

# Pengembangan Pariwisata Lokal lewat Pasar Jadoel: Strategi Wisata Alam Tirtosari

## “Local Tourism Development through Pasar Jadoel: Marketing Strategy of Tirtosari Nature Tourism”

Aulia Putri Rahmadani<sup>1</sup>, Sulanam<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur, Indonesia<sup>1,2</sup>

[aulia.putri2826@gmail.com](mailto:aulia.putri2826@gmail.com)<sup>1</sup>, [sulanam@uinsa.ac.id](mailto:sulanam@uinsa.ac.id)<sup>2</sup>



### Riwayat Artikel

Diterima pada 27 September 2024

Revisi 1 pada 15 Oktober 2024

Revisi 2 pada 08 November 2024

Revisi 3 pada 21 November 2024

Disetujui pada 30 November 2024

### Abstract

**Purpose:** This study analyzes the impact of the Pasar Jadoel initiative by KKN UINSA students on the development of local tourism in Penanggal Village, Lumajang. It explores how the traditional market enhances the appeal of Tirtosari Nature Tourism, attracts more visitors, empowers local SMEs, addresses marketing and management challenges, and revitalizes the local economy while promoting cultural heritage.

**Methodology/approach:** A descriptive qualitative approach with a case study design was used to assess the effect of Pasar Jadoel on Tirtosari's tourism. This study focuses on changes in visitor numbers and economic activity following the establishment of the market.

**Results/findings:** The findings show that Pasar Jadoel has significantly increased tourist visits to Tirtosari Nature Tourism. It also serves as a platform for local SMEs to sell their products, contributing to economic empowerment. This initiative demonstrates how community-based tourism strategies can support local development and preserve cultural identities.

**Conclusions:** Local tourism development supported by MSME product empowerment and strategic promotion through social media and community collaboration can drive regional economic growth. Entrusting Pasar Jadoel's management of the local youth organization (Karang Taruna) is expected to sustain the post-program initiative. Pasar Jadoel stands as a replicable model for other regions seeking community-based tourism development.

**Limitations:** This study focuses on short-term impacts and is subject to researcher bias due to its qualitative nature.

**Contribution:** This study offers a practical model for community-led tourism enhancement that combines cultural preservation with economic empowerment.

**Keywords:** *Pasar Jadoel, Penanggal, Tirtosari, Tourism*

**How to Cite:** Penulis. (2025). Pengembangan Pariwisata Lokal lewat Pasar Jadoel: Strategi Wisata Alam Tirtosari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 697-708.

## 1. Pendahuluan

Pariwisata pada umumnya didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan untuk rekreasi, liburan, atau pengalaman budaya (Sutaguna et al., 2024). Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu pari dan wisata. Pari yang berarti bersama-sama atau berkeliling, dan wisata yang mengandung arti menikmati perjalanan (Dimuru, 2023). Secara harfiah pariwisata diartikan sebagai aktivitas menikmati perjalanan secara bersama-sama untuk melepaskan kejenuhan dan kepenatan dari kehidupan sehari-hari (Sutiksno et al., 2020). Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang kompleks yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang terdiri dari beragam komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya dan

seterusnya (Rusyidi & Fedryansah, 2018). Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, terutama di desa-desa yang memiliki potensi wisata alam dan budaya. Pengembangan pariwisata berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Kurniawan, Iriani, & Minrohayati, 2024).

Desa wisata sebagai salah satu bentuk kegiatan wisata yang berlokasi di wilayah pedesaan. Desa wisata merupakan wilayah pedesaan yang menawarkan keragaman sosial, budaya, ekonomi dan budaya. Kriteria desa yang dapat berkembang menjadi desa wisata yaitu apabila suatu desa tersebut memiliki banyak faktor pendukung yaitu : memiliki potensi produk dan daya tarik, memiliki dukungan sumber daya manusia (SDM), motivasi masyarakat yang kuat, memiliki dukungan sarana dan prasarana yang memadai, mempunyai fasilitas pendukung kegiatan wisata, mempunyai kelembagaan yang mengatur kegiatan wisata, dan ketersediaan kawasann yang memungkinkan untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Sari et al., 2022).

Pariwisata berkontribusi signifikan terhadap perekonomian suatu daerah dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah salah satunya melalui pemberdayaan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) suatu desa (Friadi, Diana Titik, & Abdul Malik, 2024). Pariwisata mencakup berbagai jenis atau bentuk salah satunya adalah pariwisata alam. Pariwisata alam merupakan perjalanan atau destinasi yang menawarkan keindahan alam yang menakjubkan, seperti taman nasional, gunung, pantai dan pemandangan alam lainnya. Adapula pariwisata budaya yang merupakan kegiatan atau pengalaman eksplorasi kekayaan budaya suatu tempat, termasuk kunjungan ke situs sejarah, festival budaya dan pertunjukan seni tradisional. Setiap jenis wisata menawarkan pengalaman unik dan menarik bagi wisatawan (Sutaguna et al., 2024).



Gambar 1. Suasana Desa Penanggal

Desa Penanggal merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Terletak di kaki gunung semeru dan termasuk dalam kawasan rawan bencana alam terutama bencana letusan gunung berapi dan banjir lahar dingin dari aktivitas vulkanik gunung semeru. Desa Penanggal berada pada daerah pengunungan dan juga dekat dengan area sungai - sungai. Hal tersebut menjadikan Desa Penanggal memiliki beberapa destinasi wisata dan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Wisata yang ada di Desa Penanggal yaitu ada Hutan Pinus yang merupakan obyek wisata di Dusun Krajan, Wisata Arum Jeram di Dusun Wonosari, Hutan Damaran atau yang dikenal dengan Wisata Dekalipoh yang merupakan kafe dengan nuansa dan suasana alam di Dusun Rekasam Timur. Dan Wisata Alam Tirtosari View yang berada di Dusun Summersari.



