Community Based Tourism*). *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektu(Stupa)*, 4(1), 597.
- Purba, Y. O., Fadhilaturrehmi, F., Purba, J. T., & Siahaan, K. W. A. (2021). Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan.
- Putra, Y. A., Santosa, H., & Rahmawati, D. (2021). Pengembangan Produk Wisata pada Desa Berbasis Community-Based Tourism. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 13(1), 55–66.
- Prabowo, C. S. P. B., Wipranata, B. I., & Santoso, S. (2023). Studi Keberhasilan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis *Community Based Tourism* (Objek Studi: Desa Wisata Tinalah, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Provinsi DI Yogyakarta). *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2), 3085-3100.
- Pearce, P. L. (1990). The role of experience in tourist motivation. In R. W. Butler & D. G. Pearce (Eds.), *Tourism research: Critiques and challenges* (pp. 99–105). Routledge.
- Permatasari, I. (2022). Peran model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (Community based tourism) dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan (Sustainable tourism) di Bali. *Kertha Wicaksana*, 16(2), 164-171.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37.

<https://doi.org/10.1177/002224297403800106>

- Qotrun A. (2021). Penelitian Kualitatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Tujuan, Jenis, dan Prosedurnya. [https://www.gramedia.com/literasi/landfill/#1\\_Pengumpulan\\_data](https://www.gramedia.com/literasi/landfill/#1_Pengumpulan_data)
- Raharjo, D., & Wirahayu, Y. A. (2025). Analisis Penerapan Community Based Tourism Pada Wisata Kampung Keramik Dinoyo, Kota Malang. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(1), 121-133.
- Rahmat, Fa, Susanto, Rd, Damiasih (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Terhadap Minat Pembelianulang Paket Wisata Religi Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi” (Studi Kasus : Travel Umrah Dan Muslimtour Bukittinggi)
- Romlah, S. (2021). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). *Pancawahana: Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1-13.
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42-51.
- Rezeki, F., Setyaningrum, R. P., & Anshor, A. H. (2023). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Untuk Mengembangkan Desa Wisata Dengan Konsep *Cgommunity Based Tourism* di Desa Cibat. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(9), 6207-6212.
- Rizkiyanti, Df. Vitrianto, Pn. Damiasih (2024) Optimalisasi Promosi Dan Manajerial Di Kampung Wisata Pelangi Kota Semarang Giampiccoli , 2020 ). *Pariwisata Saat Ini Telah Menja*.
- Ries, A., & Trout, J. (1981). *Positioning: The battle for your mind*. McGraw-Hill.
- Rifa'i, A. M., (2024). Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan dalam Penelitian Kualitatif. <https://staidasumsel.ac.id/reduksi-data-penyajian-data-dan-penarikan-kesimpulan-dalam-penelitian-kualitatif/>
- Rezki, M. S., (2020). Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. <https://dqqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data#>
- Ratu, C., & Kampana, I. M. A. (2022). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbing Sari, Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN*, 2338, 8811.
- Saputra, D., & Pamungkas, B. D. (2023). Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Rangka Meningkatkan Daya Tarik Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Sumbawa. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 3(1), 21-32.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Prentice Hall.
- Setiawan, H., Shaadikin, R., Ma'ruf, M. R., Ninianti, N., & Rosita, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis *Community Based Tourism* (CBT) Dalam Mewujudkan Desa Wisata Di Desa Sombu Kec. Wangi-wangi Kab. Wakatobi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 1(02), 8-16.

- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Salsabila G. (2025). Teknik Pengumpulan Data Kualitatif: Pengertian, Jenis, serta Validitas dan Reliabilitas Data. <https://jakarta.penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data-kualitatif/>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (1994). *Fundamentals of marketing* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-jenis penelitian dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13-23.
- Saadah, M., Prasetyo, Y. C., & Rahmayati, G. T. (2022). Strategi dalam menjaga keabsahan data pada penelitian kualitatif. *Al-'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54-64.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Saputra, P. P., Hayati, L., & Bahtera, N. I. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Based Tourism dalam Upaya Pengembangan Pariwisata di Pulau Buku Limau, Kabupaten Belitung Timur. *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 29-44.
- Tri, M. (2022). Analisis Pengembangan Desa Wisata Berbasis *Community Based Tourism (CBT)* Pada Desa Wisata Situ Tirta Marta, Desa Karangcegak, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Tampi, E. M. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2022). Strategi Pemasaran: Konsep dan Implementasi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 126–135.
- Wibowo, Y., & Alexander, D. O. (2024). Menilik Potensi Geowisata Desa Gema Melalui Penyuluhan Pada Kelompok Pemuda Sadar Wisata Examining The Geotourism Potential Of Gema Village Through Counseling For Tourism Awareness Youth Groups. *Jurnal Abdimas (Journal Of Community Service): Sasambo*, 6(3), 576–591.
- Wijaya A., & Gischa, S. (2023). 4 Teknik Pengumpulan Data Kualitatif. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/03/130000369/4-teknik-pengumpulan-data-kualitatif#>
- Wicaksono, M. R., Yuniningsih, T., & Hariani, D. (2023). Community Based Tourism dalam Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Kampung

Alam Malon Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JIANA)*, 21(1), 1–9.

Windrianti, W., & Su'eb, M. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Stik Cumi Khas Pulau Saobi Kabupaten Sumenep oleh Penduduk Lokal Ditinjau dari Ekonomi Syariah. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6).