



Community Based Tourism **Pada Destinasi Wisata Nepal Van Java**

¹Sujatmiko, ²Fadlurrahman, ³Ari Mukti

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar, Magelang

¹sujatmikoko@gmail.com, ²fadlurrahman@untidar.ac.id, ³arimukti@untidar.ac.id

Permalink/DOI: 10.31002/jpalg.v6i1.5649

Received: 13 Desember 2021 ; Accepted: 22 Februari 2022; Published: 25 April 2022

Abstrak

Destinasi wisata Nepal van Java dikembangkan oleh masyarakat Dusun Butuh dengan mengusung konsep keindahan pemandangan pemukiman bersusun dan warna-warni yang mirip dengan suasana di Negara Nepal. Tingginya antusiasme wisatawan untuk mengunjungi destinasi ini, telah mendorong masyarakat untuk lebih serius menggarap potensi wisata dengan membentuk kepengurusan, mengajukan legalitas perijinan, serta mempersiapkan spot dan sarana prasarana pariwisata. Oleh karenanya perlu dikaji lebih lanjut mengenai pelaksanaan *Community Based Tourism (CBT)* pada destinasi wisata Nepal van Java. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, berlokasi di Dusun Butuh, Desa Temanggung, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Informan dipilih secara purposif yang terlibat dalam pengembangan destinasi wisata. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata Nepal van Java sesuai dengan prinsip dan dimensi CBT. Terdapat persoalan pada aspek partisipasi masyarakat dimana kepala dusun mendominasi penyusunan konsep pada awal pengembangan untuk menghindari gejolak penolakan dan pro kontra dari masyarakat.

Kata kunci: Pariwisata Berbasis Masyarakat; Nepal van Java.

Abstract

Nepal van Java tourist destination was developed by Dusun Butuh community by carrying the concept of beautiful and colorful residential scenery that is similar to the atmosphere in Nepal. The high enthusiasm of tourists to visit this destination has encouraged the community to be more serious about developing on tourism potential by forming management, applying for legal permits, and preparing spots and tourism infrastructure. Therefore, it is necessary to study further regarding the implementation of Community Based Tourism (CBT) in Nepal van Java tourist destinations. The research was conducted using a qualitative descriptive method, located in Dusun Butuh, Temanggung, Kaliangkrik, Regency of Magelang. Data were obtained through interviews, observations, and document studies. Informants were selected purposively who were involved in the development of tourist destinations. The results of the study show that the development and management of Nepal van Java tourist destinations is in accordance with the principles and dimensions of CBT. There is a problem in the aspect of community participation where the head of Dusun Butuh dominates conceiving activity at the beginning of development to avoid the turmoil of rejection and pros and cons from the community.

Key words : *Community Based Tourism; Nepal van Java.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak positif bagi pertumbuhan pariwisata lokal. Berbagai keunikan dan potensi daya tarik wisata saat ini dapat dengan mudah diketahui publik melalui unggahan akun media sosial dikarenakan mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Arisandi & Pradana, 2018; Atiko et al., 2016; Fikri et al., 2019; Nugrahaningsih, 2020; Retnasary et al., 2019; Susanto, B & Astutik, 2020; Tina Rahmadayanti & Kholid Murtadlo, 2020; Wicaksono, 2017; Wijaya, 2012). Tidak heran jika terdapat fenomena bahwa destinasi wisata lokal yang diinisiasi oleh masyarakat, seperti desa wisata, spot selfie, pusat kuliner, wisata alam baru, hingga wahana wisata buatan, menjadi semakin ramai dikunjungi pelancong hanya dalam waktu singkat sejak *launching* pertamanya.

Muncul aktivitas wisata berbasis masyarakat lokal, selaras dengan konsep CBT. Dalam konsep ini pengembangan dan pengelolaan sektor wisata sepenuhnya menjadi kewenangan masyarakat setempat. Mereka menjadi pelaku utama mulai dari perumusan gagasan, perencanaan, pelaksanaan, hingga bagi hasil atas manfaat usaha wisata yang sepenuhnya diperuntukkan bagi masyarakat lokal itu (Giampiccoli & Saayman, 2018). Beberapa studi menunjukkan bahwa CBT mampu memberikan peningkatan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat (Agfianto et al., 2019; Iman Pribadi et al., 2021; Novandi & Adi, 2021; Purbasari & Manaf, 2014; Rahman, 2019; Ramdani & Karyani, 2020; Susio et al., 2020).

