

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA PARTUNGKO NAGINJANG KECAMATAN HARIAN, KABUPATEN SAMOSIR

¹Repelita Gulo, ²Ade Putera Arif Panjaitan

Pariwisata Budaya dan Keagamaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Kristen

E-mail: repelitagulo251202@gmail.com, adeputeraarifpanjaitan@gmail.com

ABSTRACT

Pariwisata telah menjadi sektor penting dalam pembangunan ekonomi lokal, terutama melalui konsep desa wisata yang mengandalkan potensi alam dan budaya serta keterlibatan masyarakat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengembangan Desa Partungko Naginjang sebagai desa wisata di Kabupaten Samosir yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya dikembangkan secara optimal. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan desa wisata yang efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Penelitian ini juga berusaha menjawab bagaimana peran sektor pariwisata desa dapat menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap pemerintah desa, pengelola wisata, masyarakat lokal, dan wisatawan. Analisis dilakukan untuk memahami strategi yang telah dan sedang diterapkan serta dampaknya terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan desa wisata di Desa Partungko Naginjang telah mencakup enam aspek utama, yaitu identifikasi potensi lokal, pemberdayaan masyarakat, pengembangan infrastruktur, promosi dan pemasaran, kolaborasi dengan *stakeholder*, serta pembangunan berkelanjutan. Meskipun telah membawa dampak ekonomi positif seperti bertambahnya lapangan kerja dan usaha lokal, pengembangan desa wisata ini masih menghadapi tantangan seperti aksesibilitas yang terbatas, minimnya promosi digital, serta keterbatasan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata.

Kata kunci: Strategi pengembangan, Desa wisata, Peningkatan ekonomi.

ABSTRAK

Tourism has become a vital sector in local economic development, particularly through the concept of tourism villages that utilize natural and cultural potential as well as community involvement. This study is motivated by the need to develop Partungko Naginjang Village as a tourism village in Samosir Regency, which has great potential but has not been fully optimized. The main objective of this research is to formulate effective strategies for tourism village development aimed at improving the local economy. Additionally, this study seeks to examine how the village tourism sector can create economic opportunities for the community. A qualitative method with a descriptive approach was employed, with data collected through interviews, observations, and documentation involving village officials, tourism managers, local residents, and tourists. The analysis was conducted to understand the strategies that have been implemented and their impact on economic

development. The findings reveal that tourism village development strategies in Partungko Naginjang encompass six key aspects: identification of local potential, community empowerment, infrastructure development, promotion and marketing, stakeholder collaboration, and sustainable development. While these strategies have brought positive economic impacts, such as increased employment and local business activities, challenges remain, including limited accessibility, lack of digital promotion, and inadequate community capacity in tourism management.

Keywords: Development strategy, Tourist village, Economic improvement.

1. PENDAHULUAN

Secara etimologi pariwisata memiliki dua suku kata yang terdiri dari kata “pari” dan “wisata”. Pari yang artinya banyak, berulang-ulang, berkeliling, sedangkan wisata berarti bepergian atau perjalanan. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkeliling dan berulang-ulang (Putri, 2020). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 3 tentang Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, serta pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri untuk pengembangan ekonomi masyarakat lokal (Herdiana, 2019).

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi bagi daerah, terutama di kawasan yang memiliki potensi alam dan budaya yang unik. Konsep desa wisata muncul sebagai salah satu strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal dan keterlibatan aktif masyarakat (Yoeti, 2008). Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata, konsep desa wisata mulai banyak diterapkan sebagai strategi untuk mengoptimalkan potensi wisata berbasis

komunitas. Desa wisata menawarkan pengalaman baru kepada wisatawan, baik dari segi keindahan alam, budaya maupun kuliner khas daerah (Damanik & Weber, 2006).

Di Indonesia pengembangan desa wisata telah menjadi bagian dari strategi nasional dalam peningkatan perekonomian daerah. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terus mendorong pengembangan desa wisata

sebagai salah satu pilar utama dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan. Desa wisata tidak hanya menjadi destinasi wisata baru tetapi berperan dalam menciptakan peluang usaha dan mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam kegiatan ekonomi Kreatif (Suansri, 2003). Dengan potensi yang dimiliki, desa wisata dapat menjadi sumber pendapatan alternatif yang mampu mengurangi ketergantungan masyarakat pada sektor pertanian ataupun pekerjaan lainya (Friedmann, 1992).

