

## Model Pengembangan Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang

Nurjannah Rahayu Kistanti<sup>1\*</sup>, Dyah Maya Nihayah<sup>2</sup>, Syifa Sa'adah<sup>3</sup>, Badar Fadlan Ibrahim<sup>4</sup>, Dewi Karisma<sup>5</sup>, Medi Elfani<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang  
nurjannah.rk@mail.unnes.ac.id

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the sustainable tourism development model in Lerep Tourism Village, Semarang Regency. The data collection method was conducted by primary survey in the form of participatory Business Model Canvas (BMC) workshop to identify the economic potential of the village (tourism sector) and exploring through semi-structured interviews to several village stakeholders using purposive sampling. This data was analyzed using descriptive and SWOT analysis. The results showed that tourism development in Lerep Village requires improvement efforts in several aspects of BMC. By applying a framework such as the Business Model Canvas (BMC), Lerep Village can specifically identify different market segments and value propositions, thus enabling a coherent development approach. . In order to implement the concept of community-based tourism (CBT) in various villages, a strong synergy between the government, the community, and the private sector is needed in formulating and realizing the vision of a sustainable tourism village.*

**Keywords:** Development Model, Sustainable Tourism, Tourism Village

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis model pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei primer berupa lokakarya *participatory* Business Model Canvas (BMC) untuk mengidentifikasi potensi ekonomi desa (sektor pariwisata) dan menggali melalui wawancara semi terstruktur kepada beberapa *stakeholder* desa dengan menggunakan *purposive sampling*. Data ini dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata di Desa Lerep memerlukan upaya peningkatan dalam beberapa aspek di BMC. Dengan menerapkan kerangka kerja seperti Kanvas Model Bisnis (BMC), Desa Lerep dapat mengidentifikasi secara spesifik segmen pasar dan proposisi nilai yang berbeda, sehingga memungkinkan pendekatan pengembangan yang koheren. . Guna mengimplementasikan konsep pariwisata berbasis komunitas (CBT) di berbagai desa, diperlukan sinergi yang kuat antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam merumuskan dan mewujudkan visi desa wisata yang berkelanjutan.

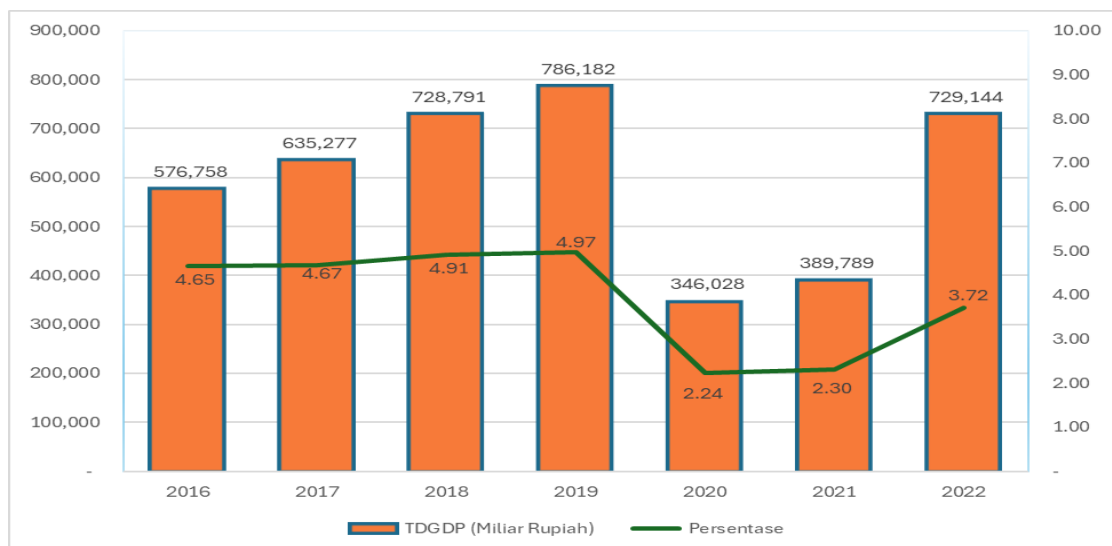
**Kata Kunci:** Model Pengembangan, Pariwisata Berkelanjutan, Desa Wisata

### PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda berbagai negara, termasuk Indonesia, telah memberikan dampak signifikan terhadap kondisi perekonomian global. Baldwin dan

di Mauro (2020) menggarisbawahi bahwa krisis ini menimbulkan kesulitan ekonomi yang meluas di seluruh dunia. Di antara sektor-sektor yang paling terkena dampaknya, industri pariwisata menjadi salah satu yang mengalami tekanan berat. Penerapan kebijakan pembatasan sosial, baik di tingkat internasional maupun nasional, mengakibatkan penutupan akses perbatasan antarnegara dan wilayah. Akibatnya, aktivitas perjalanan wisata, baik oleh wisatawan asing maupun domestik, mengalami penurunan drastis karena terbatasnya mobilitas masyarakat.

Salah satu parameter yang dapat dijadikan acuan untuk menilai kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional adalah Produk Domestik Bruto Langsung Pariwisata (Tourism Direct Gross Domestic Product/TDGDP). Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), sebelum terjadinya pandemi Covid-19, TDGDP Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat selama periode 2016 hingga 2019. Namun, pada tahun 2020, pandemi memberikan tekanan besar terhadap sektor ini, yang tercermin dari penurunan TDGDP menjadi Rp346,03 miliar. Setelah mencapai titik nadir tersebut, sektor pariwisata mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan. Pada tahun 2021, nilai TDGDP naik menjadi Rp389,79 miliar, dan mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2022, yakni mencapai Rp729,14 miliar. Meskipun angka ini belum menyamai capaian tertinggi tahun 2019, tren tersebut menandakan kemampuan sektor pariwisata dalam membangun kembali kontribusinya terhadap perekonomian nasional.



