

JURNAL KAJIAN BALI

Journal of Bali Studies

p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698
Volume 09, Nomor 01, April 2019
<http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali>

Terakreditasi Peringkat B Berdasarkan SK Menristek Dikti
No. 12/M/KP/II/2015 tanggal 11 Februari 2015



Pusat Kajian Bali dan Pusat Unggulan Pariwisata
Universitas Udayana

Konstruksi Model Pengembangan Desa Wisata menuju Smart Eco-Tourism di Desa Pakseball, Klungkung, Bali

I W. Pantiyasa

Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional

Email: pantiyasa@stpbi.ac.id

Abstract

The Construction of Tourism Village Development Model towards Smart Eco-Tourism in Pakseball Village, Klungkung Regency, Bali

This article was aimed to formulate the construction of tourism village development model towards smart eco-tourism in Pakseball village, Klungkung regency, Bali. The methods of collecting data included observation, interview, documentation, and Focused Group Discussion. The data were analysed using qualitative method and SWOT analysis. The findings showed that the political will of the government in Klungkung regency and Pakseball village, as well as the participation of the local community had a great contribution to the development of the tourism village. The analysis of internal and external factors were used to formulate alternative development strategies that included conservation and revitalization of arts and culture, nature and environment conservation. Village tourism product development was conducted in a gradual and sustainable manner. Improvement of facilities and infrastructure, included HR Quality Improvement, Strengthening tourism village institutions, marketing systems, and increasing community participation.

Keywords: Construction Model, tourism village development, smart eco-tourism,

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkonstruksi model pengembangan desa wisata menuju *Smart Eco-Tourism Village* di Desa

Paksebali, Kabupaten Klungkung, Bali. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, pencatatan dokumen, *Focused Group Discussion*, data dianalisis dengan deskriptif kualitatif dan analisis *SWOT*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *political will* pemerintah Kabupaten Klungkung, Lembaga Pemerintahan Desa, dan peran serta masyarakat merupakan modal dan pijakan besar untuk konstruksi model pengembangan desa wisata menuju *smart eco-tourism village* di Desa Paksebali. Analisis terhadap faktor internal dan eksternal dilakukan untuk merumuskan strategi alternatif pengembangan Desa Wisata Paksebali yang meliputi melakukan konservasi dan revitalisasi seni dan budaya, pelestarian alam dan lingkungan, pengembangan produk desa wisata secara bertahap dan berkelanjutan, peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan kualitas SDM, penguatan kelembagaan desa wisata, sistem pemasaran, dan peningkatan partisipasi masyarakat.

Kata Kunci: konstruksi model, pengembangan desa wisata, *smart eco-tourism village*,

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam lebih dari setengah abad terakhir. Dalam ungkapan Brunner (2010), kecepatan pembangunan pariwisata dinyatakan bahwa “*Over the past six decades, tourism has been one the word economy's fastest growing sectors*. Pendapat itu sejalan dengan United Nation World Tourism Organization (UNWTO) yang mengakui bahwa sektor pariwisata adalah sektor unggulan (*tourism is leading sector*) dan merupakan salah satu kunci penting untuk pembangunan wilayah di suatu negara dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat.

Sektor pariwisata merupakan penggerak perekonomian masyarakat diharapkan dapat berjalan secara berkelanjutan melalui pengembangan pariwisata kerakyatan. Untuk mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berbasis kerakyatan, diperlukan upaya diversifikasi daya tarik wisata yang berorientasi

pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian seni budaya, dan pembangunan kepariwisataan yang ramah lingkungan. Pengembangan wisata seperti ini kini dikenal juga dengan istilah 'pariwisata pro-rakyat' (Putra dan Pitana, 2010).

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat semakin dianggap sebagai alternatif pariwisata yang berkelanjutan karena menekankan keterlibatan aktif masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata. *Community Based Tourism* (CBT) adalah pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat bagi pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan atau dengan kata lain CBT merupakan alat bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan (Suansri, 2003; Putra ed. 2016). Salah satu representasi dari pembangunan pariwisata berbasis masyarakat adalah pengembangan desa wisata. Pengembangan desa wisata dewasa ini terus didorong oleh pemerintah Indonesia, termasuk juga di Bali.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berakibat kepada cepatnya arus informasi, terjadinya inovasi baru disegala bidang, salah satu inovasi tersebut untuk lebih memajukan desa adalah dengan konsep *smart village*. Membangun desa dengan konsep *smart village* berfokus pada penerapan kecanggihan teknologi di suatu desa, dan bagaimana konsep ini mampu mengubah kondisi masyarakatnya menuju keadaan yang lebih baik dan sejahtera, menumbuhkan kesadaran di masyarakat akan pentingnya sebuah inovasi dalam usaha kecil yang berpotensi untuk menciptakan kewirausahaan, dan meningkatkan kualitas pelayanan di desa agar lebih mampu memberikan kenyamanan dan kepuasan pada masyarakat. Konsep pengembangannya menerapkan teknologi informasi dan komunikasi berbasis komunikasi desa sebagai sebuah interaksi yang kompleks di antara berbagai sistem yang ada didalamnya sehingga bermanfaat bagi warganya secara efektif serta untuk meningkatkan kualitas kehidupan, mengurangi biaya dan sumber konsumsi (Nashuilia, 2015).

Artikel ini menganalisis perkembangan desa wisata Pasek Bali, Kabupaten Klungkung. Tujuannya adalah untuk mengkonstruksi

model pengembangan desa wisata ini menuju *Smart Eco-Tourism Village*. Sebelum analisis, berikut disampaikan gambaran umum pariwisata Klungkung dan Dewa Wisata Pasekbali di antara desa wisata lainnya di daerah ini.



