

Evaluasi Produk Wisata Berbasis Pertanian di Desa Adat Tinggan

I Wayan Pantiyasa, Moh Agus Sutiarto, I Nyoman Arto Suprpto

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Bali

Email korespondensi: agussutiarto63@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi produk wisata di desa wisata Pucak Tinggan, dan mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap kinerja pelayanan pengelolanya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan pengukuran CSI (*Costumer Satisfaction Index*). Dari penelitian ini diketahui bahwa produk wisata di desa wisata Pucak Tinggan adalah berupa paket trekking mengunjungi Pura Pucak Mangu, peternakan lebah madu di tengah perkebunan kopi, edukasi biogas, produksi kopi bubuk dan produksi kripik talas. Kondisi sarana pendukung di sepanjang jalur trekking seperti gazebo, tempat selfie dan toilet sudah mengalami kerusakan dan kurang terawat karena terkendala biaya. Pelatihan dan pendampingan telah dilakukan oleh tim dosen IPBI menyoar pada peningkatan sumberdaya pengelola dan produk UKM penunjang yang berbasis pertanian/agro. Kualitas layanan berdasarkan analisis CSI (*Costumer Satisfaction Index*) berada pada katagori memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang menjadi reponden dalam penelitian ini menilai puas terhadap kinerja pengelola wisata di desa wisata Pucak Tinggan.

Kata kunci: desa wisata Tinggan, kepuasan wisatawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the condition of tourism products in the tourist village of Pucak Tinggan, and to measure the level of tourist satisfaction with the service performance of the manager. Data collection methods used are observation, interviews, questionnaires and documentation. While the analytical method used is descriptive qualitative and measurement of CSI (Customer Satisfaction Index). From this research, it is known that tourism products in the tourist village of Pucak Tinggan are in the form of trekking packages visiting Pucak Mangu Temple, honey bee farming in the middle of a coffee plantation, biogas education, production of ground coffee and production of taro chips. The condition of supporting facilities along the trekking route such as gazebos, selfie spots and toilets has been damaged and is not well maintained due to cost constraints. Training and mentoring have been carried out by a team of IPBI lecturers targeting increasing management resources and supporting SME products based on agriculture. Service quality based on CSI (Customer Satisfaction Index) analysis is in the satisfactory category. This shows that tourists who are respondents in this study are satisfied with the performance of tourism managers in Pucak Tinggan tourism village.

Keywords: *Tinggan tourism village, tourist satisfaction.*

PENDAHULUAN

Desa wisata sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan dianggap sebagai alat yang efektif untuk pembangunan berkelanjutan dan dimasukkan ke dalam strategi pembangunan dan konservasi ekonomi berbagai negara. Pengembangan desa wisata dapat menyediakan

keuntungan ekonomis bagi masyarakat, menciptakan berbagai keuntungan sosial maupun budaya, pariwisata, dan dapat membantu mencapai sasaran konservasi lingkungan serta masyarakat memegang porsi besar dari keuntungannya.

Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat diperlukan untuk memberdayakan masyarakat lokal, agar lebih mengenal dan memahami permasalahan di wilayahnya, dan menemukan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Melalui pemberdayaan masyarakat lokal, akan terwujud partisipasi yang baik antara masyarakat setempat dengan industri wisata di kawasan tersebut, dan dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan diharapkan akan terwujud bentuk kerjasama yang lebih baik antara masyarakat setempat dengan industri pariwisata dan Pemerintah (Pitana dan Suryadiarta, 2009; Priasukmana dan Mulyadin, 2001; Sukmana, 2020; Arcana et al, 2021).

Desa wisata akan dapat berkembang dan diminati oleh para wisatawan atau memiliki daya saing apabila dikelola dengan baik. Pengelolaan desa wisata yang profesional membutuhkan strategi mendapatkan nilai lebih dan memadukan berbagai potensi yang ada di kawasan tersebut, sehingga memiliki daya saing dalam pengembangannya.

Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Badung, daerah Badung Utara telah memulai pengembangan pariwisata alternatif yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pariwisata di daerah Badung Utara tidak bisa seperti di daerah Badung Tengah dan Selatan dengan model pengembangan pariwisata massal, dimana pembangunan hotel besar, atraksi buatan dan sarana prasarana lainnya yang menarik para investor besar. Di kawasan Badung Utara, khususnya di desa Pelaga, kegiatan wisata yang berbasis pertanian (agrowisata) sangat potensial untuk dikembangkan. Kawasan pertanian yang terletak di dataran tinggi ini memiliki sumberdaya lokal yang mendukung bagi pengembangan agrowisata, seperti sumber daya manusia, sumber daya alam dan lingkungan, serta dukungan kebijakan dari pemerintah daerah.

Keterbatasan masyarakat lokal dalam penguasaan pengetahuan dan keterampilan mengelola atraksi wisata yang berbasis pertanian mendorong berbagai pihak, baik perusahaan swasta dengan program CSR-nya, maupun dari kalangan perguruan tinggi dengan program Pengabdian Masyarakatnya, berusaha membantu dan mendampingi masyarakat lokal untuk mengembangkan potensi daerahnya tersebut. Desa adat Tinggan yang terletak di wilayah Badung Utara dalam rangka mengembangkan potensi wisatanya yang berbasis pertanian dan ekowisata telah membentuk desa wisata yang disebut Desa Wisata Pucak Tinggan (Dewi Cakti) dan dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dewi Cakti. Dari hasil studi pendahuluan, dalam operasionalnya desa wisata ini belum berjalan dengan baik, belum banyak wisatawan yang berkunjung (rata-rata perbulan kurang lebih 20 orang wisatawan) dan wisatawan datang sewaktu-waktu, serta desa wisata ini belum banyak dikenal oleh wisatawan. Akibatnya operasional berjalan merugi dan pengelola mulai pasif, sehingga sarana prasarana yang tersedia banyak yang mangkrak, seperti *camping ground* yang dibantu CSR (*Corporate Social Responsibility*) BCA terlihat kumuh ditumbuhi rumput liar, semangat pengelola mulai menurun lebih-lebih pada kondisi pandemi covid 19 ini semua kegiatan tidak berjalan (hasil wawancara dengan bendesa adat desa Tinggan dan observasi).

Agar pengembangan pariwisata perdesaan di desa adat Tinggan dapat meningkat dan memberi hasil yang memuaskan diperlukan penelitian untuk mengetahui respon wisatawan terhadap kualitas pelayanan dan produk pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi produk desa wisata Pucak Tinggan dengan fokus kepada kondisi produk desa wisata Pucak Tinggan, dan mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk wisata dan kualitas pelayanannya.

METODE

Penelitian evaluasi produk wisata berbasis pertanian di desa adat Tinggan, kecamatan Petang kabupaten Badung ini menggunakan pendekatan *mix method*, yang memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner terhadap 30 orang wisatawan secara eksidensial sampling.

Analisis data selain dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992). Juga dilakukan analisis secara kuantitatif berupa pengukuran *Costumer Satisfaction Index* (CSI) menurut Irawan (2004) yaitu: $CSI = (\sum WS : 5) \times 100\%$, dengan kriteria:

Nilai Indeks	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Selain pengukuran CSI, dilakukan juga analisis Gap dan perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) menurut Parasuraman *et al* (1990).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Produk Desa Wisata Pucak Tinggan

Desa Wisata Pucak Tinggan (Dewi cakti) yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata Banjar Tinggan telah memiliki produk wisata perdesaan berupa paket trekking mengunjungi objek-objek berbasis pertanian seperti peternakan lebah madu di lahan perkebunan kopi, pembuatan biogas dari kotoran sapi, dan pengolahan kripik talas.

Selama perjalanan trekking yang memakan waktu kurang lebih 4 jam, wisatawan dipandu oleh pemandu yang merupakan anggota Pokdarwis untuk menjelaskan atraksi berbasis agrowisata seperti cara budidaya lebah madu sampai pada proses pembuatan madu. Selama perjalanan juga dijelaskan tentang tanam-tanaman khas yang tumbuh di sekitar jalur trekking yang dilewati. Wisatawan juga diberi kesempatan untuk berfoto-foto di tempat atraksi agrowisata dan di tempat *selfie* yang sengaja dibangun di tempat ketinggian untuk memenuhi keinginan berfoto dengan latar belakang hamparan sebagian dataran rendah pulau Bali.