**Gambar 1. Perkembangan Kontribusi Pariwisata terhadap PDB Indonesia Tahun 2016-2022**

Salah satu konsekuensi penting dari pandemi terhadap sektor pariwisata adalah terjadinya perubahan orientasi pembangunan pariwisata, dari pendekatan yang berfokus pada volume kunjungan (*quantity tourism*) menuju pendekatan yang menekankan aspek kualitas dan keberlanjutan (*quality and sustainability tourism*). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), arah pengembangan

pariwisata ke depan akan lebih mengedepankan karakteristik yang bersifat personal, disesuaikan dengan preferensi individu, berskala lokal, dan berukuran kecil. Pergeseran ini juga dikonfirmasi oleh United Nations World Tourism Organization (2022), yang mencatat adanya transformasi tren wisata pasca pandemi. Wisatawan kini lebih tertarik pada destinasi yang berjarak dekat, menawarkan nilai-nilai keberlanjutan, keaslian budaya lokal, serta pengalaman wisata berbasis alam dan pedesaan yang menekankan interaksi dengan lingkungan terbuka.

Potensi pariwisata alam dan pedesaan di Indonesia terefleksi dari keberadaan desa-desa wisata yang tersebar di berbagai provinsi. Jawa Tengah menempati posisi teratas sebagai provinsi dengan jumlah desa wisata terbanyak. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menunjukkan bahwa pada tahun 2022 terdapat sekitar 387 desa wisata di Jawa Tengah, mengalami peningkatan signifikan dibandingkan tahun 2019 yang hanya mencatatkan 229 desa dari total sekitar 7.800 desa di wilayah tersebut. Keberagaman dan kekayaan potensi desa wisata ini memberikan optimisme terhadap proses pemulihan sektor pariwisata nasional. Sejalan dengan pandangan Teodoro et al. (2017), pariwisata pedesaan dianggap sebagai salah satu pendekatan strategis dalam pembangunan wilayah (Soekarya, 2011). Kegiatan pariwisata memiliki karakteristik yang langsung melibatkan masyarakat setempat, sehingga berpotensi menimbulkan berbagai dampak sosial, ekonomi, dan budaya terhadap komunitas lokal.

Sebagaimana arahan Presiden Jokowi dalam Rapat Terbatas Percepatan Pemulihan Ekonomi Desa, 24 September 2020, momentum ini harus dimanfaatkan oleh Desa. Terbitnya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, dapat dikatakan bahwa harapan besar muncul untuk menuju kehidupan desa yang otonom dalam mengelola pemerintahan dan masyarakatnya (UU No. 6 Tahun 2014). Pembangunan desa dapat ditingkatkan melalui pengembangan potensi perekonomian desa untuk menjadi wadah masyarakat pedesaan dalam membangun diri dan lingkungannya secara mandiri dan partisipatif.

Secara umum, terdapat tiga poin strategis yang menjadi arahan Presiden dalam hal percepatan pembangunan desa. Pertama, perlunya sinkronisasi dan integrasi lintas program agar pembangunan desa berjalan selaras dan efisien. Kedua, mendorong peningkatan partisipasi aktif serta kreativitas masyarakat dalam mengembangkan sektor-sektor unggulan yang dimiliki desa. Ketiga, memperkuat daya dorong ekonomi desa melalui keterlibatan dalam rantai pasok (*supply chain*) yang lebih luas, guna mendukung peningkatan keterampilan, produktivitas, dan nilai tambah bagi masyarakat desa secara keseluruhan..

Hal ini juga selaras dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025 di mana terdapat arti pentingnya partisipasi seluruh elemen masyarakat termasuk masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011).

Sebagaimana dilaporkan oleh Republika (2020), salah satu tantangan utama yang dihadapi desa wisata saat ini adalah keterbatasan dalam mempertahankan daya tarik destinasi. Ketergantungan yang tinggi terhadap potensi alam semata dinilai belum cukup untuk menjamin keberlangsungan eksistensi desa wisata maupun mempertahankan minat kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam pengembangan atraksi wisata yang lebih kreatif dan berkelanjutan agar mampu mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang serta memperpanjang durasi tinggal mereka di desa wisata tersebut.

Pandemi Covid-19 menimbulkan konsekuensi terhadap keberlangsungan aktivitas desa wisata, yang ditandai dengan penurunan kunjungan wisatawan hingga mencapai 80% (Fafurida et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan banyak desa wisata, terutama yang berstatus sebagai desa wisata rintisan, harus menghentikan sementara operasionalnya. Namun, memasuki tahun 2022, ketika situasi pandemi mulai terkendali dan pemulihan ekonomi mulai berjalan, kegiatan pariwisata di desa kembali menunjukkan geliat. Sebagai langkah percepatan pemulihan, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Dinas Pariwisata memberikan dukungan berupa bantuan keuangan pasca pandemi kepada desa-desa wisata. Pada tahun 2021, dana sebesar Rp32 miliar dialokasikan untuk mendukung 260 desa, sementara pada tahun 2022 anggaran yang disiapkan mencapai Rp18,5 miliar untuk 100 desa. Besaran bantuan disesuaikan dengan klasifikasi desa wisata, yaitu Rp1 miliar untuk kategori desa wisata maju, Rp500 juta untuk desa berkembang, dan Rp100 juta untuk desa rintisan. Melalui program pendanaan ini, potensi lokal desa diharapkan dapat dikembangkan menjadi produk dan atraksi pariwisata yang bernilai ekonomi (Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 2023).

Pemanfaatan bantuan secara optimal hanya dapat dicapai melalui perencanaan dan pengembangan desa wisata yang dirancang secara menyeluruh dan berkelanjutan. Penerapan model *Community Based Tourism* (CBT) dinilai efektif dalam mengangkat potensi lokal desa wisata serta mempercepat pencapaian kesejahteraan masyarakat. Konsep CBT ini sejalan dengan nilai-nilai pariwisata berkelanjutan, karena meskipun berskala kecil, pendekatan ini mampu menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi komunitas lokal (Kontogeorgopoulos, 2010). Dalam kerangka tersebut, keterlibatan aktif masyarakat menjadi elemen kunci, khususnya dalam aspek pengelolaan destinasi dan penyediaan layanan pendukung bagi wisatawan..