Foto 1. Wajah depan memasuki desa wisata Desa Wisata Pakseballi
(Sumber: Dokumen Pribadi)

2. Pariwisata Klungkung dan Desa Wisata

Kabupaten Klungkung telah mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sektor penyumbang pendapatan daerah. Daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten Klungkung dan cukup populer, seperti Kerta Gosa dan Taman Gili, Pura Goa Lawah, Museum Semara Jaya, Museum lukis Nyoman Gunarsa, Monumen Puputan Klungkung, Desa Kamasan, Bukit Belong, dan Pulau Nusa Penida. Menurut Kadisparda Klungkung, jumlah Kunjungan wisatawan ke berbagai daya tarik wisata di Kabupaten Klungkung tahun 2017 tercatat 378.894 orang dan target tahun 2018 adalah 487.169 wisatawan nusantara maupun mancanegara (Nusa Bali.com 2018). Promosi pariwisata terus ditingkatkan dengan mengadakan festival Klungkung dan Festival Nusa Penida yang diharapkan dapat meningkatkan wisatawan ke Kabupaten Klungkung. Upaya lain dilakukan Pemerintah Kabupaten Klungkung, yaitu menerapkan *Go Digital* bagi pariwisata dengan peluncuran aplikasi Klungkung

Tourism. Aplikasi destinasi pariwisata yang berbasis Android ini dibuat untuk mempromosikan daerah Klungkung.

Sejalan Program Percepatan Pengembangan desa wisata yang dilaksanakan oleh pemerintah melalui Kementerian Pariwisata bersinergi dengan Kementerian Desa Pembangunan Daerah tertinggal dan Transmigrasi untuk mewujudkan 2000 desa wisata, Pemerintah Kabupaten Klungkung telah mengeluarkan Peraturan Bupati No 2 Tahun 2017 tentang penetapan desa wisata. Terdapat 18 desa yang telah ditetapkan menjadi desa wisata seperti dalam Tabel 1

Tabel 1. Desa Wisata di Kabupaten Klungkung

No	Nama Desa Wisata	Kecamatan
1	Desa Wisata Tihingan	Banjarangkan
2	Desa Wisata, Timuhun	Banjarangkan
3	Desa Wisata Bakas	Banjarangkan
4	Desa Wisata Kamasan	Klungkung
5	Desa Wisata Tegak	Klungkung
6	Desa Wisata Gelgel	Klungkung
7	Desa Wisata Besan	Dawan
8	Desa Wisata Posinggahan	Dawan
9	Desa Wisata Pakseballi	Dawan
10	Desa wisata Jungutbatu	Nusa Penida
11	Desa Wisata Lembongan	Nusa Penida
12	Desa Wisata Ped	Nusa Penida
13	Desa Wisata Batu Kandik	Nusa Penida
14	Desa Wisata Tanglad	Nusa Penida
15	Desa Wisata Batu Nunggul	Nusa Penida
16	Desa Wisata Kelumpu	Nusa Penida
17	Desa Wisata Pejukutan	Nusa Penida
18	Desa Wisata Suana	Nusa Penida

Sumber: Perbup Klungkung No.2 tahun 2017

Pengembangan desa wisata tidaklah mudah dan memerlukan komitmen dari para pengelolanya, aparat desa dan peran serta aktif dari warga masyarakatnya. Menurut Wakil Bupati Klungkung bahwa dari 18 desa wisata yang telah terbentuk banyak yang tidak

jalan dan perlu dievaluasi. Ditegaskan oleh Kadispar Klungkung sejumlah desa yang telah ditetapkan sebagai desa wisata itu diakui belum mengalami perkembangan. Hal itu disebabkan minimnya pengetahuan warga tentang pariwisata.

Desa Pakseballi merupakan salah satu dari 18 desa wisata dalam pengembangannya mengalami beberapa kendala, yaitu (1) masih ada banyak potensi atraksi yang memiliki daya tarik belum dikelola dengan baik, (2) kurangnya promosi sehingga kurang dikenal wisatawan, (3) kurangnya membuat terobosan-terobosan dan koordinasi dengan lembaga terkait, (4) Jumlah kunjungan wisatawan asing maupun domestik ke Desa Pakseballi belum sesuai yang diharapkan, (5) manajemen operasional desa masih belum optimal karena kualitas sumberdaya manusia yang belum kompeten, (6) Produk wisata yang telah direncanakan belum dipasarkan dan beberapa masalah lainnya.

3. Kerangka Teori dan Metode

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993). Desa wisata juga merupakan bentuk ekowisata (*eco-tourism*). Ekowisata merupakan suatu bentuk perjalanan wisata yang bertanggung jawab ke area-area alami yang dilakukan dengan tujuan konservasi lingkungan serta melestarikan kehidupan dan menyejahterakan penduduk setempat. Ekowisata merupakan sebuah aktivitas yang ramah lingkungan dan sanggup mendukung konservasi keanekaragaman hayati (Li, 2006 dalam Baksh, dkk., 2012). Menurut GEN (2000 dalam Shodiq (2009), *eco village* adalah konsep tata ruang dan wilayah yang memperhatikan kualitas penduduk dan kualitas ekologis secara holistik karena melibatkan semua dimensi kehidupan makhluk hidup.

Konsep *Smart Village* merupakan sebuah konsep bagaimana suatu desa dapat menyelesaikan berbagai permasalahannya dengan cerdas. Komponen pendukung konsep *Smart Village* antara lain *Smart Institution, Smart Infrastructure, Smart Service Delivery,*

Smart Technology and Innovation, dan *Smart Societis* (Zahrotunnaili, 2018). *Smart village* bertujuan untuk mencapai kebahagiaan hidup, meningkatkan kualitas hidup, efisiensi, dan daya saing, serta memastikan pemenuhan kebutuhan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Diperlukan upaya yang lebih untuk pengembangan desa mengingat kondisi lokal, ketersediaan infrastruktur yang ada, serta ketersediaan sumber daya yang ada dan program terencana serta keterlibatan lintas sektor sebagai kerja bersama untuk mewujudkan *smart village* (Yohana, 2018).

Menurut Priasukmana dan Mulyadin (2001), penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: (1) Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan. dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi. (2). Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata. (3). Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya. (4). Keamanan di desa tersebut terjamin. (5). Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai. (6). Beriklim sejuk atau dingin. (7). Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Beberapa hasil penelitian tentang Strategi pengembangan desa wisata antara lain Joko Utomo, dkk (2017) hasil penelitiannya menyatakan strategi yang digunakan berupa klaster pengembangan desa wisata, lembaga desa wisata dan pengembangan desa wisata dengan tema desa wisata berperspektif *go green* yang unik, khas, dan sehat yang berbasis pada keunggulan hortikultura. Nalayani (2016) hasil penelitian menyebutkan bahwa rencana strategi pengembangan untuk kelompok desa wisata yang sedang berkembang adalah diversifikasi produk wisata, pengelolaan desa wisata yang lebih serius, mempertahankan budaya yang unik, peningkatan kualitas SDM, peningkatan kerjasama antar sektor pendukung pariwisata, peningkatan promosi serta pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan keamanan lingkungan. Sedangkan rencana

strategi pengembangan desa wisata yang belum berkembang adalah penganekaragaman atraksi wisata, pemberdayaan kelompok sadar wisata, mencari potensi yang berbeda dengan desa wisata lainnya, mengemas atraksi wisata sebagai bahan promosi, meningkatkan promosi, penyuluhan tentang desa wisata, membentuk pengelola desa wisata, pemberdayaan masyarakat dalam menciptakan keamanan lingkungan dan peningkatan sarana transportasi.

