

Peningkatan Strategi Promosi Pariwisata Budaya Festival Event Kuliner Tradisional di Desa Pondoknongko Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur

Muhamad Ari Perdana*¹, Adetiya Prananda Putra², Putu Ngurah Rusmawan³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

*e-mail: putungurahrusmawan@poliwangi.ac.id³

Abstrak

Desa PondokNongko merupakan salah satu desa di Banyuwangi yang tengah menggencarkan kegiatan pariwisata budaya dengan festival bazar kuliner tradisionalnya dan industri ekonomi kreatif UMKM. Disini terdapat daya tarik wisata budaya yang dirintis oleh pemerintah Desa Pondoknongko bersama masyarakat daerah setempat yaitu festival pariwisata budaya berbasis kegiatan masyarakat dengan festival kuliner. Desa Pondok Nongko adalah sebuah desa di kecamatan kabat kabupaten Banyuwangi yang memiliki tiga dusun yaitu palu kuning, krajan, dan Kedawung. Potensi pariwisata budaya yang tinggi di wilayah pemeritah desa pondok nongko sudah dapat dioptimalkan serta menjadi wujud nyata sebagai upaya melestarikan kebudayaan daerah yang sudah mulai ditinggalkan. Diwilayah pemdes pondok nongko dibutuhkan peranannya baik itu untuk mengelola maupun usaha pemasaran pariwisata budaya agar dapat menjadi sumber pendapatan potensial bagi masyarakat sekitar. Pariwisata budaya yang berdaya saing dan berkelanjutan bertumpu pada pemberdayaan masyarakat. Hal yang sangat menarik untuk dilakukan pendampingan mengenai peningkatan strategi promosi melalui digital marketing serta pengoptimalan pengelolaan event sebagai upaya mewujudkan pariwisata budaya berkelanjutan di desa Pondok Nongko kabupaten Banyuwangi.

Kata kunci: *Pariwisata Budaya, Pengelolaan Event, Strategi Promosi*

Abstract

PondokNongko Village is one of the villages in Banyuwangi which is currently intensifying cultural tourism activities with its traditional culinary bazaar festival and the UMKM creative economy industry. There is a cultural tourism attraction that was pioneered by the Pondoknongko Village government together with the local community, namely a cultural tourism festival based on community activities with a culinary festival. Pondok Nongko Village is a village in the Kabat sub-district, Banyuwangi district which has three hamlets, namely Palu Kuning, Krajan, and Kedawung. The high potential for cultural tourism in the government area of Pondok Nongko village can already be optimized and become a concrete manifestation as an effort to preserve regional culture which has begun to be abandoned. In the Pondok Nongko Pemdes area, their role is needed both to manage and to market cultural tourism so that it can become a potential source of income for the surrounding community. Competitive and sustainable cultural tourism relies on community empowerment. It is very interesting to provide assistance regarding improving promotion strategies through digital marketing and optimizing event management as an effort to realize cultural sustainable tourism in Pondok Nongko village, Banyuwangi district.

Keywords: *Cultural Tourism, Event Management, Promotion Strategy*

1. Pendahuluan

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dengan giat aktif membangun industri pariwisata dan ekonomi kreatif di era pandemic COVID-19, apa yang di lakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi tidak sia-sia, hal ini dibuktikan dengan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Banyuwangi terus meningkat pada setiap tahunnya Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, pariwisata di Banyuwangi mengalami peningkatan secara perlahan (Kanom dkk, 2020). Tetapi pada tahun 2020 akibat pandemi virus corona atau COVID-19 *desease* hal ini mengakibatkan berdampak

signifikan pada semua bidang ekonomi dan bisnis terutama pariwisata yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan.

