



Pemetaan Potensi Pariwisata Berbasis Komunitas Melalui Eksplorasi Keunikan Seribu Pantai di Malang Selatan

M. R. Khairul Muluk, Dessanti P. S. Ari, Latifah Hanum

Faculty of Administrative Science, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

E-mail: mr.khairulmuluk@yahoo.com

Article History:

Received: Oct 16th 2019

Revised: July 14th 2020

Accepted: Nov 30th 2020

Keywords: *community empowerment, uniqueness identification, rapid rural appraisal.*

Abstract: *Identifying tourist attractions in each local area needed to exploring the uniqueness of potential to each tourist attraction, and the identification result used for both visitors and residents. The problem of rural development tourism is identifying uniqueness from tourist attractions. It has an impact on visitors who are not easy to find a unique destination of beach attractions in Malang Regency. This study employs a rapid rural appraisal (RRA). RRA appears especially relevant for identification and appraisal. Information is needed quickly and decisions are preempted by the passage of time. As a result, uniqueness identification is used to developing each beach attractions in Malang Regency, and every actor involved in developing tourist destinations can improve the management elements and infrastructure that do not yet exist.*

Pendahuluan

Pemerintahan daerah di Indonesia diatur melalui Undang-undang Nomer 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.¹ Undang-undang ini kemudian direvisi kembali dengan terbitnya undang-undang kedua nomer 9 tahun 2015. Menurut Suparmoko, otonomi daerah didefinisikan sebagai kewenangan daerah otonom untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat.² Dengan adanya otonomi daerah diharapkan daerah otonom dapat mengatur daerahnya sendiri, memiliki kebebasan dalam meningkatkan pelayanan terhadap masyarakatnya, dan mempermudah pemerintah daerah untuk mengetahui kebutuhan masyarakat didalamnya. Dengan ini Pemerintah Daerah semakin giat dalam mengelola potensi dan keunggulan daerah masing-masing tidak terkecuali Pemerintah Kabupaten Malang.

Saat ini, Pemerintah Kabupaten Malang sedang masif dalam meingkatkan potensi

¹ Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah* (Indonesia: <http://pih.kemlu.go.id/files/UU0232014.pdf>, 2014).

² Muhammad Suparmoko, *Ekonomi Publik Untuk Keuangan Dan Pembangunan Daerah* (Andi, 2002).



sektor pariwisata yang menjadi sektor unggulan. Sektor pariwisata di Kabupaten Malang dapat dijadikan sebagai industri potensial dalam meningkatkan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat setempat. Sektor wisata pantai terletak di Kecamatan Sumbermanjing Wetan dan Kecamatan Sumbermanjing Kulon. Pantai tersebut adalah pantai Ngeliyep, Pantai Licin, Pantai Banyu Anjlok, Pantai Banyu Bengkung, Pantai Jonggring Saloko Malang, Pantai Mbehi & Teluk Bidadari, Pantai Bantol, Pantai Watu Leter, Pantai Gatra, Pantai Watu Pecah, Pantai Balekambang, Pantai Bajul Mati, Pantai Tiga Warna, Pantai Teluk Asmara, Pantai Goa Cina, dan lain sebagainya. Banyaknya pantai yang dimiliki oleh Kabupaten Malang membuat Kabupaten Malang memiliki julukan *a thousand of beach* atau Malang Seribu Pantai.

Meskipun mendapat julukan Malang Seribu Pantai, namun keberadaan wisata pantai di Kabupaten Malang belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Terbukti dari data yang disajikan oleh Malangtime.com³ pada tahun 2017 wisatawan yang mengunjungi wisata pantai di Kabupaten Malang hanya 27 % dari 5.849.544 wisatawan lokal dan Internasional atau sebanyak 1.579.377 wisatawan, hal ini lebih kecil dibandingkan Pantai yang terdapat di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mengutip dari Jogja.antaranews.com⁴ Pada tahun 2017 sekitar 2.700.000 wisatawan yang mengunjungi Pantai Parangteritis dan sebanyak 641.000 wisatawan pantai sisi barat (Pantai Samas, Pantai Kuwaru, Pantai Gua Cemara, dan Pantai Pandansimo) atau total jumlah 3.341.000 wisatawan yang berkunjung ke pantai di Kabupaten Bantul. Rendahnya jumlah wisatawan yang berkunjung disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya ialah kurangnya promosi dan menggali keunikan masing-masing pantai oleh Pemerintah Kabupaten Malang.

Promosi dibutuhkan setiap daerah dalam mengembangkan destinasi wisata yang bisa menjadi daya tarik wisatawan baik dari dalam negeri (wisatawan lokal) maupun luar negeri (wisatawan mancanegara). Menurut Saladin⁵ Promosi adalah suatu komunikasi informasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga pembeli mengingat produk tersebut. Sebelum melakukan promosi pariwisata, perlunya melakukan pemetaan potensi berupa keunikan (*Uniqueness*) yang dimiliki setiap pantai di Kabupaten Malang, hal ini bertujuan agar setiap pantai yang memiliki

³ Pipit Anggraeni, "Kunjungan Wisatawan Kabupaten Malang Melonjak, Pantai Dan Desa Wisata Jadi Primadona," *Malang Times*, last modified 2018, accessed November 2, 2019, <https://www.malangtimes.com/baca/33114/20181112/090200/kunjungan-wisatawan-kabupaten-malang-melonjak-pantai-dan-desa-wisata-jadi-primadona>.