Gambar 2. Wisata Underwater Tirtosari



Gambar 3. Kolam Ikan Koi Wisata Tirtosari

Salah satu dari berbagai destinasi wisata yang paling unggul di Desa Penanggal yaitu Wisata Alam Tirtosari yang terletak di Dusun Sumbersari Desa Penanggal Kecamatan Candipuro Lumajang. Wisata Alam Tirtosari ini merupakan destinasi wisata alam yang menawarkan panorama indah serta suasana pegunungan yang sejuk. Tirtosari bisa dibilang sebagai icon dari Desa Penanggal yang menyajikan tiga kolam air murni yang berasal dari sumber mata air, yang salah satunya merupakan kolam ikan koi hasil budidaya dari kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dan pengelola wisata. Kolam koi tersebut dijadikan sebagai spot foto underwater andalan pengunjung. Wisatawan yang berkunjung dapat berenang di kolam air jernih yang bersumber langsung dari mata air pegunungan tertinggi di pulau Jawa yaitu Gunung Semeru. Selain berenang dan menikmati destinasi spot foto underwater, pengelola wisata Tirtosari juga menawarkan family camp dengan pilihan beberapa paket outbound serta camping menikmati keindahan alam yang sunyi dan jauh dari keramaian dengan harga yang terjangkau untuk menarik minat wisatawan.

Meskipun memiliki potensi besar, pengelolaan dan strategi pemasaran yang kurang efektif dapat menghambat perkembangan destinasi wisata alam ini. Jumlah wisatawan di Tirtosari masih belum optimal, salah satu penyebabnya yaitu kurangnya inovasi yang unik dan menarik dalam pemasarannya serta pemanfaatan potensi yang ada di Tirtosari masih belum maksimal. Contohnya hutan bambu yang dulunya terdapat spot foto andalan wisatawan selain spot foto underwater, akan tetapi sekarang hutan bambu tersebut jarang sekali dikunjungi oleh wisatawan karena spot foto yang ada di hutan bambu tersebut rusak sehingga wisatawan sudah tidak tertarik lagi untuk mengunjunginya.

Pengembangan pariwisata lokal telah menjadi fokus penting bagi banyak masyarakat pedesaan yang berupaya merevitalisasi ekonomi dan melestarikan warisan budaya mereka (Saputra, 2024). Salah satu pendekatan yang menjanjikan adalah promosi pariwisata berbasis alam yang berpusat di sekitar pasar bersejarah, yang dapat menawarkan pengalaman unik dan autentik bagi pengunjung sekaligus mendukung keberlanjutan masyarakat setempat (Chen, Qiu, Usio, & Nakamura, 2018). Beberapa penelitian dengan topik ini menyatakan beberapa hal salah satunya yaitu wisatawan lebih tertarik untuk merasakan gaya hidup pedesaan tradisional dan terlibat dengan sumber daya alam dan budaya setempat (Chakraborty & Asamizu, 2014). Dalam hal ini juga termasuk keinginan untuk mengenal makanan atau kuliner serta pertanian atau perkebunan yang menentukan karakteristik suatu daerah pedesaan (Ivona, 2021). Pengembangan pariwisata tidak hanya mengandalkan kemampuan bisnis dari pihak swasta, tanpa adanya dukungan dari pemerintah maupun masyarakat, maka pengembangan bisnis pariwisata yang dijalankan oleh pihak swasta tidak dapat berjalan lancar (Muhamad, Budiani, Chamidah, Kardiyati, & Adjie, 2022). Begitupula pengembangan pariwisata yang hanya dikelola oleh pemerintah, akan mengalami kesulitan dalam peningkatan investasi dan modal dalam pengembangan pariwisata tersebut (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Dalam upaya mengoptimalkan potensi wisata alam Tirtosari, mahasiswa KKN UIN Sunan Ampel Surabaya (UINSA) di Desa Penanggal mencetuskan ide pembentukan Pasar Jadoel, sebuah pasar tradisional yang beroperasi setiap Minggu di area Wisata Alam Tirtosari. Pasar Jadoel ini juga dibentuk

guna mengaktifkan kembali hutan bambu yang sudah lama tidak terjamah oleh wisatawan. Pasar Jadoel ini tidak hanya menyediakan kuliner lokal, tetapi juga menjadi tempat untuk melestarikan budaya dan memperkenalkan produk-produk UMKM unggulan desa Penanggal. Pendirian Pasar Jadoel di Wisata Alam Tirtosari View dapat dijadikan sebagai inovasi dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan jumlah wisatawan dengan mengumpulkan serta mewadahi UMKM yang tersebar di setiap dusun untuk turut berpartisipasi. Dengan adanya Pasar Jadoel, diharapkan daya tarik wisata Tirtosari meningkat, sehingga kunjungan wisatawan bertambah dan perekonomian masyarakat lokal semakin berkembang.