Sanjaya (2018) menyatakan bahwa strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah melakukan strategi pengembangan kelembagaan dan SDM, strategi promosi, strategi penguatan produk unggulan, dan strategi pengembangan daya tarik wisata berkelanjutan. Sunaryo (2013) menyatakan bahwa untuk mewujudkan pengembangan pariwisata berjalan dengan baik dan dikelola dengan baik maka hal yang paling mendasar dilakukan adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat.

Masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama pentingnya sebagai salah satu pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam pembangunan kepariwisataan, selain pihak pemerintah dan industri swasta. Dalam pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada masyarakat menurut Suansri (2003) dalam Rahayu dkk (2015) menyebutkan prinsip dari *Community Based Tourism* yang harus dilakukan, yaitu (1) mengenali, mendukung, dan mempromosikan kepemilikan masyarakat dalam pariwisata; (2) melibatkan anggota masyarakat dari setiap tahap pengembangan pariwisata dalam berbagai aspeknya; (3) mempromosikan kebanggaan terhadap komunitas bersangkutan; (4) meningkatkan kualitas kehidupan; (5) menjamin keberlanjutan lingkungan; (6) melindungi ciri khas (keunikan) dan budaya masyarakat lokal; (7) mengembangkan pembelajaran lintas budaya; (8) menghormati perbedaan budaya dan martabat manusia; (9) mendistribusikan keuntungan dan manfaat yang diperoleh secara proporsional kepada anggota masyarakat; (10) memberikan kontribusi dengan persentase

tertentu dari pendapatan yang diperoleh untuk pengembangan masyarakat; dan (11) menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungannya.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif berupa pemberian bobot dan rating faktor internal dan eksternal (Rangkuti, 2015) sedangkan kualitatif berupa gambaran pengelolaan Desa Pakseballi meliputi potensi desa wisata, manajemen operasional, kondisi pemasaran, partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Pakseballi.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi ke lapangan, wawancara dengan informan yaitu warga masyarakat dari lima Banjar/Lingkungan wilayah Desa Pakseballi masing-masing banjar 3 orang jadi jumlahnya 15 orang dan kepala lingkungan/Kelian Banjar dari lima banjar di lingkungan Desa Pakseballi berjumlah 5 orang, Pengelola Desa Wisata dan Pengurus Bumdes 5 orang, Kepala Desa dan perangkatnya 3 orang (*Purposive sampling*, (Sugiyono 2004)). Pengumpulan data juga dilakukan dengan studi dokumen melalui file, dokumen berupa foto kegiatan desa wisata, media on line mengenai desa wisata Pakseballi. Pada tahap berikutnya dilakukan *Focused Group discussion (FGD)* yang diadakan di Restoran Kali Unda pada tanggal 27 Juli 2018, yang dihadiri oleh Para Kepala Lingkungan/Kelian Banjar, Pengurus BUMDES, Pengelola Desa Wisata, Ketua Karang Taruna, Babin Pembina desa, Kepala Desa dan sekretaris desa, Kepala seksi desa secara keseluruhan berjumlah 30 orang. Pada FGD dilakukan untuk mendapatkan data dari kondisi internal dan eksternal Desa Wisata Pakseballi para peserta FGD disamping menyampaikan pendapat tentang kondisi internal dan eksternal dan strategi pengembangan Desa Wisata Pakseballi juga diberikan kuisioner yang berisikan pemberian bobot dan rating tentang kondisi internal dan eksternal desa wisata Pakseballi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif berdasarkan panduan konsep analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman (1992), analisis data dilakukan dengan (1) reduksi data, yaitu seleksi terhadap seluruh data yang diperoleh

baik terkait kondisi pengelolaan desa wisata, termasuk menambah data lapangan atau mencari data baru bila dianggap kurang mencukupi, (2) penyajian data terpilih yang dilakukan secara deskriptif dan naratif, dan (3) penyimpulan dari seluruh penyajian data dan analisis sebelumnya. Teknik analisis deskriptif kuantitatif dilakukan dengan analisis SWOT (*Strenght, Weaknes, Opportunity, Threat*). Dalam analisis SWOT dilakukan Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan Analisis EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*). Pemberian bobot 1-6 dan rating 1-4 (Rangkuti, 2015) untuk mendapatkan skor dari IFAS dan EFAS sehingga mendapatkan posisi strategi Pengembangan Desa Wisata Pakseballi, selanjutnya dirumuskan strategi alternatif pengembangannya dan dibuat konstruksi model pengembangan Desa Pakseballi menuju *smart eco-tourism village*.



Foto 2. Daya Tarik Wisata Kali Unda (Sumber: Dokumen Pribadi)

4. Pengelolaan Desa Wisata Pakseballi

Desa Wisata Pakseballi mulai beroperasi sebagai desa wisata tanggal 1 Januari tahun 2017. Data kunjungan wisatawan ke desa wisata Pakseballi belum tercatat dengan baik, menurut Ketua Pengelola desa wisata dan dibenarkan oleh Kepala Desa bahwa kunjungan wisatawan ke desa wisata Pakseballi berkisar 75 sampai 100 orang perharinya dan Daya tarik wisata yang menjadi sentral

kunjungan adalah tepian Sungai Unda karena daya tarik ini merupakan tempat pemberhentian terakhir dari kegiatan *rafting* yang dikelola oleh tiga perusahaan, wisatawan yang telah selesai *rafting* disiapkan makanan dan minuman di restoran yang dikelola oleh Pokdarwis, bekerja sama dengan perusahaan *rafting*. Wisatawan ini 85% wisatawan mancanegara yang berasal dari Eropa (Inggris, Jerman, Prancis, Rusia, Belgia dan lain-lain), Amerika, Jepang, dan Australia. Wisatawan yang datang ke daya tarik Sungai Unda selain tujuan *rafting* tujuan lainnya, yaitu melihat panorama Sungai Unda, swafoto, kuliner, dan menyewa *venue* untuk foto *pra wedding* didominasi (90%) oleh wisatawan domestik.