Desa memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata, yakni potensi alam, potensi sumber daya manusia maupun potensi budaya. Pengembangan wisata perdesaan merupakan salah satu inovasi masyarakat dalam menangkap peluang dan potensi wisata di desa. Menurut Istiqomah (2015), Desa wisata merupakan kawasan perdesaan yang menawarkan berbagai

kehidupan sosial, ekonomi dan budaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan berbagai komponen wisata.

Pengembangan desa wisata dapat dijadikan salah satu sumber pendapatan bagi desa dan masyarakatnya, sehingga jika peluang ini dapat ditangkap oleh pemerintah desa dan masyarakatnya, maka berdampak pada peningkatan ekonomi dengan pengembangan desa wisata tersebut. Disamping itu pengembangan desa wisata hendaknya dapat menjaga kelestarian budaya masyarakat pedesaan melalui keterlibatan masyarakat sebagai pelaku kegiatan pariwisata di desanya (Susiyanti dalam Sugiatri, 2016)

Desa Partungko Naginjang memiliki panorama alam yang indah dengan pemandangan langsung ke Danau Toba. Selain itu budaya Batak yang masih kuat di desa ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman wisatawan berbasis budaya. Namun dari segi status desa wisata, Desa Partungko Naginjang masih dalam tahap awal pengembangan dan belum sepenuhnya menjadi destinasi wisata unggulan. Beberapa fasilitas pendukung wisata masih terbatas, seperti akomodasi bagi wisatawan, akses transportasi yang belum memadai serta promosi yang efektif. Hal ini menyebabkan Desa Partungko Naginjang belum mampu menarik jumlah wisatawan dalam skala besar.

Pada tanggal 11 Februari 2022 Desa Partungko Naginjang ditetapkan menjadi Desa wisata berdasarkan keputusan Bupati Samosir No. 77 Tahun 2022 tentang penetapan Desa wisata. Desa Partungko Naginjang terdiri dari 3 (tiga)

Dusun, yaitu Dusun Baneara, Dusun Tele dan Dusun Pamintoran. Desa ini memiliki

2. LANDASAN TEORI

Pengertian Strategi Pengembangan

Untuk mencapai suatu tujuan, diperlukan strategi yang efektif dalam mencapainya. Istilah strategi pengembangan terdiri dari dua kata, yaitu “strategi” dan “pengembangan”. Setiap organisasi perlu memiliki strategi agar tujuannya bisa tercapai. Secara etimologis, kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu (*stratos* = tentara dan *ag* = memimpin), sehingga maknanya berkaitan dengan tindakan seorang pemimpin dalam merancang kemenangan. Dalam konteks yang lebih luas, strategi dapat diartikan sebagai cara atau langkah yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Jika strategi dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang, maka strategi tersebut berperan sebagai rencana utama dalam proses pencapaian tujuan (Arifudin et al., 2020).

Strategi Pengembangan Desa Wisata

Desa wisata merupakan wilayah pedesaan yang memiliki ciri khas tertentu sehingga dapat dijadikan sebagai destinasi wisata. Masyarakat di kawasan pedesaan masih sangat mempertahankan tradisi dan budaya mereka. Selain itu, berbagai elemen pendukung seperti kuliner khas, pola pertanian, dan sistem sosial turut memberikan identitas pada Desa wisata (Mulyati Tatik, 2022). Secara keseluruhan desa wisata dapat artikan sebagai area pedesaan yang di kembangkan menjadi tujuan wisata dengan menghadirkan pengalaman yang berfokus kepada suatu

Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, perbaikan. Sedangkan perekonomian mempunyai kata dasar “Oikos” yang berarti rumah tangga dan “Nomos” yang berarti aturan jadi ekonomi mengandung arti aturan yang berlaku untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam satu rumah tangga. Jadi, ekonomi berarti ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti halnya keuangan, perindustrian dan perdagangan).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Menurut (Walidin, 2015:77). Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia maupun sosial yang menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan yang terperinci yang diperoleh dari informan yang dilakukan dalam latar setting yang bersifat alamiah. Penelitian kualitatif dilakukan dengan setting tertentu yang benar-benar ada dalam kehidupan yang riil (alamiah) yang bermaksud dengan memahami fenomena apa yang sedang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya, dalam arti riset dari kualitatif berbasis pada konsep *going exploring* yang melibatkan *in-depth* and *case-oriented study* dengan sejumlah kasus atau kasus tunggal (Chariri, 2009:9).