Gambar 4. Proses Pembangunan Pasar Jadoel

Pengabdian masyarakat berupa program pendirian pasar jadoel ini didasarkan pada asumsi bahwa jumlah pengunjung di suatu destinasi wisata berhubungan dengan daya tarik dan strategi pemasaran yang diterapkan. Dengan adanya Pasar Jadoel sebagai elemen tambahan di Wisata Alam Tirtosari, diharapkan terjadi peningkatan minat wisatawan. Asumsi ini sesuai dengan teori Daya Tarik Pariwisata dan Strategi Pemasaran Pariwisata yang menjelaskan bahwa semakin beragam dan menarik atraksi yang ditawarkan, semakin besar pula kemungkinan meningkatnya kunjungan wisatawan. Asumsi lain yang digunakan adalah bahwa faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi atau bencana alam tidak memengaruhi tren pengunjung secara signifikan selama periode kegiatan.

Keberhasilan Pasar Jadoel tidak terlepas dari strategi pemasaran yang efektif. Tulisan ini akan mengeksplorasi bagaimana Pasar Jadoel dapat menjadi strategi pemasaran yang mampu meningkatkan daya saing Wisata Alam Tirtosari. Sehingga melalui tulisan ini ada strategi yang tepat, yang dapat direplikasi pada konteks lain yang memiliki kesamaan dengan kegiatan pengabdian Masyarakat ini, yaitu adanya program berupa pendirian Pasar Jadoel yang diintegrasikan dengan wisata alam.

## 2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dalam penelitian ini, penulis tidak memiliki kemampuan untuk memengaruhi objek yang diteliti (Moleong, 1989). Penelitian mengenai pengembangan pariwisata lokal melalui pendirian pasar jadoel ini dilaksanakan untuk menganalisis peningkatan jumlah pengunjung pada Wisata Alam Tirtosari setelah pembentukan Pasar Jadoel. Penelitian ini mengandalkan data sekunder berupa laporan jumlah pengunjung bulanan yang diperoleh dari pengelola wisata. Data tersebut akan dianalisis untuk mengidentifikasi dampak dari Pasar Jadoel terhadap kenaikan jumlah wisatawan.

Penelitian ini dilaksanakan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Penanggal Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang. Kegiatan dilaksanakan mulai tanggal 20 Juni 2024 sampai dengan tanggal 26 Juli 2024. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan

jumlah kunjungan bulanan yang diperoleh dari pengelola Wisata Alam Tirtosari dan Desa Penanggal. Data tersebut kemudian dianalisis untuk identifikasi sebelum dan setelah pembukaan Pasar Jadoel. Penelitian ini juga mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan, seperti cuaca, promosi, atau kondisi ekonomi.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Wisata Alam Tirtosari View merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Desa Penanggal, Kabupaten Lumajang, tepatnya berada di Dusun Summersari. Wisata ini merupakan salah satu tempat pariwisata yang menjadi perhatian Pemerintahan Kabupaten Lumajang. Wisata Tirtosari mengusung konsep wisata alam dan wisata amal. Konsep ini yang menjadikan Tirtosari mempunyai keunikan yang tidak dimiliki oleh wisata wisata lain. Wisata alam yang mendeskripsikan penyuguhan wisata dengan kombinasi keindahan suasana pedesaan di Desa Penanggal. Lalu konsep wisata amal yang merupakan Upaya pemerintah desa untuk mensejahterakan atau memberikan manfaat secara nyata kepada warganya, konsep wisata amal yang dimaksud ini merupakan program dari desa yang income atau pendapatan yang diperoleh dari wisata tersebut didistribusikan untuk operasional masjid, santunan kematian, tunjangan guru honorer dan guru ngaji serta untuk kegiatan rutin desa (Prayudha, 2024).

#### **3.1 Upaya Revitalisasi Pariwisata Tirtosari melalui Pasar Jadoel**

Meskipun memiliki potensi yang besar, jumlah pengunjung Wisata Tirtosari masih belum optimal, ditinjau secara historis munculnya pandemi covid-19 sangat berpengaruh pada sektor pariwisata. Sejak awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan kehadiran wabah virus menular yaitu virus covid-19. Akibat dari pandemi covid-19 ini menyebabkan melemahnya aktivitas perekonomian. Berbagai aktivitas perekonomian mulai dari sektor pariwisata hingga perdagangan terpaksa harus tutup. Hal tersebut mendukung peraturan pemerintah untuk menerapkan sosial distancing (Dwina, 2020). Dalam hal ini, Wisata Alam Tirtosari sangat merasakan dampak dari adanya pandemi covid-19.