Banyak daya tarik wisata yang ditawarkan dan beragam festival kuliner, hutan, taman nasional, olahraga dan budaya. Salah satu yang menarik adalah wisata kuliner merupakan jenis wisata aktif yang pada umumnya melibatkan partisipasi aktif masyarakat untuk keberlanjutannya (Herdiana, 2019). Banyuwangi adalah kota yang sangat mengunggulkan kegiatan pariwisatanya. Dalam kegiatan pariwisata tersebut tentunya tidak hanya melibatkan pemerintah Kabupaten Banyuwangi saja, akan tetapi juga peran masyarakat dalam kegiatan pariwisata juga sangat dibutuhkan.

Makanan dan jajanan tradisional merupakan hasil produk olahan khas dari nenek moyang atau leluhur asli desa pondok nongkobiasanya digunakan untuk acara atau tradisi safar safaran yakni kegiatan rutin setiap tahun dihari rabu terakhir pada bulan safar atau yang disebut dengan rabu wekasan. Makanan tradisional disebut juga sebagai makanan pasar karena makanan tradisional pada waktu dulu banyak dijumpai di pasar-pasar tradisional. Makanan dan jajanan tradisional sekarang jarang sekali ditemukan, karena adanya perubahan zaman (Kusumaningtyas Dkk, 2013). Sebagian masyarakat menganggap makanan dan jajanan tradisional adalah makanan yang sudah ketinggalan zaman, sehingga makanan dan jajanan tradisional tersebut banyak yang ditinggalkan oleh masyarakat. Pendit (2003) menyatakan bahwa makanan dan jajanan tradisional sendiri adalah salah satu bentuk wujud warisan nenek moyang yang seharusnya tetap dijaga dan termasuk potensi model pariwisata berbasis budaya yang perlu dilestarikan dan dipertahankan. Ia dapat memiliki nilai nilai yang sangat bermakna . Penduduk suku Banyuwangi memiliki beraneka ragam jenis suku. Banyuwangi didominasi oleh suku Osing, tetapi ada juga suku Madura dan Suku Jawa yang jumlahnya lumayan banyak, serta terdapat minoritas Suku Bali, Suku Mandar dan suku Bugis. Suku Osing merupakan penduduk asli Kabupaten Banyuwangi. Mereka menggunakan bahasa Osing (Hartini Mecha & Sanjaya, 2013).

Desa Pondoknongko merupakan salah satu desa di Banyuwangi yang tengah mengencakan kegiatan pariwisata budayanya dan ekonomi kreatifnya. Disini terdapat daya tarik, budaya yang dirintis oleh pemerintah Desa Pondoknongko bersama masyarakat daerah setempat seperti festival jajanan tradisional sebagai wujud upaya pelestarian kearifan budaya lokal wisata agar tidak ditinggalkan. Pondok Nongko adalah sebuah desa di kecamatan kabat kabupaten Banyuwangi yang memiliki 3 dusun yaitu palu kuning, krajan, dan Kedawung. Potensi pariwisata yang tinggi di wilayah pemeritah desa pondok nongko sudah dapat dioptimalkan, tidak hanya sekedar ditinjau sebagai potensi pendapatan daerah, tetapi sebagai salah satu upaya melestarikan kebudayaan daerah yang sudah mulai ditinggalkan. Sebagai penggerak utama untuk memujudkan perkembangan pariwisata

Diwilayah pemdes pondok nongko dibutuhkan peranannya baik itu untuk mengelola maupun usaha pemasaran pariwisata budaya agar dapat menjadi sumber pendapatan potensial bagi pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan bertumpu pada pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan uraian di atas, maka menjadi menarik untuk dilakukan pendampingan mengenai peningkatan strategi promosi melalui digital marketing serta pengoptimalan pengelolaan event sebagai upaya mewujudkan pariwisata budaya yang berkelanjutan di desa Pondok Nongko kabupaten Banyuwangi.