Penelitian ini penting dilaksanakan karena perlu model strategis yang dapat digunakan oleh CBT dalam rangka meningkatkan skala bisnisnya dengan memperhatikan pemetaan potensi dan perencanaan bisnis yang matang. Pola dan model bisnis desa wisata yang akan menghubungkan aktivitas ekonomi desa terutama sektor pariwisata sangat diperlukan, mengingat peran dan fungsinya tidak sebatas mencapai profit, namun sebagai perpanjangan tangan Pemerintah Desa dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa (Fafurida et al., 2020).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian bersumber dari BPS dan beberapa instansi lainnya, beberapa data tersebut adalah: Data Potensi Desa, Data Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa, Anggaran Dasar/Anggaran Dasar (AD/ART) BUMDES, dan dokumen pendukung lainnya. Pengumpulan data primer dilakukan dengan survei berupa *workshop* kanvas model bisnis berbasis masyarakat dan wawancara semi terstruktur dengan kepala desa dan pengurus BUMDES, pokdarwis, dan pemangku kepentingan desa wisata di Jawa Tengah.

Teknik analisis yang digunakan yaitu Analisis Model Bisnis Canvas dan SWOT. Analisis Model Bisnis Canvas Model ini digunakan untuk menganalisis *profile* bisnis Desa Wisata dalam aktivitas bisnisnya. BMC terdiri dari sembilan blok, yaitu: *customer segments, value propositions, channel, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, cost structure* (Fafurida et al., 2023), (Schaltegger et al., 2012). Analisis SWOT merupakan analisis terhadap faktor kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). Penggunaan analisis SWOT sebagai alat untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan dalam merumuskan strategi juga dapat diterapkan pada pengembangan desa wisata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Lerep (DWL) merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang. Desa Lerep berada di lereng Gunung Ungaran sehingga suasana di desa tersebut relatif sejuk dengan pesona pemandangan yang indah. Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Semarang No 556/0431/ 2015 tahun 2015, Desa Lerep ditetapkan menjadi Desa Wisata. Pada awal pembentukan Desa Wisata (Deswita), pengelolaan wisata dikelola oleh Pokarwis Rukun Santosa. Setelah dibentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), pengelolaan wisata dibawah BUMDes Gerbang Lentera dengan dikeluarkannya Peraturan Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat No 3 Tahun 2017.

Desa Lerep juga memiliki beberapa wisata alam yang bisa dikunjungi seperti air terjun Curug Indrokilo, Sunrise Puncak Ngipik, Embung Sebligo, bentangan sawah yang indah serta sungai Pangus yang jernih. Hamparan sawah luas yang dimanfaatkan oleh penduduk desa dengan bercocok tanam buah-buahan dan sayur mayur. Selain potensi alam yang indah, penduduk Desa Lerep juga memiliki kreativitas tinggi serta guyub rukun. Potensi alam dan dukungan masyarakatnya membuat Desa Lerep memajukan wisata berbasis kearifan lokal.

Desa Lerep menciptakan pasar kuliner jajan ndeso yang diselenggarakan setiap Minggu Pon dan Minggu Pahing. Berbagai makanan khas unik dan sulit

ditemukan di tempat lain ditawarkan dalam pasar ini seperti sego iriban, krowodan udan angin, sego tonjok, sego oyak, bubur suweg, getuk ndeler, kopi ceplus, sego weton dan wedang pala. Dari sekian makanan yang ditawarkan, makanan yang paling diminati adalah sego iriban karena makanan ini hanya ada pada saat kegiatan tradisi iriban wangan cenginging. Semua makanan tradisional di pasar jajanan ini dibuat tanpa menggunakan bahan kimia dan pewarna buatan serta dibungkus dengan kemasan yang ramah lingkungan dan anyaman bambu guna meminimalisir sampah yang dapat ditimbulkan. Pasar jajanan ndeso ini tetap diselenggarakan pada saat Covid-19 namun dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat.

*Business Model Canvas* (BMC) ini awal mulanya digunakan untuk keperluan bisnis karena dapat menggambarkan komponen penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan bisnis (Athia, 2021). Penyusunan BMC melibatkan seluruh pihak yang terkait, saling kerja sama yang dapat memunculkan ide usaha yang kreatif, inovatif dan efisien dalam setiap komponennya. Desa wisata yang berkembang dan menjadi bisnis, maka diperlukan strategi pengembangannya dengan menggunakan BMC ini.

Proses pengelolaan terhadap potensi yang dimiliki dapat dilakukan dengan metode *BMC*. Penggunaan BMC ditujukan sebagai alat manajemen yang sesuai untuk menyokong pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui arus informasi yang tepat antara entitas swasta dan perwakilan lembaga regional, organisasi di tingkat nasional dan internasional dan wisatawan (Strulak-Wójcikiewicz et al., 2020). Selanjutnya *Business Model Canvas* digunakan dalam Industri pariwisata kreatif yang telah berkembang dan beraneka ragam dalam beberapa tahun belakangan dengan tujuan untuk membandingkan model bisnis terkait dengan evolusi pariwisata kreatif, mulai dari pengalaman dasar seni dan kerajinan hingga integrasi pengalaman kreatif dalam platform global seperti Airbnb dan TripAdvisor, hasilnya produsen semakin bergabung dengan proses penilai kelembagaan dan integrative (Richards, 2021).



**Gambar 2. BMC Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang**  
Sumber: Data diolah, 2025

**Customer segment**

Pada *customer segment*, target pasar yang paling utama untuk dijangkau di Desa Wisata Lerep adalah para anak-anak dan pelajar sekolah karena ada beberapa paket wisata yang disesuaikan dengan edukasi pembelajaran luar sekolah bagi anak-anak, selain itu juga menargetkan para masyarakat umum domestik dan mancanegara yang tertarik dengan kehidupan Desa dan kearifan lokal Desa Lerep.