Untuk menunjang aktivitas trekking ini telah dibangun jalur trekking, papan petunjuk, tempat istirahat berupa gazebo, tempat *selfie*, dan *camping ground* yang dilengkapi dengan tempat pertemuan dan toilet. Sarana penunjang tersebut dibangun melalui bantuan program CSR Bank BCA. Kondisi beberapa sarana ini sudah rusak dan terbengkalai karena terkendala biaya pemeliharaan.



**Gambar 1. Atraksi Wisata Berbasis Pertanian di Desa Adat Tinggan
(Sumber: Tim Peneliti, 2021)**

Melalui Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) yang dilaksanakan oleh IPBI (Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional) selama 2 (dua) tahun, kemudian dilanjutkan dengan program PKM (Pengabdian kepada Masyarakat) internal IPBI selama 6 bulan, telah dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada Pokdarwis untuk meningkatkan tata kelola usaha wisata yang berbasis pertanian tersebut. Pelatihan yang telah dilakukan berupa teknik memandu wisata, pembukuan sederhana, dan penerapan CHSE (*Clean, Health, Safety, and Environmental sustainability*). Pendampingan juga dilakukan terhadap produk penunjang wisata seperti memperbaiki kemasan kripik talas, kemasan kopi bubuk, serta materi promosi di media sosial seperti Youtube, Instagram dan Facebook.

2. Kualitas Pelayanan Produk Wisata Treking di Desa Wisata Pucak Tinggan

Penelitian ini mengevaluasi kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reability*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*emphaty*). Data-data dari variabel ini diungkap menggunakan kuesioner sebanyak 20 atribut, dimana atribut tersebut berasal dari kelima variabel.

- a) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Daya tanggap yang diberikan oleh pihak pengelola desa wisata Pucak Tinggan menurut responden baik. Hal tersebut terlihat dari jawaban responden yang kebanyakan melihat baik pada variabel ini (atribut 1-4).
- b) Kehandalan (*Reability*)
Kehandalan yang diberikan oleh pihak pengelola (pokdarwis) desa wisata Pucak Tinggan dalam katagori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pengelola menurut responden adalah baik (atribut 5-8).
- c) Bukti Fisik (*Tangible*)
Bukti fisik (*tangible*) yang diberikan pihak pengelola desa wisata Pucak Tinggan dalam katagori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi atraksi wisata masih dikatakan baik oleh responden (atribut 9-12).
- d) Jaminan (*Assurance*)
Jaminan dan keyakinan yang diberikan oleh pihak pengelola kepada wisatawan dalam katagori baik. Hal ini terlihat pada tanggapannya terhadap atribut 13-16.
- e) Perhatian (*Emphaty*)

Perhatian (*emphaty*) yang diberikan oleh pihak pengelola dalam katagori baik (atribut 17-20). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan petugas/pengelola baik dalam melakukan hubungan komunikasi dan memahami kebutuhan wisatawan.

3. Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan dengan Menggunakan Metode CSI

Dalam penelitian ini, tingkat kepuasan wisatawan atau *Costumer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar **80,18%** atau **0,80**. Berdasarkan hasil CSI tersebut maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada atraksi treking yang dikelola oleh desa wisata Pucak Tinggan berada dalam katagori **puas**. Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan yang melakukan wisata treking di desa wisata Pucak Tinggan merasa puas terhadap kinerja dan pelayanan yang diberikan pihak petugas/pengelola (Pokdarwis). Hal ini bisa jadi karena telah dilakukannya pelatihan dan pendampingan kepada pengelola (anggota Pokdarwis) terkait tata kelola desa wisata yang dilakukan oleh tim dosen dari IPBI Denpasar.

Kepuasan wisatawan merupakan elemen penting untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Adinegara et al, 2017). Bahkan menurut Hallowell (1996) kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan profitabilitas memiliki hubungan. Kepuasan akan menciptakan loyalitas, serta loyalitas akan berpengaruh terhadap profitabilitas suatu perusahaan atau organisasi.