Nepal van Java merupakan julukan dari Dusun Butuh, Kabupaten Magelang yang telah berhasil mengembangkan

wilayahnya menjadi destinasi wisata unik. Tata ruang pemukiman bersusun dan warna-warni, ditambah dengan kontur tanah miring di lereng Gunung Sumbing menjadikan tempat ini mirip dengan suasana di Negara Nepal. Konsep utama yang diusung adalah keindahan pemandangan lereng pegunungan, lokasi foto dengan latar belakang suasana Nepal, pemandangan sunrise di pagi hari, dan suasana café yang berada di lereng-lereng pegunungan.

Sebelum menjadi destinasi wisata, Dusun Butuh merupakan pintu pendakian Gunung Sumbing. Upaya pengembangan destinasi dilakukan secara bertahap mulai tahun 2016 dengan mewarnai rumah-rumah warga yang bersusun-susun di lereng gunung, kemudian direkam menggunakan drone dan dipublikasikan melalui media massa dan media sosial di tahun 2019, hingga akhirnya dibuatlah konsep Nepal Van Java oleh Kepala Dusun Butuh di tahun 2020. Pengembangan konsep wisata ini membuahkan hasil, terlihat dari data kunjungan yang hingga tahun 2021, jumlah kunjungan di Nepal Van Java mencapai rata-rata 8.967 orang per bulan, dengan rincian data sebagai berikut :



Sumber : Pokdarwis Dusun Butuh, 2021

Antusiasme wisatawan yang tinggi akhirnya mendorong masyarakat Dusun Butuh untuk menggarap potensi Nepal van Java secara lebih serius melalui pembentukan kepengurusan wisata yang terdiri dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di tingkat desa dan pengurus teknis lapangan di tingkat dusun. Selanjutnya Pokdarwis juga

mengajukan legalitas perijinan operasional wisata kepada Bupati Magelang. Meskipun tergolong baru, destinasi wisata ini sudah memiliki infrastruktur pariwisata yang lengkap. Berdasarkan hasil pemetaan oleh PT. Gambaran Kasih Indonesia (2021), Nepal Van Java telah memiliki unsur pendukung wisata yang meliputi 9 *spot selfie*, pentas kesenian tradisional rutin, dan berbagai fasilitas umum bagi seperti warung makan, lapak oleh-oleh dan cinderamata, *homestay*, *café*, lahan parkir, toilet, tempat ibadah, dan jasa ojek.

Penelitian mengenai CBT di Indonesia telah banyak dilakukan untuk mengkaji strategi pengembangan dan pemasaran destinasi (Jamalina & Wardani, 2017; Pantiyasa, 2018; Resnawaty, 2016; Supatmana, 2022), kendala pelaksanaan CBT (Diana & Setiawan, 2021; Ginting & Veronica, 2016; Jamalina & Wardani, 2017; Sunuantari et al., 2015), serta dampak CBT bagi masyarakat sekitar (Agfianto et al., 2019; Iman Pribadi et al., 2021; Novandi & Adi, 2021; Purbasari & Manaf, 2014; Rahman, 2019; Ramdani & Karyani, 2020; Susio et al., 2020). Belum banyak kajian terhadap penerapan prinsip CBT pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Tulisan ini menjelaskan pelaksanaan prinsip dan dimensi CBT pada destinasi wisata Nepal van Java sebagai destinasi wisata baru yang dikembangkan secara bottom up oleh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, berlokasi di destinasi wisata Nepal van Java yaitu di Dusun Butuh, Desa Temanggung, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Informan dipilih secara purposif, yang

meliputi konseptor (Kepala Dusun Butuh), Pokdarwis, pengurus teknis lapangan, pelaku wisata (masyarakat Dusun Butuh), dan organisasi – organisasi mitra pengembangan Nepal van Java. Tahapan dalam analisis data terdiri dari *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusion drawing/verification* (kesimpulan).

HASIL DAN DISKUSI

Pengembangan dan pengelolaan wisata di Nepal Van Java dianalisis menggunakan teori CBT dikarenakan proses pengembangan destinasi wisata ini dilakukan atas inisiatif masyarakat lokal Dusun Butuh tanpa intervensi dari pihak luar, baik investor, dunia usaha, maupun pemerintah. Hal ini sesuai dengan konsep CBT, dimana sektor pariwisata dikelola dari, oleh, dan untuk masyarakat. Mereka memiliki akses penuh dalam mengontrol aktivitas pariwisata, sehingga hasil keuntungan dari sektor ini juga sepenuhnya menjadi milik masyarakat itu (Giampiccoli & Saayman, 2018). Bahkan dalam kaca mata CBT, masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha pariwisata juga mendapatkan manfaat dari hasil pendapatan pariwisata. Oleh karenanya distribusi manfaat harus adil kepada masyarakat lokal, hingga menjangkau kelompok-kelompok yang tidak beruntung. Pola pengambilan keputusan dalam pengelolaan wisata sepenuhnya berada di tangan masyarakat. Tidak hanya sekedar keterlibatan, namun masyarakat mengontrol, memiliki, dan mengelola proses pengambilan keputusan tersebut secara apriori (Giampiccoli & Saayman, 2018). Kesuksesan CBT ditentukan oleh partisipasi aktif masyarakat lokal dalam menjalankan roda pariwisata (López-Guzmán et al., 2011).

Selain kontrol manajemen wisata, CBT juga mengisyaratkan adanya upaya mempertahankan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya dalam rangka mendukung

ketahanan dan perkembangan obyek wisata (Asker et al., 2010). Pola pengelolaan CBT menurut (López-Guzmán et al., 2011), dapat dilakukan dengan, pertama, penyediaan sekretariat sebagai pusat informasi dan tour guide. Kedua, pengelolaan destinasi wisata dikerjasamakan antara masyarakat dengan pihak kedua yakni pemerintah, dunia usaha, lembaga swadaya masyarakat, atau perguruan tinggi. Ketiga, masyarakat tidak bertindak sebagai pengelola, namun ikut menjadi pelaku usaha ekonomi di sekitar destinasi wisata seperti penyediaan akomodasi, menjajakan makanan, minuman, dan produk lokal, serta penyedia jasa transportasi dan keuangan. Jika dilihat dari ketiga pola di atas pengelolaan CBT di Nepal dan Java memiliki karakteristik CBT pada kategori pertama dan ketiga, karena mereka memiliki kendali atas operasional aktifitas pariwisata beserta bagi hasil keuangannya. Sementara itu implementasi CBT diukur berdasarkan dimensi CBT yang dikemukakan oleh para ahli, dalam (Nurhidayati & Fandeli, 2012) sebagai berikut:

1. Keberlanjutan Lingkungan

Keberlanjutan lingkungan berkaitan dengan pengupayaan agar tetap terjaganya keutuhan lingkungan pada destinasi wisata. Penjagaan kelestarian lingkungan di Nepal dan Java dilakukan melalui implementasi program Sapta Pesona. Sesuai ketentuan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025, terdapat 7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif untuk mendorong tumbuhnya minat wisatawan berkunjung. Ketujuh unsur pesona tersebut antara lain: 1) Aman, 2) Tertib, 3) Bersih, 4) Sejuk, 5) Indah, 6)

Ramah Tamah, dan 7) Kenangan. Program Sapta Pesona dilakukan dalam bentuk pemberian edukasi dan menghimbau masyarakat Dusun Butuh untuk menjaga kebersihan lingkungan masing-masing. Teknis pelaksanaan Pokdarwis melalui kepala dusun serta memberikan edaran pemberitahuan kepada masyarakat yang diikuti dengan pembahasan program kebersihan dalam pertemuan RT untuk menjaga kebersihan lingkungan masing-masing. Pada beberapa titik pemukiman juga dibuatkan bak pembakaran sampah, agar sampah rumah tangga dapat terlokalisasi dan dibakar setiap hari. Setidaknya terdapat 10 titik yang sudah dibangun. Sampah yang telah tertampung dibakar setiap hari pada pagi dan sore hari oleh petugas piket pembakaran.

2. Budaya Lokal

Pengelola CBT harus memastikan bahwa tumbuhnya aktifitas wisata tidak menyebabkan budaya lokal tercampur dengan budaya luar yang dibawa oleh para wisatawan, sehingga kearifan lokal masyarakat tetap terjaga. Sebagai bagian dari wilayah kabupaten, Dusun Butuh menginduk pada budaya Magelangan, yaitu pola perilaku penduduk dengan karakteristik sebagai santri yang religius, berjiwa patriotik dan berkebangsaan, toleran dalam keberagaman, jujur, bertanggung jawab, rendah hati, saling tolong-menolong, dan menghindari kekerasan dalam setiap penyelesaian masalah dalam kehidupan (Mazid, Prasetyo, & Farikah, 2020). Dalam kaitannya dengan pelayanan wisata, hal ini diejawantahkan dalam bentuk pola komunikasi yang mengedepankan keramahan terhadap pengunjung.

Pada aspek kesenian, Dusun Butuh mempunyai warisan budaya antara lain bersih dusun, *saparan*, *muludan*, *ruwahan*, *rejeban*, hingga *sawalan*. Selain itu juga terdapat event rutin tahunan Grebeg Desa, yang dilaksanakan setiap bulan syawal atau dinamakan dengan

sawalan. Tujuan sawalan untuk mengucap rasa syukur kepada Tuhan YME atas kehidupan yang diberikan disekitar lereng Gunung Sumbing, yang diwujudkan dengan cara *slametan*, tasyakuran, atau *mujahadah*. Biasanya momen ini juga dirayakan dengan acara pementasan tari. Untuk mendukung daya tarik wisata, maka seluruh budaya kesenian tetap dijalankan secara rutin sesuai dengan waktunya. Selanjutnya pengurus mengembangkan lagi pertunjukan kesenian tradisional lain seperti kuda lumping, jathilan, topeng ireng, dan dayakan. Penampilan kesenian tersebut dipusatkan di Taman Depok sebagai lokasi sanggar, pementasan, dan pertemuan serbaguna. Semua proses pengembangan pertunjukan kesenian ini diupayakan secara mandiri dan dipelajari secara otodidak melalui berbagai media pembelajaran oleh pengurus teknis wisata dan masyarakat.

3. Partisipasi Masyarakat

Pengembangan destinasi wisata Nepal Van Java pada awalnya kurang melibatkan masyarakat. Penyusunan konsep wisata Nepal Van Java yang sebetulnya merupakan inisiasi Kepala Dusun Butuh. Dalam usahanya itu Kadus Butuh bekerjasama dengan para pendaki Gunung Sumbing bersama para awak media massa. Mereka berkolaborasi untuk mengembangkan konsep daya tarik wisata pemandangan alam yang kemudian pemasarannya dibantu jurnalis media massa. Dikarenakan banyaknya pro dan kontra di kalangan warga akan gagasan pembentukan destinasi wisata, maka penyusunan konsep dan proses pembentukan destinasi dikendalikan secara tersentral oleh kepala dusun. Setelah konsep matang dan dirasakan mulai stabil barulah masyarakat mulai banyak dilibatkan dalam struktur kepengurusan maupun sebagai pelaku wisata. Kepengurusan disusun pada tingkat desa sebagai

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dengan komposisi 50% pengurus berasal dari Dusun Butuh, dan 50% dari dusun lain. Sedangkan untuk pengelolaan operasional wisata diserahkan penuh kepada warga Dusun Butuh secara perwakilan sebagai pengurus lapangan. Setelah operasional destinasi wisata sudah berjalan, kepala dusun tetap masuk kedalam pengurusan untuk mengendalikan setiap aktifitas destinasi wisata Nepal van Java secara makro.

Mekanisme partisipasi masyarakat di Dusun Butuh dalam pengembangan Nepal van Java tersebut nampaknya kurang sesuai dengan prinsip dasar CBT Dalam pembentukan CBT, pelibatan masyarakat semestinya tidak hanya setelah konsep wisata terbentuk saja, namun sejak perumusan gagasan dan perencanaan (planning process) sehingga CBT tersebut murni merupakan prakarsa kolektif masyarakat dan bukan merupakan aksi personal (Giampiccoli & Saayman, 2018; López-Guzmán et al., 2011; Yanes et al., 2019).

4. Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Peningkatan pendapatan berkaitan dengan *multiplier effect* atas tumbuhnya aktifitas wisata. Selama dua tahun berjalan, destinasi wisata Nepal van Java telah memberikan manfaat secara langsung berupa pendapatan retribusi pengunjung, maupun manfaat tidak langsung melalui terbukanya kesempatan berusaha bagi masyarakat. Hasil retribusi pengunjung pada destinasi wisata Nepal van Java dialokasikan untuk 50% sebagai pendapatan Dusun Butuh, dan 50% disetor kepada Pemerintah Desa Temanggung sebagai PADes. Dusun – dusun penyangga di sekitar juga mendapatkan bagi hasil dari retribusi wisata melalui pengalokasian PADes. Pendapatan yang diperoleh Dusun Butuh dialokasikan untuk membayar honor (upah) pengurus, pembiayaan operasional, perawatan spot wisata, pemasukan kas dusun, dan

membantu kaum dhuafa Dusun Butuh melalui kegiatan Jumat Berkah.

Distribusi manfaat tidak langsung terlihat dari peningkatan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku wisata. Berdasarkan data yang dihimpun, terdapat 235 keluarga telah turut serta sebagai penyedia ojek wisata, juru parkir, pelaku UMKM (toko kelontong, lapak sayur dan oleh-oleh, warung makan, *café*), penyedia *homestay*, kru pelayanan pendakian, tempat wisata mandiri, dan 36 orang sebagai pengurus lapangan. Aktifitas warga Dusun Butuh sebagai pelaku wisata telah menjadi sumber pendapatan tambahan disamping usaha dari mata pencaharian utama, yang secara komposisi terdiri dari 90% sebagai petani ladang sayur, dan 10 % sebagai buruh bangunan, asisten rumah tangga, dan pegawai pemerintah. Kesempatan turut serta dalam aktifitas wisata bersifat terbuka, artinya pengurus wisata tidak menutup kesempatan bagi warga Dusun Butuh maupun dusun penyangga untuk semakin banyak yang terlibat. Pengurus lapangan menerapkan sistem penjadwalan, yaitu pada hari sesin s/d minggu (sertiap hari) diperuntukkan bagi warga Dusun Butuh, sedangkan hanya senin s/d jumat warga dusun penyangga diperbolehkan ikut berjualan dan berkegiatan usaha di sekitar kawasan wisata Nepal van Java.

KESIMPULAN

Destinasi wisata Nepal van Java telah dikembangkan oleh masyarakat Dusun Butuh berdasarkan prinsip CBT. Masyarakat memegang kendali secara otonom atas proses pengambilan keputusan, pelaksanaan operasional, hingga bagi hasil atas keuntungan usaha wisata. Pada aspek dimensi CBT, pengelolaan obyek wisata ini telah memenuhi seluruh parameternya yaitu memperhatikan keberlanjutan lingkungan

melalui program Sapta Pesona, adanya upaya pelestarian budaya lokal melalui penerapan karakter dan kesenian budaya Magelangan, melibatkan partisipasi masyarakat dalam pengendalian dan pengelolaan operasional destinasi wisata Nepal van Java, serta adanya peningkatan pendapatan masyarakat baik secara langsung dari hasil retribusi maupun secara tidak langsung sebagai *multiplier effect* secara dari tumbuhnya aktivitas pariwisata, terlihat dari banyaknya jumlah masyarakat yang terlibat sebagai pengurus maupun pelaku wisata. Distribusi manfaat tidak langsung telah menjangkau masyarakat marginal melalui pengalokasian pendapatan untuk kaum Dhuafa Dusun Butuh.

Terdapat persoalan dimana Kepala Dusun Butuh tampak mendominasi dalam penyusunan konsep wisata Nepal van Java untuk menghindari gejala penolakan dan pro kontra dari masyarakat. Hal ini mengakibatkan proses pengembangan destinasi wisata Nepal van Java kurang sesuai prinsip CBT yang menyatakan bahwa masyarakat sebagai pengendali penuh, seharusnya terlibat sejak awal perumusan konsep, perencanaan, pelaksanaan, pengambilan keputusan, sampai dengan pembagian hasil. Untuk mengatasi persoalan ini pengurus wisata dapat mengintensifkan komunikasi setiap rencana penting dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata Nepal van Java dalam forum – forum pertemuan warga Dusun Butuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Agfianto, T., Antara, M., & Suardana, I. W. (2019). Dampak Ekonomi Pengembangan Community Based Tourism Terhadap Masyarakat Lokal Di Kabupaten Malang (Studi Kasus Destinasi Wisata Cafe Sawah Pujon Kidul). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 259.
- Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2018).

- Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 109–116.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). Effective Community Based Tourism. In *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual* (Issue June).
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., & Telkom, U. (2016). Abstrak Perkembangan teknologi , informasi dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna Internet yang juga semakin tinggi diseluruh dunia setiap tahunnya , tak terkecuali Negara Indonesia . Selain Facebook , Twitter , Youtube , Path , Line. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2349–2358.
- Diana, & Setiawan, A. B. (2021). Evaluasi Penerapan Community Based Tourism (CBT). *EFFICIENT: Indonesian Journal of Development Economics*, 4(1), 1044–1065.
- Fikri, M. El, Pane, D. N., & Siregar, N. (2019). Memasarkan Objek Pariwisata Kota Medan Melalui Media Sosial Untuk Menaikkan Minat Kunjungan Dan Menghapus Paradigma Negatif. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 69–79.
- Gambaran Kasih Indonesia. (2022). Asesment Potensi Dusun Butuh "Nepal van Java". Jakarta.
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1–27.
- Ginting, N., & Veronica, S. (2016). Pariwisata Berbasis Masyarakat Pasar Buah Berastagi. *Temu Ilmiah IPLBI*, C 035-042.
- Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Sosial Sains*, 1(2), 107–114.
- Jamalina, I. A., & Wardani, D. T. K. (2017). Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (Cbt) Dan Manfaat Sosial Dan Ekonomi Bagi Masyarakat Di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(1), 71–85.
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community - based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos*, 6(1), 69–84.
- Mazid, S., Prasetyo, D., & Farikah, F. (2020). Nilai Nilai Kearifan Lokal Sebagai Pembentuk Karakter Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 10(2), 249–262.
- Novandi, H. R., & Adi, I. R. (2021). Dampak Pengembangan Ekonomi Lokal melalui Community Based Tourism terhadap Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat di Desa Tamansari, Banyuwangi, Jawa *Salus Cultura: Jurnal Pembangunan ...*, 13–26.
- Nugrahaningsih, H. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Fasilitas Terhadap Minat Pengunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating (Pada Wisata Hutan Mangrove, Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara). *Media Manajemen Jasa*, 8(1), 1–10.
- Nurhidayati, S. E., & Fandeli, C. (2012). Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu , Jawa Timur. *Jejaring Administrasi Publik*, IV(1), 36–46.
- Pantiyasa, I. W. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) dalam

- Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Bedulu, Blah Batuh, Gianyar). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 1(2), 1–64.
- Purbasari, N., & Manaf, A. (2014). Keberhasilan Community Based Tourism Di Desa Wisata Kembangarum, Pentingsari Dan Nglanggeran. *Teknik Perencanaan Wilayah Kota*, 3(3), 476–485.
- Rahman, Y. Y. (2019). Community Based Tourism Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Perdesaan: Studi Kasus Pemandu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuk Alung, Provinsi Sumatera Barat. *Journal of Science and Application Technology*, 2(1), 7–8.
- Ramdani, Z., & Karyani, T. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Agrowisata Dan Dampaknya Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus pada Agrowisata Kampung Flory, Sleman, Yogyakarta). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 675.
- Resnawaty, R. (2016). Strategi Community Practice Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Share: Social Work Journal*, 6(1).
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Russell, P. (2013). *Travel Tourism Analystsist*. Travel and Tourism Intelligence. London.
- Sunuantari, M., Bajari, A., Damayani, N. A., & Hubeis, M. (2015). Membangun Masyarakat Informasi Berbasis Kelompok. *Wacana*, XIV(4), 355–371.
- Supatmana, R. (2022). Community Based Tourism Sebagai Destinasi Unggulan di Kalibening Kabupaten Jepara. *JURNAL JEMPPER*, 1(1), 40–48.
- Susanto, B & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, xx(x), 46–56.
- Susio, J., No, Y., Malang, K., Depok, K., Sleman, K., & Yogyakarta, D. I. (2020). Evaluasi Dampak Pembangunan Pariwisata Menggunakan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Kawasan Wisata Tebing Breksi. *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 14 (2) (2020) , 109–124.
- Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia:Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136.
- Wicaksono, M. A. (2017). Media Social Instagram @Wisatadawahokura Influence on Followers Intention To Visit. *Jom Fisip*, 4(2), 1–13.
- Wijaya, S. W. (2012). Media Sosial bagi Desa Wisata: Sebuah Kajian Konseptual. *Jurnal Teknologi Media Teknika*, 11(1), 55–59.
- Yanes, A., Zielinski, S., Cano, M. D., & Kim, S. Il. (2019). Community-based tourism in developing countries: A framework for policy evaluation. *Sustainability (Switzerland)*, 11(9), 1–23.