**Value proposition**

Di Desa Lerep memiliki tempat yang dapat mudah dijangkau oleh kendaraan terutama mobil roda empat dengan sarana prasarana seperti saluran sanitasi dan tempat ibadah yang memadai, selain itu ada objek wisata yang masih asri dan lestari seperti Curug Indrokilo. Dan jika dilihat pada pelayanannya di Desa Lerep mempunyai staf atau pemandu yang ramah turis, baik itu turis mancanegara ataupun turis domestik. Disisi lain banyak yang ditawarkan dari Paket wisata di Desa Lerep

yang memberikan berbagai pengalaman merasakan jajanan tempo dulu dan membuat berbagai produk secara tradisional seperti produk olahan susu, pembuatan kopi. Dalam segi harga di berbagai paket Desa wisata Lerep menawarkan harga yang masih sangat terjangkau.

### ***Revenue streams***

Sumber aliran pendapatan Desa Wisata Lerep didapatkan dari berbagai aspek. Pendapatan secara umum diperoleh dari hasil penjualan tiket masuk, penjualan oleh-oleh, penjualan wahana wisata, serta jasa perjalanan wisata. Selain itu, Desa Wisata Lerep memiliki peluang pendapatan lain yang bersumber dari penggunaan/penyewaan jasa penginapan dan *homestay*, penggunaan jasa boga berupa pemesanan *catering*, serta investasi yang berasal dari masyarakat Desa Lerep.

### ***Cost structure***

Dalam proses pelaksanaannya, terdapat berbagai biaya yang harus ditanggung oleh pengelola Desa Wisata Lerep antara lain biaya listrik, biaya upah karyawan, biaya telepon, biaya air, serta biaya promosi dan publikasi destinasi desa wisata. Selain itu, terdapat pula biaya tambahan yang diperlukan dalam rangka pemeliharaan dan pengadaan untuk mengembangkan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Desa Wisata Lerep.

### ***Customer Relationships***

Dalam membangun desa wisata ini, adapun strategi yang diterapkan yaitu membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui keramahtamahan serta pelayanan kunjungan wisatawan. Pihak desa juga memberikan fasilitas yang lengkap, seperti area parkir, ATM, balai pertemuan, *cafeteria*, *jungle tracking*, kamar mandi umum, kios souvenir, kuliner, musholla, selfie area, *spot* foto, tempat makan, dan wifi area sebagai bentuk loyalitas kepada para pengunjung. Pihak desa, dalam hal ini Badan Usaha Milik Desa Gerbang Lentera Desa Lerep sebagai pengelola Desa Wisata rutin menyelenggarakan *event* pariwisata secara berkala mengingat berdasarkan Peraturan Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat No.3 Tahun 2017 di mana Kegiatan Pariwisata merupakan salah satu unit usaha BUMDes. Penerapan dari peraturan tersebut salah satunya melalui wisata kuliner Pasar Jajanan Ndeso Lerep yang diadakan setiap Minggu Pon dan Minggu Pahing yang menerapkan penggunaan pakaian tradisional sebagai perpaduan dengan konsep budaya. Melalui wisata kuliner tersebut memungkinkan terjadinya interaksi antara penjual dan konsumen, konsumen nantinya juga akan selalu mengingat Desa Wisara Lerep dikarenakan para panitia dan pedagangnya yang mengenakan pakaian tradisional saat adanya *event* wisata kuliner. Adanya beberapa paket edukasi, misalnya pengunjung bisa mempelajari bagaimana cara memainkan musik gamelan dengan *budget* Rp30.000 dan paket *Edu-eco Tour Dwl* dengan *budget* Rp50.000, yang di mana melalui paket edukasi seperti itu sebagai kesempatan untuk penerapan keramahtamahan kepada pengunjung. Sebagai desa dengan hasil pertanian melimpah, terdapat makanan

tradisional yang disajikan dengan kemasan daun dan anyaman bambu guna meminimalisir penggunaan plastik mengingat Desa Wisata Lerep sangat menjunjung tinggi *Go Green*. Pengurangan penggunaan plastik ini secara tidak langsung mengajak konsumen untuk lebih peduli terhadap lingkungan

### **Revenue streams**

Sumber aliran pendapatan Desa Wisata Lerep didapatkan dari berbagai aspek. Pendapatan secara umum diperoleh dari hasil penjualan tiket masuk, penjualan oleh-oleh, penjualan wahana wisata, serta jasa perjalanan wisata. Selain itu, Desa Wisata Lerep memiliki peluang pendapatan lain yang bersumber dari penggunaan/penyewaan jasa penginapan dan *homestay*, penggunaan jasa boga berupa pemesanan *catering*, serta investasi yang berasal dari masyarakat Desa Lerep.

### **Cost structure**

Dalam proses pelaksanaannya, terdapat berbagai biaya yang harus ditanggung oleh pengelola Desa Wisata Lerep antara lain biaya listrik, biaya upah karyawan, biaya telepon, biaya air, serta biaya promosi dan publikasi destinasi desa wisata. Selain itu, terdapat pula biaya tambahan yang diperlukan dalam rangka pemeliharaan dan pengadaan untuk mengembangkan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Desa Wisata Lerep.

### **Channels**

Dalam menghubungkan antara pengunjung dengan pihak desa wisata, Desa Wisata Lerep memutuskan untuk menggunakan sosial media sebagai saluran promosi dan media informasi, seperti *website*, Youtube, WhatsApp, dan Instagram. Selain itu, promosi secara *offline* dilakukan dengan memanfaatkan promosi dengan biro perjalanan, pembuatan baliho, dan juga toko *offline* untuk memasarkan produk khas Desa Wisata Lerep. Dari promosi *online* menggunakan Instagram, Desa Wisata Lerep memiliki keunikan dalam strategi, yaitu foto yang diposting lebih berfokus pada mimik atau ekspresi wajah dari para pengunjung yang mana foto tersebut dapat memberi kesan persuasif bagi calon pengunjung.

### **Key Partners**

Dalam mengembangkan desa wisata untuk selalu memberikan yang terbaik bagi kenyamanan para pengunjung, Desa Wisata Lerep bekerja sama dengan Pemerintah Daerah, Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian dan Peternakan, BUMDes Gerbang Lentera, Praktisi Bisnis, Akademisi, UMKM, Kelompok Wanita Tani, Biro Perjalanan Wisata, Pokdarwis, Masyarakat Desa, dan Pemerintah Desa.

