

## UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DESA WISATA MENGGORO MENJELANG PANDEMI COVID-19 BERAKHIR

Yulfan Arif Nurohman<sup>1</sup>, Agus Setiawan<sup>2</sup>, Rina Sari Qurniawati<sup>3</sup>

*UIN Raden Mas Said Surakarta<sup>1</sup>*

[yulfanan@gmail.com](mailto:yulfanan@gmail.com)

*UIN Raden Mas Said Surakarta<sup>2</sup>*

[agus.setiawan@iain-surakarta.ac.id](mailto:agus.setiawan@iain-surakarta.ac.id)

*STIE AMA Salatiga<sup>3</sup>*

[rinasari.qurniawati@stieama.ac.id](mailto:rinasari.qurniawati@stieama.ac.id)

### ABSTRACT

Menggoro Tourism Village is one of the tourist villages that has experienced a decline in the number of domestic tourists visits due to the COVID-19 pandemic. Currently the COVID-19 pandemic has gradually subsided and government policies have begun to loosen up on the tourism sector. The community of Menggoro Village, which has experienced the economy declined for two years, needs to be improved through increasing community income. People's income can increase along with the increasing number of tourist visits This study was conducted to find the right strategy to increase the number of local tourist visits. The type of research conducted is descriptive qualitative using a SWOT analysis approach as a process of finding visits increases strategies for Menggoro Tourism Village. Based on the SWOT analysis compiled, four strategies were produced consisting of: first, the development of the Menggoro Tourism Village as halal tourism. Second, improving services and education for parties involved in tourism villages. Third, routinely carry out digital promotions. Fourth, hold cultural, local arts and religious events on a regular basis outside the traditional Jumat Pahing activities. The resulting strategy is expected to increase the number of local tourist visits which have a positive impact on the community's economy.

**Keywords:** *Village Tourism, Tourist Visit, Menggoro Village, SWOT Analysis*

Article Information: Submission: 27 Oktober 2022, Accepted: 13 November 2022, Published: 31 Desember 2022

DOI: 10.53691/jpi.v18i2.284



Copyright © 2022 by the author(s). This article is published by Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial

## PENDAHULUAN

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengatakan terdapat kemungkinan bahwa pandemi covid-19 akan segera berakhir (Pribadi, 2022). Hal ini didasari oleh kasus infeksi covid-19 di Indonesia yang mengalami penurunan. Kementerian Kesehatan menyebutkan bahwa pandemi covid-19 semakin terkendali meskipun belum berakhir (Anam, 2022). Kabar ini menjadi berita yang menarik bagi berbagai kalangan terutama pihak-pihak yang berkecimpung di industri pariwisata. Selama pandemi covid-19 yang berlangsung sejak awal tahun 2022, industri wisata di Indonesia termasuk salah satu sektor terdampak. Termasuk didalamnya terdapat 11,83% pekerja Indonesia pada sektor wisata (Anggarini, 2021).

Industri pariwisata sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Aliah dan Hadianto (2016) menunjukkan peran penting sektor wisata dalam perekonomian di Indonesia melalui upaya peningkatan konsumsi wisatawan yang memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan nasional. Pendapat serupa juga dinyatakan oleh Reni Asworowati (2016) bahwa pengeluaran wisatawan memberikan pengaruh terhadap perekonomian daerah. Berarti hal ini membuktikan pariwisata secara nyata sangat penting untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia terutama pertumbuhan perekonomian daerah.

Kebijakan pemerintah untuk mengurangi penyebaran virus corona 19 melalui pembatasan aktivitas masyarakat membuat aktivitas perekonomian menjadi

terhenti. Kebijakan dimulai sejak awal pandemi melalui pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga berlanjut menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dampak atas pembatasan kegiatan paling dirasakan ialah masyarakat yang tinggal dan mengandalkan potensi wisata suatu daerah sebagai mata pencaharian. Lumpuhnya pariwisata selama pandemi covid-19 menjadikan perekonomian daerah mengalami penurunan.

Kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat memberikan dampak terhadap pengurangan jam kerja di sektor wisata. Menurut Pradana dan Mahendra (2021) terdapat sekitar 12,91 juta orang di sektor pariwisata mengalami pengurangan jam kerja, dan 939 ribu orang di sektor pariwisata sementara tidak bekerja. Banyaknya jumlah orang yang tidak bekerja di sektor wisata terjadi atas penutupan sementara obyek wisata.

Kebijakan terbaru ialah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 1 untuk seluruh daerah. Kebijakan ini dituangkan dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri (Inmendagri) Nomor 42 Tahun 2022 untuk wilayah Jawa-Bali dan Inmendagri Nomor 43 Tahun 2022 untuk wilayah di luar Jawa-Bali (Panrb, 2022). Dimana pada level ini menurut *World Health Organization* (WHO) menunjukkan jumlah kasus positif covid-19 kurang dari 20 orang per 100 ribu penduduk per minggu. Kondisi ini menunjukkan tingkat kesehatan masyarakat mengalami peningkatan.

Untuk membangkitkan perekonomian dari keterpurukan atas pandemi covid-19, pemerintah membuka sektor wisata dengan penerapan protokol kesehatan pada area-area wisata (Ihsanuddin, 2020). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif memberikan pernyataan tentang pemulihan ekonomi di sektor pariwisata akibat pandemi menjadi program besar pemerintah di tahun 2021 dengan memperhatikan perkembangan aspek 3A (atraksi, aksesibilitas, dan amenitas) di destinasi (Kominfo, 2020).

Desa Wisata Menggoro merupakan salah satu kawasan wisata yang ikut mentaati peraturan pemerintah daerah tentang penghentian sementara kegiatan masyarakat berskala besar. Kebijakan ini juga didukung oleh himbuan dari pemerintah Desa Menggoro tentang penghentian sementara aktivitas di Desa Wisata Menggoro seperti tradisi Pasar Jumat Pahing. Desa wisata Menggoro terdiri dari wisata religi dan wisata tradisi. Keberadaan Masjid Jami' Menggoro atau Masjid Wali dan tradisi Jum'at Pahing membuat Desa Menggoro dikenal sebagai desa wisata (Nurohman dan Qurniawati, 2021).

