

# STRATEGI PEMASARAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL TERHADAP PENGEMBANGAN DESA WISATA PAHAWANG DI PESAWARAN LAMPUNG

Anas Khair Prikurnia <sup>(1)</sup>, Rudi Kurniawan <sup>(2)</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung  
anasprikurnia@gmail.com

## Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang memanfaatkan kearifan lokal dalam pengembangan Desa Wisata Pahawang, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Pariwisata merupakan sektor vital untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun banyak destinasi wisata termasuk Pahawang, belum dikelola secara optimal untuk memberikan manfaat ekonomi maksimal bagi komunitas lokal. Meskipun Desa Wisata Pahawang memiliki potensi besar, rendahnya perencanaan dan manajemen pariwisata menjadi tantangan utama. Penelitian ini mengadopsi metode *explanatory survey* dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pengunjung serta pelaku usaha lokal di Pahawang. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menilai efektivitas strategi pemasaran yang mengintegrasikan aspek kearifan lokal seperti budaya, tradisi, dan kerajinan. Dengan menonjolkan elemen-elemen kearifan lokal dalam strategi pemasaran, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas desa wisata, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan dampak ekonomi bagi masyarakat setempat. Luaran dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan pengetahuan dan praktik di bidang pariwisata serta memberikan panduan praktis bagi pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal di masa depan.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran; Kearifan Lokal; Desa Wisata; Pahawang; Pesawaran

## Abstract.

*This study aims to evaluate marketing strategies that utilize local wisdom in the development of Pahawang Tourism Village in Pesawaran Regency, Lampung. Tourism is a crucial sector for enhancing community welfare; however, many tourist destinations, including Pahawang, have not been optimally managed to provide maximum economic benefits to local communities. Despite its significant potential, Pahawang Tourism Village faces challenges due to inadequate tourism planning and management. This research adopts an explanatory survey method, using questionnaires to gather data from visitors and local business operators in Pahawang. The collected data will be analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) to assess the effectiveness of marketing strategies integrating local wisdom aspects such as culture, traditions, and crafts. By highlighting elements of local wisdom in marketing strategies, the study aims to increase the appeal and visibility of the tourism village, ultimately enhancing visitor numbers and economic impact for the local community. The outcomes of this research are expected to contribute significantly to the development of knowledge and practices in tourism and provide practical guidance for future development of tourism villages based on local wisdom.*

**Keywords:** Marketing Strategy; Local Wisdom; Tourism Village; Pahawang; Pesawaran

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu aspek yang sangat berperan dalam menunjang pembangunan suatu daerah. Pariwisata juga merupakan sektor industri

yang saat ini mendapat banyak perhatian dari berbagai pihak negara di seluruh dunia [1]. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung

berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pariwisata merupakan industri internasional dan dapat dijadikan sebagai penyedia lapangan kerja terbesar di dunia serta memiliki berbagai pemangku kepentingan yang lebih heterogen dibandingkan dengan industri lainnya. [2]

Sebagian besar aktivitas pariwisata terjadi di sebuah destinasi, dan destinasi berfungsi sebagai unit analisis fundamental dalam pemodelan sistem pariwisata. Namun, pemasaran dan manajemen destinasi adalah subjek yang kompleks yang memerlukan pendekatan yang komprehensif, holistik, dan sistematis. Dari sisi permintaan, pelancong memiliki berbagai pilihan destinasi yang tersedia; dari sisi penawaran, organisasi pemasaran destinasi bersaing untuk mendapatkan perhatian di pasar yang sangat kompetitif. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan menyeluruh, studi literatur pada buku [3] berfokus pada aspek makro dan mikro dari pemasaran dan manajemen destinasi.

Indonesia terkenal dengan kearifan lokal serta ribuan pulau yang didukung oleh keindahan alam sehingga dapat menjadi daya tarik para wisatawan untuk berkunjung. [4]. Terlihat bahwa pembangunan di bidang kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa potensi ekonomi dari sektor pariwisata, terutama yang berlandaskan pada kearifan lokal, dapat menjadi motor penggerak ekonomi daerah, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki daya tarik alam dan budaya yang kuat [5]. Contohnya, studi di Desa Surowiti, Gresik, mengungkapkan bahwa integrasi kearifan lokal dalam pengelolaan desa wisata mampu menciptakan pengalaman wisata yang

otentik dan berkelanjutan. Model pengembangan ini tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga memberdayakan masyarakat setempat dan mendukung keberlanjutan ekonomi wilayah.

Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal telah menjadi fokus utama dalam berbagai penelitian terkini, mengingat potensinya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan pelestarian budaya masyarakat setempat. Sutianto et al [6] dalam penelitiannya menyoroti pengembangan pariwisata sejarah dan religius di Pulau Penyengat melalui pemanfaatan potensi kearifan lokal. Studi ini menekankan pentingnya integrasi antara perencanaan tata ruang dengan elemen-elemen budaya dan sejarah lokal untuk menciptakan destinasi wisata yang autentik dan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan tersebut tidak hanya berhasil menarik minat wisatawan tetapi juga berkontribusi positif terhadap pelestarian warisan budaya dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peluang usaha baru.

Gurung dan Seeland [7] membahas peluang dan tantangan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal di Bhutan. Studi ini menggarisbawahi bagaimana praktik-praktik tradisional dan nilai-nilai budaya dapat diintegrasikan ke dalam industri pariwisata untuk mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan konservasi lingkungan. Penelitian tersebut juga mengidentifikasi tantangan seperti globalisasi dan perubahan sosial yang dapat mengancam kelestarian kearifan lokal, serta menekankan perlunya kebijakan dan kerangka kerja yang mendukung untuk memastikan bahwa pariwisata berkembang tanpa mengorbankan integritas budaya dan ekologi setempat.

Dari penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata berbasis

kearifan lokal memiliki potensi besar dalam mempromosikan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan yang menempatkan budaya dan tradisi lokal sebagai inti dari pengalaman wisata terbukti efektif dalam menarik wisatawan sekaligus melestarikan identitas dan warisan komunitas setempat. Namun, tantangan seperti kurangnya infrastruktur, keterampilan manajerial, dan ancaman homogenisasi budaya akibat globalisasi masih perlu diatasi melalui kolaborasi antara pemerintah, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi mekanisme efektif dalam mengintegrasikan teknologi digital dan strategi pemasaran modern dengan elemen kearifan lokal, guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing destinasi wisata. Selain itu, evaluasi berkelanjutan terhadap dampak sosial, budaya, dan lingkungan dari inisiatif pariwisata berbasis kearifan lokal juga penting untuk memastikan bahwa perkembangan sektor ini tetap selaras dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan.

Ditinjau dari *Strategis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung*, Desa Wisata Pulau Pahawang menjadi salah satu dari 7 kawasan unggulan wisata pada tahun 2015-2019. Rendahnya perencanaan dan manajemen pariwisata khususnya di Provinsi Lampung masih menjadi fokus utama, sehingga masih perlu dicari solusinya hingga saat ini. [8] Karena hal itu, banyak destinasi wisata yang belum dapat dikembangkan dan belum dapat memberikan kontribusi untuk pendapatan wilayah secara optimal, serta mengesampingkan kesejahteraan masyarakat lokal. Sementara, jika dilihat dari kondisi wilayah, Provinsi Lampung berada pada posisi yang strategis dan memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dari segi pariwisata.

Keberhasilan Desa Wisata Pulau Pahawang masuk dalam 50 besar desa wisata terbaik nasional yang mendapatkan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tahun 2022 adalah pencapaian yang patut diapresiasi. Hal ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh pelaku pariwisata dan masyarakat setempat dalam mengembangkan potensi alam dan budaya telah memberikan kesan baik.

Salah satu contoh implementasi dari pembangunan berkelanjutan yang menjadi agenda lokal terletak pada Desa Wisatanya. Komponen pembentuk Desa Wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitraan, dan peningkatan pendapatan masyarakat [9]. Hal ini menunjukkan bahwa, majunya Desa Wisata tertentu bukan hanya terletak pada pengelolaan wisata dan fasilitas yang dihadirkan, namun keterlibatan masyarakat lokal dalam pemanfaatan keberagaman tradisi yang dimiliki dapat berpotensi dalam meningkatkan kuantitas pengunjung. Pengolahan pariwisata yang baik pada sebuah daerah serta pembangunan desa wisata berbasis kearifan lokal seperti adat-istiadat, budaya, serta kekayaan alam yang memiliki keunikan dan keaslian berupa ciri khas suasana pedesaan dapat dijadikan branding untuk meningkatkan kuantitas pengunjung [10].