### **Key Activities**

Kegiatan utama yang ditawarkan Desa Wisata Lerep lebih berfokus dengan kegiatan wisata edukasi agrikultur, wisata alam, dan wisata budaya. Adapun, kegiatan wisata alam dan budaya berfokus pada keindahan fotografi. Selain itu, dalam

menunjang kegiatan wisata di Desa Lerep menyediakan tempat ibadah, tempat tinggal atau *homestay*, toilet, wifi gratis, tempat makan, area parkir, ATM center, balai pertemuan, kios souvenir, dan apa pun kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengunjung siap disediakan, hal-hal tersebut juga didukung dengan perawatan dan pemeliharaan tempat secara berkala dan pengembangan desa wisata dengan selalu mengadakan pembaharuan kegiatan wisata edukasi.

**Key Resources**

Desa Wisata Lerep memiliki lokasi yang cukup strategis sebagai desa wisata karena letaknya yang tidak jauh dari perkotaan serta sumber daya manusianya yang cukup berkualitas dan terlatih sehingga selalu memiliki pengetahuan dalam setiap kegiatan yang dijadikan paket wisata dan juga hal ini ditandakan dengan adanya inovasi kegiatan paket wisata secara berkala. Sebagai tambahan, sumber daya alam yang dimiliki terbilang cukup.

Kegiatan pariwisata dimulai dari bagaimana menarik wisatawan untuk berkunjung, wisatawan datang dapat diantarkan ke objek wisata, penyediaan atraksi wisata, akomodasi, menciptakan kesan kepada wisatawan melalui *event* dan mengantarkan kembali wisatawan ke lokasi asalnya. Kegiatan pariwisata ini akan sangat mudah dilaksanakan jika ada *mapping* kegiatannya yang dikaitkan dengan hasil BMC. Berikut *mapping* kegiatan pariwisata di Desa Lerep berdasarkan hasil BMC (tabel 1).

**Tabel 1. Mapping Kegiatan Pariwisata di Desa Lerep berdasarkan Hasil BMC**

		Kegiatan pariwisata					
		Mengarahkan wisatawan untuk membeli produk & layanan	Mengantar wisatawan ke objek wisata	Menyediakan atraksi, akomodasi, makanan, paket makanan	Menciptakan kesan melalui pengalaman kegiatan/ <i>event</i>	Mengantar kembali ke lokasi asal	
Saluran bmc	Aktivitas utama ( <i>key activities</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>promosi paket wisata Lerep, penawaran <i>homestay</i>, informasi atraksi, dan kuliner khas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penyediaan transportasi dari titik kumpul ke Lerep dan antar objek wisata di dalam desa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menawarkan pengalaman inti di Lerep.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan pengalaman interaktif dan mendalam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memastikan wisatawan pulang dengan aman dan nyaman.</li> </ul>	
	Saluran bmc						

Pelaku/ mitra ( <i>key partnership s &amp; channels</i> ):	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Website</i> Desa wisata Lerep: sumber informasi utama.</li> <li>○ Media sosial desa (Instagram, Tiktok): menarik minat dengan konten visual.</li> <li>○ Agen perjalanan <i>online</i> (OTA): Traveloka Xperience, tiket.com (untuk paket dan aktivitas).</li> <li>○ Biro perjalanan lokal: kerja sama paket tur Semarang-Lerep.</li> <li>○ Dinas pariwisata kab. Semarang: promosi di</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penyedia transportasi lokal Desa Lerep: ojek desa, mobil sewaan warga.</li> <li>○ Penyedia transportasi regional: sewa bus/mobil dari Semarang /Salatiga (bekerja sama dengan agen perjalanan).</li> <li>○ Komunitas pengguna kendaraan (sepeda/motor): untuk tur mandiri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Homestay</i> warga Desa Lerep: penginapan dengan pengalaman tinggal bersama penduduk.</li> <li>○ Warung makan/kuliner lokal: menyajikan masakan khas Lerep (nasi jagung, lontong pecel, dll.).</li> <li>○ Pengelola objek wisata (air terjun, <i>spot</i> foto sawah): menjaga kebersihan dan fasilitas.</li> <li>○ Pemandu wisata lokal: memberikan informasi dan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kelompok seni &amp; budaya desa: pelatihan tari, musik tradisional, pagelaran.</li> <li>○ Petani lokal: lokakarya belajar bertani (menanam padi/sayur).</li> <li>○ Pengrajin lokal: lokakarya membuat kerajinan tangan (anyaman, membatik).</li> <li>○ Masyarakat lokal: interaksi langsung dalam kegiatan sehari-hari desa.</li> <li>○ Fotografer lokal/warga yang melek digital: mendokumentasikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penyedia transportasi lokal Desa Lerep: kembali dari objek wisata ke titik penjemputan</li> <li>○ Agen perjalanan : mengatur transportasi kembali ke kota asal wisatawan .</li> <li>○ Ojek/taksi <i>online</i>: pilihan transportasi pribadi.</li> </ul>	

		level regional.		memimpin tur. ○ Pelaku seni dan budaya lokal: menyelenggarakan pertunjukan.	pengalaman .	
--	--	-----------------	--	--	--------------	--

Sumber: Data diolah, 2024

Untuk identifikasi potensi dan tantangan pengembangan serta untuk merumuskan strategi desa wisata maka digunakanlah analisis SWOT (Kotler, 2018; Mustika, 2018; Kusri, 2017; Noor, 2014). Penelitian ini menggabungkan penerapan analisis SWOT yang berbasis analitik dengan metode HFL yang terintegrasi untuk memilih strategi pariwisata yang paling optimal. Selanjutnya, metode SWOT pada pariwisata digunakan untuk meneruskan strategi untuk pariwisata di masa pandemi karena sektor ini dianggap lebih rentan terhadap guncangan lingkungan eksternal, hasil dari penurunan ini sangat mempengaruhi berbagai perekonomian, khususnya di mana pendapatan devisa utamanya adalah Pariwisata (Fernando, 2021). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Nezha dkk, (2021) mendukung penelitian dari Fernando (2021) yang berpendapat bahwa negara yang menjadikan sektor pariwisata sebagai pendapatan devisa utamanya cocok menggunakan metode analisis SWOT untuk membantu menganalisis dan meninjau kekuatan, kelemahan, dan peluang industri pariwisata di Maroko karena sektor pariwisata bagi pertumbuhan sosial-ekonomi dan perkembangan ekonomi Maroko dan kebutuhan untuk melestarikan kekayaan alam dan budaya negara dengan mengadopsi yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian berikut hasil SWOT dan strategi pengembangan Desa Wisata Lerep di Kabupaten Semarang. Strategi ini dapat dikembangkan untuk menarik daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan menambah nilai lebih dalam dengan meningkatkan manajemen pengelolaan destinasi wisata dengan baik dan benar seperti digambarkan dalam analisis matriks SWOT yang menghasilkan strategi pada Tabel 2.