2. METODE

Terdapat sejumlah tahapan yang harus dilaksanakan untuk dapat kegiatan PKM ini terlaksana dengan baik dalam proses pengabdian diawali dari langkah koordinasi, persiapan sampai dengan berakhirnya kegiatan. Secara teknik lebih detail tahapan kegiatan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

a. Koordinasi dengan tim dari Mitra desa

Pada tahap ini, Tim dosen manajemen bisnis pariwisata sejumlah 3 orang tersebut melakukan koordinasi dengan Mitra yaitu perangkat desa pondok nongko dengan berkomunikasi dengan media sosial whatsapp untuk dapat mengetahui tentang susunan jadwal kegiatan, susunan kegiatan, lokasi kegiatan, dan peserta kegiatan. Setelah tim dosen berkoordinasi dengan tim mitra untuk penentuan jadwal yang tepat, dilanjutkan mempersiapkan konsumsi untuk warga sehingga semua peserta yaitu warga desa pondok nongko dapat hadir tepat waktu. Peserta nantinya adalah tim aktif kegiatan kegiatan 3 dusun yaitu dusun palu kuning, dusun krajan, dan dusun kedawung .

b. Persiapan

Tahap persiapan yaitu dimulai dengan menyiapkan materi presentasi power point tentang strategi promosi digital marketing dan strategi pelaksanaan event yang akan dipaparkan. Kemudian materi tersebut akan disampaikan kepada warga desa pondok nongko dengan mudah dan praktis untuk dijelaskan kepada peserta saat kegiatan. Selain itu, tidak lupa juga dilakukan persiapan untuk pemateri yang tepat. Kemudian, persiapan lokasi dan alat pendukung seperti daftar hadir, dan lain lain akan dipersiapkan sebaik mungkin dalam tahap ini.

c. Pelaksanaan kegiatan sesi pertama

Pada tahap ini, dilakukan sesi pembukaan dalam sesi pertama, yaitu sambutan kades pondok nongko tentangnya pentingnya peningkatan keberlanjutan festival budaya 3 event pada setiap dusun.

d. Pelaksanaan kegiatan sesi kedua

Pada tahap ini, dilakukan pelatihan sesi kedua, yaitu kegiatan promosi digital marketing oleh bapak adetiya Prananda Putra, S.ST, M.M dan dilanjutkan tentang strategi pelaksanaan management event oleh bapak Muhammad Ari Perdana, S.Par, M.P.Par. Dalam keberlanjutan proses penyampaian materi peserta akan kami dampingi sampai mereka bisa untuk memahami dengan baik.

e. Kontribusi Mitra

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, Mitra berkontribusi dalam penentuan jadwal, lokasi dan peserta kegiatan. Mitra akan berkoordinasi dengan kami untuk menentukan jadwal yang tepat, lokasi yang cukup dengan memperhatikan protokol kesehatan yang ada, dan peserta yang akan mengikuti kegiatan ini. Dalam pelaksanaan kegiatan, Mitra juga akan membantu tim pengabdian agar pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan baik dan optimal.

f. Langkah Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk melihat sejauh mana keberhasilan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Selain itu, monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengetahui apakah ditemukan masalah atau kendala yang mempersulit Mitra sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar dan bermanfaat untuk peningkatan strategi promosi pariwisata budaya berbasis event dan memperdayakan masyarakat desa secara menyeluruh.

Langkah evaluasi pelaksanaan program diukur pada setiap kegiatan yaitu sebagai berikut :

- 1) Untuk peserta yang datang saat pelaksanaan, maka akan dipersilahkan langsung mengisi daftar hadir, tanda tangan kehadiran, dan akan dilakukan pengecekan peserta yang datang dengan daftar hadir peserta yang telah ditandatangani.
- 2) Telah disampaikan juga bahwa peserta dapat membuat akun media sosial reels video pendek tersebut untuk memasarkan produk kuliner jajanan tradisional seperti gunung rembes sego gecok dan cenil.
- 3) Untuk mengevaluasi keberlanjutan program, akan dilaksanakan pengecekan secara berkala akun media sosial yang telah peserta buat apakah akun tersebut aktif digunakan atau tidak.