Pada tahun 2016 oleh Pemerintah Kabupaten Temanggung, Desa Menggoro ditetapkan sebagai salah satu desa wisata diantara sepuluh desa wisata lainnya (Nurohman et al., 2019). Sejak penetapan sebagai desa wisata, kunjungan wisatawan lokal mengalami peningkatan. Hal ini bisa diketahui dari kunjungan wisatawan yang datang pada acara tradisi Jum'at Pahing dan kunjungan ke Masjid Jami' atau Masjid Wali. Jumlah pedagang saat acara tradisi Jum'at Pahing yang awalnya hanya terkonsentrasi disekitar masjid berkembang mencakup 6 RT di Dusun Kauman, Ngabean, dan Nolobangsan Timur. Peningkatan jumlah kunjungan juga bisa dilihat dari kawasan parkir yang

berkembang diberbagai wilayah dalam Desa Menggoro.

Peningkatan aktivitas di Desa Wisata Menggoro memberikan dampak besar terhadap perekonomian masyarakat. Secara langsung para pedagang dan masyarakat yang terlibat dalam aktivitas Desa Wisata Menggoro mengalami peningkatan kesejahteraan (Nurohman et al., 2019). Penelitian yang dilakukan sebelumnya menemukan fakta bahwa dana desa yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur penunjang kawasan Desa Wisata Menggoro mampu memberikan manfaat positif bagi masyarakat sekitar.

Adanya pandemi covid-19 awal tahun 2020 membuat aktivitas wisata di Desa Menggoro menjadi terhenti. Segala aktivitas terkait wisata tradisi Jum'at Pahing dihentikan sementara sejak muncul himbuan dari pemerintah untuk menghentikan segala kegiatan yang melibatkan orang dalam skala besar. Bisa dikatakan pelaku atau orang yang beraktivitas terkait desa wisata belum merasakan hasil besar dalam kurun waktu lama. Sejak aktivitas wisata tradisi Jum'at Pahing mengalami perkembangan pesat hingga pandemi covid-19 datang hanya dalam kurun waktu kurang lebih lima tahun.

Wisatawan yang datang didominasi oleh masyarakat lokal di sekitar Kabupaten Temanggung seperti Magelang, Semarang, Demak, Kendal, Wonosobo, Salatiga, dan lain kabupaten lainnya. Hal ini dikarenakan Desa Menggoro memiliki berbagai kearifan lokal sejak zaman dahulu, di antaranya makanan khas, tempat ziarah, hingga pariwisata. Sejarah pelaksanaan Jum'at Pahing dimulai abad ke-14 ketika salah satu anggota Wali Songo menyebarkan agama Islam disekitar Desa Menggoro dengan melaksanakan mujahadah setiap malam Jum'at Pahing (Wisnu, 2021).

Tradisi Jum'at Pahing merupakan kegiatan dengan jumlah kunjungan terbesar di Desa Menggoro dibandingkan kunjungan wisata religi ke Masjid Wali maupun ziarah makam Mbah Pahing pada hari biasa tidak bertepatan dengan pelaksanaan Jum'at Pahing. Wisatawan lokal yang berkunjung ke Desa Menggoro saat tradisi Jum'at Pahing memiliki berbagai tujuan, seperti membeli makanan khas, menepati nazar, wisata religi ke Masjid Jami' Wali, ziarah makam Mbah Pahing, dan menyaksikan acara kesenian yang terkadang dipentaskan. Bagi wisatawan dengan tujuan wisata religi akan melaksanakan acara inti yaitu *mujahadah* baik secara perorangan maupun kelompok di Masjid Jami' Wali (Rahmawati, 2012).

Para wisatawan lokal yang berkunjung dalam jumlah besar pada saat pelaksanaan tradisi Jum'at Pahing seketika tiada begitu pandemi covid-19 muncul. Masyarakat Desa Menggoro biasanya memiliki penghasilan besar saat pelaksanaan tradisi Jum'at Pahing yang digunakan untuk menunjang pemenuhan kebutuhan pada hari-hari biasa ketika tidak berlangsung tradisi tersebut. Hampir berlangsung 1,5 tahun kegiatan tradisi Jum'at Pahing tidak dilaksanakan di Desa Menggoro. Akhir tahun 2021 dan awal tahun 2022 dilakukan percobaan pembukaan kembali pelaksanaan tradisi Jum'at Pahing dengan protokol kesehatan secara ketat.

Hingga menjelang akhir tahun 2022, pelaksanaan tradisi Jum'at Pahing di Desa Menggoro sudah berlangsung beberapa kali dan kunjungan terus mengalami peningkatan. Pendapatan yang diterima

oleh masyarakat berkaitan pelaksanaan aktivitas Desa Wisata Menggoro belum sepenuhnya kembali seperti semula. Perlu dilakukan upaya dan strategi baru untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan agar memberikan dampak langsung terhadap perekonomian masyarakat. Bagi Hermawan (2016) pengembangan desa wisata bisa menciptakan dampak positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal seperti peningkatan pendapatan, peningkatan peluang kerja dan usaha, peningkatan kontrol masyarakat lokal dan kepemilikan, dan peningkatan pendapatan retribusi bagi pemerintah daerah maupun desa.

Tujuan penelitian ini ialah menemukan solusi berupa strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro menjelang pandemi covid-19 berakhir, agar strategi yang dihasilkan pendapatan masyarakat. Pengembangan ekonomi desa memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia. berdasarkan pendapat Lestari Moerdijat dalam laman website mpr.go.id (2022), akselerasi pertumbuhan ekonomi pada desa pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja perekonomian nasional. Sehingga upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dari tingkat bawah secara berkelanjutan akan memberikan pengaruh terhadap ekonomi nasional.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Desa Wisata**

Beberapa sumber membahas tentang pengertian desa wisata, salah satu ahli memberikan definisi sebagai suatu kawasan pedesaan menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan tersebut mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan

struktur tata ruang desa yang khas dan kehidupan sosial ekonomi atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkan berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya (Soetarso & Mulyadin, 2013). Pada dasarnya pengembangan desa wisata mengacu pada tiga faktor terdiri dari: pertama, potensi alam pedesaan yang lebih otentik dibandingkan kawasan perkotaan dengan menjalankan tradisi dan ritual budaya. Kedua, wilayah desa memiliki lingkungan fisik yang belum tercemar polusi. Ketiga, pertumbuhan ekonomi pedesaan masih lambat sehingga pengembangan potensi wisata menjadi hal realitis untuk pengembangan perekonomian.