**Tabel 2. Matriks SWOT dan Alternatif Strategi Pengembangan Deswita Lerep**

	Strenght- S	Weakness- W
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desa Wisata Lerep termasuk ke dalam kondisi maju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Infrastruktur dan fasilitas yang disediakan oleh Desa Wisata di Kabupaten</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letak Desa Wisata di Kabupaten Semarang yang strategis dan dekat dengan kota Semarang</li> <li>• Desa Wisata di Kabupaten Semarang memiliki banyak tenaga kerja</li> <li>• Desa Wisata Lerep memiliki banyak kegiatan bermanfaat yang biasanya agenda masyarakat sudah sering diadakan oleh pemerintah desa</li> <li>• Saluran informasi dan promosi desa wisata terbantu dengan adanya BUMDes</li> <li>• Potensi alam yang indah dan asri: Pemandangan pegunungan, sawah terasering, udara sejuk, dan keberadaan air terjun</li> <li>• Konsep pariwisata berbasis masyarakat: Memberdayakan ekonomi lokal secara langsung.</li> <li>• Variasi produk wisata: Tidak hanya alam, tetapi juga budaya, edukasi, dan kuliner.</li> </ul>	<p>Semarang terbilang belum optimal : Akses jalan menuju beberapa objek mungkin perlu perbaikan, ketersediaan penginapan masih terbatas (<i>homestay</i> mungkin belum memenuhi standar tertentu).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketergantungan pada musim: Daya tarik alam (air terjun, sawah) bisa sangat bergantung pada kondisi cuaca atau musim tanam.</li> <li>• Promosi dan pemasaran belum maksimal: Jangkauan promosi mungkin masih terbatas dan belum memanfaatkan semua platform secara optimal.</li> <li>• Diversifikasi produk yang masih bisa ditingkatkan: Meskipun sudah bervariasi, masih ada peluang untuk mengembangkan paket atau atraksi baru.</li> <li>• Mayoritas tenaga kerja yang tersedia di Desa Wisata di Kabupaten Semarang terbilang mengalami terkendala</li> </ul>
--	---	---

		<p>pemahaman bahasa asing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desa Wisata di Kabupaten Semarang masih mengalami kesulitan dalam pembukuan dan administrasi sehingga berimbas pada kepemilikan NPWP dan akses terhadap modal</li> <li>• Bahan baku yang dibutuhkan baik untuk kegiatan paket wisata ataupun produk olahan relatif sulit diperoleh karena terkendala jarak dan ketersediaan</li> </ul>
<b>Opportunities- O</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya bantuan untuk Desa Wisata di Kabupaten Semarang yang didapat dari lembaga keuangan baik oleh pemerintah ataupun swasta</li> <li>• Peluang pasar desa wisata terbuka lebar</li> <li>• Masalah perizinan usaha yang semakin dipermudah</li> <li>• Peningkatan tren pariwisata berkelanjutan dan berbasis pengalaman: Wisatawan semakin mencari pengalaman otentik dan berdampak positif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendorong perkembangan Desa Wisata Lerep di</li> <li>• Peningkatan promosi dengan platform dan dengan strategi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman</li> <li>• Kegiatan wisata selalu mengalami inovasi dan variatif</li> <li>• Peningkatan kualitas dan kuantitas sarana prasarana pendukung</li> <li>• Paket Edukasi dan Pengalaman Mendalam: Kembangkan lebih banyak lokakarya interaktif seperti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelatihan dan Pendampingan Desa Wisata di Kabupaten Semarang dalam pembuatan pembukuan atau laporan keuangan secara digital</li> <li>• Pelatihan atau mengadakan kegiatan kursus bahasa asing dan pengelolaan desa wisata</li> <li>• Mencari alternatif bahan baku produk</li> <li>• Pengembangan <i>Homestay</i> Berstandar: Latih masyarakat pemilik</li> </ul>