Tidak hanya berhenti di situ, pada tahun 2020, 2021 hingga 2022 tirtosari merasakan dampak dari erupsi gunung semeru. Erupsi gunung api adalah proses keluarnya magma dan gas dari dalam bumi ke permukaan berupa letusan yang menghasilkan bahan lepas berbagai ukuran atau lelehan yang menghasilkan lava atau lelehan batu pijar (Ruslanjari, Wahyunita, & Permana, 2017). Gunung Semeru adalah gunung tertinggi di Pulau Jawa. Dalam koordinat peta gunung semeru terletak pada 08°06,5'LS dan 112°55'BT, puncak tertinggi dari Gunung Semeru merupakan Puncak Mahameru dengan ketinggian 3676 Meter Diatas Permukaan Laut (MDPL). Gunung Semeru merupakan salah satu objek pendakian yang terkenal karena sepanjang jalur pendakian terdapat beberapa objek yang dijadikan objek wisata, antara lain adalah Ranu Kumbolo, Padang Rumput Jambangan, Oro-Oro Ombo, Cemoro Kandang, Pongonan Cilik, Kalimati, Arcopodo, Agrowisata Pedesaan, Wisata Danau, dan Berkemah (Zagarino, Pratiwi, Nurhayati, & Hertati, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian dari (Zagarino et al., 2021) pada hari Sabtu tanggal 16 Januari 2021 sekitar pukul 17.24 WIB, gunung semeru mengalami erupsi. Setelah terjadinya guguran awan panas pada tanggal 1 Desember 2020, secara visual Gunung Semeru menunjukkan bahwa masih tingginya guguran lava pijar dengan jarak luncur antara 500-1000 meter arah Besuk Kobokan. Jumlah kejadian gempa guguran, gempa letusan, gempa hembusan, dan getaran tremor harmonik ini masih tinggi, hal tersebut mengindikasikan pergerakan magma ke permukaan masih terjadi. Tiga kecamatan di Kabupaten Lumajang terdampak akibat bencana tersebut, diantaranya adalah Kecamatan Pasrujambe, Kecamatan Candipuro dan sebagian Kecamatan Senduro. Dampak yang diakibatkan dari erupsi gunung semeru pada pertengahan Januari 2021 ini tidak hanya dalam bidang sosial, namun juga ekonomi dan juga dalam bidang kesehatan. Karena tebalnya hujan abu vulkanik berdampak pada kesehatan pernafasan warga sekitar. Selain itu dampak ekonomi juga terasa akibat lumpuhnya aktivitas masyarakat di beberapa desa dan kecamatan sehingga turut melumpuhkan aktivitas ekonomi masyarakat. Dan juga lumpuhnya aktivitas pariwisata akibat ditutupnya jalur pendakian Gunung Semeru serta rusaknya beberapa objek wisata sekitar. Akibat dari lumpuhnya aktivitas masyarakat dan aktivitas pariwisata di 3 kecamatan tersebut akhirnya memunculkan spekulasi di masyarakat bahwa wisata tirtosari terdampak lahar sehingga kurang menarik untuk difungsikan, selain itu juga salah satu jalan atau jembatan menuju Lokasi wisata terputus akibat lahar semeru tersebut.

Akibat dari dua bencana besar tersebut yang sangat berpengaruh terhadap penurunan pengunjung di wisata Tirtosari View yang awalnya memiliki pengunjung kisaran 31.000 setiap bulannya, sekarang mengalami penurunan menjadi sekitar 7000 pengunjung setiap bulannya. Upaya peningkatan jumlah pengunjung di Tirtosari terus dilakukan oleh para petugas tirtosari terutama oleh POKDARWIS dan juga pemerintah desa guna meramaikan lagi wisata Tirtosari. Mahasiswa KKN Uinsa bekerjasama dengan pemerintah desa, POKDARWIS, pengelola wisata alam Tirtosari View dan Masyarakat sekitar dengan membuat sebuah pasar tradisional yaitu Pasar Jadoel dengan memadukan Lokasi penempatan di area hutan bambu yang suasananya masih seperti zaman dahulu. Selain itu konsep pasar jadoel juga dapat dipadukan dengan tradisi tahunan di Lumajang pada saat bulan suro, yakni Lumajang mbiyen. Pasar Jadoel diresmikan langsung oleh Kepala Desa Penanggal (Pak Cik Ono), Sekertaris Desa (Pak Amin) serta para perangkat desa bertepatan pada peringatan 1 suro. Setelah diadakannya acara sakral tahunan yang berlokasi di Wisata Alam Tirtosari View yakni ritual ruwat air sebagai wujud syukur masyarakat Desa Penanggal terhadap sumber air yang melimpah, Kepala Desa Penanggal meresmikan pasar Jadoel tersebut. Pasar Jadoel diresmikan berdiri dan mulai beroperasi pertama kali pada hari Minggu, 2 Juli 2024.



Gambar 5. Peresmian Pasar Jadoel oleh Kepala Desa



Gambar 6. Suasana Pasar Jadoel

Pasar Jadoel adalah sebuah pasar tradisional yang menjual berbagai makanan jaman dahulu dengan konsep tradisional alam. Pasar Jadoel ini merupakan hasil dari inisiasi mahasiswa KKN Uinsa yang melaksanakan pengabdian masyarakat di Desa Penanggal. Ide tersebut muncul karena mahasiswa KKN Uinsa melihat adanya peluang dari tidak terjamahnya hutan bambu yang terletak disamping kolam koi yang masih sangat alami. Agar hutan bambu tersebut kembali dikunjungi oleh para wisatawan mahasiswa KKN Uinsa bekerjasama dengan pengelola wisata memanfaatkan pohon bambu yang berlimpah di sana dan menjadikan sebagian lahan hutan bambu tersebut menjadi pasar yang berkonsep jaman dahulu atau biasa disebut dengan jadoel. Pasar Jadoel ini juga inisiasi mahasiswa KKN Uinsa sebagai daya tarik wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Wisata Alam Tirtosari. Penelitian ini mendapati adanya peningkatan jumlah pengunjung seiring dengan diresmikannya Pasar Jadoel. Namun meskipun begitu jumlah kunjungan di Wisata Alam Tirtosari ini juga dipengaruhi oleh kondisi cuaca juga kondisi ekonomi masyarakat.

**Tabel 1.** Data Pengunjung Wisata Alam-Amal Tirtosari View Desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang Tahun 2024

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	14.618
2	Februari	6.850
3	Maret	2.113
4	April	14.419

5	Mei	7.420
6	Juni	9.130
7	Juli	10.922
8	Agustus	8.571

Tabel 1. menunjukkan adanya kenaikan di bulan Juni, yang hal ini merupakan implikasi dari suasana liburan sekolah. Sehingga apabila sekolah kembali aktif tentu menunjukkan penurunan pengunjung seperti pada Maret 2024 yang hanya ada 2.113 pengunjung. Sedangkan Pasar Jadoel mulai beroperasi pada bulan Juli 2024. Dari data yang terkumpul, terlihat adanya peningkatan signifikan jumlah pengunjung setelah Pasar Jadoel mulai beroperasi. Sebelum adanya Pasar Jadoel, rata-rata pengunjung bulanan Wisata Alam Tirtosari adalah sekitar kurang lebih 7.000 orang per bulan. Setelah Pasar Jadoel beroperasi, jumlah tersebut meningkat menjadi sekitar 800-1000 orang per bulan.