Bagi Edward Inskeep (1991) wisata pedesaan merupakan sekelompok kecil wisatawan yang tinggal pada suasana tradisional, dalam desa-desa terpencil, dan mempelajari tentang cara hidup pedesaan maupun kawasan sekitar. Pengembangan pedesaan harus dilakukan penuh perhitungan, tidak bisa dilakukan secara sembarangan karena menyangkut kehidupan masyarakat. Arismayanti (2015) menyatakan tiga aspek yang menjadi pertimbangan penting pada pengembangan desa wisata, terdiri dari: pertama, pengembangan fasilitas dan pelayanan dalam lingkup desa dan sekitarnya. Kedua, fasilitas pelayanan yang dimiliki oleh penduduk desa, dan mampu saling bekerjasama. Ketiga, pengembangan desa wisata berdasarkan

budaya dan sifat tradisional yang bisa menjadi pertunjukan dalam kunjungan wisata.

Ciri dari desa wisata mengikutsertakan warga atau masyarakat untuk terlibat langsung dalam pengelolaan wisata. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata dijelaskan oleh Pitana (1999) bahwa keterlibatan orang lokal merupakan syarat wisata berkelanjutan. Pada konsep ini dikenal tiga komponen yang harus ada, meliputi: pertama, *enabling setting* yang merupakan kondisi menjadikan situasi lokal menjadi lebih baik dan masyarakat asli bisa lebih berkreasi. Kedua, *empowering local community* merupakan peningkatan kemampuan dan keterampilan masyarakat lokal agar mendukung aktivitas wisata. Ketiga, *socio-political support* merupakan dukungan yang berasal dari sosial, politik, jaringan, dan lain sebagainya.

### **Kunjungan Wisatawan**

Keberhasilan pengelolaan wisata bisa diketahui melalui intensitas wisatawan berkunjung kembali maupun jumlah kunjungan yang datang pada sekali waktu. Wisatawan lokal yang kembali lagi dalam kurun waktu dekat akan memberikan pengaruh perekonomian bagi pengelola wisata maupun pihak-pihak yang terlibat secara langsung dengan industri pariwisata. Pengunjung Desa Wisata Menggoro merupakan wisatawan domestik yang bertujuan melakukan wisata religi maupun tujuan lainnya. Yusendra (2015) mengidentifikasi terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan domestik untuk datang ke suatu obyek wisata. Adapun faktor-faktor tersebut terdiri dari: motivasi personal; sikap, opini, dan persepsi; ketersediaan obyek dan produk wisata; kepribadian; transportasi dan akses jalan; *word*

*of mouth*; pengetahuan atau informasi tentang destinasi wisata; fasilitas umum dan pendukung; tingkat pendapatan; event dan hiburan; cuaca dan iklim; dan kondisi politik serta keamanan.

Kusumawardhani *et al* (2016) rendahnya promosi yang dilakukan oleh pengelola obyek wisata bisa menurunkan tingkat kunjungan wisatawan. Peran pemerintah daerah sangat penting dalam kegiatan promosi wisata. Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata memiliki kalender event yang bisa digunakan sebagai salah satu bentuk promosi wisata lokal. Program-program yang dijalankan oleh pemerintah sejalan dengan pengembangan kawasan desa wisata sehingga terdapat alokasi dukungan dana yang mampu memberikan fasilitas bagi wisatawan.

Salah satu pendorong kegiatan pariwisata agar mendatangkan kunjungan melalui MICE. Indrajaya (2015) menyatakan MICE adalah suatu rangkaian kegiatan yang mempertemukan pengusaha dan kalangan profesional untuk membahas permasalahan dan kepentingan bersama. MICE terdiri dari pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran. Pembahasan para pelaku industri wisata tidak lepas dari tingkat kunjungan wisatawan. Perekonomian yang tumbuh karena kunjungan wisatawan lokal meningkat bisa memberikan dampak terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat pada desa wisata (Nurohman et al., 2019).

### **Analisa SWOT**

Strategi peningkatan jumlah kunjungan Desa Wisata Menggoro dapat

dihasilkan menggunakan metode analisis SWOT. Agar strategi yang digunakan bisa berhasil pada Desa Menggoro maka penyusunan dilakukan penuh kehati-hatian. Penyusunan SWOT membutuhkan waktu sekitar 12 minggu (Rangkuti, 2013). Proses ini dimulai dari identifikasi hingga pembuatan formulasi strategi yang digunakan dalam penyusunan rencana implementasi. Desa Wisata Menggoro membutuhkan strategi agar jumlah kunjungan wisatawan bisa meningkat setelah pandemi covid-19 mulai mereda.

Analisis SWOT menunjukkan adanya permasalahan yang bisa diidentifikasi melalui kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan obyek wisata (Pratiwi, 2019). Suatu perusahaan biasanya menganalisis lingkungan menggunakan konsep strategi (Supriyono, 2000). Konsep strategi merupakan proses analisis lingkungan internal dan eksternal untuk menganalisis SWOT agar bisa dilakukan penentuan kompetensi kompetensi yang cocok dengan peluang-peluang dalam rangka menentukan strategi. Desa Wisata Menggoro memiliki banyak kekuatan yang bisa digunakan untuk mengatasi kelemahan maupun ancaman yang ada. Kekuatan yang dimiliki oleh Desa Wisata Menggoro juga dapat dioptimalkan untuk meraih peluang.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dilakukan pada Desa Wisata Menggoro ini menggunakan diskriptif kualitatif melalui pendekatan analisis SWOT. Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin mendapatkan strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro menjelang akhir pandemi covid-19, pendekatan analisis SWOT dianggap paling cocok untuk menentukan arah strategi. Metode tersebut dilakukan guna

menghasilkan gambaran deskriptif tentang fenomena yang diamati karena bisa menggali pemaknaan terhadap suatu fenomena secara lebih mendalam (Creswell, 1994). Dalam diskriptif kualitatif berupa uraian tanggapan tentang peristiwa maupun situasi sehingga tidak diperlukan pengujian hipotesis maupun memberikan penjelasan hubungan kausalitas.