Kearifan lokal sangat layak untuk ditonjolkan dengan melibatkan masyarakat lokal dalam industri pariwisata berbasis budaya, kita dapat memberdayakan mereka secara ekonomi dan sosial. Masyarakat setempat dapat terlibat dalam mengelola objek wisata, menyediakan layanan pendukung, dan menjual produk lokal, hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar [11]. Kearifan lokal dapat membantu meningkatkan kesadaran akan pentingnya mempertahankan budaya dan tradisi. Dengan menonjolkan kearifan lokal dalam industri pariwisata, dapat menjadi promosi

pelestarian budaya tersebut, wisatawan yang datang akan tertarik untuk belajar tentang budaya lokal, sehingga mendorong masyarakat Desa Pahawang untuk mempertahankan dan mewariskan budayanya.

Masalah yang ada saat ini adalah kurangnya pemanfaatan kearifan lokal untuk dijadikan strategi pemasaran. Kearifan lokal meliputi tradisi, budaya, dan kerajinan belum diintegrasikan secara efektif dalam promosi wisata. Minimnya penggunaan teknologi digital dalam pemasaran juga dapat dilihat dari banyak pelaku usaha lokal yang belum memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka. Pengembangan model pemasaran yang mengintegrasikan elemen-elemen kearifan lokal, seperti tradisi, budaya, dan kerajinan, dalam strategi promosi wisata. Inovasi pemasaran digital dalam penelitian ini adalah dengan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang disesuaikan dengan karakteristik kearifan lokal untuk meningkatkan kinerja pemasaran pelaku usaha lokal.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kuantitatif yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah explanatory survey yang bertujuan mengumpulkan data yang dilakukan terhadap objek di lapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. [12]

Jenis data yang diperlukan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama penelitian untuk memperoleh data, informasi, memenuhi target dan capaian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden. Pengumpulan data melalui

teknik survei dengan menggunakan instrumen pengukuran berupa kuesioner. Data sekunder merupakan data pendukung. Selain digunakan untuk upaya membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, data sekunder juga diperlukan untuk mencari teori dan data pendukung hasil penelitian seperti memperoleh gambaran tentang subjek dan objek dalam penelitian. Sumber data sekunder adalah literasi pustaka dan informasi dari internet; dengan cara pengumpulan melalui penelusuran publikasi ilmiah baik jurnal ilmiah nasional maupun internasional, dan laporan serta data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran.

Penelitian ini berlokasi di Desa Wisata Pahawang Kabupaten Pesawaran. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung setelah berwisata ke Desa Wisata Pulau Pahawang. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 orang pengunjung. Minimal ukuran sampel yang digunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) PLS yaitu 30-100 ukuran sampel [13]. Metode SEM PLS sangat akurat dalam menduga parameter model pada setiap ukuran sampel [14]. Jumlah sampel diperoleh dengan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan oleh peneliti yaitu pengunjung Desa Wisata Pahawang, pelaku usaha lokal dan pengelola Desa Wisata Pahawang.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk menilai efektivitas strategi pemasaran berbasis kearifan lokal terhadap pengembangan Desa Wisata Pahawang di Pesawaran, Lampung, dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian ini melibatkan 100 responden yang terdiri dari wisatawan, pengelola wisata, dan masyarakat setempat. Aspek kearifan lokal yang dievaluasi meliputi budaya, tradisi, dan kerajinan, yang diintegrasikan ke dalam strategi pemasaran desa wisata.

**1. Deskriptif Responden**

Dari 100 responden, mayoritas adalah wisatawan domestik (85%), diikuti oleh wisatawan mancanegara (2%), dan masyarakat setempat (13%). Sebagian besar responden berusia antara 18 hingga 45 tahun, dengan latar belakang pendidikan minimal SMA.

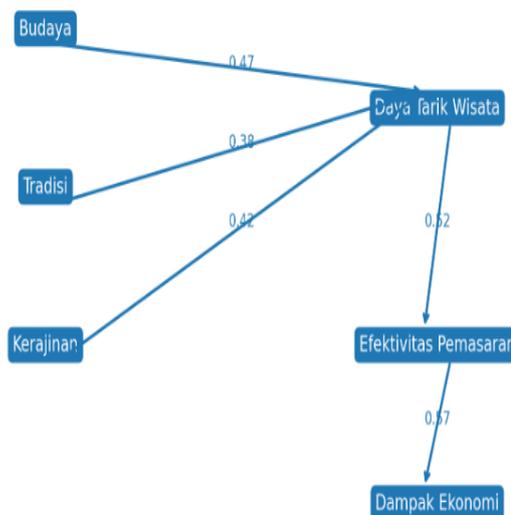
**2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Semua indikator untuk variabel budaya, tradisi, kerajinan, daya tarik wisata, efektivitas pemasaran, dan dampak ekonomi memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70, yang menunjukkan validitas konvergen yang baik.

Nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua variabel juga berada di atas ambang batas yang direkomendasikan (CR > 0,70 dan AVE > 0,50), yang menunjukkan reliabilitas dan validitas konstruk yang baik.

**3. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)**

Pengujian model struktural dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel laten dalam model penelitian. Hasil pengujian menunjukkan nilai-nilai koefisien jalur sebagai berikut:



**Gambar 1. path coefficients**

- Budaya → Daya Tarik Wisata :  
0,47 (p < 0,05)
- Tradisi → Daya Tarik Wisata :  
0,38 (p < 0,05)
- Kerajinan → Daya Tarik Wisata :  
0,42 (p < 0,05)
- Daya Tarik Wisata → Efektivitas Pemasaran:  
0,52 (p < 0,01)
- Efektivitas Pemasaran → Dampak Ekonomi:  
0,57 (p < 0,01)

Nilai *R-square* (R<sup>2</sup>) untuk variabel Daya Tarik Wisata adalah 0,62, yang menunjukkan bahwa 62% variabilitas daya tarik wisata dapat dijelaskan oleh budaya, tradisi, dan kerajinan. Sementara itu, nilai R<sup>2</sup> untuk variabel Efektivitas Pemasaran adalah 0,67 dan untuk Dampak Ekonomi adalah 0,70.

**PEMBAHASAN**

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa strategi pemasaran yang mengintegrasikan kearifan lokal memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan Desa Wisata Pahawang. Temuan ini sesuai dengan teori pemasaran berbasis kearifan lokal yang menyatakan bahwa elemen budaya, tradisi, dan kerajinan lokal dapat meningkatkan daya tarik wisata

melalui pengenalan dan pemanfaatan aset-aset unik yang dimiliki oleh daerah tersebut.

### **1. Pengaruh Budaya, Tradisi, dan Kerajinan terhadap Daya Tarik Wisata**

Budaya, tradisi, dan kerajinan lokal terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya tarik wisata Desa Pahawang. Hasil ini menunjukkan bahwa wisatawan tertarik dengan pengalaman yang autentik dan unik yang ditawarkan melalui elemen-elemen kearifan lokal. Pengembangan desa wisata yang berbasis pada kekayaan budaya dan tradisi lokal memungkinkan desa untuk bersaing di pasar wisata yang lebih luas dengan menawarkan pengalaman yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

### **2. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Efektivitas Pemasaran**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan daya tarik wisata secara langsung berpengaruh terhadap efektivitas strategi pemasaran. Semakin kuat elemen kearifan lokal yang ditonjolkan, semakin efektif strategi pemasaran yang dijalankan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini konsisten dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa diferensiasi produk atau destinasi yang berbasis pada keunikan lokal dapat meningkatkan keberhasilan strategi pemasaran.

### **3. Pengaruh Efektivitas Pemasaran terhadap Dampak Ekonomi**

Efektivitas strategi pemasaran yang didorong oleh daya tarik wisata juga berkontribusi positif terhadap dampak ekonomi bagi masyarakat setempat. Ini mencakup peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata, penciptaan lapangan kerja, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Pengembangan wisata berbasis kearifan lokal juga dapat mendorong pelestarian budaya dan tradisi

lokal, sehingga memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas.