Peningkatan jumlah pengunjung ini mendukung teori daya tarik pariwisata yang menyatakan bahwa destinasi dengan tambahan inovasi yang unik akan lebih menarik wisatawan. Penambahan Pasar Jadoel sebagai pengimplementasian budaya menciptakan pengalaman wisata yang berbeda bagi pengunjung, yang tidak hanya tertarik pada keindahan alam Tirtosari, tetapi juga tertarik pada suasana pasar tradisional yang menyajikan produk lokal. Penelitian lain juga mendukung bahwa elemen budaya seperti pasar tradisional dapat menjadi daya tarik penting bagi wisatawan.

Pengembangan pariwisata di pedesaan didorong oleh tiga faktor. Faktor pertama yaitu wilayah pedesaan yang memiliki potensi alam dan budaya yang relatif lebih otentik. Masyarakat pedesaan yang masih menjalankan tradisi dan ritual-ritual budaya serta topografi yang cukup serasi. Faktor kedua, wilayah pedesaan memiliki lingkungan fisik yang relatif masih asli atau belum banyak tercemar oleh berbagai jenis polusi dibandingkan dengan kawasan perkotaan. Faktor ketiga, dalam tingkat tertentu daerah pedesaan menghadapi perkembangan ekonomi yang relatif lambat, sehingga pemanfaatan potensi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal belum dilakukan secara optimal (Istiyanti, 2020).

### 3.2 Pasar Jadoel sebagai Daya Tarik Wisata Alam Tirtosari

Pasar Jadoel tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi jual beli, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan budaya lokal Desa Penanggal kepada wisatawan. Keunikan pasar ini yaitu menyajikan produk lokal seperti kuliner tradisional dan produk khas dari UMKM Desa Penanggal yang dapat memberikan pengalaman baru dalam mencicipi kuliner serta produk khas bagi pengunjung Wisata Tirtosari. Menurut teori Pemasaran Berbasis Budaya (Cultural Tourism Marketing), atraksi budaya dapat berfungsi sebagai magnet wisatawan, terutama bagi mereka yang mencari pengalaman otentik dan lokal. Dalam kasus Pasar Jadoel ini, penggabungan elemen budaya lokal dengan kegiatan wisata telah menciptakan nilai tambah dalam pariwisata (Sutiksno et al., 2020).



Gambar 6. Jajanan Pasar Jadoel

Pemasaran berasal dari kata pasar yaitu mekanisme atau tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk menjual dan membeli barang dan jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Pemasaran sering juga disebut dengan istilah marketing. Jadi pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan suatu

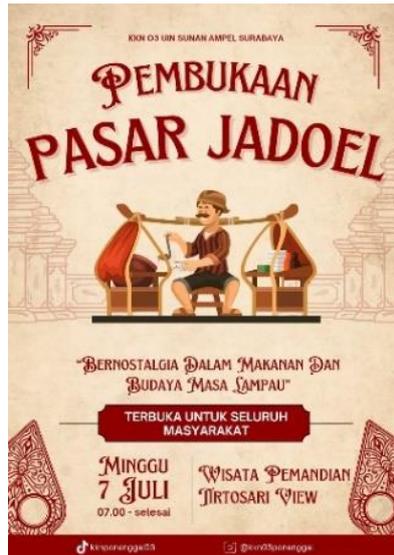
organisasi atau perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan agar tujuannya tercapai yaitu barang dan jasa yang memuaskan pelanggan atau pembeli (Sinta, Rifa'i, & Priyono, 2023). Sedangkan pemasaran pariwisata adalah suatu upaya menyebarluaskan dan menginformasikan keunggulan produk pariwisata dan destinasi pariwisata dengan tujuan membujuk wisatawan agar mau melakukan kunjungan wisata. Dengan pemasaran pariwisata yang baik dan sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan wisatawan, maka wisatawan akan tertarik untuk melakukan kunjungan wisata dan lama tinggal di lokasi wisata. Tujuan pemasaran pariwisata yaitu untuk menarik wisatawan datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata dengan tujuan agar wisatawan banyak datang dan lebih lama tinggal serta lebih banyak menghabiskan uangnya (Sutiksno et al., 2020). Dalam pemasaran suatu tempat wisata memerlukan daya tarik untuk menarik kunjungan para wisatawan.

Daya Tarik Wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah “segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keaneka ragam kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan” (Aprilia, Sunarti, & Pangestuti, 2017). Tanpa adanya daya tarik suatu tempat wisata maka tempat tersebut sulit untuk dikembangkan. Daya tarik wisata menurut Direktorat jendral pemerintahan dibagi menjadi tiga macam. Pertama, daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Kedua, daya tarik wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata. Ketiga, daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia (Kirom, Sudarmiatin, & Putra, 2016). Dalam hal ini Wisata Alam Tirtosari mengangkat Pasar Jadoel sebagai daya tarik untuk wisatawan agar memberikan eksperience baru kepada wisatawan melalui kunjungannya.