Destinasi Wisata lainnya yang ada di Desa Paksebbali belum mendapat kunjungan wisatawan maksimal. Menurut salah seorang wisatawan dari Amerika (menginap di Ubud) dia beserta keluarga tertarik mengunjungi desa wisata Paksebbali karena pemandangan alam yang indah, adanya “tirai air” di Sungai Unda, kondisi alam dan suasana alam desa yang *natural*.

Beberapa pemandu wisata mengatakan bahwa para wisatawan tertarik berkunjung ke desa wisata Paksebbali karena adanya kegiatan *rafting*, pemandangan alam yang indah, “tirai air” Sungai Unda, kondisi alam dan suasana pedesaan yang masih alami, adanya budaya yang unik dan langka dan adanya kerajinan masyarakat seperti tenun endek khas Desa Paksebbali dan melukis di atas kaca.

Potensi yang dimiliki Desa Paksebbali untuk dikembangkan menjadi desa wisata jika ditinjau dari 4 A, yaitu *attraction*, *accessibilities*, *amenities*, dan *ancillary*. Berikut dijelaskan satu per satu.

- 1) *Attraction*, atraksi wisata dari potensi alamnya, antara lain : (a) Kali Unda merupakan aliran sungai unda yang membentang luas dan dibangun bendungan dengan membentuk tirai air raksasa, selain dipakai tempat *selfie* dan foto *pra wedding* sungai unda juga dipakai sarana arung jeram. (b) Perbukitan Desa Paksebbali, merupakan deretan perbukitan yang membentang membelah Desa Paksebbali dari arah barat sampai arah timur, perbukitan ini biasanya dipakai sarana *tracking*, *selfie*, dan foto

(c) Taman Seganing, merupakan tempat air suci abadi (tirta) oleh umat hindu atau masyarakat umum dipakai tempat untuk menyucikan diri atau sebagai wisata spiritual.



Foto 3. “Tirai air “ Kali Unda sebagai *Venue foto pra wedding dan selfie*
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Budaya yang dimiliki merupakan atraksi wisata yang sangat menarik antara lain (a) Dewa Masraman, kegiatan ini dilakukan oleh masyarakat Desa Paksewali setiap 6 bulan sekali tepatnya pada hari raya Kuningan. (b) *Malukat geni* atau perang api, kegiatan ini dilakukan oleh masyarakat Desa Paksewali dalam hal ini pesamuan/ Banjar Puri Satria Kawan bertepatan pada hari raya *pengerupakan* sehari sebelum hari raya Nyepi dan dilakukan setiap tahun sekali. (c) Tari Lente. Tarian ini merupakan tarian sakral yang biasanya ditarikan pada saat *piodalan* di Pura Panti Timbrah tepatnya pada saat pahing *piodalan* (upacara). Tarian ini ditarikan oleh para remaja putri penduduk setempat. (d) Pementasan Tari Barong, kegiatan ini dilakukan jika ada permintaan pengunjung atau tamu yang pingin melihat pementasan ini biasanya pada saat kegiatan *prawedding* di wisata Kali Unda.

Desa Pakseballi memiliki berbagai macam kerajinan yang banyak diminati oleh tamu lokal maupun manca Negara, antara lain kerajinan tenun kain endek, prada bludru, atap alang-alang, gambelan, payung adat, lukisan kaca terbalik dan masih banyak lainnya, hal ini juga dapat menjadi atraksi wisata yang menarik.

2). *Accessibilities*. Aksesibilitas yang dimiliki desa wisata pakseballi antara lain : (a) Jalan menuju Desa Pakseballi adalah jalan utama dari kota Semara Pura menuju Kabupaten Karangasem dengan kondisi yang baik dan ditunjang dekat dengan jalan By Pass Prof. Ida Bagus Mantra sehingga sangat mudah akses dari pusat pariwisata Kuta, dan Nusa Dua, (b) Dekat dengan pusat Kota Semara Pura kurang lebih 2 Kilo meter (c) Berada pada jalur perjalanan wisata, Kertagosa dan Goa lawah dan dekat dengan destinasi wisata lainnya seperti Pura Besakih.

3). *Amenities* (Amenitas atau fasilitas). Pengembangan destinasi wisata sudah seharusnya didukung dengan fasilitas-fasilitas untuk membuat wisatawan betah, nyaman, dan aman untuk menikmati wisata di desa Pakseballi. Pengembangan dan fasilitas yang dilakukan antara lain restoran, jalur *tracking* sedang disiapkan dan dirintis jalurnya dan perencanaan akan dilakukan pengerasan sepanjang 3 km, toilet umum, tempat parkir cukup tersedia terutama dapat memanfaatkan sisi lapangan desa, sisi restoran.

4). *Ancillary services* (jasa pendukung pariwisata). Jasa pendukung lain yang tersedia berupa penyediaan penyewaan kendaraan bermotor baik roda dua maupun roda empat oleh masyarakat, jasa pencucian pakaian. Pengelolaan desa wisata Pakseballi berada dibawah Manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) desa Pakseballi yang merupakan unit Usaha disamping unit-unit yang lainnya seperti Unit Usaha Pengelolaan Sampah. Dalam struktur organisasi tidak ada bagian pemasaran. Sumber Daya Manusia yang terlibat tidak memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman pariwisata. Beberapa personel pada jabatan masih rangkap, kondisi

ini mengakibatkan oprasional manajemen tidak berjalan optimal sehingga perkembangan desa wisata agak lambat.

Kondisi pemasaran Desa Wisata Pakseballi dilihat dari *product*, *promotion*, *price*, *place* sebagai berikut:

1) *Product*: Desa Wisata Pakseballi telah memiliki produk yang ditawarkan kepada para wisatawan atau calon pelanggan dibedakan menjadi beberapa antara lain (a) Paket 4 hari Pakseballi life & spiritual; (b) Paket 5 hari Pakseballi Life & Adventure; (c) Paket 5 hari Pakseballi Relax & Joy full; (d) Paket 6 hari Pakseballi smiling Tour; (e) Paket 3 hari Pakseballi Spiritual Tour.