## **KESIMPULAN**

Integrasi elemen kearifan lokal dalam strategi pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan ekonomi Desa Wisata Pahawang. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur mengenai pemasaran pariwisata berbasis kearifan lokal dan dapat dijadikan referensi untuk pengembangan desa wisata lain di Indonesia yang memiliki potensi serupa. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Pemerintah dan pengelola desa wisata dalam merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan memadukan upaya konservasi budaya dan inovasi dalam pemasaran, Desa Wisata Pahawang diharapkan dapat terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan yang mampu memberikan manfaat ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, Desa Pahawang, Pengelola Wisata Pahawang dan Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung atas dukungan dan kontribusi yang sangat berarti dalam penelitian ini yang telah sangat membantu dalam pelaksanaan dan pencapaian hasil penelitian ini. Dukungan tersebut telah memperkaya proses penelitian dan memungkinkan kami untuk mengembangkan temuan yang bermanfaat bagi pengembangan desa wisata dan pemasaran berbasis kearifan lokal.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Amin, M. A. S., & Priansah, P. (2019). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 2(4), 160–166. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.575>
- [2] Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517708000162?via%3Dihub>
- [3] Wang, Y., & Pizam, A. (2011). *Tourism Destination Marketing and Management: Collaborative Strategies*. CABI. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781845937621.0000>
- [4] Kaunang, A. N. C. T., & Utama, I. G. B. R. (2022). Daya Tarik Pantai Balangan Jimbaran Bali Menurut Wisatawan. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(12)(June)
- [5] Rofik Jalal Rosyanafi dkk, (2023). UNVEILING THE ENIGMA OF LOCAL WISDOM-BASED TOURISM DEVELOPMENT IN SUROWITI VILLAGE, GRESIK REGENCY <https://ejournal.nusantaraglobal.or.id/index.php/nusra/article/view/1640>
- [6] Sutianto, S. A., Sidabutar, Y. F., & Sinaga, M. I. P. (2023). Development of Historical and Religious Tourism in Spatial Planning Towards the Utilization of Local Wisdom Potentials in Penyengat Island. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 8(2),395-411. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v8i2.8903>
- [7] Gurung, D. B., & Seeland, K. (2021). Local Wisdom and Sustainable Tourism Development in Bhutan: Opportunities and Challenges. *Sustainability*, 13(1), 126. <https://doi.org/10.3390/su13010126>
- [8] Daud, R. F., & Novrimansyah, E. A. (2022). Strategi Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal Pada Daerah Wisata Di Provinsi Lampung. *Politik Indonesia Dan Global*, 3(2). <https://doi.org/10.24853/independen.x.x.xx-xx>
- [9] Talytha, M. N., Chaerani, D., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan usaha mikro kecil menengah (umkm) pada masa pandemi covid-19 menggunakan analisis media sosial dalam upaya peningkatan pendapatan. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 9(4), 275–282.
- [10] Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- [11] Wahyuni, L. T. S., Lasmawan, I. W., & Suastika, I. N. (2023). Strategi Digital Marketing Tempat Pariwisata dan Budaya Desa Cempaga Melalui Platform Digital. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 343–349. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.53530>
- [12] Damayanti, A., & Rasyid, A. (2022). Marketing Communication Strategy of Pandayangan Tourism Ulumahum Village in Labuhan Batu Selatan Regency in Improving Tourism Visit. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(4), 420–426. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1052>
- [13] Darmasutri, R., Susilowati, T., & Martono, Y. (n.d.). *Komunikasi Pemasaran Berbasis Kearifan Lokal dalam Rangka Pengembangan Pariwisata di Rote Ndao, NTT*. 2016.
- [14] Chin W. Partial Least Squares for Is Researchers: an Overview and Presentation of Recent Advances Using the Pls Approach. In: *Proceedings of the 21st*

- International Conference on Information Systems, ICIS 2000. 2000. p. 741–2.
- [15] ZUHDI Z, SUHARJO B, SUMARNO H. Perbandingan Pendugaan Parameter Koefisien Struktural Model Melalui Sem Dan Pls-Sem. *J Math Its Appl*. 2016;15(2):11–22.
- Prabowo, Agung (2015). *Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata di Era Digital*. Elex Media Komputindo.
- Yoeti, Oka A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Arifin, H. S. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.22146/jpt.34536>
- Subagyo, A., & Sudarmadi, H. (2020). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Kearifan Lokal di Desa Wisata Candi Rejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada*, 24(2), 207–218. <https://doi.org/10.22146/jsp.51445>
- Setiawan, A., & Rahmat, H. (2021). Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kota Yogyakarta. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(1), 49–61. <https://doi.org/10.20473/jskm.v25i1.2021.49-61>
- Santoso, A. H., & Wicaksono, A. (2019). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pariwisata*, 6(2), 107–118. <https://doi.org/10.31292/jpar.v6i2.246>
- Harahap, I. Z., & Manik, T. (2020). Penerapan Digitalisasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Penglipuran, Bali. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Pariwisata*, 3(1), 23–32. <https://doi.org/10.31294/jtik.v3i1.9102>
- Sunaryo, Bambang (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Pitana, I. G., & Diarta, K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi Offset.
- Anindito, J., & Nugroho, A. (2021). Optimalisasi Pemasaran Pariwisata Daerah dengan Pendekatan Digital dan Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 56–72. <https://doi.org/10.31292/jik.v9i1.458>
- Susilowati, D. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Kebudayaan Daerah*, 9(2), 221–230. <https://doi.org/10.31292/jpkd.v9i2.3498>
- Nugraha, E. P., & Wijaya, I. M. (2022). Pengembangan Pariwisata Budaya Berbasis Kearifan Lokal di Desa Tenganan Pegringsingan, Bali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pariwisata*, 4(2), 112–120. <https://doi.org/10.31294/jpmp.v4i2.56921>