4. Analisis Gap

Analisis Gap merupakan analisis untuk mengetahui selisih antara tingkat kinerja (*Performance*) dan tingkat harapan (*Importance*). Nilai gap yang positif mengartikan bahwa atribut telah memenuhi kepuasan pengunjung, sedangkan nilai negatif mengartikan bahwa atribut belum memberikan kepuasan. Hasil analisis Gap disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Gap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan

No	Atribut	Kinerja	Harapan	Gap
1	Petugas siap dan tanggap dalam menanggapi respon permintaan yang positif dari wisatawan	4,13	4,08	0,05
2	Petugas siap dan tanggap untuk menanggapi keluhan dari wisatawan	4,09	4,14	-0,05
3	Kecepatan petugas dalam memberikan solusi atas permasalahan dan keluhan wisatawan	4,07	4,11	-0,04
4	Pemberian penjelasan mengenai segala informasi yang dibutuhkan wisatawan sangat jelas dan rinci	4,19	4,03	0,16
5	Kemudahan mendapat informasi dari Petugas Desa Wisata Pucak Tinggan	4,10	4,06	0,04
6	Pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada wisatawan	4,08	4,26	-0,18
7	Tidak membedakan antara wisatawan yang satu dengan lainnya	4,06	4,17	-0,11
8	Kemudahan menjangkau lokasi Desa Wisata Pucak Tinggan	4,18	4,17	0,01
9	Ketersediaan fasilitas di Desa Wisata Pucak	4,12	4,18	-0,06

	Tinggalan seperti tempat istirahat/gazebo, warung			
10	Kebersihan dan kerapian lingkungan atraksi wisata sepanjang jalur trekking	3,81	4,20	-0,39
11	Sarana dan lingkungan pendukung seperti toilet, tempat parkir.	3,66	4,21	-0,55
12	Penampilan petugas yang rapi, bersih dan menarik	3,85	4,08	-0,23
13	Kesesuaian harga paket trekking dengan fasilitas yang diperoleh	3,85	4,16	-0,31
14	Keamanan dan kenyamanan pada saat aktivitas trekking di Desa Wisata Pucak Tinggan	3,95	4,28	-0,33
15	Ketersediaan asuransi dan fasilitas kesehatan (posko kesehatan)	4,11	4,22	-0,11
16	Keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani wisatawan	4,12	4,09	0,03
17	Petugas sangat menghargai serta mengutamakan kepentingan wisatawan	4,08	4,15	-0,07
18	Kejujuran dan kesabaran petugas dalam memberikan pelayanan	4,01	4,17	-0,16
19	Adanya tempat/sarana penyampaian keluhan, kritik maupun saran terhadap mutu pelayanan	3,90	4,20	-0,30
20	Citra atau image di mata wisatawan Desa Wisata Pucak Tinggan	3,96	4,18	-0,22
	Rata-rata	4,016	4,157	-0,14

Berdasarkan Tabel di atas, ternyata tingkat kinerja yang dirasakan pengunjung lebih rendah daripada tingkat kepentingan pengunjung (*performance < importance*) yang ditunjukkan dengan nilai $4,016 < 4,157$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan antara harapan pengunjung dengan kinerja yang diberikan.