Jasa pemanfaatan Kali Unda sebagai lokasi dokumen *prawedding*. Dengan Pemandangan alam yang eksotik, yaitu tirai air dan batu-batu besar pasangan yang akan melakukan pernikahan dapat membuat foto *pra wedding*. Untuk pembuatan foto *pra-wedding pengelola* menyiapkan anak-anak sebagai pemain latar.

Penjualan makanan dan minuman di restoran. Restoran yang dikelola bernama Restoran Kali Unda menjual makanan dan minuman untuk melayani tamu *group Rafting*. Ada tiga perusahaan yang telah diajak bekerja sama, yaitu Sobek adventure, Bali International Rafting dan Jungle adventure. Pelayanan makanan dan minuman untuk tamu *group rafting* dilayani dengan sistem prasmanan (*buffet*), disamping melayani tamu *group* restoran Kali Unda juga melayani tamu secara *peorangan* dengan menu *alacarte*.

2) *Promotion*. Promosi yang telah dilakukan melalui website Desa Pakseballi dan mengandalkan berita dari mulut ke mulut, memasang benner di objek wisata Tukad Unda. Sistem pemasaran yang dilakukan belum berjalan sesuai dengan harapan karena hambatan sumber daya manusia. Website telah dimiliki sebagai saran pemasaran belum terkelola dengan baik belum memiliki petugas khusus yang menagani. Sarana dan prasarana promosi sangat terbatas seperti belum adanya brosur, kerja sama dengan *travel agent* untuk memasarkan produk belum ada.



Foto 4. Suasana Restoran, para wisatawan menikmati makanan dan minuman setelah kegiatan rafting (Sumber: Dokumen Pribadi)

3) *Price*. Harga Produk desa wisata Pakseballi sebagai berikut (a) Harga Paket tour: masih sedang perancangan karena pengelola belum siap untuk menjalankan; (b) Harga Penyewaan lokasi *Prawedding* Rp.750.000,00 dengan fasilitas anak-anak sebagai figuran pendukung; (c) Harga tiket masuk daya tarik wisata Sungai Unda Rp.10.000,00; (d) Harga Makanan dan minuman di restoran Sungai Unda untuk paket Prasmanan (*buffet*) yang disediakan bagi peserta rafting sebesar Rp. 45.000,00/pax dan menu *alacarte* dibagi dalam kategori, yaitu kode I = Internasional, Kode D = Dometik, Kode L = Lokal

4) *Place*. Tempat untuk memasarkan produk khususnya penjualan makanan dan minuman restoran telah cukup baik, dengan pemandangan Sungai Unda, fasilitas yang tersedia, seperti toilet umum terjaga kebersihannya, tempat bersantai baik, tersedia parkir, tetapi kantor oprasional belum representatif. Akses menuju objek/daya tarik wisata cukup strategis karena dekat objek wisata terkenal Kerta Gosa Semara Pura, ada pada jalur wisata Semarapura - Karangasem.

Desa Wisata Pakseballi dapat tumbuh dan mulai berkembang karena adanya partisipasi masyarakat. Bentuk partisipasi masyarakat antara lain: pada tahap perencanaan mengikuti sosialisasi pariwisata tentang rencana pengembangan desa wisata dari pemerintah Kabupaten Klungkung beserta kepala desa, mengikuti rapat tentang rencana pengelolaan desa wisata terutama diikuti oleh tokoh-tokoh dan pengurus banjar/lingkungan dan desa, memberikan informasi dan ikut mengidentifikasi potensi wisata, memberikan pendapat atau ide tentang rencana pengembangan desa wisata.

Pada tahap pembangunan sarana dan prasarana wisata warga masyarakat berperan aktif seperti terlibat bergotong royong dalam membuat dan menata jalan setapak untuk *jogging track* dan membersihkan selokan, terlibat dalam pelatihan yang dilakukan oleh pengurus pengelola desa wisata. Pada tahap pengelolaan warga masyarakat berperan aktif sebagai : juru masak, pramusaji, juru parkir sekaligus keamanan walaupun dengan imbalan yang sangat minim, bagi masyarakat terutama yang dijadikan atraksi wisata seperti para pengrajin lebih menata lingkungan usahanya supaya kelihatan lebih bersih, menarik dan nyaman bagi pengunjung, warga masyarakat melaksanakan *sapta pesona* seperti menjaga kebersihan rumah dan lingkungannya, menjaga keasrian lingkungannya, tidak membuang sampah sembarangan, bersikap ramah kepada para tamu, menjaga keamanan lingkungannya, warga masyarakat turut mempromosikan tentang desa wisata Pakseballi dari mulut kemulut maupun melalui media sosial.

Bentuk partisipasi lainnya, ikut melaksanakan pengawasan terutama kepada perilaku para pengunjung terutama di tempat yang disucikan, melakukan koreksi kepada jika ditemukan penyimpangan dalam pengelolaan

5. Analisis IFAS dan EFAS Desa Wisata Pakseballi

Berikut adalah analisis faktor internal dan eksternal. Hasil identifikasi faktor dan pemberian bobot dan rating sebagai dasar merumuskan strategi alternatif pengembangan Desa Wisata Pakseballi dapat dilihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Penilaian bobot dan rating SWOT