<p>pada lingkungan serta masyarakat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemanfaatan teknologi digital: Lebih mengoptimalkan media sosial, platform <i>travel online</i>, dan <i>influencer</i> untuk promosi.</li> <li>• Kerja sama dengan biro perjalanan dan komunitas: Memperluas jangkauan pasar dan menciptakan paket wisata tematik.</li> <li>• Pengembangan produk UMKM: Meningkatkan nilai tambah produk lokal dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berbelanja.</li> <li>• Potensi MICE (<i>Meeting, Incentive, Conference, Exhibition</i>) skala kecil: Menyediakan lokasi untuk kegiatan <i>gathering</i> atau pelatihan.</li> <li>• Perkembangan kuliner lokal: Meningkatkan pamor kuliner khas Lerep.</li> </ul>	<p>membatik, menari tradisional, membuat kerajinan dari bahan alam, atau kelas memasak masakan khas Lerep. Tawarkan juga paket pertanian di mana wisatawan bisa ikut menanam atau memanen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan Kuliner Khas: Buat sentra kuliner desa yang menyajikan masakan otentik Lerep dan Semarang. Dorong inovasi produk makanan olahan lokal yang bisa menjadi oleh-oleh.</li> <li>• Infrastruktur Ramah Lingkungan: Pertimbangkan penggunaan energi terbarukan (solar panel) untuk penerangan, pengelolaan sampah yang efektif (daur ulang, kompos), dan sistem pengolahan limbah.</li> </ul>	<p><i>homestay</i> untuk meningkatkan fasilitas dan layanan agar memenuhi standar kenyamanan wisatawan (kebersihan, kamar mandi layak, fasilitas dasar). Promosikan pengalaman tinggal langsung bersama keluarga lokal.</p>
<p><b>Threats- T</b></p>	<p><b>Strategi S-T</b></p>	<p><b>Strategi W-T</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapasitas tempat yang dimiliki untuk menampung pengunjung relatif sedikit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menerapkan strategi harga bersaing</li> <li>• Penerapan Prinsip Pariwisata Berkelanjutan:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan inovasi terhadap pelayanan desa wisata</li> <li>• Melakukan <i>fundraising</i> dari</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan desa wisata dalam beradaptasi dengan pasar terbilang lambat</li> <li>• Terdapat sebagian usaha yang belum memiliki legalitas</li> <li>• Persaingan dengan desa wisata lain: Banyak desa lain yang juga mengembangkan potensi pariwisata.</li> <li>• Kerusakan lingkungan: Peningkatan jumlah wisatawan tanpa pengelolaan yang baik dapat merusak alam.</li> <li>• Perubahan iklim: Dapat mempengaruhi kondisi alam seperti ketersediaan air terjun atau kondisi sawah.</li> <li>• Perubahan tren pariwisata: Cepatnya perubahan minat wisatawan menuntut adaptasi yang cepat.</li> <li>• Ketersediaan investasi: Sulitnya mendapatkan pendanaan untuk pengembangan dan pemeliharaan.</li> <li>• Bencana alam: Risiko bencana alam (misalnya tanah longsor) dapat</li> </ul>	<p>Edukasi wisatawan dan masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan, tidak merusak alam, dan menghormati adat istiadat lokal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelestarian Lingkungan Alam: Terapkan kuota pengunjung jika diperlukan di area yang sensitif. Lakukan reboisasi di area kritis dan lindungi keanekaragaman hayati.</li> <li>• Pelestarian Budaya Lokal: Libatkan generasi muda dalam kegiatan seni dan budaya tradisional. Pastikan pengembangan pariwisata tidak mengikis nilai-nilai luhur dan kearifan lokal.</li> <li>• Sinergi dengan Akademisi: Ajak universitas untuk melakukan penelitian dan pengembangan di Desa Lerep, misalnya dalam hal <i>branding</i>, konservasi, atau inovasi produk.</li> <li>• Memaksimalkan pemanfaatan akun media sosial sebagai alat promosi untuk meningkatkan jumlah wisatawan</li> </ul>	<p>swasta melalui program CSR atau kerja sama lainnya untuk pengembangan Desa Wisata</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbaikan Aksesibilitas: Prioritaskan perbaikan jalan menuju objek wisata utama. Pertimbangkan pembangunan area parkir yang memadai dan ramah lingkungan.</li> <li>• Peningkatan Fasilitas Umum: Bangun atau perbaiki toilet umum yang bersih dan representatif di setiap objek wisata. Sediakan area istirahat, penunjuk arah yang jelas, dan tempat sampah yang cukup.</li> <li>• Infrastruktur Ramah Lingkungan: Pertimbangkan penggunaan energi terbarukan (solar panel) untuk penerangan, pengelolaan sampah yang efektif (daur ulang, kompos), dan sistem pengolahan limbah.</li> </ul>
--	--	---

<p>mengganggu operasional wisata.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandemi atau isu kesehatan: Krisis global seperti pandemi dapat menghentikan aktivitas pariwisata.</li> <li>• Teknik dan strategi pemasaran yang masih bersifat pasif dan monoton</li> <li>• Adanya persaingan paket wisata antar desa wisata</li> <li>• Harga yang tidak kompetitif dapat menjadi ancaman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendampingan dalam penyusunan legalitas usaha</li> </ul>	
--	---	--

Sumber: Data Primer diolah, 2024

## KESIMPULAN DAN SARAN

Potensi unik yang dimiliki setiap desa merupakan aset berharga yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan desa wisata haruslah mempertimbangkan kekayaan intrinsik masing-masing desa, khususnya dalam menyajikan pengalaman pertanian dan budaya lokal yang terpadu bagi wisatawan. Dengan menerapkan kerangka kerja seperti Kanvas Model Bisnis (BMC), Desa Lerep dapat mengidentifikasi secara spesifik segmen pasar dan proposisi nilai yang berbeda, sehingga memungkinkan pendekatan pengembangan yang koheren. Guna mengimplementasikan konsep pariwisata berbasis komunitas (CBT) di berbagai desa, diperlukan sinergi yang kuat antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam merumuskan dan mewujudkan visi desa wisata. Melalui pendekatan kolaborasi kelembagaan, prinsip-prinsip CBT dapat diterapkan secara bertahap di Desa Lerep, dengan harapan dapat menciptakan pariwisata yang berkelanjutan, yang secara signifikan mampu mengurangi kemiskinan dan pengangguran, serta memperkuat ekonomi di tingkat rumah tangga maupun pedesaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Ahsani, R. D. P., Suyaningsih, O., Ma'rifah, N., & Aerani, E. (2018). Penerapan Konsep Community Based Tourism (CBT) di Desa Wisata Candirejo Borobudur

Mewujudkan Kemandirian Desa. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 3(2). <https://doi.org/10.26905/pjiap.v3i2.2270>

Athia, I., Saraswati, E., & Normaladewi, A. (2018). Penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 2(1), 66–75.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Laporan Perekonomian Indonesia 2022*.

Baldwin, R., & Mauro, B. W. di. (2020). *Economics in the Time of COVID-19*. CEPR Press.

BPS. (2022). *Indikator Ekonomi Juni 2022*. Jakarta: BPS.

Fafurida, B., Atika, L. N., Oktavilia, S., & Putri, P. I. (2023). Rural Tourism Recovery Strategy for Strengthening the Village Economy. *Atlantis Press SARL*, 848–857. [http://dx.doi.org/10.2991/978-2-494069-35-0\\_103](http://dx.doi.org/10.2991/978-2-494069-35-0_103)

Fafurida, F., Oktavilia, S., Prajanti, S. D. W., & Maretta, Y. A. (2020). Tourism and economic development in Indonesia. *International Journal of Science Technology and Research*, 9(3), 6476–6479.

