

Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Sangreh Bali Monkey Forest

I Made Luhur Adi Putra¹, A.A Gde Agung Nanda Perwira², Komang Tri Werthi³, Ni Luh Desi Wulandari⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Bali Internasional, Denpasar.

¹Email: luhuradiputra@unbi.ac.id

²Email: nandaperwira@unbi.ac.id

³Email: komang.triwerthi@unbi.ac.id

⁴Email: gekbul3103@gmail.com

Received: 21 Apr 2026

Revised: 22 May 2026

Accepted: 28 May 2026

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran dalam upaya pengembangan daya tarik objek wisata sangreh sebagai pusat kegiatan pariwisata di kawasan wisata sangreh dijadikan perhatian wisatawan serta merumuskan implikasinya terhadap peningkatan kunjungan dan keberlanjutan destinasi, selain itu dukungan dari masyarakat setempat, aparat desa, dan *stakeholder* pariwisata terhadap pengembangan daya tarik wisata sangreh sangat berpengaruh guna meningkatkan sektor perekonomian di kawasan wisata dan mengembangkan/memperkenalkan potensi yang ada di obyek wisata Sangreh Bali Monkey Forest kepada wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui kegiatan observasi langsung di lapangan serta wawancara secara mendalam dengan pengelola, staf pemasaran, serta wisatawan, dan didukung oleh analisis dokumen terkait. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi secara rinci kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh objek wisata Sangreh Bali Monkey Forest. Temuan utama menunjukkan bahwa penelitian ini telah mengombinasikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) dengan pendekatan digital dan pelibatan komunitas lokal. Promosi melalui media sosial serta pengemasan atraksi budaya dan konservasi monyet menjadi faktor kunci peningkatan kunjungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman juga perlu diperhatikan kedepannya. Kesimpulannya, masyarakat setempat, aparat desa, dan *stakeholder* harus selalu bersama-sama membangkitkan objek wisata Sangreh Bali Monkey Forest guna meningkatkan perekonomian desa. Saran/implikasi kebijakan bagi pengelola adalah mengembangkan paket wisata edukasi dan memperluas kemitraan dengan maskapai serta platform global. Kebijakan berkelanjutan diperlukan agar pertumbuhan kunjungan tidak merusak ekosistem monyet dan hutan suci.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pengembangan, Daya Tarik Wisata.

Marketing Strategy in Developing the Tourist Attraction of Sangreh Bali Monkey Forest

Abstract

This study analyzes marketing strategies in developing the attraction of Sangreh tourist attractions in the Sangreh tourist area, which is the center of tourist attention, and formulates its implications for increasing visits and destination sustainability. In addition, support from the local community, village officials, and

tourism stakeholders for the development of Sangeh tourist attractions is very influential in improving the economic sector in the tourist area and introducing the potential of the Sangeh Bali Monkey Forest. The study uses a qualitative descriptive method with a case study approach. Data were collected through field observations, in-depth interviews with managers, marketing staff, and tourists, and supported by analysis of related documents. Data analysis used the SWOT analysis method to specifically determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The main findings show that this study has combined the marketing mix with a digital approach and local community involvement. Promotion through social media, as well as the packaging of cultural attractions. The results of the study indicate that there are internal factors of strengths and weaknesses, as well as external factors of opportunities and threats that need to be considered in the future. In conclusion, local communities, village officials, and stakeholders must work together to develop the Sangeh Bali Monkey Forest tourist attraction to boost the village economy. Policy recommendations/implications for management include developing educational tourism packages and expanding partnerships with airlines and global platforms. Sustainable policies are needed to ensure that visitor growth does not damage the monkey ecosystem and sacred forest.

Keywords: Marketing Strategy, Development, Tourism Attraction.

PENDAHULUAN

Tahun 2021 menjadi periode yang penuh tantangan bagi sektor pariwisata. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan sektor pariwisata di Indonesia. Kondisi ini ditandai dengan penurunan tajam jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara, sebagai konsekuensi dari penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang selanjutnya diikuti oleh kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di berbagai daerah. Selain itu, penutupan akses perjalanan internasional oleh sejumlah negara turut memperburuk kondisi industri pariwisata. Di tengah situasi resesi ekonomi dan pandemi yang masih berlangsung, upaya pemulihan sektor pariwisata menghadapi tantangan yang tidak ringan dan memerlukan waktu yang cukup panjang. Pelaksanaan program vaksinasi yang dimulai pada semester pertama tahun 2021 memberikan optimisme terhadap proses pemulihan sektor pariwisata. Pandemi Covid-19 telah membawa perubahan yang signifikan terhadap lanskap industri pariwisata serta pola perilaku wisatawan yang mulai beradaptasi dengan tatanan kehidupan baru (*new normal*). Oleh karena itu, para pelaku industri pariwisata dituntut untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang terjadi pada era *new normal* agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha serta mendorong kebangkitan sektor pariwisata di Indonesia. Pandemi Covid-19 telah menyebabkan disrupsi yang signifikan pada sektor ekonomi, industri, dan bisnis. Kondisi ini menuntut seluruh elemen masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan yang penuh perubahan dan memasuki era baru yang ditandai oleh transformasi dalam berbagai aspek kehidupan sosial maupun ekonomi (Deputi Bidang Kebijakan Strategis, 2021). Pandemi Covid-19 mendorong banyak negara di dunia untuk menerapkan kebijakan *lockdown* guna menekan penyebaran virus. Meningkatnya jumlah kasus Covid-19 pada saat itu juga menyebabkan pembatasan akses antarnegara, sehingga berbagai rute penerbangan internasional terpaksa dihentikan. Kondisi tersebut menimbulkan tantangan yang sangat besar bagi industri pariwisata dan perhotelan. Berkurangnya jumlah wisatawan mancanegara sebagai dampak dari pembatasan perjalanan internasional mengakibatkan tingkat okupansi hotel di Bali mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan tertinggi tercatat pada destinasi wisata Bali dengan angka mencapai 59,15% (Badan Pusat Statistik, 2020). Pada masa mendatang, tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penerapan protokol kesehatan diperkirakan akan semakin jauh meningkat. Kepatuhan terhadap protokol kesehatan tidak hanya didasarkan pada kewajiban atau anjuran dari pihak berwenang, tetapi juga muncul sebagai bentuk tanggung jawab individu. Penerapan protokol kesehatan menjadi langkah preventif yang penting untuk menjaga keselamatan diri, keluarga, serta masyarakat dari penyebaran Covid-19.