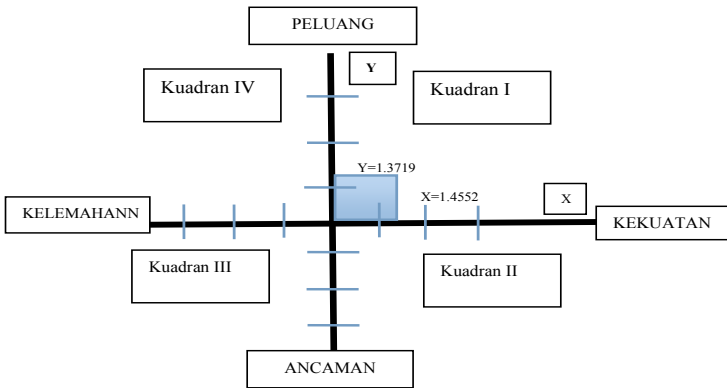
ANALISIS INTERNAL (<i>internal Factor Analysis Strategy</i>)	Bobot	Relatif	Rating	Skor
KEKUATAN (STRANGHT (S))				
Adanya atraksi wisata alam yang menarik seperti tirai air, panorama bukit yang indah	5.6	0.0856	3.4	0.2911
Memiliki seni budaya yang langka dan unik seperti prosesi dewa mesraman, melukat geni, Tari Lente	5.5	0.0841	3.5	0.2943
Memiliki berbagai usaha kerajinan tradisional, yang telah memiliki ciri khas seperti tenun khas Desa Paksebbali, melukis di atas kaca, membuat sarana upakara agama Hindu seperti melukis umbul-umbul, prada, hiasan pelinggih, perintisan pembuatan <i>virgin oil</i> .	5.3	0.0810	3.6	0.2917
Memiliki lokasi yang disucikan sebagai atraksi spiritual seperti taman seganing, pura beji untuk pembersihan diri, pura yang dapat dijadikan daya tarik wisata	4.5	0.0688	3.4	0.2339
Memiliki akses yang strategis yaitu ada pada jalur Pariwisata yang terkenal di Bali seperti Kertagosa Semar pura, Goa lawah, Candi dasa, Tirta Gangga, Karang Asem, dekat dengan Ubud, Pura Besakih	4.8	0.0734	2.4	0.1761
Fasilitas kebutuhan pariwisata telah tersedia : restoran, tempat parkir, <i>joging track</i> , toilet umum	5.1	0.0780	3.6	0.2807
Memiliki web-site sebagai media promosi	4.2	0.0642	3.7	0.2376
Memiliki produk desa wisata seperti penjualan makanan dan minuman, penyewaan lokasi foto <i>pra wedding</i> ,daya tarik wisata kali unda	5.6	0.0856	3.5	0.2997
Adanya dukungan yang besar dari masyarakat	5.5	0.0841	3	0.2523
JUMLAH	46.1	0.7049		2.3576
KELEMAHAN (WEAKNESS (W))				
	Bobot	Relatif	Rating	Skor
Kemampuan sumberdaya manusia dalam pengelolaan/Manajemen oprasional masih kurang dilihat dari latar belakang pendidikan dan pengalaman	2.2	0.0336	3.2	0.1076
belum jalannya usaha penjualan paket tour	1.2	0.0183	3.3	0.0606
Manajemen oprasional belum berjalan dengan baik dimana masih banyak rangkap jabatan	3.2	0.0489	2.2	0.1076
Belum memiliki tenaga pemasaran produk	1	0.0153	3	0.0459
Kurangnya mitra kerja usaha dalam memasarkan produk	2.1	0.0321	3.6	0.1156
Belum siapnya paket wisata untuk dijual, karena belum memiliki pemandu wisata ,penetapan harga	2	0.0306	3.8	0.1162
Belum memiliki sarana dan prasarana penjualan tiket masuk ke daya tarik wisata Kali Unda	1	0.0153	3.2	0.0489
Belum memiliki standar keamanan bagi para wisatawan	1	0.0153	2.3	0.0352
Belum memiliki sistem oprasional berbasis informasi teknologi (IT) seperti transaksi keuangan, sistem pemesanan	1.2	0.0183	3.4	0.0624
Adanya kebiasaan masyarakat menggunakan kali Unda (pusat lokasi daya tarik wisata) untuk mandi,mencuci, buang air besar(MCK)	2.3	0.0352	3.2	0.1125
Keterbatasan dana dalam pengelolaan Desa wisata	2.1	0.0321	2.8	0.0899
JUMLAH	19.3	0.2951		0.9024
Total bobot x skor (IFAS)	65.4	1.0000		3.2601
ANALISIS EFAS (Eksternal Factor Analysis Strategy)				
KESEMPATAN /PELUANG (OPPUTUNITY (O))				
	Bobot	Relatif	Rating	Skor

Dukungan dari pemerintah Kab. Klungkung sangat baik	5.8	0.1371	3.2	0.4388
Adanya regulasi yang memberi kemudahan dalam pengembangan desa wisata	4.5	0.1064	3.1	0.3298
Minat wisatawan untuk mengunjungi eko wisata, semakin meningkat baik wisatawan manca negara , domestik maupun lokal	4.4	0.1040	3.4	0.3537
Minat masyarakat untuk melakukan pra wedding berlatar belakang alam semakin meningkat	5.4	0.1277	3.5	0.4468
Sangat terbuka bantuan dari perguruan tinggi, Pemda Kabupaten Klungkung dan instansi pemerintah lainnya.	5.5	0.1300	3	0.3901
Kemajuan teknologi komunikasi	4.5	0.1064	3	0.3191
JUMLAH	30.1	0.7116	2.2783	
ANCAMAN (THREAT (T))	Bobot	Relatif	Rating	Skor
Terjadinya Erupsi Gunung Agung, dimana aliran lahar dingin mengalir ke Kali Uda sehingga terjadi pendangkalan sehingga dapat mengganggu atraksi buatan yang tersedia dan juga mempengaruhi kedatangan wisatawan	2.2	0.0520	3.2	0.1664
Terjadinya pencemaran lingkungan Kali unda akibat akibat dari aktifitas masyarakat seperti nyuci, mandi dan ulah wisatawan yang membuang sampah sembarangan	3	0.0709	3.1	0.2199
Tuntutan kepuasan wisatawan semakin meningkat	4	0.0946	3.4	0.3215
Terjadinya perilaku wisatawan yang tidak sesuai norma adat	3	0.0709	2.8	0.1986
JUMLAH	12.2	0.2884	0.9064	
Total bobot x Skor (EFAS)	42.3	1		3.1846

Sumber : data diolah peneliti (2018)