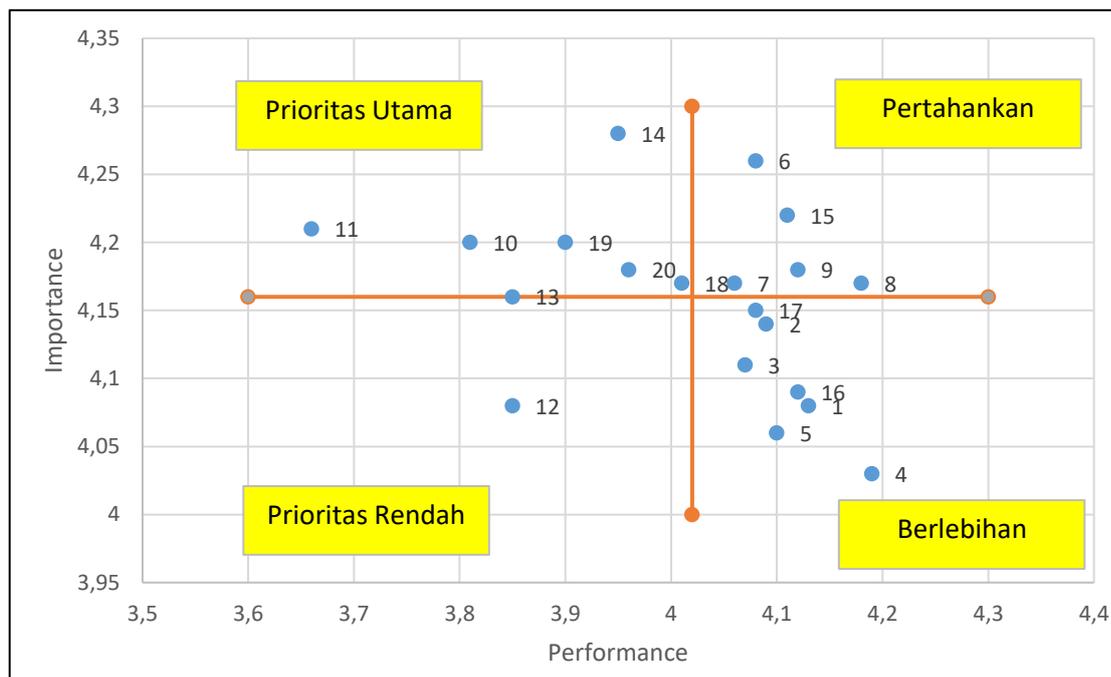
Nilai gap negatif terbesar diperoleh pada atribut sarana dan lingkungan pendukung, seperti toilet, tempat parkir. Hal ini berarti sarana pendukung atraksi wisata di Desa Wisata Pucak Tinggan belum memenuhi harapan wisatawan. Dari hasil ini diharapkan pihak pengelola dapat memberikan perhatian terhadap kondisi sarana pendukungnya, seperti toilet dan tempat parkir.

Sedangkan nilai gap positif terbesar diperoleh pada atribut pemberian penjelasan mengenai segala informasi yang dibutuhkan wisatawan. Hal ini berarti harapan wisatawan telah terpenuhi dan memberikan kepuasan terkait pemberian penjelasan mengenai atraksi wisata di desa wisata Pucak Tinggan yang berbasis agro-ekowisata tersebut.

5. IPA (*Importance Performance Analysis*)

Dari hasil pengolahan data menggunakan *Importance Performance Analysis* diketahui atribut-atribut pelayanan kepada wisatawan yang menjadi prioritas utama, prioritas rendah, dipertahankan, dan berlebihan. Distribusi atribut pelayanan pada setiap kuadran dapat dilihat dalam gambar 2.

Atribut-atribut pelayanan pada kuadran 1 (Prioritas utama) adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan/wisatawan, sehingga harus ditingkatkan. Atribut-atribut tersebut antara lain: Kebersihan dan kerapian lingkungan atraksi wisata sepanjang jalur trekking (10), Sarana dan lingkungan pendukung seperti toilet, tempat parkir (11), Kesesuaian harga paket treking dengan fasilitas yang diperoleh (13), Keamanan dan kenyamanan pada saat aktivitas treking di Desa Wisata Pucak Tinggan (14), Adanya tempat/sarana penyampaian keluhan, kritik maupun saran terhadap mutu pelayanan (19), dan Citra atau image di mata wisatawan Desa Wisata Pucak Tinggan (20).



Pada kuadran 2 (Pertahankan), atribut-atribut pelayanan ini dianggap penting oleh pelanggan, dan dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan, sehingga harus tetap dipertahankan karena semua atribut ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan/wisatawan. Adapun atribut-atribut yang masuk di kuadran ini adalah: Pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada wisatawan (6), Tidak membedakan antara wisatawan yang satu dengan lainnya (7), Kemudahan menjangkau lokasi Desa Wisata Pucak Tinggan (8), Ketersediaan fasilitas di Desa Wisata Pucak Tinggan seperti tempat istirahat/gazebo, warung (9), Ketersediaan asuransi dan fasilitas kesehatan (15), Kejujuran dan kesabaran petugas dalam memberikan pelayanan (18).