Pencarian sumber data dilakukan secara langsung melalui observasi lapangan terhadap Desa Wisata Menggoro guna mendapatkan data diskriptif yang didukung informasi dari informan atau narasumber agar bisa memberikan penilaian terhadap variabel-variabel suatu obyek yang diamati. Informan dan narasumber pada penelitian ialah pihak-pihak yang terlibat secara langsung terhadap pengelolaan Desa Wisata Menggoro.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis SWOT**

Penyusunan formulasi strategi, tema strategi, dan pemetaan strategi dimulai berdasarkan hasil analisis SWOT. Formulasi strategi harus melakukan identifikasi terlebih dahulu untuk menemukan tema strategis. Identifikasi yang dilakukan dalam analisis SWOT dibagi menjadi dua, melalui identifikasi internal dan identifikasi eksternal. Identifikasi internal berupa pencarian kekuatan dan kelemahan pada Desa Wisata Menggoro. Adapun identifikasi eksternal dilakukan sebagai bentuk pencarian peluang dan ancaman pada Desa Wisata Menggoro.

### **Identifikasi Potensi Lingkungan Internal**

Dalam identifikasi potensi lingkungan internal berisi tentang kekuatan dan kelemahan Desa Wisata Menggoro. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara maka diperoleh informasi tentang kekuatan Desa Wisata Menggoro. Adapun kekuatan Desa Wisata Menggoro terdiri dari: (1) sejarah masjid dan tradisi Desa Menggoro, (2) *image* yang terbentuk secara turun-temurun, (3) infrastruktur penunjang desa wisata, (4) kemudahan akses, (5) kebijakan pemerintah desa, (6) sumber daya manusia generasi muda, (7) kelembagaan pengurus desa wisata, (8) penetapan desa wisata oleh Pemerintah Daerah, (9) kemauan dan tekad kuat pengelola desa wisata dan pedagang, (10) keberadaan makam para kiai, (11) tradisi dilaksanakan secara rutin dan turun-temurun, (12) kerjasama antar penduduk dusun, (13) pelaporan keuangan yang transparan.

Sedangkan untuk kelemahan yang ada pada Desa Wisata Menggoro terdiri dari: (1) perbedaan kebijakan dana pengelolaan dana di masing-masing dusun, (2) pemerataan lokasi pedagang belum terjadi pada masing-masing dusun, (3) pasar masih dalam desain tradisional, (4) peran dan keterlibatan masyarakat dalam mengelola desa wisata, (5) kemampuan pelayanan pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata, (6) minimnya promosi event, (7) lahan parkir, (8) penataan pedagang dan akses jalan, (9) prasarana perekonomian, (10) prasarana sosial.

### **Identifikasi Potensi Lingkungan Eksternal**

Identifikasi potensi lingkungan eksternal berkaitan jumlah kunjungan wisatawan lokal ke Desa Wisata Menggoro meliputi faktor peluang

dan ancaman. Untuk faktor peluang pada Desa Wisata Menggoro terdiri dari: (1) berkembangnya industri wisata lokal sesuai tren wisata, (2) kebijakan pemerintah dalam mendukung parawisata lokal, (3) luasnya potensi kunjungan wisatawan lokal, (4) jaringan komunitas pengelola desa wisata, (5) pangsa pasar desa wisata untuk semua kalangan, (6) kolaborasi antar komunitas kesenian lokal, (7) berkembangnya kawasan industri, (8) kerjasama penyedia transportasi online, (9) kerjasama produsen cinderamata, (10) alokasi dana desa, (11) kerjasama pengembangan desa wisata dengan perguruan tinggi, (12) kerjasama dengan agen wisata, (13) kerjasama dengan pengelola wisata religi di Jawa Tengah, (14) kemudahan kebijakan perijinan usaha untuk mendukung sarana dan prasarana desa wisata, (15) tidak terdapat persaingan dalam wisata religi, (16) pedagang dari luar Kabupaten Temanggung, (17) jenis produk dan jasa yang ditawarkan pada desa wisata.

Sedangkan potensi eksternal yang berupa ancaman terdiri dari: (1) ketidakpastian perolehan dana untuk pengembangan sarana dan prasarana dari investor, (2) melemahnya perekonomian lokal maupun nasional, (3) perubahan selera atau perilaku wisatawan lokal, (4) tingkat inflasi untuk bahan baku produk makanan yang dijual pada desa wisata, (5) penurunan daya beli masyarakat.

### Penyusunan Formulasi Strategis

Dalam melakukan penyusunan formulasi strategi menggunakan hasil analisis SWOT melalui menggabungkan berbagai indikator yang terdapat pada

kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Model penggabungan dalam analisis ini menggunakan TOWS Matriks. Tidak semua rencana strategi yang dihasilkan dari TOWS Matriks bisa digunakan, hanya strategi yang dipilih untuk memecahkan isu strategis pada desa wisata.

INTERNAL FACTORS			
EXTERNAL FACTORS		Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Opportunities (O)	Strengths/ Opportunities (SO)	Weaknesses/ Opportunities (WO)
	Threats (T)	Strengths/ Threats (ST)	Weaknesses/ Threats (WT)

Gambar 1. TOWS Matriks

- S-O Strategi merupakan strategi yang disusun menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang.
- W-O Strategi merupakan strategi yang disusun melalui meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
- S-T Strategi merupakan strategi yang disusun menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- W-T Strategi merupakan strategi yang disusun melalui meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Tabel 1. Formulasi Strategi Menggunakan Matriks TOWS

Internal Faktor dan Eksternal Faktor	Kekuatan:	Kelemahan:
	1. sejarah masjid dan tradisi Desa Menggoro	1. Perbedaan kebijakan dana pengelolaan dana di masing-masing dusun
	2. <i>image</i> yang terbentuk secara turun-temurun	2. pemerataan lokasi pedagang belum terjadi pada masing-masing dusun
	3. infrastruktur penunjang desa wisata	3. pasar masih dalam desain tradisional
	4. kemudahan akses	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. kebijakan pemerintah desa</li> <li>6. sumber daya manusia generasi muda</li> <li>7. kelembagaan pengurus desa wisata</li> <li>8. penetapan desa wisata oleh Pemerintah Daerah</li> <li>9. kemauan dan tekad kuat pengelola desa wisata dan pedagang</li> <li>10. keberadaan makam para kiai</li> <li>11. tradisi dilaksanakan secara rutin dan turun-temurun</li> <li>12. kerjasama antar penduduk dusun</li> <li>13. pelaporan keuangan yang transparan.</li> <li>14. terdapat masakan dan makanan khas Desa Menggoro</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. peran dan keterlibatan masyarakat dalam mengelola desa wisata</li> <li>5. kemampuan pelayanan pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata</li> <li>6. minimnya promosi event</li> <li>7. lahan parkir</li> <li>8. penataan pedagang dan akses jalan</li> <li>9. prasarana perekonomian</li> <li>10. prasarana sosial.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. jaringan komunitas pengelola desa wisata</li> <li>5. pangsa pasar desa wisata untuk semua kalangan</li> <li>6. kolaborasi antar komunitas kesenian lokal</li> <li>7. berkembangnya kawasan industri</li> <li>8. kerjasama penyedia transportasi online</li> <li>9. kerjasama produsen cinderamata</li> <li>10. alokasi dana desa</li> <li>11. kerjasama pengembangan desa wisata dengan perguruan tinggi</li> <li>12. kerjasama dengan agen wisata</li> <li>13. kerjasama dengan pengelola wisata religi di Jawa Tengah</li> <li>14. kemudahan kebijakan perijinan usaha untuk mendukung sarana dan prasarana desa wisata</li> <li>15. tidak terdapat persaingan dalam wisata religi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. menggelar acara kebudayaan bersamaan tradisi jumat pahing</li> <li>4. menyusun visi misi desa wisata</li> <li>5. promosi melalui influencer</li> <li>6. kerjasama dengan Pemda untuk membangun festival desa wisata</li> <li>7. memperkuat <i>branding</i> produk makanan khas Desa Menggoro</li> <li>8. diferensiasi desa wisata sebagai wisata hala</li> <li>9. menerapkan sistem dan prosedur pelayanan secara professional</li> <li>10. pendaftaran label halal untuk produk makanan khas Desa Menggoro</li> </ol>	<p>diberbagai kota dan kabupaten</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Meningkatkan kerjasama dengan desa-desa yang memiliki kesenian tradisional</li> <li>4. Memperluas tempat parkir dan terpusat</li> <li>5. Penyediaan lahan pedagang yang lebih modern</li> <li>6. Menyiapkan pemandu wisata religi yang dibekali ilmu keagamaan</li> </ol>
<p><b>Peluang:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. berkembangnya industri wisata lokal sesuai tren wisata</li> <li>2. kebijakan pemerintah dalam mendukung parawisata lokal</li> <li>3. luasnya potensi kunjungan</li> </ol>	<p><b>SO Strategi:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusun strategi bisnis desa wisata</li> <li>2. pendirian kantor pengelola desa wisata yang bukan hanya aktif pada pelaksanaan</li> </ol>	<p><b>WO Strategi:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. memasukan kegiatan Desa Wisata Menggoro dalam kalender event Jawa Tengah</li> <li>2. rutin melakukan promosi melalui media social khusus penyampaian informasi</li> </ol>			

16. pedagang dari luar Kabupaten Temanggung		
17. jenis produk dan jasa yang ditawarkan pada desa wisata.		
<b>Ancaman:</b>	<b>ST Strategi:</b>	<b>WT Strategi:</b>
1. ketidakpastian perolehan dana untuk pengembangan sarana dan prasarana dari investor	1. meningkatkan kerjasama antar pengurus desa wisata	1. menggelar event kebudayaan secara rutin diluar tradisi jumat pahing
2. melemahnya perekonomian lokal maupun nasional	2. penguatan kelembagaan pengurus Desa Wisata Menggoro	2. menyempurnakan sistem informasi internal untuk meningkatkan promosi
3. perubahan selera atau perilaku wisatawan lokal	3. peningkatan pelayanan dan edukasi bagi pihak yang terlibat dalam desa wisata	3. memunculkan kreativitas pada produk makanan maupun kemasan makanan khas Desa Menggoro
4. tingkat inflasi untuk bahan baku produk makanan yang dijual pada desa wisata	4. pendapatan atau retribusi untuk pembangunan peningkatan sarana dan prasarana desa wisata	4. kerjasama dengan Pemda untuk penyajian makanan khas dalam kegiatan formal pemerintah daerah
5. penurunan daya beli masyarakat.	5. pelatihan kepada masyarakat untuk pembuatan souvenir lokal	
	6. pembuatan souvenir khas desa menggoro	

Sumber: data primer diolah

### Pembahasan Tema Strategi

Berdasarkan Analisa TOWS matriks diatas, maka bisa dilakukan penyusunan formulasi strategis sesuai fokus pada tema peningkatan jumlah kunjungan wisatawan

lokal pasca covid-19 mulai mereda. Adapun strategi-strategi yang bisa dipilih sebagaimana berikut ini:

### SO: Pengembangan Desa Wisata Menggoro sebagai wisata halal

Dalam pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal merupakan pengembangan dari strategi diferensiasi. Munculnya banyak desa wisata baru meningkatkan persaingan dan bisa berdampak terhadap penurunan kunjungan wisatawan lokal, meskipun rata-rata pengunjung Desa Wisata Menggoro merupakan masyarakat yang terbiasa melakukan wisata religi. Keberadaan Masjid Jami Wali' Menggoro memberikan ciri khusus dan nilai positif untuk pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal. Sejarah Masjid Jami Wali' Menggoro yang didirikan pada masa penyebaran Islam era Wali Songo memiliki nilai sejarah yang sangat kuat. Untuk pengembangan menjadi wisata halal perlu dilakukan upaya peningkatan sarana dan prasarana yang mendukung terpenuhinya kriteria wisata halal. Penyediaan fasilitas-fasilitas ramah bagi umat Muslim perlu disediakan agar kebutuhan dasar wisatawan muslim terpenuhi (Wahidati & Sarinastiti, 2018).