Metode kualitatif dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah yang berbentuk deskriptif dan komparatif. Penelitian ini dilakukan langsung terjun yang peneliti cari dan menjadi data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang digunakan dalam mengembangkan desa wisata dalam mendukung strategi pengembangan desa wisata dalam meningkatkan ekonomian Masyarakat. Dengan memperoleh informasi dari informan yang ditentukan seperti Kepala Desa, Masyarakat, pegiat budaya, pegiat sosial Media, pengunjung maupun pelaku usaha. Pendekatan penelitian yakni untuk mengetahui fenomena atau peristiwa yang terjadi dari hasil wawancara yang didapat dari beberapa informan.

penguat dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh sumber informasi dari situasi yang terjadi, sehingga dalam penelitian ini sumber informasi didapat melalui metode wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan yang ditentukan sehingga mendapat data yang akurat.

Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti merupakan untuk memperoleh segala informasi maupun data yang dibutuhkan saat melakukan penelitian ke lapangan. Untuk mendapat semua data yang akurat dibutuhkan maka peneliti harus terjun kelapangan. Kehadiran dari peneliti dalam penelitian kualitatif sangat penting dan utama, dalam penelitian ini peneliti melakukan pendekatan kepada informan agar mendapat informasi yang jelas dan akurat. Dalam penelitian ini peneliti menjadi

pengamat, dan memahami terkait bagaimana strategi pengembangan desa wisata dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Peneliti juga melakukan wawancara dan observasi terhadap pemerintah (Aparat Desa), BUMDes, pengelola wisata, Pelaku usaha/UMKM dan masyarakat. Hasil dari penelitian dirangkum dan dicatat sebagai bahan-bahan untuk memperoleh data yang akurat pada saat melakukan penyusunan skripsi.

Informan

Informan merupakan subjek penelitian yang memahami objek penelitian. Informan menjadi subjek yang dapat memberikan informasi mengenai topik permasalahan yang diangkat dalam penelitian (Fadhlillah et al, 2022). Adapun informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan kunci, merupakan informan yang memiliki informasi secara menyeluruh terkait permasalahan yang diangkat (Nur & Utami, 2022). Informan kunci mengetahui tentang kondisi atau fenomena pada desa wisata secara garis besar. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Pemerintah desa, BUMDes dan pengelola wisata. Pemerintah desa ditetapkan menjadi informan kunci karena mereka yang mengetahui informasi terkait penelitian ini secara menyeluruh.

2. Informan biasa, adalah orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian (Asrulla et al, 2023). Informan biasa

dapat memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan kunci. Adapun informan biasa dalam penelitian ini adalah Pelaku Usaha/UMKM dan masyarakat desa Partungko Naginjang dan pengunjung wisata.

Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti memilih lokasi penelitian berada di Desa Partungko Naginjang, Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera utara Tempat ini merupakan salah satu wisata yang unik yang mempunyai ciri khasnya tersendiri mulai dari destinasi wisata, cerita rakyat, dan suasana dari lingkungan masyarakat yang khas akan pedesaan. Tempat ini pernah dijadikan tempat dilakukannya praktek dari pemandu wisata maupun pelatihan lainnya yang diadakan langsung oleh Dinas Pariwisata Toba bagian ekonomi kreatif (*ekraf*). Pelatihan ini melibatkan semua pelaku wisata maupun masyarakat yang ada di Kabupaten Samosir sekaligus memperkenalkan desa Partungko Naginjang di

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelestarian Budaya dan Lingkungan

Pelestarian budaya dan lingkungan menjadi salah satu aspek penting yang diperhatikan dalam pengembangan desa wisata di Desa Partungko Naginjang. Berdasarkan data hasil wawancara JP7 dan JP14, para informan menyatakan bahwa pembangunan wisata di desa ini dilakukan dengan tetap menjaga

kelestarian alam dan warisan budaya. Contohnya, masyarakat dan pengelola wisata sepakat untuk tidak membuang sampah sembarangan dan membatasi pembangunan yang berisiko merusak kawasan hutan seperti Hutan Situmorang. Selain itu, tradisi Batak seperti *tortor* tetap dilestarikan dan ditampilkan dalam acara penyambutan wisatawan atau tamu resmi, sebagai bentuk promosi budaya lokal yang tetap terjaga dalam kegiatan wisata.