Pasar Jadoel tidak hanya menawarkan pengalaman belanja yang unik tetapi juga berperan dalam melestarikan adat dan budaya Jawa. Makanan, pakaian pedagang, dan dekorasi yang ditawarkan semuanya memiliki ciri khas Jawa yang membuat wisatawan dapat merasakan kebudayaan lokal saat berkunjung ke pasar jadoel. Pada umumnya desa wisata memiliki potensi budaya yang unik dan menarik, seperti kearifan lokal, tradisi, dan kerajinan tangan. Potensi ini dapat dikembangkan menjadi produk wisata budaya yang khas dan menarik bagi wisatawan (Widiastuti & Nurhayati, 2019). Desa Penanggal sebagai desa wisata tentu saja memiliki potensi budaya dan kearifan lokal tersebut. Melalui Pasar Jadoel masyarakat Desa Penanggal dapat mengembangkan potensi budaya serta kearifan lokalnya untuk menarik kunjungan wisatawan. Dalam memperkenalkan suatu tempat wisata dan untuk memahami bagaimana daya tarik wisatawan untuk berkunjung maka harus ada strategi dari pengelola untuk mengenalkan dan mempertahankan kepada calon wisatawan.

### ***3.3 Strategi Promosi Pasar Jadoel***

Pariwisata lokal memiliki potensi besar untuk menggerakkan ekonomi dan budaya masyarakat setempat. Untuk mengoptimalkan potensi ini, strategi promosi yang efektif harus diterapkan. Dengan strategi yang tepat, wisata lokal dapat dikenal lebih luas dan menarik lebih banyak wisatawan. Promosi wisata lokal merupakan kunci untuk menarik minat wisatawan dan meningkatkan kunjungan ke destinasi wisata. Strategi promosi wisata lokal dapat dilakukan melalui beberapa cara yang efektif salah satunya yaitu pemasaran melalui media digital dan media sosial. Media sosial merupakan alat promosi yang paling efektif dan terjangkau. Melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang bahkan hampir semua kalangan menggunakannya, dapat dimanfaatkan untuk membagikan konten-konten yang unik agar dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata.



Gambar 7. Strategi Promosi Pembukaan Pasar Jadoel

Selain itu juga dapat bekerja sama atau berkolaborasi dengan komunitas lokal untuk mempromosikan wisata agar dapat memperluas jangkauan audiens. Dalam hal ini komunitas lokal seperti karang taruna memegang peran penting dalam promosi wisata. Melibatkan masyarakat setempat dalam berbagai kegiatan wisata dapat menciptakan daya tarik tersendiri. Keterlibatan pemuda dalam pengembangan pariwisata lokal juga sangat penting karena mereka memiliki energi, ide-ide baru, dan keinginan untuk berkontribusi dalam pembangunan desa. Mereka dapat menggali potensi-potensi unik desa dan mengembangkannya menjadi produk-produk wisata yang menarik. Kolaborasi ini juga dapat memberikan pengalaman autentik bagi pengunjung, yang pada akhirnya menciptakan kesan positif tentang destinasi tersebut. Promosi *word of mouth* atau yang biasa dikenal dengan promosi dari mulut ke mulut juga sangat diperlukan, strategi pemasaran ini dapat dilakukan dengan cara memastikan bahwa wisatawan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan saat berwisata sehingga mereka akan merekomendasikan kepada orang lain atau bahkan mereka tergerak untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Dengan strategi yang efektif, potensi wisata lokal dapat dioptimalkan untuk menarik lebih banyak pengunjung, menggerakkan ekonomi lokal, dan melestarikan budaya setempat. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi dan keterlibatan masyarakat lokal menjadi kunci dalam kesuksesan promosi pariwisata.

Pasar Jadoel sebagai inovasi baru dalam pariwisata lokal menggunakan pendekatan pemasaran yang memadukan promosi melalui media sosial dan word-of-mouth dari pengunjung yang telah datang. Dari pengamatan di lapangan, promosi melalui platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok mampu menarik minat lebih banyak wisatawan, terutama kalangan muda yang tertarik dengan konsep pasar tradisional di tengah objek wisata alam. Pendekatan pemasaran yang memanfaatkan media sosial terbukti efektif dalam menarik wisatawan baru. Berdasarkan teori Pemasaran Digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) media sosial memberikan platform yang luas bagi destinasi wisata untuk berinteraksi langsung dengan target audiensnya, destinasi wisata yang aktif memanfaatkan media sosial untuk promosi cenderung mengalami peningkatan dalam jumlah kunjungan.

### **3.4 Dampak Pasar Jadoel terhadap Ekonomi Lokal**

Inovasi Pendirian Pasar Jadoel adalah kunci untuk meningkatkan daya tarik wisata suatu daerah, terutama bagi desa-desa yang memiliki potensi wisata alam dan budaya. Pasar yang diinisiasikan oleh mahasiswa KKN Uinsa ini menawarkan konsep unik, yaitu pasar tradisional yang mengusung suasana tempo dulu. Selain menjadi daya tarik wisata, Pasar Jadoel juga membawa dampak signifikan terhadap perekonomian lokal. Pasar Jadoel memberikan ruang bagi masyarakat lokal untuk menjual berbagai produk, mulai dari makanan tradisional, kerajinan tangan, hingga hasil bumi. Dengan adanya pasar ini, masyarakat mendapatkan kesempatan untuk meningkatkan pendapatan melalui penjualan langsung kepada wisatawan. Produk-produk seperti makanan jaman dulu dan juga produk UMKM khas desa

menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) setempat mengalami peningkatan pendapatan sejak beroperasinya pasar ini. Produk-produk lokal mendapatkan eksposur yang lebih luas, yang mendorong peningkatan penjualan.