Fernando, I. N. (2021). Tourism in the COVID-19 pandemic: A perspective with SWOT analysis. *Journal of Management*, 15(2), 14. <https://doi.org/10.4038/jm.v15i2.7599>

Hanis, R., & Yusuf, M. (2022). Applying A SWOT Analysis Approach to A Sharia Marketing Perspective at Alunicorn Shops in Bandung. *The 1st Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 653–670.

Hosseini, S. M., Paydar, M. M., & Triki, C. (2021). Implementing sustainable ecotourism in Lafour region, Iran: Applying a clustering method based on SWOT analysis. *Journal of Cleaner Production*, 329, 129716. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129716>

Istiqomah, A. (2017). Strategi pengembangan sumber daya manusia sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja aparatur desa dengan menggunakan analisis SWOT. *Jurnal Universitas Negeri Malang*.

Jamalina, I. A., & Wardani, D. T. K. (2017). Strategi pengembangan ekowisata melalui konsep Community Based Tourism (CBT) dan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat di desa wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(1), 71–85. <https://doi.org/10.18196/jesp.18.1.4008>

Jejaring Desa Wisata Kemenparekraf. (2023). Sebaran Desa Wisata di Jawa Tengah. Diakses pada 1 Maret 2023, dari <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/search?type=7&submit=1>

- Jokowi Sebut Pandemi Momentum Instal Ulang Ekonomi Desa, Apa Maksudnya?* (2020, 24 September). TribunNews. <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/09/24/jokowi-sebut-pandemi-momentum-instal-ulang-ekonomi-desa-apa-maksudnya>
- Junaid, I., Sigala, M., & Banchit, A. (2021). Implementing community-based tourism (CBT): Lessons learnt and implications by involving students in a CBT project in Laelae Island, Indonesia. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 29.
- Kemenparekraf. (2023). *Peta Sebaran Desa Wisata*.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2021, 27 September). Pemerintah dorong pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Diakses pada 1 Maret 2023, dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3332/pemerintah-dorong-pemulihan-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022, 20 Januari). Devisa pariwisata ditargetkan capai Rp243,1 triliun. Diakses pada 1 Maret 2023, dari <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/devisapariwisata-ditargetkan-capai-rp2431-triliun/>
- Kontogeorgopoulos, N. (2010). Community-Based Ecotourism in Phuket and Ao Phangnga, Thailand: Partial Victories and Bittersweet Remedies. *Tourism Management*, 37–41.
- Nezha, M., Rossi, A., El Khalidi, K., Pavel, A.-B., Cherif, E. K., El Ouaty, O., & Fekri, A. (2021). A SWOT Analysis to understand the impact of tourism industry on the Three pillars social Economy and Environment. *SHS Web of Conferences*, 119, 04004. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111904004>
- 818 Desa Wisata di Jateng Kembali Bangkit Pascapandemi*. (2023). [Jatengprov.go.id](https://jatengprov.go.id). Diakses pada 1 Maret 2023 dari <https://jatengprov.go.id/publik/818-desawisata-di-jateng-kembali-bangkit-pascapandemi/>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025.
- Pham Hong, L., Ngo, H. T., & Pham, L. T. (2021). Community-based tourism: Opportunities and challenges a case study in Thanh Ha pottery village, Hoi An city, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1926100>
- Republika. (2023). Wabah Corona pengaruhi pariwisata di Jateng. Diakses pada 1 Maret 2023 dari <https://news.republika.co.id/berita/q584l6354/wabah-corona-pengaruhi-sektor-pariwisata-di-jateng>

- Riski Windarsari, W., Rohmat, R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Penerapan konsep Community Based Tourism (CBT) dan pemberdayaan potensi pariwisata lokal untuk peluncuran desa wisata Kampung Kopi Sumberdem. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(3), 220–231.
- Schaltegger, S., Freund, F. L., & Hansen, E. G. (2012). Business cases for sustainability: The role of business model innovation for corporate sustainability. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 6, 95–119.
- Soekarya, T. (2011). Peningkatan Ekonomi Kerakyatan melalui desa wisata (Suatu Masukan Untuk Pengembangan di Kaskakaen Dua, Tertib dan Punten). In *Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata* (p. 89). Jakarta. [https://www.kemendparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/old\\_file/PENINGKATAN%20EKONOMI%20KERAKYATAN%20MELALUI%20DESA%20WISATA.pdf](https://www.kemendparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/PENINGKATAN%20EKONOMI%20KERAKYATAN%20MELALUI%20DESA%20WISATA.pdf)
- Strulak-Wójcikiewicz, R., Wagner, N., Lapko, A., & Hacia, E. (2020). Applying the business model canvas to design the E-platform for sailing tourism. *Procedia Computer Science*, 176, 1643–1651. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.09.188>
- Tan, N. Q., Ubukata, F., & Cong Dinh, N. (2022). Paradoxes in community-based tourism initiatives: Insights from two case studies in central Vietnam. *SN Social Sciences*, 2(5), 71. <https://doi.org/10.1007/s43545-022-00370-3>
- Tarlani, T., Dariah, A. R., & Rani, A. M. (2022). Transforming Rural Economy Through Community-Based Tourism with Village-Owned Enterprise (BUMDES, Badan Usaha Milik Desa) - A Case Study: Cibiru Wetan, Pagerwangi and Cipamekar Villages, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(5), 1535–1542. <https://doi.org/10.18280/ijdsdp.170517>
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 74–89. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.74-89>
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- UNWTO. (2022, 2 Agustus). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. Diakses pada 22 Juni 2022, dari <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-internationaltourism>
- Zielinski, S., Kim, S. il, Botero, C., & Yanes, A. (2020). Factors that facilitate and inhibit community-based tourism initiatives in developing countries. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 723–739. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1543254>

Zulphi Surya, R., & Rosliana, R. (2020). Brainstorming Business Model Canvas pada formulasi strategi "Rabuk Diyang" sebagai produk khas Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Selodang Mayang*, 6(1).