Kemudian, kegiatan gotong royong secara rutin dilakukan untuk membersihkan lingkungan, baik di sekitar objek wisata maupun di pemukiman warga. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya pasif menikmati hasil pembangunan, tetapi juga aktif menjaga nilai-nilai lokal yang menjadi kekuatan utama desa wisata tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori Nurhajati (2018), yang menekankan bahwa pengembangan pariwisata tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan ekonomi lokal, tetapi juga harus mampu menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya. Menurut Nurhajati, desa wisata yang berhasil adalah desa yang mampu menjaga identitas dan kelestarian nilai-nilai lokal sebagai bagian dari atraksi wisata itu sendiri. Ketika lingkungan dan budaya dijaga dengan baik, maka daya tarik wisata akan semakin kuat, dan pada saat yang sama masyarakat akan memperoleh manfaat jangka panjang, baik secara sosial, ekonomi, maupun ekologis. masyarakat Partungko Naginjang menunjukkan bahwa pembangunan desa wisata telah mengarah pada prinsip keberlanjutan yang ideal.

Kerja Sama Antar Pemangku Kepentingan

Dalam konteks kerja sama antar pemangku kepentingan, hasil wawancara pada JP6 I1 sampai I5 menunjukkan bahwa kolaborasi telah terjalin cukup baik di tingkat desa. Informan menyebutkan bahwa pengembangan desa wisata Togaraja melibatkan berbagai unsur lokal, seperti pemerintah desa, pengelola wisata, BUMDes, pelaku UMKM, dan masyarakat umum. Kolaborasi ini terlihat dalam kegiatan musyawarah desa, pembagian tanggung jawab dalam pengelolaan fasilitas wisata, hingga pelatihan yang diselenggarakan bagi warga agar mampu mengelola usaha berbasis pariwisata. Misalnya, BUMDes bertanggung jawab dalam pengelolaan kawasan wisata, sementara pelaku UMKM menyediakan produk kuliner dan khas lokal. Di sisi lain, masyarakat juga berkontribusi dalam menjaga kebersihan, memberikan pelayanan kepada wisatawan, dan mendukung kegiatan gotong royong di sekitar area wisata. Namun demikian, bentuk kerja sama yang ada masih terbatas pada skala internal desa dan belum menjangkau kerja sama dengan pemangku kepentingan eksternal. Para informan menyadari bahwa sejauh ini belum ada kemitraan strategis yang terbangun dengan media nasional, perguruan tinggi, lembaga pendanaan, ataupun investor swasta. Padahal, kerja sama dengan pihak luar dapat membuka akses yang lebih luas terhadap sumber daya, teknologi, pelatihan lanjutan, serta peluang promosi dan pemasaran yang lebih profesional. Kesadaran terhadap kelemahan ini menjadi sinyal bahwa ada ruang besar yang perlu

dioptimalkan dalam hal membangun jejaring kerja sama lintas sektor

Temuan ini selaras dengan pandangan Nurhajati (2018), yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata sangat bergantung pada efektivitas kerja sama antara seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Menurutnya, sinergi antara lembaga pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, dan lembaga lain seperti akademisi dan media, akan mempercepat proses pembangunan pariwisata dan menjamin keberlanjutan program. Tanpa adanya kolaborasi yang menyeluruh, desa wisata akan kesulitan mengakses inovasi, pendanaan, dan jaringan promosi yang lebih luas. Oleh karena itu, kerja sama yang saat ini sudah terbangun di tingkat desa perlu diperluas agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dari sektor pariwisata dapat dirasakan secara merata oleh seluruh elemen masyarakat dan terus berkembang dalam jangka panjang.

Ekonomi Kreatif

Selain dampak langsung terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan, pengembangan desa wisata di Desa Partungko Naginjang juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif masyarakat. Berdasarkan data dari wawancara JP10 dan JP13, beberapa informan menjelaskan bahwa pariwisata memotivasi warga untuk menciptakan produk-produk baru yang bernilai jual tinggi, seperti makanan khas Batak, hasil pertanian segar, dan jasa kreatif seperti fotografi *prewedding* di lokasi wisata.

Misalnya, warga memanfaatkan hasil kebun untuk dijual langsung kepada wisatawan, dan ada pula yang menjual *Strawberry* yang sudah dipaketkan secara ekonomis dan memberikan peluang pendapatan berkelanjutan bagi masyarakat.

Perkembangan ini menunjukkan bahwa desa wisata telah menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyalurkan ide dan keterampilan dalam bentuk usaha ekonomi kreatif. Informan menyatakan bahwa kehadiran wisatawan membuat masyarakat lebih semangat mengembangkan produk unik yang bisa menjadi oleh-oleh, atau menawarkan jasa wisata tambahan yang tidak tersedia sebelumnya, seperti layanan sewa ATV, *spot* foto berbayar, dan jualan *strawberry* yang mana wisatawan yang memetik langsung yang menambah pengalaman baru bagi pengunjung. Hal ini membuktikan bahwa pariwisata bukan hanya membuka akses ekonomi formal, tetapi juga merangsang tumbuhnya sektor informal yang berbasis inovasi dan kreativitas lokal. Temuan ini sejalan dengan teori Howkins (2001), mengenai konsep ekonomi kreatif, yang menjelaskan bahwa ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang berlandaskan pada ide, kreativitas, dan inovasi sebagai elemen utama dalam menciptakan nilai tambah. Dalam konteks Desa Partungko Naginjang, pariwisata telah menjadi pendorong utama munculnya inovasi berbasis budaya lokal, sekaligus memperkuat ekonomi desa secara berkelanjutan. Melalui ekonomi kreatif, masyarakat tidak hanya memperoleh manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat

identitas budaya dan memperkaya pengalaman wisata yang ditawarkan oleh desa.

5 KESIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Partungko Naginjang, Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir, dapat disimpulkan bahwa desa ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata yang berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Potensi wisata yang dimiliki mencakup tiga kategori utama, yaitu wisata alam, agrowisata, dan wisata budaya. Potensi wisata alam terlihat dari panorama Danau Toba yang menakjubkan, kawasan perbukitan seperti Bukit Togaraja yang menjadi lokasi favorit wisatawan, serta Hutan Wisata Situmorang yang menawarkan suasana asri dan hutan alami. Potensi agrowisata didukung oleh luasnya lahan pertanian dan perkebunan yang ditanami berbagai komoditas hortikultura dan palawija, yang berpotensi dikembangkan sebagai lokasi edukasi pertanian dan pengalaman langsung bertani bagi wisatawan. Sementara itu, potensi wisata budaya muncul dari kekayaan adat istiadat masyarakat Batak yang masih lestari.

Strategi pengembangan desa wisata yang telah diterapkan meliputi identifikasi potensi lokal, pemberdayaan masyarakat, pengembangan infrastruktur, promosi dan pemasaran, kolaborasi dengan *stakeholder*, serta pembangunan berkelanjutan. Melalui strategi tersebut, masyarakat mulai merasakan manfaat ekonomi yang nyata, seperti bertambahnya peluang kerja, meningkatnya pendapatan dari sektor pariwisata dan usaha lokal, serta tumbuhnya sektor ekonomi kreatif yang memanfaatkan sumber daya lokal. Promosi wisata dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram*, *YouTube*, *TikTok*, dan *Facebook*, walau belum

maksimal karena 71 ***FISHK-IAKN Tarutung***

belum melibatkan kerja sama dengan pihak profesional seperti agen perjalanan dan media nasional. Namun demikian, pengembangan desa wisata masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses jalan menuju objek wisata, minimnya pelatihan dan edukasi bagi masyarakat terkait pengelolaan wisata yang profesional, serta rendahnya intensitas promosi digital yang lebih luas dan terstruktur. Oleh karena itu, upaya pengembangan harus terus dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan agar potensi wisata alam, budaya, dan pertanian di Desa Partungko Naginjang dapat dioptimalkan untuk mendorong kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

SARAN

1. Jalan dan menuju objek wisata seperti Togaraja masih sulit dilalui karena belum diaspal. Pemerintah perlu segera memperbaikinya agar wisatawan lebih nyaman dan mudah berkunjung.
2. Promosi desa wisata sebaiknya tidak hanya dilakukan secara langsung atau dari mulut ke mulut. Di era digital seperti sekarang, media sosial bisa jadi alat promosi yang sangat efektif jadi kedepannya harus ditingkatkan.
3. Pengembangan desa wisata jangan hanya mengejar keuntungan ekonomi semata, alam dan budaya yang ada di desa harus tetap di jaga dan di lestarikan.
4. Agar desa wisata bisa berkembang dengan cepat dan berkelanjutan, perlu ada kerja sama antara masyarakat, pemerintah, pelaku usaha, media, dan juga akademisi. Semua pihak perlu saling mendukung dan memiliki tujuan yang sama, yaitu menjadikan Desa Partungko Naginjang sebagai destinasi wisata yang maju, dikenal luas, dan membawa manfaat besar bagi warganya.
5. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini belum sempurna sehingga peneliti menyarankan di dalam penelitian

ini perlu dikembangkan isi di dalamnya atau menambahkan judul lain yang memungkinkan ada kaitannya dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arico, Z., & Jayanthi, S. (2018). Pengolahan limbah plastik menjadi produk kreatif sebagai peningkatan ekonomi masyarakat pesisir. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-6.
- Arifudin, O., Tanjung, R., & Sofyan, Y. (2020). Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi. *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, 177.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Chariri, A. (2009). *Landasan filsafat dan metode penelitian kualitatif*.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). Perencanaan ekowisata: Dari teori ke aplikasi.
- Fadhlillah, M., Azijah, D. N., & Sugiarti, C. (2022). *Menelaah Peran Bina Marga Dalam Meningkatkan Penerangan Jalan Publik*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(4), 126–134.
- Fitrianti H. (2014). “Strategi Pengembangan Desa Wisata Talun melalui Pemberdayaan Masyarakat”. *Economics Development Analysis Journal*. Universitas Negeri Semarang.
- Friedmann (1992). *Empowerment : The Politics of Alternative Development*. Cambridge Mass: Blackwell Publisher.
- Habib, M. A. F. (2021). *Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif*. Ar Rehla: *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 82–110.
- Herdiana, D. (2019). Peran masyarakat dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1), 63-86.
- Howkins, J. (2001) *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.
- Istiqomah, T. D., & Muktiali, M. (2015). *Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Karangbanjar Terhadap Perubahan Penggunaan Lahan, Ekonomi, dan Sosial Masyarakat*. *Jurnal Teknik PWK*, 4(3), 361–372.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), 220.
- Kartini, Y. (2022). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Wisata Putri Malu Kampung Juku Batu, Kecamatan Banjit, Kabupaten Way Kanan)*. Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Moelong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muliawan, I. W. (2008). *Pengembangan Desa Wisata: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Mulyati, T., et al. (2023). *Pengembangan Desa Wisata Simbatan-Magetan Berbasis Kearifan Lokal: Potensi vs Masalah*. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 88-95.
- Mustanir, A., Faried, A. I., Mursalat, A., Kusnadi, I. H., Fauzan, R., Siswanto, D., & Widiyawati, R. (2023). *Pemberdayaan*

- Masyarakat. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Mutiah. (2024). *Strategi Pengembangan Desa Wisata untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Wisata Kampoeng Nopia-Mino Pekunden Banyumas)*. Skripsi thesis, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri.
- Nilamsari, N. (2014). *Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif*. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 13(2), 177-181.
- Nurhajati, E. (2018). *Pengelolaan Pariwisata untuk Peningkatan Ekonomi Lokal*. Jurnal Ekonomi Pembangunan.
- Nur, A., & Utami, F. Y. (2022). *Proses dan Langkah Penelitian Antropologi: Sebuah Literature Review*. Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya, 3(1), 44–68.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Putri. (2020). *Pengaruh Pariwisata terhadap Peningkatan PDRB Kota*. Jurnal Cakra Wisata.
- Rahmadhany, S. H. (2022). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Mejono Kabupaten Kediri Berbasis Ekonomi Kreatif*. Jurnal Plano Buana, 3(1), 22-33.
- Septiani, P. M. (2018). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga di Dusun Satu Kecubung Desa Terbanggi, Lampung Tengah*. (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Suansri, P. (2003). *Community-Based Tourism Handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Sugiarti, R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2016). *Pengembangan Potensi Desa Wisata di Kabupaten Ngawi*. Jurnal Cakra Wisata, 17(2), 14-26.
- Suwantoro, G. (2019). *Dasar-Dasar Pariwisata*.
- Syah, F. (2017). *Strategi Mengembangkan Desa Wisata*. Jurnal Ekonomi Manajemen, Bandung.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009. Tentang pariwisata
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2014 tentang Dana Desa.
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). *Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang*. Jurnal Neo-Bis, 11(2), 142-153.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.