Pemerintah Desa Menggoro bersama pengelola desa wisata perlu mengidentifikasi kekurangan fasilitas penunjang untuk pengembangan menjadi wisata halal. Terdapat tiga aspek penting yang menjadi perhatian utama bagi pengelolaan wisata halal meliputi: tempat tinggal, makanan, dan minuman (Subarkah, 2018). Tujuan wisatawan religi yang datang ke Masjid Jami' Wali rata-rata untuk melakukan peribadatan seperti mujahadah (Rahmawati, 2012). Jadi aspek pertama terkait tempat tinggal bisa teratasi oleh kegiatan yang

dilakukan wisatawan religi yang melakukan mujahadah. Peribadatan mujahadah dilakukan dalam Jami' Wali Menggoro baik wisatawan yang bermalam maupun tidak. Meskipun para wisatawan religi cukup cukup bermalam dan melakukan peribadatan dikawasan masjid, pemerintah desa perlu menyiapkan *homestay* untuk melayani wisatawan religi yang membutuhkan. Pengembangan pengelolaan *homestay* bukan hanya untuk memenuhi kriteria wisata halal, tetapi juga bisa meningkatkan jumlah kunjungan. Pengelolaan *homestay* secara optimal memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Kamal, 2020). Hariman (2021) menemukan wisatawan yang lama di *homestay* memberikan peningkatan ekonomi pariwisata, sehingga masyarakat sekitar bisa merasakan dampak positif.

Aspek kedua dan ketiga terdiri dari makanan dan minuman sebagai hal penting dalam wisata halal bisa dipenuhi oleh produk lokal yang tersedia. Di Desa Menggoro terdapat makanan dan masakan khas berupa cucur dan brongkos. Upaya yang perlu dilakukan untuk menunjang aspek makanan dan minuman ialah mendaftarkan produk makanan dan masakan lokal memiliki sertifikasi halal, meskipun faktanya pengolahan dan pembuatan makanan tersebut sudah terjamin halal. Sertifikat halal mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat yang berpengaruh terhadap penjualan (Manggala et al., 2021). Tingkat kepercayaan masyarakat yang meningkat akan mendatangkan kunjungan wisatawan

untuk membeli produk makanan dan masakan khas Desa Menggoro.

### **ST: Peningkatan pelayanan dan edukasi bagi pihak yang terlibat dalam desa wisata**

Pelayanan merupakan faktor penting dalam industri jasa terutama pariwisata. Noho (2014) berkesimpulan bahwa pelayanan prima adalah kunci utama dalam mempertahankan kunjungan wisatawan. Menurut Lisma et al., (2018) kunjungan wisatawan pada obyek wisata syariah secara bersama-sama dipengaruhi oleh pelayanan, promosi, dan kepuasan. Pengelola dan pihak-pihak yang terlibat dalam industri wisata seperti para pedagang perlu dibekali kemampuan pelayanan. Terdapat lima indikator pelayanan berdasarkan pernyataan Kotler (2009) meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud. Pengelola desa wisata harus bisa memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan maupun dipromosikan. Semua pihak yang terlibat dalam desa wisata harus bisa memberikan layanan tepat waktu, perhatian, dan kepercayaan bagi wisatawan.

Pelatihan peningkatan pengelola dilakukan bekerjasama dengan Pemerintah Daerah, studi banding, maupun meningkatkan kemampuan secara mandiri oleh kelembagaan pengelola Desa Wisata Menggoro. Kapasitas individu yang ditingkatkan dalam pengelola wisata menggunakan indikator pengetahuan, keahlian atau keterampilan, kesadaran dan sikap (Noho, 2014). Pengelola dan pihak yang terlibat dalam desa wisata seperti pedagang harus memiliki pengetahuan yang baik terkait Desa Wisata Menggoro seperti sejarah Masjid Jami' Wali, tradisi Jumat Pahing, makam mbah Pahing, dan lain sebagainya. Pemerintah Desa Menggoro bisa menyusun buku sejarah Desa Menggoro agar mampu meningkatkan literasi

masyarakat terkait pertanyaan yang sering muncul dari wisatawan. Keahlian dan keterampilan bisa ditunjukkan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Dimana keahlian dan keterampilan pengelola juga bisa ditingkatkan untuk menciptakan kreativitas baru dalam pengelolaan desa wisata. Keahlian dan keterampilan juga dapat dioptimalkan untuk pembuatan cinderamata.

### **WO: Rutin melakukan promosi secara digital**

Desa Wisata Menggoro sudah memiliki *brand* kuat dikawasan Kabupaten Temanggung dan sekitarnya. Namun adanya pandemi covid-19 menurunkan jumlah kunjungan wisatawan secara drastis. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola desa wisata menggunakan strategi promosi secara digital melalui media sosial. Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi kegiatan promosi. Saat ini pemanfaatan teknologi informasi terutama promosi melalui secara digital sangat gencar dilakukan dan terbukti efektif bagi desa wisata (Ritchi et al., 2018). Promosi wisata melalui media sosial memberikan kesan menajubkan dan melampaui harapan (Atiko et al., 2016). Adanya kesan yang tercipta melebihi ekspektasi akan mendatangkan niat kunjungan masyarakat terhadap obyek wisata.

Pengelolaan *digital marketing* harus didukung oleh sumber daya manusia yang mumpuni. Dalam *digital marketing* dibutuhkan aspek kreativitas agar bisa membuat konten-konten menarik saat melakukan promosi Desa Wisata

Menggoro. Pentingnya kreativitas ditunjukkan oleh respon masyarakat dalam berkunjung ke tempat wisata. Kurangnya kreativitas akan membuat informasi yang dibagikan sebagai promosi wisata menjadi tidak maksimal (Surentu et al., 2020). Promosi secara digital bisa dioptimalkan sebagai bentuk *digital branding* pada desa wisata dalam pengembangan kawasan wisata agar jumlah kunjungan mampu meningkat secara signifikan (Darmoko et al., 2022).

Tujuan promosi secara digital untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari kalangan muda. Perlu diketahui Desa Wisata Menggoro merupakan salah satu wisata religi yang sudah terkenal sejak dahulu, sehingga tidak heran apabila pengunjung wisata religi didominasi oleh kalangan tua. Pengunjung Desa Wisata Menggoro didominasi oleh kalangan muda hanya saat pelaksanaan tradisi Jum'at Pahing, sedangkan dalam aktivitas sehari-hari kunjungan wisatawan didominasi oleh kalangan tua yang bertujuan melakukan wisata religi.

Kalangan muda merupakan pengguna media sosial terbesar di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta orang, dimana terdapat 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial (Komariah et al, 2020). Artinya, optimalisasi promosi secara media sosial sangat penting untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan muda. Salah satu ciri khusus generasi muda jaman sekarang ialah berbagai melalui media sosial (Qurniawati & Nurohman, 2018). Maka pengalaman menarik berkunjung ke Desa. *Electronic-Word of Mouth* (E-WOM) bisa terjadi secara cepat dan mudah melalui

postingan dan informasi media sosial. Yusendra (2015) salah satu penentu kunjungan wisata ialah *Word of Mouth*, dimana informasi diberikan seseorang berpengaruh besar terhadap keputusan kunjungan wisata. Apabila media sosial Desa Wisata Menggoro dikelola secara menarik akan sangat membantu dalam proses promosi. Kegiatan promosi ini juga bisa lebih optimal ketika menggunakan *influencer* sebagai pihak yang turut serta membagikan konten tentang Desa Wisata Menggoro.

#### **WT: Menggelar event kebudayaan dan kesenian lokal serta religi secara rutin diluar kegiatan tradisi Jum'at Pahing**

Dapat dipastikan kunjungan terbesar di Desa Wisata Menggoro ialah pada saat tradisi Jum'at Pahing dilaksanakan. Tradisi ini dilakukan setiap 35 hari atau pada malam Jum'at Pahing. Menggelar event kebudayaan dan religi secara rutin dimaksudkan untuk meningkatkan intensitas kunjungan wisatawan agar lebih sering terjadi. Pada kondisi biasa, kunjungan terjadi untuk melakukan wisata religi di Masjid Jami' Wali maupun makam Kiai Pahing. Acara yang diadakan selain tradisi Jum'at Pahing dan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dalam jumlah besar ialah mengadakan event kebudayaan dan religi.

Pengelola Desa Wisata Menggoro bisa bekerjasama dengan Pemerintah Desa dan pihak-pihak pengelola kesenian daerah untuk mengadakan event kebudayaan. Saat ini event kebudayaan maupun kesenian daerah sedang naik daun dikalangan muda. Setiap penyelenggaraan event kebudayaan

maupun kesenian daerah di Jawa Tengah akan dihadiri penonton dalam jumlah yang besar. Desa Wisata Menggoro perlu menjalin kerjasama dengan seniman-seniman daerah untuk mementaskan kesenian yang mendatangkan jumlah kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Event kebudayaan dan kesenian daerah dimasukkan dalam kalender wisata Kabupaten Temanggung maupun Jawa Tengah agar potensi kunjungan wisatawan jauh lebih besar.

Wisata religi yang dikembangkan bisa kembali bercermin pada sejarah munculnya tradisi Jum'at Pahing. Munculnya Jum'at Pahing akibat aktivitas peribadatan dan pengajian yang dilakukan secara rutin oleh tokoh Islam. Maka, dimasa sekarang untuk meningkatkan jumlah kunjungan bisa dilakukan dengan cara mengadakan pengajian secara rutin tiap Jum'at Pahing. Saat ini pengajian biasanya dilakukan pada Masjid Jami' Wali setelah tradisi Jum'at Pahing berlangsung atau dilakukan pada hari Jum'at sore. Pelaksanaan event kebudayaan, kesenian lokal, dan pengajian bisa dilakukan dalam suatu rangkaian event tetapi pelaksanaan pada waktu yang berbeda. Rangkaian event akan lebih menarik ketika ditampilkan dalam kalender wisata Pemerintah Daerah.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan lokal di Desa Wisata Menggoro memberikan dampak negatif bagi kondisi perekonomian masyarakat. Perlu dilakukan upaya strategi peningkatan kunjungan wisatawan Desa Menggoro melalui pengembangan strategi yang dilakukan menggunakan Analisa SWOT. Agar kunjungan wisatawan pada Desa Wisata

Menggoro meningkat maka menggunakan strategi: pengembangan Desa Wisata Menggoro sebagai wisata halal; peningkatan pelayanan dan edukasi bagi pihak yang terlibat dalam desa wisata; Rutin melakukan promosi secara digital; dan Menggelar event kebudayaan dan kesenian lokal serta religi secara rutin diluar kegiatan tradisi jumat pahing. Pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal dibutuhkan banyak persiapan, baik dari Pemerintah Desa, pengelola desa wisata, pedagang, dan masyarakat secara luas. Penggunaan promosi secara digital perlu dikembangkan dengan melakukan peningkatan sumber daya manusia bagi pengelola desa wisata agar menghasilkan konten-konten menarik terutama bagi kalangan muda. Peningkatan jumlah wisatawan lokal di Desa Wisata Menggoro diharapkan memberikan dampak positif bagi kondisi perekonomian masyarakat.