Pasar Jadoel menjadi salah satu destinasi yang menarik bagi wisatawan, baik dari daerah sekitar maupun dari luar kota. Konsep pasar yang unik, yang menampilkan suasana jaman dulu, memberikan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung. Hal ini tidak hanya menarik minat wisatawan lokal, tetapi juga wisatawan yang datang dari luar daerah untuk menikmati suasana pasar tradisional di alam terbuka. Peningkatan jumlah kunjungan wisata ini berdampak langsung pada roda ekonomi desa. Pasar Jadoel juga menciptakan lapangan pekerjaan baru di desa. Selain dampak ekonomi, Pasar Jadoel juga berperan dalam pelestarian budaya lokal. Pasar ini menampilkan beragam produk tradisional dan menekankan pada nilai-nilai budaya lokal yang autentik. Hal ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mempertahankan dan mempromosikan warisan budaya mereka, sekaligus meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata. Pasar Jadoel tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan budaya lokal kepada para pengunjung.

Dampak ini selaras dengan teori Multiplier Effect dalam pariwisata, di mana pengeluaran wisatawan di destinasi tertentu tidak hanya menguntungkan sektor pariwisata itu sendiri tetapi juga merembes ke sektor-sektor lain, seperti industri makanan dan kerajinan tangan lokal (Kakambong, 2016). Penelitian oleh (Telfer & Sharpley, 2015) menekankan bahwa pariwisata berbasis komunitas yang melibatkan pasar lokal dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat secara signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran Pasar Jadoel telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan perekonomian lokal di Wisata Alam Tirtosari. Strategi pemasaran berbasis budaya yang digabungkan dengan promosi digital telah terbukti efektif dalam menarik wisatawan baru dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Setelah keberhasilan pembentukan dan pengelolaan Pasar Jadoel oleh mahasiswa KKN Uinsa, penting untuk mempertahankan keberlanjutan pasar tersebut setelah program KKN selesai. Salah satu cara yang efektif dalam memastikan keberlanjutan pasar adalah dengan melakukan institusionalisasi kepengurusan Pasar Jadoel dari Mahasiswa KKN Uinsa kepada Karang Taruna Desa Penanggal. Karang Taruna sebagai organisasi pemuda desa dapat menjadi penerus dan pengelola utama Pasar Jadoel dalam jangka panjang. Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan di tingkat desa memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Agar Karang Taruna dapat berfungsi lebih optimal dan berkelanjutan, diperlukan proses institusionalisasi yang kuat. Institusionalisasi dalam konteks ini mengacu pada penguatan struktur, fungsi, dan peran Karang Taruna sebagai lembaga formal yang diakui dan didukung oleh masyarakat serta pemerintah.

Serah terima formal kepengurusan dari mahasiswa KKN kepada Karang Taruna telah dilakukan dalam forum resmi dalam acara pisah kenang dan serah terima laporan akhir mahasiswa KKN Uinsa kepada Pemerintah Desa Penanggal. Acara tersebut dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2024 dan dihadiri oleh seluruh anggota KKN kelompok 3 Uinsa, Pemerintah Desa dan jajarannya, dan juga Karang Taruna Desa Penanggal serta anggota dari pasar jadoel. Dalam acara tersebut, mahasiswa KKN Uinsa menyerahkan seluruh dokumentasi, panduan pengelolaan, dan tanggung jawab operasional Pasar Jadoel kepada pihak karang taruna. Ini menunjukkan bahwa Karang Taruna merupakan sebagai pengelola baru pasar jadoel dengan penanggung jawab oleh bapak kepala desa dan di awasi oleh ketua pokdarwis serta pengelola wisata.

Institusionalisasi ini harus menekankan bahwa Pasar Jadoel adalah milik bersama masyarakat desa, bukan hanya milik Karang Taruna. Oleh karena itu, Karang Taruna harus selalu melibatkan masyarakat lokal, baik sebagai pedagang, pengrajin, atau partisipan dalam kegiatan pasar. Dengan demikian, masyarakat akan merasa memiliki dan mendukung keberlanjutan pasar. Institusionalisasi pengelolaan Pasar Jadoel dari mahasiswa KKN ke Karang Taruna merupakan langkah penting untuk memastikan pasar ini tetap beroperasi secara berkelanjutan dan membawa manfaat ekonomi bagi desa. Melalui proses serah terima formal, pembentukan struktur kepengurusan, serta kerja sama dengan pemerintah desa dan masyarakat lokal, Karang Taruna dapat menjadi pengelola yang tangguh. Dengan dukungan

yang kuat dan evaluasi berkelanjutan, Pasar Jadoel dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian desa serta pelestarian budaya lokal.

#### 4. Kesimpulan

Pasar Jadoel yang diinisiasi oleh mahasiswa KKN Unsa telah berhasil memberikan dampak positif terhadap pariwisata di Desa Penanggal, khususnya di Wisata Alam Tirtosari. Meskipun jumlah pengunjung sempat menurun drastis akibat wabah virus covid-19 dan erupsi Gunung Semeru, pembukaan Pasar Jadoel berhasil menarik kembali wisatawan dengan menawarkan pengalaman budaya yang unik dan produk lokal. Penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata lokal dapat berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah melalui pemberdayaan produk UMKM.