- 4) Akan dilaksanakan juga komunikasi dengan pihak Mitra untuk mengetahui kebermanfaatan program kegiatan yang kami lakukan dan dampak bagi masyarakat pondok nongko yang menjadi pengelola event .

3. HASIL YANG DICAPAI

Tim dosen MBP Politeknik Negeri Banyuwangi telah mempresentasikan hasil pemaparan tentang strategi digital marketing dan strategi pelaksanaan event bagaimana yang mengelola digital marketing dan event efektif dan praktis. Strategi promosi yang digunakan dalam mengisi gambar menarik dan video pendek yang menarik pada media sosial baik itu instagram maupun konten tiktok video pendek tentang kegiatan festival kuliner tradisional dari 3 dusun pondok nongko yang dilakukan seminggu sekali setiap hari minggu didesa krajan yaitu minggu sehat dan bersih, didusun palu kuning festival jumat berkah yaitu dan sabtu meriah didusun kedawung. Setelah pelatihan strategi promosi digital marketing efektif dibuat kemudian dilakukan validasi dengan pengelola apakah sudah sesuai atau belum dengan materi yang diberikan. Materi dikemas sederhana dan mudah untuk dimengerti.

3.1. Proses Pendampingan penerapan digital marketing

Proses pendampingan yang direncanakan selama bulan Juni 2022 di balai desa pondok nongko. Pada saat malam hari setelah sholat isya dimulai hari rabu 29 juni 2022 pukul 19.30 WIB. Pelatihan strategi promosi digital marketing melalui media sosial terdiri dari beberapa bagian yang pertama brand image, kedua brand awareness, dan dicari bersama unique selling point keunggulan dari penjualan produk jajanan kuliner tradisional dan yang terakhir berupa penjelasan tentang pelaksanaan strategi pelaksanaan event penataan stand bazar.



Gambar 1. Persiapan acara pembukaan pendampingan strategi pengembangan event

Kegiatan Persiapan acara pembukaan pendampingan strategi pengembangan event telah berjalan dengan baik karena sebelumnya materi telah disusun dengan sistematis sebelumnya, agar pendidikan dan pelatihan yang disajikan interaktif dan efektif, PKM ini menggunakan pendekatan diskusi interaktif. Teknik yang digunakan adalah: berbagi pendapat atau sharing opini, diskusi kelompok, *role play* dan simulasi. Dengan cara seperti ini diharapkan peserta menjadi termotivasi dan tidak mudah lelah serta bosan. Materi pelatihan disesuaikan dengan jenis pilihan paket pelatihan, agenda pelatihan terlampir.

- a. Mengadakan penyampaian materi serta diskusi bersama peserta mengenai pengenalan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk strategi promosi digital marketing untuk menarik serta mendatangkan minat wisatawan.
- b. Menyelenggarakan sesi diskusi tanya jawab untuk menjawab rasa keinginan para peserta

pelatihan.

- c. Memberikan demonstrasi dan Simulasi Terkait Materi-materi yang telah disampaikan



Gambar 2. Diskusi interaktif pemateri dan peserta pendampingan peningkatan promosi digital

Pemateri dan peserta terlibat aktif berdiskusi tentang peningkatan promosi digital. Didalam pelaksanaan kegiatan pendampingan ini kami menggunakan kendaraan pribadi yaitu dua sepeda motor untuk sampai di balai desa pondok nongko pada malam hari setelah sholat isya. Pada kegiatan pendampingan ini persiapan yang telah dilakukan selama satu minggu salah satu diantaranya persiapan pemilihan materi dan narasumber. Dalam perjalanan untuk mencapai lokasi, Kami survey pra pelaksanaan untuk meninjau persiapan yang akan dilaksanakan seperti menyiapkan form registrasi, konsumsi, dan penyajian materi dalam bentuk slide power point yang ditampilkan pada LCD proyektor. Selanjutnya tim pengabdian melakukan penentuan persiapan pelaksanaan kegiatan pada malam hari disaat pelaksanaan pendampingan strategi promosi melalui digital marketing dan strategi pengelola event. Didalam proses pendampingan kegiatan ini diputuskan mengenai kesiapan pelaksanaan pendampingan yaitu 2 kegiatan sharing diskusi lepas dengan tema digital marketing promosi melalui media sosial dan strategi pengorganisasian event festival pariwisata budaya yang terdapat pada desa pondok Nongko.



Gambar 3. Penyampaian materi strategi pengembangan event

Penyampaian materi strategi tentang pengembangan event disajikan dengan gaya bahasa yang interaktif dan menarik sehingga mudah dipahami oleh masyarakat desa Pondoknongko. Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari pada hari Rabu, 29 Juni 2022. Pada jam setelah sholat isya yaitu 19.30-9.00 WIB malam dengan suasana malam yang dingin dan santai, lalu dilanjutkan sesi kedua. Pada 9.00-11.00 WIB. Dengan pemateri kedua, tentang "strategi teknik pengelolaan event sebagai Pada saat pelaksanaan acara dimulai pukul 19.30 yang diawali dengan registrasi peserta yang dilakukan panitia. Dilanjutkan pembukaan dengan sambutan sambutan pada

19.30-20.00 WIB, Sesi Pertama, pada 19.30-20.00 WIB pemberian materi yang disampaikan pemateri pertama, pada materi ini disampaikan Strategi promosi digital marketing dengan memanfaatkan media sosial. Dilanjutkan dengan coffe break dan ramah tamah pada peserta pelatihan. Setelah ramah tama dilanjutkan dengan pemateri kedua yaitu strategi pengelolaan stand bazar yang efektif dan menjual.



Gambar 4. Pendampingan pelaksanaan event dan diskusi antar tokoh masyarakat desa

Pendampingan pelaksanaan event dan diskusi antar tokoh masyarakat desa Dusun pondok nongko lokasinya dekat dengan destinasi pantai kedung derus yang mana detinasi tersebut memiliki daya tarik yang memukau dan dapat menarik minat kunjungan wisatawan akan tetapi pantai kedung derus yang telah dibangun dengan fasilitas yaang lengkap untuk pengujung wisatawan seperti gazebo, toilet, mushola, kantin, dan tempat duduk seketika hancur karena bencana alam hujan deras dan abrasi pantai. Destinasi pantai kedung derus yang dulunya fasilitasnya memadai kini menjadi rusak dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk merenovasinya. Pengelola desa kini bergeser beralih dari wisata alam yakni pantai kedung derus beralih kewisata kuliner jajanan tradisional dititik beratkan pada tiga dusun yaitu palu kuning, krajan, dan kedawung aitu dengan konsep weekend ceria didesa pondoknongko dengan kegiatan event bazar festival kuliner jajanan tradisional disetiap dusun.



Gambar 5. Kondisi pelaksanaan event festival kuliner desa pondok nongko

Pelaksanaan event festival kuliner desa pondok nongko yang diselenggarakan untuk melestarikan produk jajanan tradisional didesa berbasis swadaya masyarakat sendiri telah berjalan lancar. Dalam tahap ini pengelola desa pondok nongko diberikan pemahaman tentang pentingnya

mempromosikan dan branding destinasi wisata budaya yang utamanya produk jajanan tradisional yang menarik bagi wisatawan domestik. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan teori-teori yang berkaitan dengan pentingnya mempromosikan dan menarik wisatawan untuk berkunjung melihat event festival produk olahan kuliner khas desa pondoknongko pariwisata budaya yang ada dilingkungan desa Pondoknongko. Dilengkapi dengan demonstrasi produk UKM unggulan desa pondoknongko seperti produk kerajinan kaca, anyaman lidi, dan budidaya pohon singkong

Tim dosen Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi secara kreatif Mendorong masyarakat desa pondok nongko dalam kegiatan PKM ini untuk secara bersama dapat membuka wawasan akan peluang baru tentang membangkitkan perekonomian pariwisata budaya. Pada rabu malam kamis tepatnya pukul delapan malam setelah sholat isya pada saat tim dosen poliwangi gelar pelatihan strategi digital marketing dengan memanfaatkan media sosial Setelah dilakukan proses pelatihan strategi promosi, warga masyarakat desa pondok nongko diminta untuk memberikan tanggapan atau respon terhadap kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan.