Sektor pariwisata menjadi salah satu bidang yang mengalami dampak paling signifikan akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020), terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup signifikan, baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Pada tahun 2020, total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tercatat sebanyak 4,02 juta kunjungan. Jumlah tersebut mengalami penurunan sebesar 75,03 persen dibandingkan dengan tahun 2019. Berdasarkan asal negara wisatawan, lima negara dengan jumlah kunjungan tertinggi ke Indonesia pada tahun 2020 adalah Timor Leste, Malaysia, Singapura, Australia, dan China. Sebagian besar wisatawan tersebut berasal dari negara-negara yang berdekatan dengan Indonesia, kecuali China yang berada di luar kawasan negara tetangga (Badan Pusat Statistik, 2022). Sektor pariwisata di Pulau Bali telah mengalami perkembangan yang sangat luas dan tersebar di seluruh kabupaten serta kota. Kabupaten Badung menjadi pusat utama pertumbuhan pariwisata di Bali, diikuti oleh Kota Denpasar dan Kabupaten Gianyar, khususnya kawasan Ubud yang dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan. Menurut data statistik, di Badung terdapat hotel berbintang sebanyak 443 buah, hotel non bintang dan villa sebanyak 1.890 buah. Selain itu juga terdapat restoran sebanyak 823 buah, terdapat 10 pasar modern khusus oleh-oleh, kemudian didukung oleh kawasan tersebut juga menawarkan berbagai atraksi wisata air serta penyelenggaraan berbagai festival atau kegiatan tahunan, seperti Nusa Dua Festival, Kuta Carnival, Legian Beach Festival, dan Berawa Beach Art Festival (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2020).

Berkaitan dengan strategi pemasaran dalam upaya pengembangan daya tarik wisata, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat topik yang sejenis, sebagaimana telah dibahas oleh Ahmad et al. (2024), yang menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital merupakan cara promosi yang prosesnya menggunakan internet atau alat-alat digital lain dalam memberikan berbagai informasi terkait wahana dan destinasi tersebut untuk menumbuhkan *awareness* dan minat wisatawan. Adapun Rudi Prasetyo Ardi (2023) yang menunjukkan perkembangan program pemasaran berbasis pariwisata yang berkelanjutan dengan menggunakan bauran pemasaran merupakan salah satu kebijakan dalam mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan melalui penentuan pasar yang menekankan pada kualitas pengalaman serta kepedulian terhadap aspek keberlanjutan, yang menjadi dasar dalam pemasaran pariwisata berkelanjutan. Adapun Alfa (2023) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semakin baik kompetensi aparatur pengelola dana desa dan semakin optimal peran perangkat desa, maka semakin tinggi tingkat akuntabilitas pengelolaan dana desa. Sementara itu, pemanfaatan teknologi informasi cenderung meningkatkan akuntabilitas, meskipun pengaruhnya tidak terbukti signifikan secara statistik. Adapun Satria & Anton (2023) menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang makin banyak digunakan oleh manusia di seluruh dunia. Kemudahan, kecepatan, komunikasi dua arah, serta harga yang terjangkau merupakan beberapa kelebihan utama komunikasi melalui media sosial. Konsumen mengubah peran mereka dari penerima pasif atas pesan-pesan atau iklan pemasaran menjadi pemasok informasi yang aktif. Komunikasi di antara para konsumen yang terjadi di dunia maya secara daring disebut sebagai komunikasi *electronic word of mouth* (e-WoM).

Pentingnya riset tersebut adalah bahwa ia memiliki dua kontribusi: kontribusi pertama yaitu mengenai teori keilmuan, di mana pengayaan konsep pemasaran pariwisata memberikan asumsi kognitif dalam pengembangan *knowledge marketing management*, pentingnya sektor pariwisata berbasis ekowisata dan konservasi satwa (Monkey Forest). Kemudian, validasi dan adaptasi teori bauran pemasaran (7P) menguji penerapan teori bauran pemasaran konvensional pada konteks unik destinasi wisata yang menggabungkan aspek alam, budaya (hutan sakral), dan wisata satwa. Serta juga model pengembangan daya tarik wisata menghasilkan kerangka analisis (misalnya melalui SWOT dan matriks strategi) yang dapat direplikasi untuk penelitian serupa di destinasi wisata dengan karakteristik budaya dan ekologi yang rentan. Dilanjutkan dengan kontribusi kedua, yaitu praktis terapan yang memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang konkret, terukur, dan berbasis data untuk meningkatkan jumlah wisatawan, pendapatan daerah, serta kesadaran merek (*brand awareness*) bagi pengelola Sangeh Bali Monkey Forest. Membantu pengelola dalam mengidentifikasi kelemahan internal dan ancaman eksternal, serta memanfaatkan peluang seperti pemasaran digital dan kolaborasi dengan agen perjalanan. Menjadi masukan dalam menyusun program promosi yang tidak mengganggu keseimbangan ekologi dan

kesakralan hutan. Kemudian bagi pemerintah daerah menjadi bahan evaluasi kebijakan pengembangan destinasi wisata prioritas di kawasan Badung Utara. Serta bagi masyarakat lokal, membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pemasaran (misalnya sebagai pelaku UMKM, pemandu wisata lokal, atau pengrajin souvenir) sehingga ekonomi desa terdongkrak.