Atribut pelayanan di kuadran 3 (Prioritas rendah) yaitu Penampilan petugas yang rapi, bersih dan menarik (12), dianggap kurang penting oleh wisatawan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa, sehingga pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh wisatawan sangat kecil.

Atribut-atribut pelayanan pada kuadran 4 (Berlebihan) dianggap kurang penting oleh wisatawan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Adapun atribut-atribut tersebut antara lain: Petugas siap dan tanggap dalam menanggapi respon permintaan yang positif dari wisatawan (1), Petugas siap dan tanggap untuk menanggapi keluhan dari wisatawan (2), Kecepatan petugas dalam memberikan solusi atas permasalahan dan keluhan wisatawan (3),

Pemberian penjelasan mengenai segala informasi yang dibutuhkan wisatawan sangat jelas dan rinci (4), Kemudahan mendapat informasi dari Petugas Desa Wisata Pucak Tinggi (5), Keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani wisatawan (16), Petugas sangat menghargai serta mengutamakan kepentingan wisatawan (17).

KESIMPULAN

Dari penelitian tentang evaluasi produk wisata di Desa Wisata Pucak Tinggi dapat disimpulkan bahwa produk wisata berupa paket trekking mengunjungi Pura Pucak Mangu, peternakan lebah madu di tengah perkebunan kopi, edukasi biogas, produksi kopi bubuk dan produksi kripik talas cukup menarik, dengan beberapa sarana pendukungnya yang kurang terawat karena terkendala biaya. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan tim dosen IPBI menasar pada peningkatan SDM (Pokdarwis) dalam mengelola produk wisata dan produk UKM penunjang yang berbasis pertanian/agro. Evaluasi terhadap kualitas layanan berdasarkan analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*) berada pada kategori “puas”. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini menilai puas terhadap kinerja pengelola wisata di Desa Wisata Pucak Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinegara, G.N.J., N.W.S. Suprpti, N.N. Kertiyasa, I.P.G. Sukaatmadja. (2017). “Antecedents and Consequences of Tourist Satisfaction: A Literature Review”, *Asean Marketing Journal*. Vol 9 No 1, pp. 40-53.
- Arcana, K.T.P., I.B.G. Pranatayana, N.A. Suprpto, M.A. Sutiarmo, I.M.T. Semara, N.L.P.A. Candrawati, M. Suri. (2021). “Tata Kelola Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal di Desa Tihingan Kabupaten Klungkung”. *Jurnal Abdi Masyarakat*. Vol.1, No.1, pp. 36-45.
- Damanik, J. dan H.F. Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta : Puspar UGM & Penerbit Andi.
- Drumm, A and A. Moore. (2005). *Ecotourism Development: A Manual for Conservation Planners and Managers*. Volume I: An Introduction to Ecotourism Planning (Second Edition). Virginia. The Nature Conservancy.
- Hallowell, R. (1996). “The Relationships of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study”. *International Journal of Service Industry Management*. Vol.7 No.4, pp. 27-42.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning and Integrated Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Irawan, H. (2004). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. (terjemahan). Edisi Millenium Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Miles, B. dan M. Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Tree Press.
- Pitana, I.G. dan Suryadiarta, I.K. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priasukmana, S. dan R.M. Mulyadin. (2001). "Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah". *Info Sosial Ekonomi*. Vol. 2, No.1, pp. 37-44.
- Smith, V.L. dan W.R. Eadington. (1994). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. England: John Wiley & Sons Ltd.
- Sukmana, E. (2020). "Manajemen Desa Wisata". Dalam M.A. Sutiarto (ed). *Manajemen Pariwisata - Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, pp. 95-115.
- Sutiarto, M.A. dan B. Susanto. (2018). "Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru Jawa Timur". *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol.1, No.2, pp. 144-154.
- World Tourism Organization. (2012). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. WTO.
- Yoeti, O.A. (2001). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita