

The Development Strategy of Mas Tourism Village Ubud, Gianyar, Bali

Strategi Pengembangan Desa Wisata Mas, Ubud, Gianyar, Bali

Cindy Frista Filina¹, I Gusti Bagus Rai Utama^{2*}, Putu Steven Eka Putra³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: raiutama@undhirabali.ac.id

Article info

Keywords:

Tourism Village, Development Strategy, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Abstract

This study focuses on the development strategy of Mas Tourism Village in Ubud District, Gianyar Regency. As a tourist village, Mas Village has an impact in the form of socio-economic impacts, but the impact is mainly the economic impact that is felt by the community unevenly due to a decrease in the number of tourists. when the corona pandemic hit the world. By doing this research, it is hoped that it can help the Mas Village community rebuild Mas Tourism Village and help the community promote and introduce Mas Tourism Village to domestic and foreign tourists. In this study, there are two variables, namely internal variables related to internal environmental factors and extrinsic variables related to external environmental factors that support the development of the Ubud Mas Tourism Village destination. Data collection methods in this study were observational interviews, documents, questionnaires and SWOT analysis to describe external and internal factors in Mas Ubud Village. Based on the results of this study through SWOT analysis and internal and external matrices, the IFAS score is 3.13 and the EFAS score is 3.24 as shown in diagram 4.7, the location of Mas Tourism Village is in a growth position, which means that the tourist attraction of Mas Village is in a position which is expected to develop rapidly, so it can be concluded that the right strategy for the village tourism development strategy is the growth strategy of Mas.

Kata kunci:

Pengembangan Desa Wisata, SWOT, Desa Wisata Mas

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan Desa Wisata Mas di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Sebagai desa wisata, Desa Mas memberikan dampak berupa dampak sosial ekonomi, namun dampak tersebut terutama dampak ekonomi yang dirasakan masyarakat tidak merata karena adanya penurunan jumlah wisatawan., saat pandemi corona melanda dunia. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat Desa Mas membangun kembali Desa Wisata Mas serta membantu masyarakat mempromosikan dan memperkenalkan Desa Wisata Mas kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel internal yang berhubungan dengan faktor lingkungan internal dan variabel ekstrinsik yang berhubungan dengan faktor lingkungan eksternal yang mendukung berkembangnya destinasi Desa Wisata Ubud Mas. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasional wawancara, dokumen, kuesioner dan teknik analisis SWOT IFAS EFAS untuk mendeskripsikan

faktor eksternal dan internal Desa Mas Ubud. Berdasarkan hasil penelitian ini melalui analisis SWOT dan matriks internal dan eksternal, skor IFAS 3,13 dan skor EFAS 3,24 seperti terlihat pada diagram 4.7, lokasi Desa Wisata Mas berada pada posisi growth position yang artinya bahwa daya tarik Wisata Desa Mas berada pada posisi kompetitif yang diharapkan dapat berkembang pesat, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi yang tepat untuk strategi pengembangan pariwisata desa adalah strategi pertumbuhan Mas.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki kekayaan dan keragaman alam dan budaya. Tentu hal ini sangat menguntungkan di bidang pariwisata. Hal ini akan menarik lebih banyak wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia yang memiliki banyak potensi alam, budaya dan ekonomi bagi negara tersebut. Pariwisata merupakan salah satu alternatif dalam sektor ekonomi untuk mempercepat pengentasan kemiskinan di Indonesia dan diyakini tidak hanya dapat menjadi industri dasar dengan tujuan meningkatkan devisa negara tetapi juga dapat mengurangi kemiskinan (Yoeti 2013: 14). Pariwisata juga merupakan sektor lapangan kerja yang harus dikembangkan sebaik mungkin dengan meningkatkan potensi yang ada, termasuk desa wisata. Menurut Nuryanti (2012), desa wisata adalah suatu kesatuan bentuk atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disatukan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang terintegrasi dengan adat dan tradisi. Sedangkan menurut Joshi (2012), desa wisata (rural tourism) adalah wisata yang mencakup keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, elemen unik yang dapat menarik wisatawan.

Salah satu cara mengembangkan destinasi wisata sekaligus menampilkan potensi desa adalah dengan mengembangkan desa wisata. Pengembangan desa kerajinan perlu mengetahui secara spesifik tentang ciri-ciri, kekuatan dan kelemahan desa, untuk mengembangkan desa wisata sesuai dengan nilai jualnya. Peranan penduduk lokal sangat penting dalam pengembangan desa wisata, sehingga dapat dijadikan sebagai aktor dalam pembangunan desa. Menurut Putra dan Pitana (2012), pengembangan desa wisata bertujuan untuk menarik partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Masyarakat dengan budayanya tidak hanya menjadi subjek pariwisata, tetapi merekalah yang harus sadar dan mau memperbaiki diri dengan menggunakan pariwisata sebagai alat, baik untuk meningkatkan taraf hidup maupun untuk melestarikan nilai budaya dan adat istiadat setempat.

Bali adalah salah satu dari sekian banyak provinsi yang terkenal dengan pariwisatanya, baik alam maupun budayanya. Salah satu daerah di Bali yang terkenal dengan pemandangan alam dan ciri budayanya yang khas adalah Ubud, sebuah kecamatan di Bali yang populer di kalangan wisatawan asing dan lokal untuk kegiatan pariwisatanya. Salah satu desa di Ubud yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai desa wisata adalah desa Mas, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Nama Desa Mas dari Babad Dwijendra Tatwa berasal dari bunga emas pohon Tangi yang ditanam oleh Pendeta Siwa Danghyang Dwijendra melalui tongkat saktinya. Kehadiran Dang Hyang Dwijendra di desa Tegal Tadjun pada abad ke-15 setelah runtuhnya kerajaan Majapahit di Jawa Timur mengubah tatanan Bali kuno dan membawa serta ajaran Hindu melalui pemujaan Padmasana. Desa Tegal Tadjun berubah menjadi Mas akibat mekarnya bunga Tangi kuning, dari abad ini dikenal sebagai desa Mas, menurut Kementerian Pariwisata (2021).

Selain persawahan dan pertanian ladang, desa Mas juga telah dikenal wisatawan domestik dan mancanegara sejak tahun 1930-an sebagai pusat desa pengukir (pemahat kayu) di pulau Bali. Sebagian besar penduduk Desa Mas menggantungkan mata pencahariannya sebagai Pengukir Kayu. Desa wisata Mas berbasis kerajinan tangan, seni budaya dan persawahan yang asri merupakan perwujudan dari konsep hidup masyarakat Bali “Tri Hita Karana” Kehidupan yang harmonis antara manusia dengan Tuhan, anak manusia dengan manusia dan manusia serta lingkungan alam, menurut Pemerintah Bali Badan Pariwisata (Mei 2020). Desa-desa yang sudah mulai menjadi desa wisata seperti Desa Mas harus dikembangkan dan diuntungkan dari kegiatan pariwisata. Melihat peluang Bali yang semakin ramai dikunjungi wisatawan, masyarakat Desa Mas berkeinginan untuk mengembangkan daerahnya tidak hanya sebagai pusat seni ukir tetapi juga sebagai destinasi wisata dengan menggali potensi budaya desa pulau. Desa Mas merupakan salah satu desa wisata di Bali yang memiliki potensi penuh dari segi sarana dan prasarana. Desa ini juga terletak di jalan strategis antara Ubud dan jalur menuju destinasi Tampak Siring dan Kintamani. mengunjungi Ubud dan Kintamani. Sebagai desa wisata, Desa Mas memiliki dampak berupa dampak sosial ekonomi, namun dampak tersebut terutama dampak ekonomi belum merata dirasakan oleh masyarakat karena jumlah wisatawan yang dijadwalkan menurun pada awal tahun 2021. terjadi di seluruh dunia, khususnya Bali. Hal ini menyebabkan banyak kerajinan kayu yang tidak laku, tempat wisata yang tidak dikunjungi wisatawan, banyak penginapan dan vila milik masyarakat yang kurang terawat karena sepi pengunjung. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penulis memutuskan bahwa melalui penelitian ini, penulis bermaksud untuk meningkatkan judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Mas di Ubud” dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu masyarakat Desa Mas membangun kembali Desa Wisata Mas serta membantu masyarakat mempromosikan dan memperkenalkan Desa Wisata Mas kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data angket. Penggunaan Metode Pengumpulan Data Kuesioner Dalam penelitian ini digunakan bobot dan skala nilai. Penelitian ini dilaksanakan di Banjar Batanacak, Desa Mas Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Dengan objek penelitian adalah Strategi Pengembangan Desa Wisata Mas di Ubud.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel internal yang berhubungan dengan faktor internal lingkungan dan variabel eksternal yang berhubungan dengan faktor eksternal lingkungan yang menunjang pengembangan destinasi Desa Wisata Mas Ubud. Metode penentuan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, responden akan diambil secara sengaja yaitu orang atau tokoh masyarakat yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang atau tokoh masyarakat yang berkompeten dalam bidang pariwisata di Desa Mas, tokoh masyarakat atau pemerintah yang dianggap lebih mengenal dekat keadaan Desa Mas dan bisa memberikan keputusan strategis mengenai pengembangan obyek wisata di Desa Mas Ubud. Dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian dengan menggunakan Teknik analisis SWOT dan EFAS-IFAS untuk menjabarkan faktor eksternal dan internal Desa Mas Ubud.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 1 terdapat 10 indikator internal dengan kekuatan dan kelemahan. Indikator dengan keterangan kekuatan berjumlah 7 indikator dan indikator dengan keterangan kelemahan berjumlah 3 indikator.

Tabel 1. Indikator Internal Desa Wisata Mas

Kode	Indikator Internal	Mean	Keterangan
A.1.1	Terdapat Museum Njana Tilem yang berisikan hasil pahatan kayu dan lukisan masyarakat	4	Kekuatan
A.1.2	Adanya Tempat pementasan seni bernama Bali Cultural Center yang menampilkan dan mengajarkan wisatawan tentang kerajinan tradisional	3,7	Kekuatan
A.1.3	Taman Puspa Alam yang menyediakan atraksi alam seperti menanam sayuran dan melihat langsung proses budidaya ikan.	3,2	Kekuatan
A.2.1	Akses jalan menuju desa mas yang mudah dijangkau	1,9	Kelemahan
A.2.2	Lokasi desa Mas yang mudah dijangkau	2,4	Kelemahan
A.3.1	Akses informasi mengenai desa Mas yang mudah diketahui melalui internet	3,2	Kekuatan
A.3.2	Fasilitas umum seperti toilet yang kurang terawat dan parkir yang kurang luas	1,9	Kelemahan
A.3.3	Tersedianya toko-toko yang menjual hasil kerajinan masyarakat untuk cinderamata atau oleh-oleh	2,8	Kekuatan
A.3.4	Tersedianya hotel, Villa dan homestay untuk wisatawan yang ingin menginap harian sampai bulanan.	3,8	Kekuatan
A.4.1	Desa Mas dikelola oleh perangkat desa, organisasi masyarakat dan masyarakat setempat	2,7	Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki Desa Wisata Mas yaitu atraksi-atraksi wisata yang menarik untuk ditampilkan dan diajarkan pada wisatawan, dengan akses informasi mengenai Desa Mas yang mudah untuk diketahui melalui internet, selain itu juga partisipasi dari masyarakat desa sekaligus pengelola Desa Mas yang menyediakan penginapan demi kenyamanan tamu yang berkunjung ke Desa Mas. Kelemahan yang dimiliki Desa Mas yaitu akses jalan menuju Desa Mas yang macet dan fasilitas umum yang tersedia kurang terawat seperti toilet umum, dan parkir yang kurang luas dibandingkan dengan bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung menggunakan mobil dan bus pariwisata.

Tabel 2. Indikator Eksternal Desa Wisata Mas

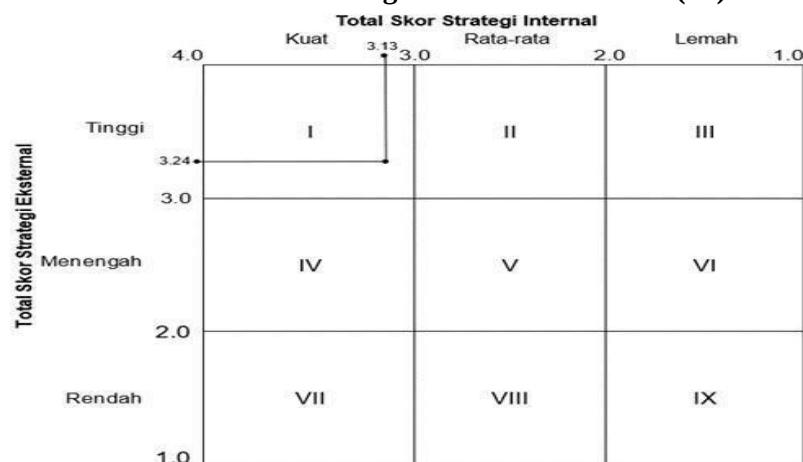
Kode	Indikator Internal	Mean	Keterangan
B1.1	Peraturan desa wisata Mas yang sudah memiliki legalitas SK desa wisata	3,5	Peluang
B1.2	Pemerintah menjadikan Desa Mas sebagai salah satu daya Tarik wisatawan di Ubud	3,8	Peluang
B2.1	Adanya Desa Wisata lain seperti Desa kesiman dan Desa Batubulan	2,1	Ancaman
B3.1	Adanya ikon desa atau julukan desa mas ubud sebagai desa pemahat kayu	2,9	Peluang
B3.2	Selain terkenal sebagai desa pemahat kayu, desa Mas juga terkenal dengan lukisan-lukisannya yang dipajang di Gajah Mas Gallery.	4	Peluang
B4.1	Masyarakat sekitar yang menjunjung tinggi toleransi	3,5	Peluang
B4.2	Peluang usaha yang besar di Desa Mas dilihat dari banyaknya tempat-tempat wisata baru di sekitar Desa Mas.	2	Ancaman

Kode	Indikator Internal	Mean	Keterangan
B4.3	Kunjungan wisatawan setiap tahun stabil dan terus meningkat	2,7	Peluang
B5.1	Udara di desa mas ubud sangat sejuk	2,8	Peluang
B5.2	Desa Mas ubud bekerja sama dengan pemerintah untuk menjaga keamanan dengan menggunakan 'Pecalang' atau polisi keamanan desa setempat	3,7	Peluang

Pada tabel 2 lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman Desa Wisata Mas memiliki 10 indikator. Indikator dengan keterangan peluang berjumlah 8 indikator dan indikator dengan keterangan ancaman berjumlah 2 indikator. Peluang yang dimiliki oleh Desa Wisata Mas yaitu dengan menjadi salah satu daya tarik wisatawan di Ubud dengan ditetapkannya oleh pemerintah setempat. Selain itu juga Desa Mas terkenal dengan hasil lukisan-lukisan bagus yang dihasilkan oleh masyarakat setempat, lalu masyarakat setempat sekaligus pengelola Desa Mas yang menjunjung tinggi toleransi dan selalu berupaya menjaga keamanan dan kenyamanan setiap wisatawan yang berkunjung ke Desa Mas.

Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh Desa Mas yaitu dengan adanya Desa Wisata lain seperti Desa Kesiman da Desa Batubulan yang lokasinya tidak jauh dari Desa Mas. Selain itu juga dengan bertambahnya tingkat kunjungan wisatawan yang terus meningkat, adanya beberapa tempat wisata baru yang bermunculan di sekitar Desa Mas yang menawarkan atraksi dan fasilitas yang kurang lebih sama dan juga akomodasinya lebih baik.

Gambar 1 Perhitungan Internal Eksternal (IE)



Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa posisi Desa Wisata Mas terletak pada kuadran I yang digambarkan berada di posisi Pertumbuhan sehingga memerlukan strategi pengembangan yang tepat, guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Mas karena berada pada kuadran I (growth) yang berarti daya tarik wisata Desa Wisata Mas berada pada posisi kompetitif yang kuat yang diperkirakan dapat berkembang dengan cepat. Dalam tahap ini Desa Wisata Mas dapat fokus untuk memperkuat kekuatan dan memanfaatkan peluang yang dimilikinya dengan upaya diversifikasi yang diharapkan nantinya yang menghasilkan beberapa keanekaragaman atraksi wisata yang dapat ditampilkan.

Perumusan Strategi

Matriks SWOT pada tabel 4.8 menghasilkan empat sel alternatif strategis yang dapat diidentifikasi perkiraan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sehingga dapat diambil kesimpulan oleh pengelola Desa Wisata Mas bagaimana dalam menjalankan usaha dalam melakukan keputusan menghadapi kendala-kendala yang sedang dialami

- 1) **Strategi Strength-Opportunities (SO)**
 - a) Mempertahankan dan menerapkan peraturan desa wisata Mas yang sudah memiliki legalitas SK desa wisata.
 - b) Menampilkan pementasan seni budaya Bali dan mengajarkan wisatawan tentang kerajinan tradisional.
 - c) Menambah tempat wisata yang mengajarkan wisatawan terkait teknik memahat dan melukis
 - d) Memberikan fasilitas yang memadai untuk para wisatawan.
- 2) **Strategi Strength-Threats (ST)**
 - a) Menampilkan pertunjukan seni yang berbeda dari pesaing
 - b) Meningkatkan akses informasi terkait desa wisata mas
 - c) Mengembangkan ciri khas wisata yang berbeda dengan desa wisata lain
 - d) Meningkatkan terus keramahan, semangat kebersamaan dan gotong royong dan rasa toleransi
 - e) Peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dan masyarakat yang terlibat dalam layanan wisata.
- 3) **Strategi Weaknesses-Opportunities (WO)**
 - a) Melakukan pembaharuan peraturan SK desa wisata
 - b) Meningkatkan pelayanan yang lebih maksimal
 - c) Menambah karyawan yang memahami dan menguasai di bidangnya
 - d) keamanan lingkungan hotel villa yg ada di desa mas
- 4) **Strategi Weaknesses-Threats (WT)**
 - a) Berkolaborasi antar seniman yang ada di desa mas.
 - b) Bekerja sama dengan travel untuk memperkenalkan desa wisata mas
 - c) Melakukan kerjasama dengan seniman lokal desa wisata mas
 - d) Meningkatkan atau mengembangkan pelayanan, kualitas, dan fasilitas yang sudah ada.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini melalui analisis SWOT dan matriks Internal Eksternal, diperoleh skor IFAS sebesar 3.13 dan EFAS sebesar 3.24 seperti yang ditunjukkan pada diagram 4.7 maka dapat diketahui posisi Desa Wisata Mas berada di posisi pertumbuhan yang berarti daya tarik Wisata Desa Mas berada di posisi kompetitif yang kuat yang diperkirakan dapat berkembang dengan cepat, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi yang tepat untuk Strategi Pengembangan Desa Wisata Mas adalah Strategi Pertumbuhan (Growth Strategy).

- 1) Strategi ini menitikberatkan pada kerja sama dengan pemerintahan daerah dalam hal memberikan pelatihan terhadap masyarakat.
- 2) Mengembangkan produk dan atraksi-atraksi di Desa Wisata Mas, mempertahankan budaya khas Desa Mas dan menjadikan budaya tersebut sebagai ciri khas Desa Mas.
- 3) Melakukan promosi dan kerjasama dengan agency pariwisata di bali.

- 4) Memperbaiki fasilitas yang sudah rusak.
- 5) Meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sehingga menambah peluang pemasukan bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. 2013. Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi. Bandung: Angkasa.
- Agustin, Arinda. 2018. Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Desa Wisata. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya
- Chandler. 2014. dalam Yeremias T. Keban. Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Isu. Yogyakarta: Gava Media.
- Chao xi, dkk. 2015. Spatial polarization of villages in tourist destinations: A case study from Yesanpo, China. *Journal of Mountain Science*. Agustus 2015. Pp 1038-1050.
- Cooper, dkk. 2015. *Tourism, Principles and Practice*. Prentice Hall, Harlow.
- Darma Putra, I Nym dan I Gede Pitana. 2012. *PARIWISATA PRO-RAKYAT (Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia)*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- David, F.R. 2012. *Management Strategi: konsep*. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- David, Fred R, 2014. *Strategic Management, Buku 1. Edisi 12* Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2013, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Alfabeta, Bandung
- Fitriana, Arum. 2017. *Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus di Desa Pulesari)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Joshi, Paresh. 2012. "A Stakeholder Networking for Sustainable Rural Tourism Development in Konkan Region of Maharashtra State (India)" Research Paper. Vol. 1, Issue. IX. Narayangaon: College of Agricultural Economics and Marketing
- Kemenpar. 2021. "Desa Wisata Mas", <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/mas>, diakses pada 1 april 2022.
- Liu Yaping. 2022. Sustainability and Risks of Rural Household Livelihoods in Ethnic Tourist Villages: Evidence from China. *Journal of Robotics and Control (JRC) Journal Web*. Vol 12 No.1. April 2022. Pp 172-183
- Mujanah, Siti dkk. 2015. *The Strategy of Tourism Village Development in the hinterland Mount Bromo, East Java*. Skripsi. Malang: Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (PPPM STIE)
- Nuryanti, Wiendu. (2012). *Concept, Perspective and Challenges*, Laporan Konferensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya. [Online]: <http://ejournal.unesa.ac.id/kajian-tentangkesiapandesamargomulyo/2013> Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada (diakses: 30 april 2022)
- Pitana, I G. dan Gayatri, P G. 2015. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 195 hal
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Henry. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Gramedia, Jakarta.
- Subagyo. 2014. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. Jurnal Liquidity.1 (2).
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tourism, Bali Government. 2020. “Desa Wisata Mas”. <https://disparda.baliprov.go.id/desawisatamas/2020/05/>, diakses pada 1 april 2022.
- Umar, Husein. 2015. Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2001.
- Utama, I. G. B. R. & Mahadewi, N. M. E., 2012. Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan. s.l.:CV ANDI OFFSET.
- Wahidin, Nur. 2017. Strategi Pengembangan Desa Wisata Gemawang di Kabupaten Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Widnyana, I Ketut. 2020. Strategy for Development of Tourist Village in Bali Island. Skripsi. Denpasar: Universitas Mahasarakswati