Kabupaten Badung merupakan salah satu destinasi pariwisata paling berkembang di Provinsi Bali, yang tercermin dari tingginya minat investor untuk menanamkan modal dan menjalankan usaha di wilayah tersebut. Kondisi ini terlihat dari banyaknya fasilitas pariwisata, terutama hotel dan restoran, yang tersebar di kawasan ini, khususnya di Badung bagian selatan. Hingga saat ini, sektor utama yang menjadi sumber pendapatan daerah Kabupaten Badung berasal dari Pendapatan Hotel dan Restoran (PHR). Kondisi tersebut perlu terus dipertahankan, bahkan ditingkatkan. Upaya peningkatan Pendapatan Hotel dan Restoran (PHR) dapat dilakukan melalui pengembangan potensi pariwisata baru yang sangat bergantung pada daya tarik wisata yang dimiliki (Dispar, 2022). Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang dapat mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat, serta memberikan stimulus bagi perkembangan sektor-sektor produktif lainnya (Pendit, 2020). Indonesia merupakan salah satu negara yang mengembangkan sektor pariwisata sebagai bagian dari pembangunan, dan di Bali pariwisata telah menjadi salah satu sektor unggulan dalam pembangunan daerah. Dengan demikian, dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah faktor internal bisa menjadi kekuatan utama dalam pengelolaan Sangeh Bali Monkey Forest?
2. Bagaimanakah faktor eksternal bisa menjadi peluang utama dalam pengelolaan wisata di Sangeh Bali Monkey Forest?
3. Bagaimanakah cara mengidentifikasi faktor IFAS dan EFAS yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan daya tarik wisata Sangeh Bali Monkey Forest?

TEORI

Fungsionalisme Struktural

Menurut George & Douglas (2020), pendekatan fungsionalisme struktural bertujuan untuk mewujudkan keteraturan sosial dalam masyarakat. Teori ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran biologis yang memandang masyarakat layaknya organisme hidup, yang tersusun atas berbagai bagian atau komponen yang saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan tersebut dianggap sebagai hasil atau konsekuensi yang diperlukan agar sistem sosial dapat terus bertahan dan berfungsi dengan baik.

Menurut John (2020), teori Parsons menyatakan bahwa terdapat tiga sistem interaksi yang saling bergantung satu sama lain. Fokus utama dalam sistem sosial Parsons masih menitikberatkan pada struktur interaksi sosial, pola orientasi tindakan, serta hubungan-hubungan sosial yang terbentuk di dalam suatu sistem sosial yang bersifat stabil.

Menurut Margaret (2020) teori fungsionalisme struktural Parsons cenderung menyamakan motif-motif subjektif individu dengan fungsi-fungsi struktural atau institusional. Selain itu, pendekatan fungsionalisme struktural dinilai tidak sepenuhnya mampu menjawab atau mengatasi berbagai permasalahan sosial yang ada.

Partisipasi Masyarakat

Menurut Sriwartini (2020), teori partisipasi masyarakat dipahami sebagai proses komunikasi dua arah yang berlangsung secara berkelanjutan. Dengan demikian, partisipasi masyarakat dapat dimaknai sebagai bentuk komunikasi antara pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan masyarakat di pihak lain yang secara langsung merasakan dampak dari kebijakan tersebut.

Menurut Tosun (2020), partisipasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk yang beragam. Perbedaan tersebut meliputi partisipasi yang terjadi. Bentuk partisipasi dapat bervariasi, mulai dari keterlibatan yang bersifat manipulatif, keterlibatan yang dipengaruhi oleh tekanan atau kekuasaan,

keterlibatan yang muncul karena adanya dorongan tertentu, partisipasi pasif, sampai pada partisipasi spontan yang lahir dari kesadaran individu sesuai dengan tipologi partisipasi yang ada.

Menurut Madiun (2020), pada tipe terakhir, masyarakat lokal memiliki kesempatan untuk menyampaikan dan didengarkan pendapatnya. Mereka turut memiliki peran dalam proses pengelolaan pariwisata, namun pada praktiknya masih tidak memiliki kekuatan yang cukup untuk menghadapi berbagai kepentingan lain, seperti pemerintah, perusahaan besar, operator tur internasional, serta pihak-pihak kuat lainnya.

Pengembangan Pariwisata

Mengacu pada Tharriq (2024), model ini mengedepankan kolaborasi lima unsur utama dalam pengembangan destinasi wisata: akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media. Teori ini berpendapat bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata tidak bisa dilakukan secara sektoral, melainkan membutuhkan sinergi aktif dari seluruh pemangku kepentingan.

Menurut Talib & Sunarti (2020), perencanaan pariwisata merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pengembangan masa depan suatu destinasi wisata, termasuk wisata alam.

Menurut Simanjorang (2020), terdapat tiga komponen utama dalam DMO, yaitu: a. Koordinasi pemangku kepentingan pariwisata yang menjadi inti dari sistem DMO. Komponen ini sangat penting karena menekankan pada hubungan jejaring yang membentuk keberhasilan DMO; b. Manajemen krisis destinasi yang berfungsi sebagai pengawasan sistem melalui pelaksanaan dan pengelolaan mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi program; c. Pemasaran destinasi berperan sebagai ujung tombak dalam komponen DMO.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan untuk melayani pasar atau segmen pasar yang menjadi sasaran perusahaan. Dengan demikian, strategi pemasaran merupakan perpaduan dari bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasarnya. Dalam pengembangan suatu destinasi atau objek wisata, pemasaran memiliki peran yang sangat penting dan dapat dianggap sebagai ujung tombak, karena tanpa adanya kegiatan pemasaran, wisatawan tidak akan mengetahui dan tidak akan datang berkunjung ke destinasi tersebut.

Menurut Abdul & Riyanto (2025), pemasaran digital melalui media sosial sangat penting dalam mendukung promosi destinasi desa wisata berbasis masyarakat.

Daniel & Dicky (2024) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan pemasaran digital memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan para pelaku usaha mikro di kawasan wisata.

Strategi Pengembangan

Menurut Andi et al. (2023), analisis SWOT dalam pengembangan bisnis digunakan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi yang dapat diterapkan dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing.

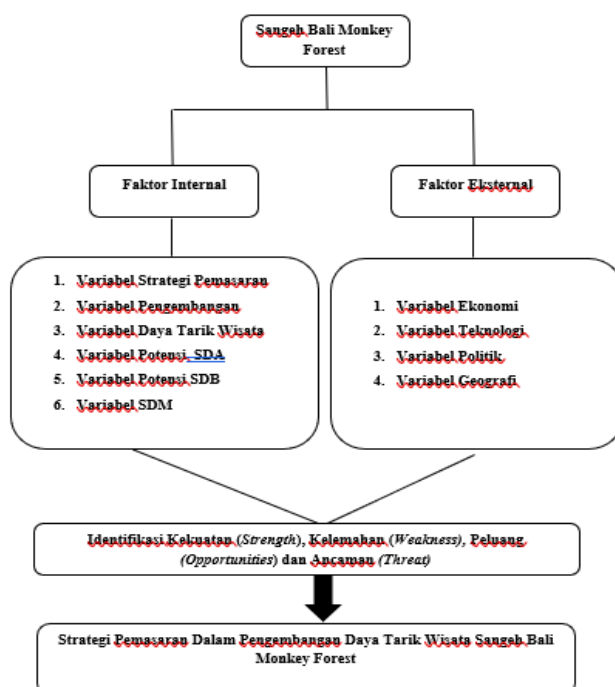
Menurut Setiawan et al. (2020), strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas dalam pengalokasian sumber daya.

Pandangan Saori et al. (2020), mengatakan secara singkat menegaskan adanya strategi merupakan sarana yang sangat penting untuk mendapat keunggulan bersaing.

Menurut Utama et al. (2020), strategi manajemen menawarkan mekanisme teknik kerja organisasi secara bersamaan dengan memadukan semua komponen organisasi untuk mencapai misi organisasi.

Daya Tarik Wisata

Suatu aset yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata atau objek wisata dapat dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek sosial dan budaya. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Pasal 4 Ayat 1 yang menyatakan bahwa objek dan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi sasaran wisatawan, yang meliputi: (1) objek dan daya tarik wisata yang diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Esa berupa keindahan alam serta flora dan fauna; (2) objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia seperti museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan. Dalam kegiatan pariwisata, terdapat 10 elemen budaya yang menjadi daya tarik wisatawan, yaitu kerajinan, tradisi, sejarah suatu daerah, arsitektur, makanan lokal atau tradisional, seni musik, cara hidup masyarakat, agama, bahasa, dan pakaian lokal atau tradisional. Kesepuluh elemen budaya tersebut merupakan hasil modifikasi dari temuan sebelumnya (Ritchie & Crouch, 2021).



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada destinasi wisata Sangeh Bali Monkey Forest yang terletak di Kabupaten Badung, Bali. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan melibatkan 10 informan yang dianggap memahami secara mendalam kondisi destinasi tersebut untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada objek penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dengan pendekatan historis, di mana pengelola dan pihak yang terlibat dalam objek penelitian berupaya menggambarkan kondisi strategis secara menyeluruh mengenai situasi destinasi wisata Sangeh Bali Monkey Forest di Kabupaten Badung, Bali.

Analisis SWOT merupakan alat yang bermanfaat dalam penyusunan strategi yang membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Penerapan analisis

SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi secara sistematis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja, baik yang berdampak positif maupun negatif (Maida et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis SWOT Identifikasi Faktor IFAS dan EFAS

Identifikasi variabel-variabel IFAS dan EFAS ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis faktor IFAS yang terdiri dari: variabel strategi pemasaran, pengembangan, variabel daya tarik wisata, variabel sumber daya alam, sumber daya budaya, dan variabel sumber daya manusia. Selain daripada itu, analisis ini juga diperoleh dari indikator EFAS, yaitu variabel ekonomi, variabel teknologi, variabel politik, dan variabel geografi.

Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap lingkungan internal Sangeh Bali Monkey Forest di Kabupaten Badung, dapat diidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan utama yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan yang dirumuskan serta terhadap keberhasilan pengelola dalam menjalankan kegiatannya.

Tabel 1. Internal Factor Analysis Summary Matriks (IFAS Matriks)

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor <u>Bobot x Rating</u> 100
Kekuatan (Strengths)				
Variabel Pengembangan				
1	Memiliki letak yang strategis dalam bidang pariwisata	9	3,1	0,279
2	Aspek sosial masyarakat mendukung pembangunan kegiatan wisata alam flora dan fauna	9	3	0,27
Variabel Daya Tarik Wisata				
3	Rimbun pohon pala yang membuat suasana sejuk	9	3,5	0,315
4	Sangat banyak monyet yang berkelompok	8	3,2	0,256
Variabel Potensi SDA				
5	Potensi sumber daya alam masih terjaga	9	2,9	0,261
Variabel Potensi SDB				
6	Ragam wisata sejarah	8	3,5	0,28
7	Rapat desa setempat disetiap akhir tahun	9	3,2	0,288

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Variabel strategi pengembangan terdiri dari dua indikator. Indikator pertama adalah lokasi yang strategis dalam bidang pariwisata, yaitu Sangeh Bali Monkey Forest yang memiliki posisi yang strategis sebagai destinasi wisata di Kabupaten Badung, Bali. Kedua aspek sosial masyarakat mendukung pembangunan kegiatan wisata alam flora dan fauna, yaitu masyarakat lokal yang berada di tempat areal wisata sangeh bali monkey forest ikut serta dalam mendukung pembangunan kegiatan wisata

Dari variabel daya tarik wisata, ada dua indikator. Pertama, rimbunya pohon pala yang membuat suasana sejuk itu sangat banyak diminati oleh wisatawan yang berdatangan. Kedua, uniknya sangat banyak monyet yang hidup berkelompok. Dari Variabel Potensi Sumber Daya Alam, ada satu indikator yaitu, potensi sumber daya alam masih terjaga dengan baik.

Dari variabel potensi sumber daya budaya, ada dua indikator. Pertama, dalam ragam wisata sejarah, banyak cerita rakyat yang terpendam di dalam objek wisata tersebut. Kedua rapat desa setempat di setiap akhir tahunnya. Guna mengevaluasi dengan adanya objek wisata di kawasan tempat tinggal mereka.

Tabel 2. Internal Factor Analysis Summary Matriks (IFAS Matriks)

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor <u>Bobot x Rating</u> 100
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
Variabel Strategi Pemasaran				
1	Kurangnya promosi	5	2,3	0,115
2	Harga tiket wisata yang ditawarkan cukup tinggi	5	2,1	0,105
Variabel SDM				
3	Kurangnya keamanan	5	2,5	0,125
4	Kurangnya keramahan	5	2,3	0,115
5	Penebangan pohon	5	2,4	0,12
6	Kurangnya hiburan dimalam hari	4	2,2	0,088
7	Kurangnya sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata	4	2,5	0,1
TOTAL				2,717

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Dari Variabel Pemasaran ada dua indikator: Pertama, kurangnya promosi masyarakat setempat dan pengelola sedikit yang mengetahui cara melakukan pengoperasian promosi melalui internet. Kedua, harga tiket wisata yang ditawarkan cukup tinggi dibandingkan dengan objek wisata yang serupa yang ada di Kabupaten Badung.

Dari variabel SDM, ada lima indikator: Pertama, kurangnya keamanan itu bisa membahayakan wisatawan yang tidak mengenali lokasi setempat; kedua, kurangnya keramahan dari staf penjaga membuat wisatawan ragu untuk berkunjung; ketiga, penebangan pohon sering terjadi di kawasan wisata Sangeh; keempat, kurangnya hiburan di malam hari; nah, ini salah satu yang membuat wisatawan di saat malam hari berpindah ke tempat wisata yang lain; dan yang kelima, kurangnya sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata.

Melalui analisis Matriks IFAS diperoleh total skor 2,717

Tabel 3. Eksternal Factor Analisis Summary Matriks (EFAS Matriks)

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor <u>Bobot x Rating</u> 100
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
Variabel Ekonomi				
1	Peningkatan ekonomi masyarakat setempat	8	3,2	0,256
2	Peningkatan sumber daya manusia	9	3	0,27
Variabel Teknologi				
3	Teknologi informasi dan komunikasi	8	3,5	0,28
4	Memanfaatkan teknologi untuk menarik wisatawan asing	9	3,2	0,288
Variabel Politik				
5	Dukungan dari pemerintah desa	9	3,1	0,279
6	Pemerintah desa menciptakan lapangan pekerjaan baru	8	3,4	0,272

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Dari variabel ekonomi, ada dua indikator: Pertama, peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Kedua, peningkatan sumber daya manusia dari adanya pembangunan kegiatan ekowisata, banyak masyarakat setempat dijadikan tenaga untuk ikut serta mengelola destinasi yang ada di kawasan mereka.

Dari variabel teknologi, ada dua indikator: Pertama, teknologi informasi dan komunikasi masyarakat setempat mencari tahu informasi yang terbaru dengan komunikasi yang baik, untuk mengetahui sejauh mana kenyamanan wisatawan yang berdatangan atau berlibur di kawasan wisata mereka itu merupakan sebuah peluang yang sangat besar. Kedua, peluang memanfaatkan teknologi untuk menarik wisatawan asing, masyarakat setempat harus mempelajari cara melakukan pengoperasian di internet untuk mempromosikan destinasi-destinasi yang ada di kawasan mereka.

Dari variabel politik, ada dua indikator, yaitu: Pertama, ada dukungan dari pemerintah desa, itu merupakan suatu peluang yang sangat besar yang dimiliki oleh pengelola dan masyarakat setempat. Kedua, pemerintah desa menciptakan lapangan pekerjaan baru, dengan adanya peluang ini, masyarakat setempat tidak ada lagi pengangguran.

Tabel 4. Eksternal Factor Analisis Summary Matriks (EFAS Matriks)

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating 100
Ancaman (Threats)				
Variabel Geografi				
1	Ancaman kerusakan lingkungan	4	2,4	0,096
2	Ancaman terhadap keamanan	5	2,2	0,11
3	Ancaman terhadap budaya	5	2,4	0,12
4	Kompetitor dengan wisata lain yang memiliki fasilitas yang lebih lengkap dan kemudian jarak yang lebih dekat	4	2,5	0,1
5	Kepemilikan lahan oleh pihak luar	5	2,3	0,115
6	Kerusakan akibat kegiatan wisata	4	2,2	0,088
TOTAL				2,274

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Dari variabel geografi, ada enam indikator, yaitu: Pertama, ancaman kerusakan lingkungan karena banyak wisatawan yang tidak mau ikut menjaga lingkungan pada saat ingin melakukan liburan di kawasan mereka. Kedua, ancaman terhadap keamanan dengan adanya masyarakat luar Desa Sangeh yang asal masuk ke kawasan tersebut membuat keamanan di Sangeh Bali Monkey Forest sangat terancam. Ketiga, ancaman terhadap budaya berupa masuknya tren budaya asing yang tidak sesuai dengan norma budaya dan mendiskriminasi suku, agama, ras, atau golongan. Keempat, kompetitor dengan Objek wisata lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap serta memiliki lokasi yang lebih dekat itu membuat wisatawan untuk memilih ketempat lain., Kelima kepemilikan lahan oleh pihak luar, ada beberapa tempat yang dimiliki oleh pihak luar itu sangat mengancam seiring berjalannya waktu bisa saja pihak luar mempunyai semua kawasan tersebut. Keenam kerusakan akibat kegiatan wisata, banyaknya wisatawan yang membuang sampah sembarangan itu mengakibatkan kecantikan dan keindahan dari sangeh bali monkey forest sangat terancam. Melalui analisis Matrik EFAS diperoleh total skor 2,274.

PEMBAHASAN

Berdasarkan kekuatan (*strengths*) yang dimiliki Sangeh Bali Monkey Forest, yaitu mempunyai empat variabel yang sangat memengaruhi keinginan wisatawan lokal dan internasional untuk mengunjungi Sangeh Bali Monkey Forest untuk melihat destinasi pesona lingkungan alam yang sangat

indah berinteraksi antara flora dan fauna. Selain itu bagi wisatawan yang mencintai hewan dan tumbuhan mereka bisa melihat langsung kenyamanan monyet yang hidup berkelompok berada di sekeliling pohon pala. Adapun juga pada waktu tidak bisa diduga wisatawan dapat menyaksikan berbagai aktivitas persembahyangan keagamaan yang dilakukan masyarakat setempat di Sangeh Bali Monkey Forest dan wisatawan.

Kelemahan (*weakness*) yang dimiliki Sangeh Bali Monkey Forest, yaitu kurangnya promosi, sangat memengaruhi kunjungan wisatawan yang ingin berlibur di Sangeh Bali Monkey Forest dan menikmati keindahan lingkungan alam antara flora dan fauna yang dimiliki oleh Sangeh Bali Monkey Forest. Lalu, harga tiket yang ditawarkan sangat tinggi dibandingkan dengan objek wisata lainnya yang ada di sekitar kawasan Sangeh. Selain itu, kurangnya keamanan dan keramahan pada saat wisatawan bermain dengan monyet di areal Sangeh Bali Monkey Forest. Juga banyaknya oknum yang tidak dikenal melakukan penebangan pohon secara liar di sekitar area Sangeh Bali Monkey Forest.

Berdasarkan peluang (*opportunities*) yang dimiliki Sangeh Bali Monkey Forest, yaitu dari variabel ekonomi, memang benar adanya peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Dari awalnya masyarakat setempat banyak yang menganggur, dengan adanya destinasi lingkungan alam ini, masyarakat setempat sangat memiliki peluang yang besar untuk membangun usaha di area Sangeh. Maka dari itu, bisa menghidupkan keluarga mereka.

Berdasarkan ancaman (*threats*) yang dimiliki Sangeh Bali Monkey Forest, yaitu dari variabel geografi, ancaman kerusakan lingkungan, keamanan, dan budaya, itu semua dari pihak luar yang tidak bertanggung jawab di saat berlibur ke Sangeh Bali Monkey Forest. Lalu ancaman kompetitor dengan objek wisata lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap serta memiliki lokasi yang lebih dekat, itu sangat membuat Sangeh Bali Monkey Forest terancam oleh destinasi lingkungan alamnya.

Penelitian Sebelumnya Yang Relevan

A. (Marlina et al., 2021)

Marlina et al., (2021) melaksanakan riset dengan judul Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi, Teknologi Informasi Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa di Kecamatan Rakit Kulim. Variabel dependen dalam penelitian Marlin et al. (2021) adalah akuntabilitas pengelolaan dana desa di Kecamatan Rakit Kulim, sedangkan variabel independen adalah kepemimpinan, kompetensi, dan teknologi informasi.

Populasi dalam penelitian Marlina et al. (2021) adalah seluruh perangkat desa di Kecamatan Rakit Kulim. Adapun sampel yang digunakan berjumlah 76 perangkat desa, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu terdiri dari kepala desa, sekretaris desa, bendahara desa, dan operator desa. Hasil penelitian Marlina et al. (2021) adanya kepemimpinan, kompetensi dan teknologi informasi cenderung berpengaruh positif terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa.

Persamaan penelitian Marlina et al. (2021) dengan adanya peneliti yang akan dilakukan adalah:

1. Menggunakan teknologi informasi sebagai variabel independen.
2. Menggunakan instrumen penelitian yang berupa kuesioner.

Perbedaan penelitian Marlina et al. (2021) dengan adanya peneliti yang akan dilakukan adalah:

1. Tempat yang digunakan dalam penelitian ini di desa Kecamatan Rakit Kulim, sedangkan lokasi yang akan diteliti berada di Sangeh Bali Monkey Forest, Kabupaten Badung.
2. Menambah variabel independen partisipasi masyarakat adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan program pembangunan maupun pengembangan di masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam proses tersebut dapat membantu memastikan pelaksanaan pembangunan berjalan tepat sasaran, efisien, dan efektif.
3. Tahun penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan tahun penelitian Marlina et al. (2021), sedangkan tahun penelitian yang akan dilakukan adalah tahun 2025 karena penelitian yang akan dilakukan adalah pada tahun terbaru.

B. Pahlawan et al. (2020)

Pahlawan et al. (2020) melakukan penelitian dengan judul yang mengkaji pengaruh kompetensi aparatur desa, sistem pengendalian internal, pemanfaatan teknologi informasi, dan partisipasi masyarakat terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa. Variabel dependen dari adanya riset Pahlawan et al. (2020) adalah akuntabilitas dana desa, sedangkan variabel independen adalah kompetensi aparatur desa, sistem pengendalian internal, pemanfaatan teknologi informasi dan partisipasi masyarakat. Populasi dalam penelitian Pahlawan et al. (2020) adalah aparatur desa di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Metode dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah Kepala Desa, Sekretaris Desa, dan Kaur Keuangan dengan 40 sampel berdasarkan metode *purposive sampling*, menggunakan pengolahan data analisis SPSS.

Hasil penelitian Pahlawan et al. (2020) menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi aparatur desa berkontribusi terhadap meningkatnya akuntabilitas pengelolaan dana desa. Sebaliknya, sistem pengendalian internal cenderung memberikan pengaruh negatif terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi serta partisipasi masyarakat cenderung memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan akuntabilitas pengelolaan dana desa.

Persamaan penelitian Pahlawan et al. (2020) berikut adanya riset yang akan dilaksanakan adalah:

1. Menggunakan penelitian instrumen penelitian juga berupa kuisisioner.
2. Menggunakan teori *stewardship*.

Perbedaan penelitian Pahlawan et al. (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Populasi dan lokasi pada penelitian Pahlawan et al. (2020) adalah di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berada di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Provinsi Bali.
2. Tahun penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan tahun penelitian Pahlawan et al. (2020), sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah pada tahun 2025.

C. Sahala (2020)

Sahala (2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pemahaman dan Peranan Perangkat Desa Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa. Variabel dependen dalam penelitian Sahala (2020) adalah akuntabilitas pengelolaan dana desa, sedangkan variabel independen adalah pengaruh pemahaman dan peranan perangkat desa.

Populasi dalam penelitian Sahala (2020) adalah aparatur desa di Kecamatan Pinangsori. Metode dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah kepala desa, sekretaris desa, dan bendahara desa dengan 35 sampel berdasarkan metode *purposive sampling*, menggunakan pengolahan data analisis SPSS. Hasil penelitian Sahala (2020) menunjukkan bahwa peran perangkat desa berpengaruh positif signifikan terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa.

Persamaan penelitian Sahala (2020) dengan peneliti yang akan dilakukan adalah:

1. Variabel dependen pengelolaan desa.
2. Menggunakan instrumen penelitian yang berupa kuesioner.

Perbedaan penelitian Sahala (2020) dengan peneliti yang akan dilakukan adalah:

1. Menambahkan variabel pengaruh kompetensi aparatur pengelolaan dana desa menunjukkan kemampuan yang baik dalam mengelola serta bertanggungjawabkan penggunaan dana desa. Serta penambahan variabel pemanfaatan teknologi informasi sangat penting untuk melakukan tugas atau keadaan dalam menggunakan teknologi.
2. Tahun penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan tahun penelitian Sahala (2020), sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah pada tahun 2025.

SIMPULAN

Dari simpulan yang dapat ditarik dalam penulisan artikel ini, penulis mempunyai dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama Pengelola Sangeh Bali Monkey Forest di Kabupaten Badung yaitu: lokasi yang dimiliki oleh Sangeh Bali Monkey Forest sangat amat strategis dalam kunjungan berwisata, juga tidak kalah pentingnya dari aspek sosial masyarakat yang mendukung dan menjaga pembangunan kegiatan wisata alam flora dan fauna yang ada di area Sangeh. Jika kita melihat dari minat daya tarik wisatanya, Sangeh Bali Monkey Forest mempunyai keunikan yang tidak dimiliki oleh objek wisata lain, yaitu rimbunnya pohon pala yang membuat suasana sejuk jika wisatawan berkunjung dan wisatawan bisa melihat kehidupan monyet yang hidup secara berkelompok. Sedangkan kelemahan utama pengelola wisata Sangeh Bali Monkey Forest yaitu kurangnya promosi destinasi lingkungan alam Sangeh Bali Monkey Forest ke luar pulau, kurangnya keamanan dan keramahan dari penjaga objek wisata tersebut karena sejauh ini sangat diutamakan keamanan dan keramahan tersebut untuk menjaga seluruh areal Sangeh Bali Monkey Forest, dan harga tiket yang ditawarkan cukup tinggi bagi tamu domestik.

Kemudian, faktor eksternal yang menjadi peluang utama pengelola wisata di Sangeh Bali Monkey Forest adalah peningkatan ekonomi masyarakat setempat, peningkatan SDM tenaga kerja, teknologi informasi dan komunikasi yang mendukung pemublikasian destinasi lingkungan alam tersebut, dukungan dari pemerintah desa, dan menarik wisatawan mancanegara untuk menikmati suasana yang sangat unik, hubungan antara flora dan fauna yang dimiliki oleh Sangeh Bali Monkey Forest. Sedangkan yang menjadi ancaman utama pengelola wisata Sangeh Bali Monkey Forest yaitu ancaman kerusakan lingkungan juga pemberlakuan dari wisatawan yang tidak bertanggung jawab dengan memotong pohon-pohon pala yang berada di luar areal kawasan wisata Sangeh Bali Monkey Forest, kompetitor objek wisata lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap serta memiliki lokasi yang lebih dekat, kepemilikan lahan oleh pihak luar, kerusakan akibat kegiatan wisata.

Keterbatasan adanya penelitian ini berada pada fokusnya ruang lingkup faktor yang belum mendalam penelitian ini hanya berfokus pada faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) secara umum tanpa melakukan pengukuran kuantitatif terhadap tingkat pengaruh masing-masing faktor terhadap kinerja pengelolaan wisata. Kemudian, keterbatasan responden, data yang dikumpulkan lebih banyak berasal dari observasi dan wawancara terbatas pada pengelola dan sebagian masyarakat sekitar, sehingga belum mencerminkan secara representatif persepsi seluruh pemangku kepentingan seperti wisatawan asing, pemerintah kabupaten, atau pelaku usaha lokal. Juga tidak mengkaji efektivitas promosi digital dimana teknologi informasi dan komunikasi disebut sebagai peluang, namun penelitian ini tidak mengevaluasi sejauh mana media digital telah dimanfaatkan secara optimal oleh pengelola. Berdasarkan keterbatasan tersebut, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian *mixed methods* yang dimana pendekatan ilmiah yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu studi untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif, mendalam, dan holistik atas suatu fenomena.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Khalim & Riyanto Wibowo. (2025). Peran Pokdarwis Dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Digital Desa Wisata di Kabupaten Cirebon. *Jurnal Management & Accounting Expose Usahid*, 8(2), 92–106.
- Ahmad Zaki, Alfi Hidayati, Dya Kurnia Athailah Syah, Ratna Nur Amalia, S. N., & Kozun, P. (2024). Strategi Digital Marketing Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Nglangeran). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur (JEBDEKER)*, 4(2), 2774–2636.

- Alfa Forna Regga, S. A. (2023). Pengaruh Kompetensi Aparatur Pengelola Dana Desa, Peran Perangkat Desa Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa (Studi Kasus Pada Kantor Desa Se-Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur (JEBDEKER)*, 3(2), 2774–2636.
- Andi, Aulia Aziva Isanti, Fitri Indrayani, N. N., & Azizah. (2023). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis: Studi Kasus Stanley Patisserie & Resto. *Jurnal Management & Accounting Expose Usahid*, 6(2), 84–92.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Penurunan tertinggi terjadi pada destinasi wisata Bali. Jakarta; Detik.Com.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Jakarta; Beritasatu.Com.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali. (2020). Nusa Dua Festifal, Kuta Carnival, Legian Beach Festival dan Berawa Beach Art Festival.
- Daniel Joel Immanuel Kairupan & Dicky Setyo Purnomo. (2024). Strategi Optimalisasi Pertumbuhan Usaha Mikro: Dampak Pelatihan Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan, dan Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan di Pantai Wediombo. *Jurnal Management & Accounting Expose Usahid*, 7(2), 88–100.
- Deputi Bidang Kebijakan Strategis. (2021). A Whole New World. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).
- Dispar. (2022). Dispar Sumbar sebut pengembangan pariwisata harus berkelanjutan. ANTARA News.
- George Ritzer dan Douglas J. Goodman. (2020). *Sociological Theory* (McGraw-Hill, Ed.; 7th ed). Boston (Mass.).
- John Rex. (2020). *Masalah-Masalah Sosiologi*. Pustaka Pelajar.
- Madiun. (2020). Partisipasi Masyarakat terhadap Pengembangan Desa Wisata “Watu Rumpuk” Desa Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan.*, 4(1), 76.
- Margaret M. Poloma. (2020). *Sosiologi Kontemporer* (Yasogama, Ed.). Rajawali Pers.
- Maida Malihah (et al.). (2024). Pengembangan Agrowisata Berbasis Digital di Desa Mentayan Kabupaten Bengkalis Riau. *Journal of Rural and Urban Community Empowerment*, 5(1).
- Marlina, E ., Rahmayanti, S., & Futri, A. D. R. A. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi, Teknologi Informasi Terhadap Akuntabilitas Pengelola Dana Desal di Kecamatan Rakit Kulim, Riau. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 89–100.
- Pahlawan, E . W., Wijayanti, A., & Suhendro, S. (2020). Pengaruh kompetensi aparatur desa, sistem pengendalian internal, pemanfaatan teknologi informasi dan partisipasi masyarakat terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa. *Indonesia Accounting Journal*, 2(2), 162–172.
- Pendit, N. S. (2020). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (ciri khas buku: judul umum dan panjang lebar). Pradnya Paramita.

- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2021). *The tourist destination: Competitiveness and sustainability* ((2nd ed.)).
- Rudi Prasetyo Ardi, N. M. (2023). Manajemen Preferensi Wisatawan Di Desa Wisata Kandri serta Implikasinya Bagi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur (JEBDEKER)*, 3(2), 2774–2636.
- Sahala Purba. (2020). Pengaruh pemahaman dan peran perangkat desa terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa (Studi Kasus Pada Desa di Kecamatan Pinangsori Kabupaten Tapanuli Tengah). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAAK)*, 3(1), 10–19.
- Saori, S., Nurmala, R., & Komariah, K. (2020). Tinjauan Literatur Keunggulan Kompetitif pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2), 81–90.
- Satria Veriansyah Wiguna, Anton Agus Setyawan, M. S. (2023). Pemanfaatan E-WoM Dalam Media Sosial Sebagai Sarana Promosi STIE Surakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur (JEBDEKER)*, 3(2), 2774–2636.
- Setiawan, A. S., Gunady, O. J., & Permata, V. S. (2020). The Effect of Cultural Values on Business Strategy Choices. *Jurnal Manajemen*, 24(1), 158–173. <https://doi.org/DOI: 10.24912/jm.v24i1.636>
- Simanjorang, F., Hakim, L., & S. (2020). Peran Stakeholder dalam Pembangunan Pariwisata di Pulau Samosir. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 42–52.
- Sriwartini, Y. (2020). Manajemen Komunikasi Opinion Leaders Dalam Membangun Partisipasi Warga Mengelola Kampung KB di Desa Sukajaya Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(3).
- Talib, D., & Sunarti, S. (2020). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai (Sebuah Analisis Teoritis). *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 3(2), 73–82.
- Tharriq Arrahman, I. L. S. (2024). The Penta Helix Model In The Development Efforts Of Agro-Tourism Village Kubu Gadang, Padang Panjang City. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik (JAKP)*, 9(1), 2657–0092.
- Tosun, C. (2020). Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process. *International Journal of Tourism and Hospitality*, 10(2), 36.
- Utama, Z. B., Abdullah, T., & Widodo, S. E. (2020). Building Organizational Competitiveness By Building Convergence Of Business Strategy And Hr Strategy. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 4(1), 16–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JOBBE.004.1.02>