

# ANALISIS DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG BERHASILNYA DESA WISATA (STUDI KASUS PADA DESA WISATA CIBEUSI CIATER SUBANG)

Devy Widya Apriandi<sup>1</sup> Ade Guntara Fauzi<sup>2</sup> Nopa Nurdiansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Subang, Indonesia

[nopaoktober10@gmail.com](mailto:nopaoktober10@gmail.com)

## INFO ARTIKEL

### Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 11-02-2024

Tgl. Diterima : 03-04-2024

Tersedia Online : 30-05-2024

### Keywords:

*Ekonomi, Desa Wisata,*

*Cibeusi*

## ABSTRACT

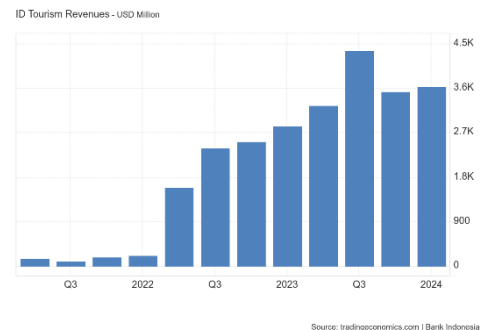
*This research investigates how Tourism Village products impact business opportunities in tourism areas. This research was carried out descriptively quantitatively, with questionnaires used to collect primary and secondary data from various sources. This research involved people who visited or visited the Cibeusi Ciater Subang Tourism Village. The results of data analysis show that Tourism Village products received a positive assessment from respondents, with the Informing Tourism Village Products indicator getting the highest score. Apart from that, respondents considered that business opportunities in the Cibeusi Ciater Subang Tourism Village were quite potential, although there were several things that needed to be improved. This research shows how important it is to improve service quality and increase community participation to increase business opportunities in Tourism Villages. Future research must involve more local parties in the development of Tourism Villages so that local communities are better off.*

## PENDAHULUAN

Salah satu sumber pendapatan negara terbesar adalah pariwisata. Pariwisata sebagai penggerak ekonomi dapat menjadi salah satu cara pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Sektor pariwisata dapat mencapai kalangan bawah serta kelompok ekonomi tertentu. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah, pariwisata adalah salah satu potensi yang harus dikembangkan. Wisata merupakan bagian dari budaya sebuah komunitas yang berkaitan dengan bagaimana mereka menghabiskan waktu luang atau liburan mereka. (NURUL 'ALA DIYANTI 2022)

Grafik 1.1

Grafik Pendapatan Pariwisata di Indonesia



Sumber : *Trading Economics* (2024)

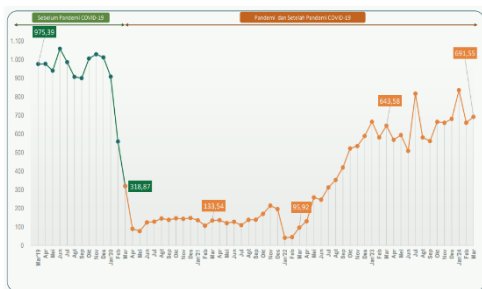
Para wisatawan sangat menyukai tempat wisata yang memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan orang-orang dan menikmati keindahan alam.

Wisatawan, baik lokal maupun asing, menarik banyak objek wisata yang indah dan cantik di berbagai tempat. Selain itu, ada tempat wisata yang belum pernah dikunjungi orang. Ini adalah kebanggaan kita sebagai masyarakat dan harus kita lestarikan. Berkembangnya pariwisata mempengaruhi sosial, budaya, dan lingkungan setempat. Sektor pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi wilayah yang menyadari potensinya. (NURUL 'ALA DIYANTI 2022)

**Kunjungan Wisata Indonesia**

**Grafik 1.2**

Grafik Kunjungan Wisata di Indonesia.



Sumber: Jumlah Perjalanan Wisatawan Nasional (Ribuan), Maret 2019 – Maret 2024

Jumlah perjalanan wisatawan nasional (wisnas) pada Maret 2024 mencapai 691,55 ribu perjalanan. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 4,85 persen bila dibandingkan bulan sebelumnya (m-to-m). Perjalanan wisnas juga mengalami kenaikan sebesar 7,45 persen (y-on-y). Meskipun begitu, jumlah perjalanan wisnas saat ini masih dibawah kondisi saat sebelum pandemi COVID-19 terjadi. (Jumlah Perjalanan Wisatawan Nasional, Maret 2019 – Maret 2024)

**Kunjungan Wisata Jawa Barat**

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat Jumlah kunjungan Wisatawan ke Objek wisata tahun 2021 – 2023 mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. (Badan Pusat Statistik 2024)

**Tabel 1.3**

**Kunjungan Wisata Provinsi Jawa Barat**

Provinsi Jawa Barat	Wisatawan Mancanegara			Wisatawan Nusanantara			Jumlah	
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022
	4.207	148.451	293.856	28.536.869	52.983.321	59.038.244	28.541.076	53.131.772

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

**Kunjungan Wisata Kabupaten Subang**

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang Jumlah kunjungan Wisatawan ke Objek wisata tahun 2021 – 2023 mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. (Badan Pusat Statistik 2024)

**Tabel 1.4**  
**Kunjungan Wisata Kunjungan Kabupaten Subang**

Kabupaten Subang	Wisatawan Mancanegara			Wisatawan Nusanantara			Jumlah	
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022
	0	1.529	10.615	3.176.632	5.278.881	5.943.337	3.176.632	5.280.410

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Secara demografis Kabupaten Subang diuntungkan karena memiliki wilayah dengan tiga bagian, yaitu selatan, tengah dan utara. Kondisi tersebut mengakibatkan banyaknya destinasi yang sangat beraneka ragam, mulai dari alam, makanan dan juga kearifan lokal yang ada dengan hal tersebut mengundang para wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang ada di kabupaten subang. wisatawan yang berkunjung dibedakan menjadi dua jenis, yaitu wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik. Disamping banyaknya wisatawan, Kabupaten Subang juga terdapat hotel non bintang sebanyak 8 unit, hotel bintang sebanyak 40 unit dan restoran/rumah makan sebanyak 369 unit. Selain itu, terdapat 110 unit akomodasi, 1.539 unit kamar, dan 2.493 tempat tidur. (Diskominfo Kabupaten Subang 2024)

No	Jumlah Hotel dan restoran	Akomodasi, Kamar dan Tempat tidur
1	40 Hotel Berbintang	110 Akomodasi
2	8 Hotel non Berbintang	1.539 Kamar
3	369 Restoran/Rumah makan	2.493 Tempat Tidur

Sumber : Diskominfo Kabupaten Subang (Tahun 2024)

Selama pandemi virus corona, pembayaran digital harus diterapkan, khususnya melalui pembayaran online. Masyarakat juga diberi insentif yang kuat untuk tetap berada di rumah selama lockdown dan pembatasan lainnya yang ditetapkan oleh pemerintah [1]. Selain itu, selama pandemi COVID-19, perilaku peer-to-peer meningkat secara signifikan karena minat menggunakan pembayaran

seluler dan dampak pandemi COVID-19 terhadap perilaku individu. [2] Pengusaha beralih ke pemasaran digital karena lebih murah dan berdampak lebih luas, seperti menggunakan pasar dan media sosial. Selain itu, memanfaatkan metode pembayaran digital seperti OVO, GOPAY, SHOPEEPAY, DANA, EMONEY, dan lainnya akan semakin mudah. menjadi lebih cepat dan lebih aman karena tidak ada kontak fisik antara penjual dan pembeli. Transaksi menggunakan uang digital telah mencapai Rp 204.9 triliun pada tahun 2020, menunjukkan bahwa transaksi nontunai sangat disukai oleh masyarakat Indonesia. Dengan digitalisasi dan kemudahan akses ke informasi online, pembeli bisnis-ke-bisnis (B2B) lebih mudah menemukan, membandingkan, dan memesan penawaran, yang mengubah lanskap pemasaran dan proses pembelian mereka [3]. Pembayaran seluler dianggap sebagai metode pembayaran ritel baru yang meningkatkan pengalaman pembelian pelanggan antara bisnis online dan offline [4]. (Devy Widya Apriandi, Najmudin, Nandang Bekt Karnowati dan Fajar Adi Prakoso)

Pemerintah Indonesia di bawah kepemimpinan Joko Widodo memprioritaskan pembangunan infrastruktur untuk mengimbangi tujuan pembangunan.

Pemerintah berusaha keras untuk menyelesaikan proyek infrastruktur pelayanan publik untuk meningkatkan daya saing negara. Kementerian Keuangan RI Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015–2019, pemerintah mengalokasikan Rp4.796 triliun untuk membantu pembangunan infrastruktur, menurut Badan Kebijakan Fiskal. Pemerintah terus meningkatkan proyek infrastruktur tanpa mengorbankan stabilitas makro jangka menengah karena kapasitas fiskal terbatas (rasio pendapatan terhadap PDB 12,7% dan pajak terhadap PDB 10,8% dari PDB). Dalam hal pembiayaan, pemerintah harus menyediakan minimal 22% dari anggaran total untuk infrastruktur. Untuk mencapai hal ini, pemerintah telah menggunakan

berbagai pendekatan untuk membuat ruang fiskal yang lebih besar untuk digunakan lebih efisien dan efektif. (Fino Vallco Waristi, Riznaldi Akbar (Tahun 2018)).

Pada tahun 1998, pada saat krisis keuangan, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian daerah. UMKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi bangsa. Dengan memberikan potensi lapangan kerja dan sumber ekspor nonmigas, UMKM dapat terus mendorong perekonomian nasional yang kembali terpuruk akibat krisis keuangan tahun 2008. Secara nasional, usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB [1]. Kajian yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,6 juta unit pada tahun 2019-99,9% [2]. Namun, meskipun perkembangan UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, UMKM masih gagal bersaing di pasar domestik dan internasional. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM di Indonesia adalah keterbatasan kewirausahaan mereka dalam mengembangkan produk baru [3]. Menurut [4], UMKM menghadapi kesulitan bersaing karena kurangnya pengetahuan, ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan persaingan pasar yang bergerak cepat. Akibatnya, menjadi sulit untuk meningkatkan output atau kinerja bisnis mereka. Mereka tidak hanya akan menghambat usaha kecil dan menengah (UMKM) tetapi juga akan mengurangi kemampuan mereka untuk bersaing [5]. Tingkat keberhasilan penelitian daya saing bervariasi. Studi (Man et al., 2002) mengevaluasi konsep kewirausahaan dan hubungannya dengan tingkat daya saing; hasilnya menunjukkan bahwa daya saing terdiri dari tiga dimensi: potensi, proses, dan kinerja. Bisnis harus melakukannya karena dinamisme pasar. mampu melayani pelanggan sambil bersaing

dengan pesaing, karena itu orientasi pasar tetap penting bagi bisnis. (Nandang Bkti Karnowati, Fajar Adi Prakoso, dan Devy Widya Apriandi (tahun 2023).)

Indonesia dan sangat membantu pertumbuhan ekonomi. Namun, UMKM sulit beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat karena globalisasi dan persaingan yang kuat. Mereka juga belum mampu bersaing dengan perusahaan besar (Fritz & Schiefer, 2009). Oleh karena itu, pemasaran pada usaha skala kecil seperti UMKM sangat penting untuk dipahami, terutama dalam hal inovasi, keterlibatan konsumen, pendekatan kewirausahaan, dan orientasi pasar (Jones & Rowley, 2011). Dalam kenyataannya, beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa pengabaian MO dalam praktik UMKM menyebabkan tingkat kinerja yang rendah dan kegagalan bisnis yang tinggi (Alpan et al., 2007; Brooksbank et al., 2004). Penulis terdorong untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang inovatif berdasarkan celah penelitian sebelumnya. (Nandang Bkti Karnowati, Sudarto, Lusi Suwandari, Fajar Adi Prakoso dan Devy Widya Apriandi)

### Profil Desa Wisata Cibeusi

Desa wisata Cibeusi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ciater dengan memiliki potensi bentang alam yang bervariasi mulai dari kondisi alam perbukitan, pesawahan yang terhampar luas dan keadaan lingkungan di Desa Wisata Cibeusi sangat lestari dengan menjunjung ciri khas pedesaan yang kental akan kebudayaannya. (Elhakim et al. n.d.)

Desa wisata Cibeusi merupakan Desa Wisata yang menyuguhkan Desa Wisata kombinasi yang dimana Desa Wisata Cibeusi memiliki daya tarik berupa sumber daya alam, budaya dan kreatif. Desa Wisata Cibeusi terpilih menjadi Top Ten Destination wisata terbaik pada tahun 2019 daya tarik yang diunggulkan berupa curug-curug (air terjun) yang terdapat disekitar dusun di Desa Wisata Cibeusi, wisata kuliner beras hitam dan gula aren,

wisata religius serta kesenian tradisional yang masih di lestarikan celempung, gong renteng dan tarompet. Masyarakat yang ramah menjadikan nilai tersendiri yang dimiliki Desa Wisata Cibeusi. Desa Wisata Cibeusi dikategorikan sebagai Desa Wisata yang terbilang maju hal ini didasarkan sudah banyak masyarakat yang sadar wisata dengan dikelola oleh pokdarwis, masyarakat sudah mampu memanfaatkan potensi alamnya dengan mendirikan usaha-usaha kepariwisataan. (Elhakim et al. n.d.)

Aspek Kriteria Wisata Desa Wisata Cibeusi ada beberapa Deskripsi yaitu Curug Cibareubeuy, Curug Pandawa Lima, Curug Ciangin, Curug Mustika Pelangi, Curug Cibihak, Wisata Zarah Pemandian Cikahuripan, Wisata Kuliner beras hitam & gula aren dan Situs batu ringgit. (Elhakim et al. n.d.)

**Hasil Penelitian sebelumnya**  
**Tabel 1.5**  
**Peneliti Terkait**

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Penulis Nova Ariana, Rieke Sri Rizki, Satria Delonika Regiawan (2020) dengan Judul pengaruh Elektronik <i>Word Of Mouth</i> terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Cibeusi Ciater Kabupaten Subang.	Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi Deskriptif Kuantitatif dan Varipikatif yang menghitung besarnya pengaruh Elektronik <i>Word Of Mouth</i> terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Cibeusi Ciater Kabupaten Subang. Teknik analisis ini menggunakan jenis kuesioner dan juga analisis veripikatif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Electronic Word of Mouth (e-WOM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi. variabel e-WOM dan keputusan berkunjung diklasifikasikan sebagai baik berdasarkan skor rata-rata yang diperoleh dari analisis deskriptif.	Persamaan - Menggunakan Metodologi Kuantitatif Deskriptif - Lokasi Penelitian Perbedaan - Tujuan Penelitian - Pda teori Penelitiannya

Sumber : (Riana, Sri Rizki Asti Karini, dan Regiawan 2020)

### Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah penulis Uraikan di atas maka Identifikasi Masalah yang akan di Rumuskan adalah Sebagai berikut

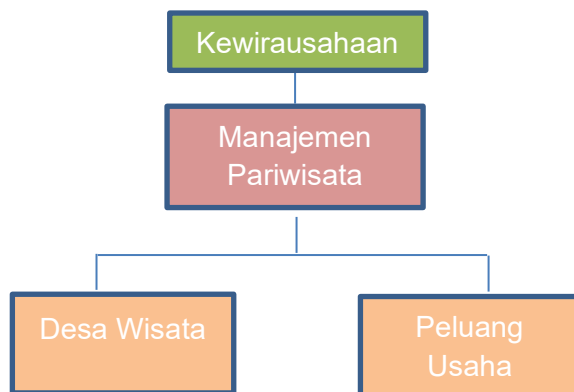
“Faktor-faktor apa saja yang mendukung Keberhasilan Desa Wisata?”

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dikemukakan di atas maka Tujuan

Penelitian yang akan di capai adalah Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan Desa Wisata.

## KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS



### KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan adalah suatu proses menganalisis, membangun dan mengembangkan suatu keinginan untuk mencapai tujuan melalui ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu keinginan sampai penciptaan usaha baru pada kondisi yang penuh resiko.

### Manajemen Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, definisi wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Manajemen Pariwisata di Indonesia diatur dalam Undang-undang No. 10 Tahun 2008 tentang Kepariwisata. Pengembangan

Pariwisata masuk ke dalam 10 (sepuluh) program prioritas nasional yang tercantum di dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Tahun 2018, ini menandakan bahwa pemerintah sangat serius dalam pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata Indonesia untuk mencapai cita-cita yang diinginkan. (Dwimawanti and Sidiq n.d.)

### Desa Wisata

Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, dan adat istiadat keseharian. Desa wisata juga dapat mengembangkan berbagai komponen kepariwisataan, seperti atraksi, akomodasi, makanan dan minuman, serta kebutuhan wisata lainnya. Salah satu program Pemerintah Republik Indonesia yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi adalah pembangunan desa wisata, yang merupakan bagian dari pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Dalam proses pembentukan desa wisata, masyarakat sekitar dilibatkan secara aktif dalam proses pembangunan wisata. Ini berarti bahwa lingkungan sekitar desa dan kehidupan sosial masyarakat di dalamnya menjadi tujuan wisata. Wisata pedesaan sangat bergantung pada masyarakat lokal karena mereka adalah sumber daya manusia dan penggerak utama. Masyarakat lokal, terutama penduduk asli, bertanggung jawab secara langsung atas atraksi wisata yang ditawarkan sebuah destinasi wisata dan merupakan faktor penting dalam mencapainya (Masitah 2019).

Menurut Pendit (1994), beberapa jenis pariwisata telah berkembang di seluruh dunia, termasuk Indonesia; namun, dia membagi jenis pariwisata ini ke dalam 3 kategori khusus, yaitu :

2. **Wisata budaya** adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk

memperluas pandangan hidup seseorang dengan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan orang, tradisi, cara hidup, budaya, dan seni orang lain.

3. **Wisata pertanian** ini, seperti wisata industri, mengatur perjalanan ke proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya. Wisatawan biasanya dapat berkunjung ke perkebunan untuk melihat-lihat dan menikmati segarnya tanaman yang beraneka warna dan suburnya pembibitan sayur-sayuran dan palawija di sekitarnya.

3. **Wisata Cagar Alam**, Wisata jenis ini biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan diri dalam bisnis dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah yang dilindungi oleh undang-undang, seperti cagar alam, taman lindung, hutan pegunungan, dan sebagainya. Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam karena mereka suka memotret binatang, marga satwa, dan pepohonan dan bunga berwarna-warni yang telah dilindungi oleh pemerintah dan masyarakat.

Menurut (Setiawan n.d.), Jenis Jenis Pariwisata yang sudah dikenal diantaranya ada 2 yaitu :

2. **Wisata olahraga** adalah perjalanan yang melibatkan, mengamati, atau berpartisipasi dalam acara olahraga sambil tetap jauh dari lingkungan biasa wisatawan.

3. **Wisata komersial** adalah perjalanan yang bertujuan untuk mengunjungi pameran dan pekan raya, seperti pameran dagang.

Melebihi sektor-sektor unggulan lain, pariwisata diharapkan memiliki dampak multiplier yang signifikan terhadap ekonomi. Wisatawan adalah mereka yang membayar untuk menikmati berbagai bentuk kegiatan pariwisata, sedangkan masyarakat adalah mereka yang menikmati manfaat (terutama manfaat ekonomi), dan pemerintah adalah mereka yang menerima pendapatan

melalui pajak, Goeldner & Ritchie et al (2012). Salah satu dampak kegiatan pariwisata yang mudah diukur dan bermanfaat bagi masyarakat setempat adalah dampak ekonomi, menurut (Surahman, Sudiarta, and Suwena 2020). Pengembangan desa wisata diharapkan dapat mendukung diversifikasi pedesaan dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti peran desa wisata dalam spesialisasi lokasi dan ketersediaan atraksi dan fasilitas. Dari Latar Belakang yang telah Penulis Uraikan diatas oleh karena itu, Penulis tertarik melakukan Penelitian dengan judul **ANALISIS DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG BERHASILNYA DESA WISATA.**

### Peluang Usaha

Dalam konteks bisnis, istilah "peluang usaha" sering digunakan. Setiap orang memiliki kesempatan untuk bekerja untuk mencapai tujuan tertentu dalam keadaan seperti ini. "Peluang Usaha" terdiri dari dua kata: "usaha" dan "peluang." Peluang adalah kesempatan, dan usaha adalah upaya untuk mencapai tujuan dengan menggunakan berbagai sumber daya yang ada. Secara sederhana, peluang usaha adalah kesempatan bagi seseorang untuk mencapai tujuan tertentu.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan Metode penelitian Kuantitatif Deskriptif. Metode penelitian deskriptif yaitu mengambil suatu masalah yang tidak atau sedikit memiliki informasi relevan kemudian memberikan deskripsi yang sesuai baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Metode penelitian deskriptif yang umum digunakan misalnya survei, yang meliputi penggunaan kuesioner, wawancara pribadi, survei melalui telepon, dan survei normatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin

diketahui. (Kasiram (2008: 149) dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang berusaha memperlihatkan hasil suatu pengumpulan data kuantitatif atau statistik seperti Kuesioner dengan apa adanya, tanpa dihitung atau dilihat hubungannya dengan perlakuan atau variabel lain. Tujuannya agar penulis mengetahui seberapa besar produk wisata menciptakan peluang usaha di Desa Wisata Cibeusi Ciater Subang.

### **Jenis dan Sumber data**

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer melalui kuisisioner yang berasal langsung dari objek penelitian serta data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber informasi seperti buku-buku, media internet, dan jumlah dan sebagainya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Kuesioner**

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang didalamnya terdiri dari rangkaian pertanyaan dengan tujuan mendapatkan informasi dari pada responden yang dituju.

#### **Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian.

#### **Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (NURUL 'ALA DIYANTI 2022). Populasi dari penelitian ini adalah Seluruh pengunjung Wisatawan Kabupaten Subang. Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari: subjek atau objek yang memiliki kualitas dan fitur tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Sugiyono (2017:80).

### **Sampel**

Sampling adalah teknik (prosedur atau perangkat) yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sejumlah item atau individu yang relatif lebih kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya untuk dijadikan subjek (sumber data) untuk observasi atau eksperimen sesuai tujuan. dari studinya. Pernyataan lain juga menyampaikan bahwa Sampel adalah sekelompok elemen yang dipilih dari kelompok yang lebih besar dengan harapan mempelajari kelompok yang lebih kecil ini (sampel) akan mengungkapkan informasi penting tentang kelompok yang lebih besar (Firmansyah dan Dede 2022). Kriteria sampel adalah serangkaian syarat atau kondisi yang harus dipenuhi oleh individu atau unit yang akan dipilih untuk menjadi bagian dari sampel dalam sebuah penelitian atau survei. Kriteria ini dirancang untuk memastikan bahwa sampel yang diambil representatif, relevan, dan sesuai dengan tujuan penelitian (Firmansyah and Dede 2022). Sampel penelitian ini diambil dari pengunjung Desa Wisata Cibeusi.

### **Tabel Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi objek penelitian, biasanya disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti. Variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau segala sesuatu yang terbentuk atau menjadi perhatian penelitian sehingga dapat mengamati perbedaan antara objek dalam kelompok tertentu dan menghasilkan kesimpulan.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator
Produk Desa Wisata (X)	Produk wisata adalah segala solusi yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan oleh target pelanggan dengan bentuk pengalaman (experiences) wisata yang bersifat tangible dan intangible	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat Wisata Outbond</li> <li>2. Terdapat Wisata Membatik</li> <li>3. Terdapat Wisata Kuliner</li> <li>4. Terdapat Wisata Souvenir</li> <li>5. Terdapat Homestay</li> <li>6. Terdapat Layanan Transportasi</li> <li>7. Terdapat Lahan Parkir</li> <li>8. Terdapat Fasilitas Toilet</li> </ol>

Sumber: *Data Penulis (tahun 2024)*

### Uji Instrumen

#### Uji validitas

Validitas terkait dengan peubah yang menilai apa yang seharusnya diukur, menurut (Sanaky, Saleh, and Titaley 2021). Validitas penelitian menunjukkan seberapa tepat alat penelitian terhadap data yang diukur. Uji validitas adalah uji yang menunjukkan seberapa baik alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner sah atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur. (NURUL 'ALA DIYANTI 2022)

#### Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata "reliabilitas", yang berarti keajegan pengukuran. Antara Sugiharto dan (Sanaky et al. 2021) menyatakan bahwa reliabilitas mengacu pada keyakinan bahwa alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan memiliki kemampuan untuk mengungkap informasi nyata di lapangan. Reliabilitas adalah cara untuk menilai suatu kuesioner sebagai indikator konstruk atau peubah. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Seberapa reliabel suatu tes diukur berdasarkan stabilitas,

konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang dapat menghasilkan data yang dapat diandalkan disebut sebagai pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi. (NURUL 'ALA DIYANTI 2022)

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan pada model regresi untuk mengetahui apakah nilai residu berdistribusi normal. Model regresi yang baik ialah model yang memiliki residu yang terdistribusi secara normal, dan uji t dan F menganggap bahwa nilai residu berdistribusi normal. (NURUL 'ALA DIYANTI 2022)

#### Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek untuk menyetujui suatu. Menurut Sugiyono digunakan untuk atau (2018) pertanyaan. skala likert mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang sosial. Dalam penelitian ini fenomena fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Skor Poin	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber : *Data Penulis (tahun 2024)*

Rumus untuk mengetahui nilai kuesioner tertinggi dan terendah dari variabel X dan Y dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah kuesioner, jumlah pertanyaan variabel, dan nilai skor tertinggi dan terendah dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Produk Desa Wisata (X)
    - a. Total Skor tertinggi :  $73 \times 8 \times 5 = 2.920$ .
    - b. Total Skor Terendah :  $73 \times 8 \times 1 = 584$ .
- Interval :  $2.920 - 584 = 2.336 / 5 = 467$ .

Sehingga Range nilai dari masing-masing kelas Ordinal untuk Variabel (X) yang dimaksud apabila Total Nilai kuesioner yang didapat adalah:

**Tabel 3.3**  
Range Skala Likert  
Produk Desa Wisata (X)

Keterangan	Range
Sangat Tidak Setuju	584 – 1.051
Tidak Setuju	1.052 – 1.519
Netral	1.520 – 1.987
Setuju	1.988 – 2.455
Sangat Setuju	2.456 – 2.923

Sumber : Data Penulis (Tahun 2024)

3	20 Tahun	24
4	21 Tahun	31
5	22 Tahun	3
6	23 Tahun	3
7	24 Tahun	3
8	25 Tahun	1
9	26 Tahun	3
10	29 Tahun	2
Total		73

Sumber: Data Penulis (Tahun 2024)

Berdasarkan Grafik 4.1 dapat diketahui bahwa Responden dibedakan menjadi 10 Kategori yaitu Usia 18 Tahun 1 orang atau sekitar 1,4%, Usia 19 Tahun 2 orang atau sekitar 2,7%, Usia 20 tahun 24 orang atau sekitar 32,9%, Usia 21 tahun 42,5%, Usia 22 Tahun 3 Orang atau sekitar 4,1%, Usia 23 Tahun 3 orang atau sekitar 4,1%, Usia 24 Tahun 3 orang atau sekitar 4,1%, Usia 25 Tahun 1 orang atau sekitar 1,4%, Usia 26 Tahun 3 orang atau sekitar 4,1% dan Usia 29 Tahun 2 orang atau sekitar 2,7%. Hasil yang ditunjukkan pada Gambar dan Tabel 4.1 jumlah Responden di dominasi Oleh usia 21 Tahun yang merupakan Usia Dewasa.

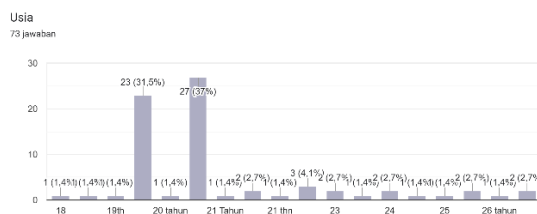
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisi Karakteristik Responden

#### a. Usia Responden

Hasil Analisis Karakteristik Responden berdasarkan Usia dapat ditunjukkan pada **Grafik 4.1** dan **Tabel 4.1**

**Grafik 4.1** Data Responden Menurut Usia



Sumber: Data Kuesioner Responden (Tahun 2024)

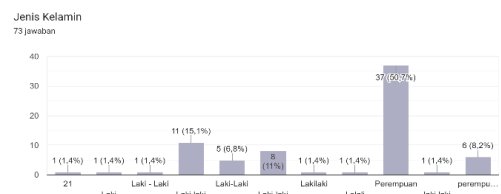
**Tabel 4.1** Data Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah Responden
1	18 Tahun	1
2	19 Tahun	2

#### b. Jenis Kelamin Responden

Hasil analisis Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin dapat ditunjukkan pada **Grafik 4.2** dan **Tabel 4.2**.

**Grafik 4.2** Data Responden Menurut Jenis Kelamin



Sumber: Data Kuesioner Responden (Tahun 2024)

**Tabel 4.2** Data Responden Menurut Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki laki	30

2	Perempuan	43
Total		73

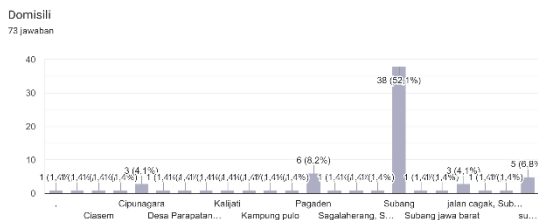
Sumber: *Data Penulis (Tahun 2024)*

Berdasarkan Grafik 4.2 dapat diketahui bahwa Responden dibedakan menjadi 2 Kategori yaitu Laki-laki dan Perempuan. Dari Data 73 responden yang diperoleh, Komposisi Responden berdasarkan Jenis kelamin yaitu Laki-laki 30 orang atau sekitar 41,1% dan Perempuan 43 orang atau sekitar 58,9%. Hasil ditunjukkan pada Gambar dan Tabel 4.2 Jumlah Responden di dominasi oleh Jenis Kelamin Perempuan.

**c. Domisili Responden**

Hasil analisis Karakteristik Responden berdasarkan Domisili dapat ditunjukkan pada **Grafik 4.3 dan Tabel 4.3**

**Grafik 4.3** Data Responden Menurut Domisili.



Sumber: *Data kuesioner Responden (Tahun 2024)*

**Tabel 4.3** Data Responden Menurut Domisili.

No	Domisili	Jumlah
1	Cibogo	2
2	Ciasem	1
3	Cilacap	1
4	Cipunagara	4
5	Purwadadi	1
6	Rawalele	1
7	Kalijati	1
8	Kampung Pulo	3
9	Pagaden	7
10	Sagalaherang	1
11	Soklat	2
12	Subang Kota	48
13	Jalan Cagak	1

Total	73
-------	----

Sumber : *Data Penulis (Tahun 2024)*

Berdasarkan Grafik 4.3 dapat diketahui bahwa Responden dibedakan Menjadi 13 Kategori Domisili Cibogo 2 orang atau sekitar 2,7%, Ciasem 1 orang atau sekitar 1,4%, Cilacap 1 orang atau sekitar 1,4%, Cipunagara 4 orang atau sekitar 5,5%, Purwadadi 1 orang atau sekitar 1,4%, Rawalele 1 orang atau sekitar 1,4%, Kalijati 1 orang atau sekitar 1,4%, Kampung Pulo 3 orang atau sekitar 4,1%, Pagaden 7 orang atau sekitar 9,7%, Sagalaherang 1 orang atau sekitar 1,4%, Soklat 2 orang atau sekitar 2,7%, Subang Kota 48 orang atau sekitar 67,1% dan Jalan Cagak 1 orang atau sekitar 1,4%.

**Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Analisis Variabel penelitian menjelaskan terkait Hasil tanggapan responden yang berkaitan dengan variabel yang diuji yaitu Produk Desa Wisata (X).

**1. Tanggapan Responden Terhadap Produk Desa Wisata (X)**

**Tabel 4.4** Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Produk Desa Wisata (X)

No	Pertanyaan	Jumlah Jawaban Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
		STS	TS	N	S	SS			
1	Pentingnya Terdapat Wisata Outbound	3	1	8	49	12	285	365	78,08%
2	Pentingnya Terdapat Wisata Membatik	4	4	25	36	4	251	365	68,76%
3	Pentingnya Terdapat Wisata Kuliner	3	0	10	36	24	297	365	81,36%
4	Pentingnya Terdapat Wisata Souvenir	3	2	17	44	7	269	365	73,69%
5	Pentingnya Terdapat Homestay	2	1	15	38	17	286	365	78,35%
6	Pentingnya Terdapat Layanan Transportasi	1	3	21	37	11	273	365	74,79%
7	Pentingnya Terdapat lahan parkir	3	0	11	42	17	289	365	79,17%
8	Pentingnya Terdapat toilet	3	1	8	38	23	296	365	81,09%
Total							2.246	2.920	76,91%

Sumber: *Data Penulis (Tahun 2024)*

Tabel diatas menunjukkan skor aktual yang diperoleh dari Variabel Produk Desa Wisata (X) Sebesar 2.246 dari skor Ideal 2.920 sedangkan secara Persentase yaitu sebesar 76,91%.

1. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat wisata outbound, memperoleh 3 responden Sangat Tidak Setuju, 1 responden Tidak Setuju, 8 responden Netral, 49 responden Setuju dan 12 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 285 skor aktual, 365 skor ideal, 78,08% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Wisata outbound karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 49 orang responden.

2. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat wisata Membatik, memperoleh 4 responden Sangat Tidak Setuju, 4 responden Tidak Setuju, 25 responden Netral, 36 responden Setuju dan 4 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 251 skor aktual, 365 skor ideal, 68,76% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Wisata membatik karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 36 orang responden.

3. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat wisata Kuliner, memperoleh 3 responden Sangat Tidak Setuju, 0 responden Tidak Setuju, 10 responden Netral, 36 responden Setuju dan 24 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 297 skor aktual, 365 skor ideal, 81,36% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Wisata Kuliner karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 36 orang responden.

4. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat wisata Souvenir, memperoleh 3 responden Sangat Tidak Setuju, 2 responden Tidak Setuju, 17 responden Netral, 44 responden Setuju dan 7 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 269 skor aktual, 365 skor ideal, 73,69% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Wisata Souvenir karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju

memperoleh yang terbesar dengan 44 orang responden.

5. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat wisata *Homestay*, memperoleh 2 responden Sangat Tidak Setuju, 1 responden Tidak Setuju, 15 responden Netral, 38 responden Setuju dan 17 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 286 skor aktual, 365 skor ideal, 78,35% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Wisata outbound karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 38 orang responden.

6. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat Layanan Transfortasi, memperoleh 1 responden Sangat Tidak Setuju, 3 responden Tidak Setuju, 21 responden Netral, 37 responden Setuju dan 11 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 273 skor aktual, 365 skor ideal, 74,79% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Layanan Transfortasi karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 37 orang responden.

7. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat Lahan parkir, memperoleh 3 responden Sangat Tidak Setuju, 0 responden Tidak Setuju, 11 responden Netral, 42 responden Setuju dan 17 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 289 skor aktual, 365 skor ideal, 79,17% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Lahan Parkir karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 42 orang responden.

8. Dalam pertanyaan pentingnya terdapat Fasilitas Toilet, memperoleh 3 responden Sangat Tidak Setuju, 1 responden Tidak Setuju, 8 responden Netral, 38 responden Setuju dan 23 responden Sangat Setuju, serta memperoleh 296 skor aktual, 365 skor ideal, 81,09% dalam bentuk persentase. Artinya, dalam hal ini responden setuju dengan pentingnya terdapat Fasilitas

karena dilihat dari hasil responden menunjukkan angka setuju memperoleh yang terbesar dengan 38 orang responden.

**Uji Validitas**

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Variabel X**

No	Indikator	Kode Butir	Korelasi Pearson	Keterangan
1	Produk Desa Wisata (X)	PDW 1	0,85	Valid
		PDW 2	0,65	Valid
		PDW 3	0,81	Valid
		PDW 4	0,82	Valid
		PDW 5	0,79	Valid
		PDW 6	0,49	Valid
		PDW 7	0,88	Valid
		PDW 8	0,84	Valid

Sumber: *Data Penulis (Tahun 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa semua variabel dari setiap indikator telah Valid. Dapat dibuktikan dengan r.Hitung lebi besar dari r.Tabel.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas variabel X**

No	Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Produk Desa Wisata (X)	0,907	Reliabel

Sumber: *Data Penulis (Tahun 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha semua variabel berada pada diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dijadikan alat ukur dalam penelitian ini dapat dikatakan semua pertanyaan bersifat Reliabel.

**Uji Normalitas**

**Tabel 4.7**  
**Uji Normalitas Variabel X**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.09121155
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.069
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.016 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Data Penulis dari Output Spss (Tahun 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.8 Memperlihatkan hasil pengujian Normalitas dengan Uji Kolmogorov – Smirnov diketahui bahwa nilai Signifikansi *Unstandardized Residual* adalah sebesar 0.016. Sedangkan besarnya nilai Signifikansi yang ditetapkan dalam Penelitian ini sama dengan Besarnya ditetapkan oleh para peneliti pada umumnya yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan nilai Signifikansi *Unstandardized Residual* lebih Kecil dari pada nilai Signifikansi yang diharapkan, yang berarti distribusi *Unstandardized Residual* tdak Normal.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu "Faktor-faktor apa saja yang mendukung Keberhasilan Desa Wisata?", dapat disimpulkan bahwa:

1. Wisata Outbound
2. Wisata Membatik
3. Wisata kuliner
4. Wisata Souvenir
5. *Homestay*
6. Layanan Transfortasi
7. Lahan Parkir
8. Fasilitas Toilet

Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang produk Desa Wisata dan identifikasi peluang

usaha yang tepat dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya tarik dan keberhasilan Desa Wisata. Wisata kuliner menunjukkan faktor pendukung berhasilnya Desa wisata. Karena, dari hasil data kuesioner yang disebar menunjukkan angka yang paling tinggi yaitu sebesar 81,36%.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diberi saran bahwa Wisata membatik yang terdapat di Desa Wisata Cibeusi dapat dikembangkan lagi. Karena, berdasarkan hasil kuesioner yang disebar menunjukkan angka terendah yaitu sebesar 68,76%. Dengan meningkatkan Wisata Membatik ini diharapkan menjadi salah satu faktor pendukung berhasilnya Desa Wisata Cibeusi Ciater Subang. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata sangat penting. Masyarakat yang sadar akan potensi Wisata dan aktif dalam pengelolaan dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk perkembangan Pariwisata. Selain itu, Upaya Promosi yang efektif termasuk penggunaan media sosial dapat meningkatkan visibilitas Desa Wisata dan menarik lebih banyak pengunjung.

### IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dialami. Beberapa keterbatasan tersebut yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif Deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui Produk Desa Wisata dan Peluang Usaha di Desa Wisata Cibeusi.
2. Dalam Proses pengumpulan Data informasi yang diberikan oleh responden melalui kuesioner terkadang tidak mencerminkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini dikarenakan pemikiran dan asumsi yang

berbeda pada masing-masing responden serta faktor lainnya.

### REFERENCES

#### Buku

Sugiyono (2017:80) dalam bukunya "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"

Pendit, Nyoman S, 1994. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta, Pradnya Paramita

Kasiram, Moh. 2008. Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers.

#### Jurnal

Widya apriandi, Najmudin, Nandang Bekti Karnowati, and Fajar Adi Prakoso. n.d. "Bagaimana Pembayaran Digital Dan Pemasaran Media Sosial Mempengaruhi Pembelian Keputusan Pelanggan UKM Kuliner Subang, Indonesia."

Wimawanti, Ida Hayu, and Alif Fajar Sidiq. n.d. "MANAJEMEN PARIWISATA OLEH DINAS KEPEMUDAAN, OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN PEKALONGAN (Studi Pada Objek Wisata Kepemilikan Pemerintah Kabupaten Pekalongan)."

Ilhakim, Ahmad Lutfi, Gina Khoirunnisa, Jamilatun Nisa, Rizki Fonna, Nadya Nur, Gina Amalia Erlanda, and Rika Rimar Diantry. n.d. "Kearifan Lokal dan Potensi Wisata Desa Cibeusi Ciater Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat."

Hirmansyah, Deri and Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2):85–114. doi: 10.55927/jiph.v1i2.937.

- Nandang Bekti Karnowati, Fajar Adi Prakoso dan Surahman, Tantowi, I. Nyoman Sudiarta, and I. Devy Widya Apriandi "Mencapai Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Inovasi dan Kewirausahaan Orientasi."
- Nandang Bekti Karnowati, Fajar Adi Prakoso, dan Devy Widya Apriandi. n.d. "Memoderasi Keunggulan Kompetitif Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi UMKM Kinerja Bisnis Di Masa Covid-19."
- Masitah, Itah. 2019. "PENGEMBANGAN DESA WISATA OLEH PEMERINTAH DESA BABAKAN KECAMATAN PANGANDARAN KABUPATEN PANGANDARAN." 6.
- NURUL 'ALA DIYANTI. 2022. "ANALISIS PENGARUH KEBERADAAN DESA WISATA TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN ACEH BESAR."
- Riana, Nova, Rieke Sri Rizki Asti Karini, and Satria Delonika Regiawan. 2020. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Cibeusi Kabupaten Subang." *Tourism Scientific Journal* 6(1):127–50. doi: 10.32659/tsj.v6i1.122.
- Sanaky, Musrifah Mardiani, La Moh Saleh, and Henriette D. Titaley. 2021. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH." 11(1).
- Setiawan, Iwan. n.d. "POTENSI DESTINASI WISATA DI INDONESIA MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI."
- Ketut Suwena. 2020. "DAMPAK PENGEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP EKONOMI DAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT LOKAL DESA WISATA SASAK ENDE, LOMBOK." 20(1).
- Waristi, Fino Valico. 2018. "Strategi Perluasan Ruang Fiskal Indonesia untuk Pembiayaan Infrastruktur." 9.

#### Internet

- [https://sipadu.isi-ska.ac.id/sidos/rpp/20211/rpp\\_111138.pdf](https://sipadu.isi-ska.ac.id/sidos/rpp/20211/rpp_111138.pdf)
- <https://id.tradingeconomics.com/indonesia/tourism-revenues>
- <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/02/2350/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-april-2024-mencapai-1-07-juta-kunjungan--naik-23-23-persen-year-on-year--y-on-y-.html>
- <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>
- <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-pariwisata-menurut-hukum-dan-para-ahli-20amJLu4FbX>
- <https://pasla.jambiprov.go.id/pengertian-peluang-usaha-tujuan-ciri-sumber-dan-contoh/>
- <https://gramedia.com/literasi/kuesioner/>
- <https://kumparan.com/berita-hari-ini/pengertian-studi-pustaka-dan-ciri-cirinya-dalam-penelitian-1zCska3BLdl>
- <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/pengertian-dan-jenis-variabel-penelitian.html>

<https://pemasaranpariwisata.com/2022/12/04/produk-wisata/>

[4/produk-wisata/](https://pemasaranpariwisata.com/2022/12/04/produk-wisata/)

<https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge>

[/pengantar-uji-normalitas-84d6d1ff/detail](https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/pengantar-uji-normalitas-84d6d1ff/detail)