Strategi promosi yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan komunitas lokal, terbukti penting dalam menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, institusionalisasi pengelolaan Pasar Jadoel kepada Karang Taruna Desa Penanggal diharapkan dapat memastikan keberlanjutan pasar setelah program KKN selesai. Secara keseluruhan, Pasar Jadoel menjadi model inovatif dalam pengembangan pariwisata lokal yang dapat direplikasi di daerah lain.

#### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan penyusunan penelitian ini. Tanpa dukungan dan kerja keras yang diberikan, penelitian ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. LPPM Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai coordinator pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat.
2. Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing serta mengarahkan.
3. Bapak Kepala desa beserta perangkat Desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil.
4. Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) beserta jajaran pengelola Wisata Alam Tirtosari View Desa Penanggal yang telah membantu menyelesaikan penyusunan penelitian ini.
5. Kelompok Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Penanggal.
6. Ibu-Ibu PKK dan Gerbangmas Desa Penanggal serta para UMKM desa yang bersedia menjadi pedagang di pasar jadoel.
7. Seluruh warga Desa Penanggal dan rekan-rekan Karang Taruna Desa Penanggal yang membantu dan menerima serta menyambut teman-teman dengan baik.
8. Terutama seluruh teman-teman kelompok 3 yang saling memberikan dukungan dan bertukar pikiran selama kegiatan berlangsung.

#### Referensi

- Aprilia, E. R., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 16-21.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice 7th Edition*. London: Pearson Education.
- Chakraborty, A., & Asamizu, M. (2014). Revitalizing Japan's Mountainous Areas through Green Tourism: A Human Geographical Perspective. *Issues in Social Science*, 2(1), 58-77. doi:<https://doi.org/10.5296/iss.v2i1.5340>
- Chen, B., Qiu, Z., Usio, N., & Nakamura, K. (2018). Tourism's Impacts on Rural Livelihood in the Sustainability of an Aging Community in Japan. *Sustainability*, 10(8), 1-17. doi:<https://doi.org/10.3390/su10082896>
- Dimuru, A. H. L. (2023). Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai di Pulau Hatta Kecamatan Banda Naira. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(7), 3005-3020. doi:<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i7.5286>
- Dwina, I. (2020). Melemahnya Ekonomi Indonesia pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak dari Pandemi Covid-19. doi:<https://doi.org/10.31235/osf.io/8e27t>

- Friadi, J., Diana Titik, W., & Abdul Malik, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat UMKM dalam Pemasaran Produk Lokal Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 159-167. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3608>
- Istiyanti, D. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukawening. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(1), 53-62.
- Ivona, A. (2021). Sustainability of Rural Tourism and Promotion of Local Development. *Sustainability*, 13(16), 1-7. doi:<https://doi.org/10.3390/su13168854>
- Kakambong, A. D. (2016). Studi Deskriptif Tentang Multiplier Effect Pengembangan Kawasan Industri Ngoro pada Tingkat Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa Lolawang Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 4(1), 1-6.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546. doi:<http://dx.doi.org/10.17977/jp.v1i3.6184>
- Kurniawan, R., Iriani, F., & Minrohayati. (2024). Dampak Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Marginal di Indonesia. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(2), 345-356. doi:<https://doi.org/10.62794/je3s.v5i2.3499>
- Moleong, L. J. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Muhamad, Budiani, S. R., Chamidah, N., Kardiyati, E. N., & Adjie, M. (2022). Peran Bumdes dalam Pembangunan Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan di Lereng Sumbing, Desa Temanggung, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 211-220. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v2i4.1283>
- Prayudha, E. S. (2024). Tirtosari View: Destinasi Desa Wisata Penanggal yang Berhasil Padukan Potensi Alam dan Budaya. Retrieved from <https://kolomdesa.com/2024/03/14/tirtosari-view-destinasi-desawisata-penanggal-yang-berhasil-padukan-potensi-alam-dan-budaya-4/>
- Ruslanjari, D., Wahyunita, D. I., & Permana, R. S. (2017). Peran Gender pada Siklus Manajemen Bencana di Sektor Sosial Ekonomi Rumah Tangga Tani (Bencana Alam Gempabumi dan Letusan Gunungapi). *Jurnal Kawistara*, 7(1), 78-93. doi:<https://doi.org/10.22146/kawistara.17823>
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155-165. doi:<https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20490>
- Saputra, I. P. D. A. (2024). Pentingnya Pariwisata Berkelanjutan dalam Menjaga Keseimbangan Lingkungan. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(2), 207-217. doi:<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4613>
- Sari, A. K., Ridha, F. A., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Sugito, & Nofiani, D. (2022). Upaya Pengembangan dan Branding Desa Wisata Berbasis UMKM Lokal di Desa Sumbermujur. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1187-1194. doi:<https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.5659>
- Sinta, V., Rifa'i, M. N., & Priyono, S. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 247-255. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v3i4.2160>
- Sutaguna, I. N. T., Mokodongan, A., Bantulu, L., Suharto, B., Nuryakin, R. A., Saksono, H., . . . Detmuliati, A. (2024). *Pengantar Pariwisata*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M., Saputra, D. H., Purnomo, A., . . . Purba, S. (2020). *Tourism Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and Development in the Developing World 2nd Edition*. London: Routledge.
- Widiastuti, A., & Nurhayati, A. S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Desa Wisata Nanggring Sleman. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 1(1). doi:<https://doi.org/10.21831/jwuny.v1i1.26852>
- Zagarino, A., Pratiwi, D. C., Nurhayati, R., & Hertati, D. (2021). Peran Badan Penanggulangan Bencana Daerah dalam Manajemen Bencana Erupsi Gunung Semeru di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(5), 762-773. doi:<https://doi.org/10.46799/jsa.v2i5.224>