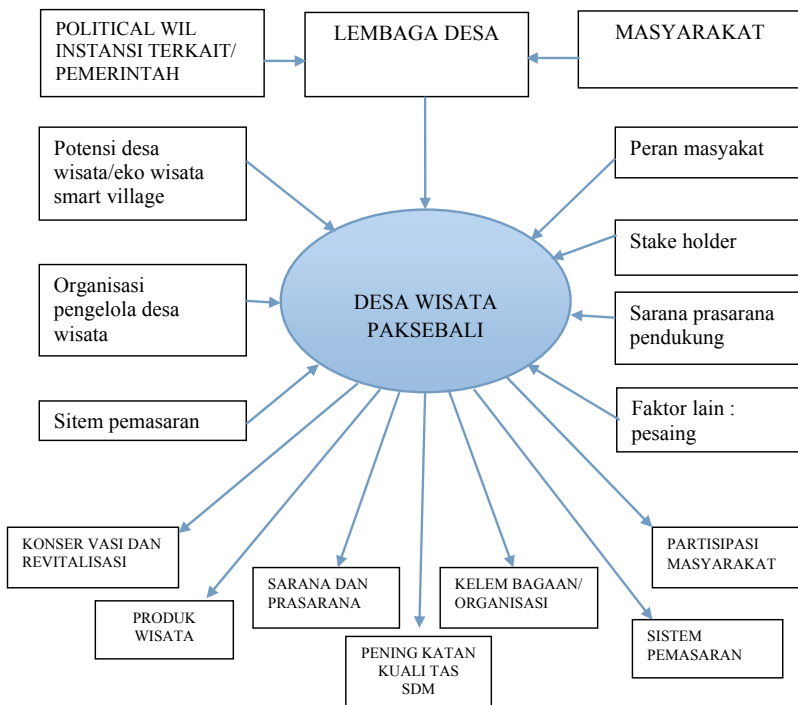
Berdasarkan Tabel 2 dapat dibuat diagram analisis SWOT Pengembangan Desa Pakseballi menuju *smart eco village destination*, dimana diketahui jumlah skor komponen *Strengths* adalah 2.3576, jumlah skor komponen *weaknesses* adalah 0.9024, jumlah skor komponen *opportunities* adalah 2.2783 jumlah skor komponen *threats* adalah 0.9064. Total Skor IFAS (jumlah skor strengths +jumlah skor weaknesses) adalah $2.3576 + 0.9024 = 3.2601$. Total Skor EFAS (jumlah skor *opportunities* + jumlah skor *threats*) adalah $2.2783 + 0.9064 = 3.1846$, dari skor-skor ini dapat dicari titik kordinat sumbu X dan Y. Titik kordinat sumbu X yaitu mengurangi skor total komponen *Strengths* (S) dengan skor komponen *weaknesses* (W) sebagai berikut : $2.3576 - 0.9024 = 1.4552$ (positif) Titik kordinat sumbu Y yaitu mengurangi skor total komponen *opportunities* (o) dengan skor komponen *threats* (T) sebagai berikut: $2.2783 - 0.9064 = 1.3719$ (positif) maka posisi Desa Pakseballi berada pada kuadran I yaitu *growth oriented strategy*, yaitu kondisi menguntungkan bila Desa Wisata Pakseballi

mampu memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk tumbuh dan berkembang. Kondisi ini dapat digambarkan dalam gambar lima berikut ini :



Gambar 1. Kuadran analisis SWOT

6. Konstruksi Model *Smart Eco-Tourism Village*



Gambar 2. Konstruksi Model Pengembangan Desa Wisata Paksewali Menuju *Smart Eco-Tourism Village*

Berdasarkan Gambar 2, Konstruksi Model pengembangan Desa Wisata Paksebalı bahwa peranan *political will* dalam upaya mengembangkan pariwisata Kabupaten Klungkung sangat penting karena sebagai otoritas pemerintahan Kabupaten Klungkung beserta instansi terkait. Sudah tentu hal ini harus didukung oleh peran serta masyarakat dalam membuka usaha-usaha yang berkaitan dengan kepariwisataan.

Pihak pemerintah kabupaten mempunyai kewenangan dalam hal landasan hukum dan kebijakan pariwisata serta di sisi lain dukungan masyarakat merupakan modal dan pijakan yang sangat besar bagi lembaga Desa Paksebalı untuk melakukan pengembangan desa wisata, berdasarkan aspek-aspek penting desa wisata. Tahapan penting yang perlu dilakukan sesuai dengan skema di atas adalah; melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal seperti telah diuraikan di atas, seperti potensi desa wisata/ ekowisata, organisasi pengelola desa wisata, sistem pemasaran, peran serta masyarakat, *stakeholder*, sarana dan prasarana pendukung, dan faktor-faktor lain. Selanjutnya disusun strategi pengembangan alternatif dalam pengembangan Desa Wisata Paksebalı menuju *smart eco-tourism village* adalah sebagai berikut.

Pertama, melakukan konservasi dan revitalisasi terhadap seni, seperti tari lente, barong, seni lukis prada, seni lukis kaca, dan lain-lain, budaya seperti prosesi dewa *mesraman*, *melukat geni*, dan upacara agama lainnya. Pelestarian alam dilakukan secara maksimal seperti menjaga kebersihan aliran Sungai Unda, pemasangan pengumuman yang tidak boleh dilakukan di tempat-tempat yang disucikan

Kedua, pengembangan produk desa wisata secara bertahap dan berkelanjutan dengan melakukan *launching* paket wisata yang telah tersusun, meningkatkan kualitas dan penambahan variasi makanan dan minuman serta layanan di restoran, mengadakan inovasi terhadap penyewaan venue *prawedding*, mempersiapkan layanan penginapan bagi calon wisatawan dengan pemanfaatan rumah penduduk, memberi pembinaan kepada para pengrajin

dalam penataan usahanya agar bersih, sehat dan rapi sehingga dapat dijadikan atraksi wisata yang menarik, membuat standar keamanan produk, menyediakan wadah bagi wisatawan untuk menyampaikan keluhan dan saran saran, menyediakan rambu-rambu untuk keselamatan wisatawan, memberikan jaminan asuransi kepada para wisatawan.

Ketiga, peningkatan sarana dan prasarana seperti penataan dan penambahan venue selfi, penataan parkir, jalan masuk, pintu masuk daya tarik Sungai Unda, perawatan *jogging track*, pemeliharaan dan pelestarian aliran Sungai Unda, pemeliharaan kebersihan toilet umum, penanganan sampah terutama sampah plastik.

Keempat, peningkatan Kualitas SDM: Mengadakan pelatihan pemandu wisata, bahasa inggris, Pelayanan/penyediaan *homestay*, tata hidang dan tata boga, melakukan study banding ke desa wisata yang telah maju.

Kelima, penguatan kelembagaan desa wisata: menambahkan bagian pemasaran dalam struktur organisasi dan merekrut tenaga yang profesional.