### Saran

Desa wisata memberikan peluang bagi program peningkatan ekonomi kerakyatan. Beberapa tahun terakhir pengembangan wisata lokal berbasis potensi desa menjadi tren yang berkembang diberbagai daerah. Desa wisata yang memiliki potensi besar belum tentu memberikan dampak positif bagi masyarakat apabila terjadi kesalahan pengelolaan. Ditemukan beberapa kasus pengelolaan desa wisata yang diberikan kepada pihak lain justru tidak menghasilkan keuntungan yang bisa dirasakan langsung oleh masyarakat. Pengelolaan desa wisata lebih optimal

apabila diberikan kepada warga lokal yang sudah diberikan pelatihan teknis maupun non teknis untuk mengelola desa wisata. Pengembangan sumber daya pengelola desa wisata untuk memunculkan inovasi dan potensi baru yang masih bisa dikembangkan agar jumlah kunjungan terus mengalami peningkatan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aliah, A. D. N., & Hadioanto, A. (2016). Peran Sektor Pariwisata Dalam Pembangunan Perekonomian di Indonesia: Pendekatan Social Accounting Matrix (SAM). IPB University.
- Anam, K. (2022). Pandemi Covid-19 Sudah Berakhir? Kemenkes Beberkan Faktanya. CnbcIndonesia.Com.
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata BSI*, 8(1), 22–31.
- Arismayanti, N. K. (2015). Pariwisata Hijau Sebagai Alternatif Pengembangan Desa Wisata Di Indonesia Oleh: Ni Ketut Arismayanti. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 15(1), 1–15.
- 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.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approache*. Sage.
- Darmoko, M., Yunita, A., & Ramadhanti, D. (2022). Melalui Digital Branding Guna Meningkatkan Mutu Media Promosi disediakan oleh jasa destinasi secara menyeluruh yang dilengkapi dengan

- fasilitas Selotapak. Desa Selotapak berada di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, 6(2), 301–313.
- Edward Inskeep. (1991). *Tourism Planning “An Integrated and Sustainable Development Approach.”* New York: Van Nostrand Reinhold.
- Hariman. (2021). Economic Impact in Homestay Management in Desa Wisata Terong og Belitung Regency. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(11), 14–22.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, III (02).
- Ihsanuddin. (2020). Buka Pariwisata di Tengah Pandemi, Kebijakan Berisiko yang Tetap Diambil. *Kompas.Com*.
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 3(2).
- Kamal, M. (2020). Pengembangan Homestay Dalam Peningkatan Kunjungan Wisata di Kabupaten Toba Samosir Kecamatan Lumbanjulu. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 196–206. <https://doi.org/10.36983/japm.v8i2.67>
- Kominfo. (2020). Menparekraf: Pemulihan Ekonomi Pariwisata Secara Umum Jadi Fokus di 2021. *Kominfo.Go.Id*.
- Kotler, P. and K. L. K. (2009). (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kusumawardhani D Rostyaningsih, D. R. A. (2016). Implementasi Kebijakan Promosi Potensi Wisata (Pantai Widuri) Kabupaten Pematang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(2), 491–501.
- Lisma, N., Yonaldi, S., & Zulbahri, L. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Syariah di Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8, 1–15.
- Manggala Putri, S. A., Hayati, S. R., & Sutrisno, S. (2021). Pendampingan Umkm Al-Maidah Catering Jogja: Sertifikasi Halal Dan Pengelolaan Keuangan. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 143–160. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v2i2.3843>
- mpr.go.id. (2022). Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Desa Diharapkan Mendorong Perekonomian Nasional. *Mpr.Go.Id*.
- Muhammad Iqbal Wahyu Pradana, G. K. M. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sektor Pariwisata Di Objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul. *JSPG: Journal of Social Politics and Governance*, 3(2), 73–85.
- Neng Siti Komariah, Dhian Tyas Untari, E. B. (2020). Teknologi Komunikasi dan Perubahan Sosial Remaja di Indonesia; Sebuah Kajian Literatur Tentang Penggunaan Sosial Media. *Jurnal Kajian Ilmiah (JKI)*, 20(2), 1410–9794. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Noho, Y. (2014). Kapasitas Pengelolaan Desa Wisata Religius Bongo Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 6(1), 8–21.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal. *Jurnal Among Makarti*, 14(1), 1–14.
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Hasyim, F. (2019). Dana Desa Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pada Desa Wisata Menggoro. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 35–43. <https://doi.org/10.35829/magisma.v7i1.3>

- 8 Panrb. (2022). Pemerintah Lanjutkan PPKM, Seluruh Daerah Berstatus Level 1. Menpan.Go.Id.
- Pitana, I. G. (1999). *Pelangi Pariwisata Bali*. Denpasar: Bali Post. Bali Post.
- Pratiwi, N. K. O. (2019). Analisis Swot Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Tahun 2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 95. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20079>
- Priasukmana Soetarso, R. M. M. (2013). Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah. *Jurnal*, 12.
- Pribadi, I. A. (2022). Presiden Jokowi Sebut Mungkin Sebentar Lagi Pandemi COVID-19 Dinyatakan Berakhir. *Sultra.Antara.News.Com*.
- Qurniawati Rina Sari, N. Y. A. (2018). eWOM pada generasi Z di media. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(2), 70–80.
- Rahmawati, A. W. (2012). Tradisi Malem Jemuah Pahingan di Desa Menggoro Kecamatan Tembarak Kabupaten Temanggung. UIN Sunan Kalija Yogyakarta.
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT Balanced Scorecard (keempat)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Reni Asworowati, A. W. (2016). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Studi Kasus Di Bali, DIY, NTB dan Sumut. Universitas Islam Indonesia.
- Ritchi, H., Zulkarnaen, R. M., Dewantara, Z., Akuntansi, D., Ekonomi, F., & Padjadjaran, U. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Peningkatan Aksesibilitas Ukm (Desa Wisata) Kepada Pasar Di Lokasi Wisata Pangandaran Dan Sekitarnya. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 36–40.
- Subarkah, A. R. (2018). Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat. *Intermestic: Journal of International Studies*, 2(2), 188. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v2n2.6>
- Supriyono, R. A. (2000). *Sistem Pengendalian Manajemen*. BPFE Yogyakarta.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa | Surentu | *Acta Diurna Komunikasi*. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1–17. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.34043>
- Wisnu, Y. (2021). Dilingkupi Mitos, Ini Keunikan Tradisi Jemuah Pahing di Desa Menggoro. *Solopos.Com*.
- Yusendra, M. A. E. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara. *Magister Manajemen*, 01(2015), 46–64.