Mayoritas warga masyarakat desa pondo nongko terlihat antusias atas kegiatan tersebut karena dapat menambah wawasan, ketrampilan pengelolaan event yang efektif dan ilmu pengetahuan dengan digital marketing dan pengelolaan event. Dalam melaksanakan PKM ini dibutuhkan beberapa keahlian keterampilan untuk mendukung kegiatan pendampingan para pengelola diharapkan mampu melakukan inovasi terobosan sektor pengembangan ide kreatif didalam mewujudkan rencana usahanya pada proses aktivitas promosi melalui digital marketing dan pengelolaan event

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu proses pelatihan peningkatan strategi digital marketing dan pengelolaan event berbasis masyarakat dan telah berjalan dengan baik dan lancar Proses penyusunan materi dilakukan di hotel poliwangi jinggo kampus Politeknik Negeri Banyuwangi. Kegiatan yang dikembangkan dan dilaksanakan telah memberikan motivasi kepada pengelola warga masyarakat desa pondok nongko untuk mempelajari teknik strategi digital marketing dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi kegiatan pariwisata budaya festival makanan dan jajanan olahan tradisional yang ada dilingkungan desa pondok nongko.

5. SARAN

Pihak mitra sangat senang adanya pengembangan kegiatan promosi digital marketing yang dapat membantu pengelola mempelajari strategi promosi dan membuat pengelola senang dengan mulai ide kreatif promosinya dan melaksanakan event pariwisata budaya. Serta pihak mitra mengharapkan proses pengembangan promosi yang luas agar pelaksanaan event berlanjut dan bertahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, R. N. D., Wijaya, J. C. A., & Kanom, K. (2022). Analisis Keberlanjutan Ekologis Pantai Blibis Banyuwangi dengan Pendekatan Risk Management. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3), 352-361.
- Ghani, Y. A. (2017). Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di

- Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, IV(1), pp. 22–31.
- Hartini, F. S., Mecha, I. P. S., & Sanjaya, A. W. (2021). Penguatan Brand Image Segi Jajang Guna Membangun Reputasi Culinary Tourism Di Desa Gintangan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 296-304.
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata*, 6(1), 63-86.
- Kanom, & Zazilah (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di The Mandalika Kuta Lombok. *Media Bina Ilmiah*, 14 (4), 2509-2524.
- Kanom, Nurhalimah, & Darmawan (2020). Pariwisata Banyuwangi Pasca COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 404-411.
- Kurniawan, B. C., Mecha, I. P. S., & Zazilah, A. N. (2022). Community participation in the development of GKJ Karangjoso as a religious tourist attraction. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 5(1), 41-48.
- Kusumaningtyas, Wibisono, Kusnadi, (2013). Penggunaan Istilah Makanan dan Jajanan Tradisional pada Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi. *Sebuah Kajian Etnolinguistik, Publikasi Budaya, Vol 1 (1)* Universitas Jember.
- Nurdiani, Juwita, & Mecha. (2021). Pembuatan Rumah Kreatif Berbasis Wisata Edukasi Di Lingkungan Papring, Kecamatan Kalipuro. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 7(3), 466-473
- Pendit, N. (2003). Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: PT Pradaya Paramitha.
- Rahmawaty U. & Maharani, Y. (2013). Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat, *Jurnal Virtual Art and Design, Vol 2 No 1*, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Program Studi Sarjana Desain Interior, Institut Teknologi Bandung.
- Sugiarti, R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2016). Pengembangan potensi desa wisata di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 17(2). Diakses pada tanggal 02 Desember 2021 melalui website <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34388>