Keenam, membuat aplikasi berbasis *technology information* dalam pemasaran desa wisata, pemanfaatan media sosial dalam melakukan promosi, mempromosikan produk kepada calon konsumen potensial, seperti sekolah tingkat SMA, Perguruan Tinggi, instansi Pemerintah maupun swasta, melakukan kerjasama yang lebih banyak dengan pengusaha travel (*travel agent*), perusahaan *rafting*, desa wisata luar Bali, seperti Jawa, Sumatra, dan daerah lainnya kerja sama sama dengan *stakeholder* pariwisata, seperti ASITA dan HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia).

Ketujuh, peningkatan partisipasi masyarakat memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang kelestarian lingkungan, kebersihan, pencemaran lingkungan, membuat aturan/larangan tentang pembuangan sampah di lingkungan objek wisata memaksimalkan peran masyarakat dalam mengimplementasikan saptapesona, khususnya yang berhubungan dengan kepariwisataan. Kerja sama pada skema tersebut akan menjadi pendorong bagi dilakukannya percepatan bagi pembangunan desa wisata. Kerja

sama dapat dilakukan dengan berbagai pihak, baik pemerintah maupun swasta.

Aspek penting lain yang tidak dapat dipisahkan yaitu adanya daya dukungan dari; ketersediaan sarana dan prasarana, fasilitas pendukung pariwisata serta faktor pendukung lain. Sarana dan prasarana harus dilakukan pembenahan yang bersifat *tourist friendly*, serta fasilitas pendukung wisata yang spesifik, unik dan sesuai dengan model/tema desa wisata yang dikembangkan.

7. Simpulan

Peranan *political will* pemerintah, lembaga desa dan peran serta masyarakat merupakan modal dan pijakan yang sangat besar untuk pengembangan Desa Wisata Paksewali. Modal ini mejadi dasar untuk melakukan konservasi dan revitalisasi seni dan budaya, pelestarian alam dan lingkungan, pengembangan produk desa wisata secara bertahap dan berkelanjutan, peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan kualitas SDM, penguatan kelembagaan desa wisata, sistem pemasaran, peningkatan partisipasi masyarakat.

Sebagai desa wisata yang terletak di lintasan jalan utama Denpasar-Karangasem, daerah Pasekbalı memiliki akses yang baik. Bersama atraksi, amenities, dan kelembagaan, desa wisata ini secara pelan dan mantap berkembang dengan partisipasi masyarakat. Perkembangannya dewasa ini dengan menjadikan potensi alam sebagai daya tarik dan mempromosikannya dengan aplikasi berpoal *smart village tourism* memungkinkan untuk mengatakan bahwa Desa Wisata Pasekbalı berkembang dengan ciri pariwisata berbasis kemasyarakatan.

Ucapan Terima kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kemenristekdikti yang memberikan bantuan hibah penelitian PTUPT dan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional yang memotivasi dan memberikan dukungan terhadap terselesaikannya penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan terhadap *Jurnal Kajian*

Bali Universitas Udayana dan dua mitra bestari yang anonim atas bantuannya dalam publikasi penelitian ini. Namun, penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran dibutuhkan demi kemajuan penelitian ini ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baksh, R. dkk. 2012. "Community Participation in the Development of Ecotourism: A Case Study in Tambaksari Village, East Java Indonesia". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol. 2; No. 12; pp.12432-12437.
- Brunner, Edward. 2010. *New Pradigm of Tourism review of the literature from 2005 to 2009*, Scientific Research In Tourism
- Joko Utomo, Slamet., dkk . 2017. "Strategi Pengembangan desa wisata di Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang", *Jurnal Neo-Bis*, Volume 11, No.2, Desember 2017, pp. 142-153.
- Miles, Matthew B. dan Michael A. Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UII Press.
- Nalayani, Ayu Hari. 2016, "Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung," *Jurnal Jumpa* Volume 02 nomer 02 Januari 2016
- Nashuilia, AP. 2015. Desa Pintar. <http://azzradesapintar.blogspot.co.id/>. Diakses tanggal 8 Maret 2017.
- Nuryanti, W. 1993. Concep, Perspective and challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Jogjakarta: Gadjah Mada University Press.
- NusaBali.com. 2018. "Dispar Target 487.169 Kunjungan Wisatawan", <https://www.nusabali.com/berita/23287/dispar-target-487169-kunjungan-wisatawan> Diakses 10 Januari 2018
- Pemerintah Kabupaten Klungkung. 2017. peraturan Bupati Nomer 2 Tahun 2017 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Klungkung.

- Putra, I Nyoman Darma (ed). 2016. *Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali*. Denpasar: Prasasti.
- Putra, I Nyoman Darma dan I Gde Pitana. 2010. *Pariwisata Pro-Rakyat Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Priasukmana, S & R.M. Mulyadi. 2001. Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah. *Info Sosial Ekonomi*. 2 (1): 37-44.
- Rahayu, W.P. dkk. 2003. *Klasifikasi Bahan Pangan dan Resiko Keamanannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti F. 2015. *Tehnik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya, Rindo Bagus. 2018. "Strategi Pengembangan Desa berbasis Masyarakat di Desa Kementul Kabupaten Semarang," *Jurnal Jumpa* Volume 05 nomer 01 Juli 2018
- Shodiq, J. 2009. "Perencanaan Kampung Berbasis Lingkungan (*Ecovillage*) di Kawasan Penyangga Taman Nasional Ujung Kulon Banten." *Skripsi*. Program Studi Arsitektur Lanskap, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Suansri, Potjana. 2003. *Community Based Tourism Hand Book*. Thailand: Rest Project Word Tourism Organization 1999.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian bisnis*. Bandung: Alfa Beta.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Yohana, Sylvi Putri Ayu. 2018, Membangun Indonesia dari Pinggiran Smart Village, Pusat Kajian Desentralisasi dan Otonomi Daerah, Deputi Bidang Kajian Kebijakan, Lembaga Administrasi Negara.
- Zahrotunnaili, Ilma. 2018. "Membangun desa dengan konsep Smart Village", <https://www.kompasiana.com/ilmanaili/5be1c35043322f36bc21dd97/membangun-desa-dengan-konsep-smart-village> Akses. 30 Maret 2019.