⁴ Hery Sidik, "Pengunjung Pantai Parangteritis Turun Pada Pergantian Tahun," *AntaraYogya*, last modified 2019, accessed November 21, 2019, <https://jogja.antaranews.com/berita/364344/pengunjung-pantai-parangtritis-turun-pada-pergantian-tahun>.

⁵ Saladin Djaslim and M O Yevis, *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran* (Bandung: Penerbit Linda Karya, 2002); Ahmad Badrut Tamam and Siti Fahimah, "Pengembangan Agrowisata Berbasis Komunitas Melalui Program Edukasi Wisata Dan Entrepreneurship Menuju Kemandirian Ekonomi Masyarakat," *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2020): 100-115.



keunikan menjadi daya tarik para wisatawan. Menurut Snyder dan Fromkin *Uniqueness* adalah sebuah konsep memikat yang dimiliki 'individuals' dalam beragam bidang selama bertahun-tahun.⁶ Jadi, selain diperlukannya promosi melalui media, perlu melakukan pemetaan keunikan yang menjadi keunggulan masing-masing wisata pantai di Kabupaten Malang.

Penulisan terdahulu yang dilakukan oleh Jarratt⁷ mendapatkan temuan dalam eksplorasi keunikan sebagai (1) *Clarify at an early stage if the objective is interpretation, branding or both;* (2) *Assess how destination USPs translate into digestible brand messages and images: will they truly be distinct if other destinations are going through the same process?;* (3) *Incorporate the sense of place of as many destination stakeholders as possible (including businesses, residents and visitors);* (4) *Identify the potential for the process to bring destination stakeholders together on broader destination relevant themes;* (5) *Consider a range of methods to explore what sense of place is, including qualitative techniques, which lend themselves to exploring experience, emotion, and perception, which might otherwise be missed;* (6) *Acknowledge the emotional nature of our relationship to place and identify themes that relate to not only the place but also how that place makes you feel;* (7) *Champion the emotional aspects and the benefits of place.* Sedangkan temuan dari Toral⁸ mengungkapkan bahwa eksplorasi keunikan mungkin dapatkan atribut unik berwujud dan tidak berwujud untuk setiap tujuan yang sebenarnya merupakan prediktor terbaik untuk dibagikan ulasan. Set atribut unik yang dikurangi dapat digunakan untuk membedakan profil tujuan wisata, dan mereka dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif, memfasilitasi penciptaan lebih banyak kampanye pemasaran yang efektif. Dari penulisan sebelumnya, eksplorasi keunikan hanya terbatas mengidentifikasi keunikan dengan memisahkan antara *tangible asset*, *intangible asset*, dan *company capabilities* dengan *Tourism Attractions (management dan infrastructure)*. Hal ini menjadikan perbedaan antara penulisan terdahulu dengan penulisan yang telah dilakukan penulis.

Hal ini menjadi latar belakang penulis untuk mengetahui keunikan yang menjadi keunggulan masing-masing pantai di Kabupaten Malang dan selanjutnya mempromosikan hal tersebut melalui media sosial dan media cetak seperti youtube dan booklet.

⁶ C R Snyder and Howard L Fromkin, "Individuation: The Pursuit of Difference," in *Uniqueness* (Springer, 1980), 195–219.

⁷ David Jarratt et al., "Developing a Sense of Place Toolkit: Identifying Destination Uniqueness," *Tourism and Hospitality Research* 19, no. 4 (2019): 408–421.

⁸ S. L. Toral, M. R. Martínez-Torres, and M. R. Gonzalez-Rodriguez, "Identification of the Unique Attributes of Tourist Destinations from Online Reviews," *Journal of Travel Research* 57, no. 7 (2018): 908–919. Ibid.



Metode

Metode pengabdian ini menggunakan prinsip-prinsip dari Rapid Rural Appraisal (RRA). Robert Chambers⁹ mengungkapkan prinsip dari RRA, sebagai berikut: (1) *A reversal of learning*, merupakan syarat yang harus dilakukan dengan cara belajar dari masyarakat lokal secara langsung atau tatap muka. Hal ini agar mendapatkan wawasan dari masyarakat lokal seperti teknis dan pengetahuan sosial setempat. Prinsip the reversal of learning dilaksanakan secara 3 bulan di 10 pantai yang menjadi situs pengabdian dari penulis; (2) *Learning rapidly and progressively*, merupakan prinsip yang mengharuskan mengeksplorasi secara berulang dan secara progresif dengan menggunakan kesadaran, metode yang fleksibel, paham oportunistis, improvisasi, berulang, dan *crosscheck*. Hal ini diperlukan pada tahap menganalisa data yang didapatkan secara sekunder dan primer (wawancara dan observasi) melalui stakeholder seperti Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH), Perhutani, Dinas Pemerintah dan Desa, dan aktor lainnya; (3) *Offsetting biases*, hal ini berfungsi untuk menyeimbangi kebiasaan atau masih berupa prasangka. Terutama pada pembangunan pariwisata perdesaan, untuk mencari aktor (marjinal) yang menjadi sumber dalam informasi, dan mempelajari atas keprihatinan dan prioritas mereka; (4) *Optimising tradeoffs*, berhubungan dengan biaya dan kegunaan informasi dengan pengorbanan kualitas, relevansi, akurasi dan *timeliness*. Pengorbanan ini layak dengan mengemukakan atau mencari hal yang ingin diketahui sebagai kebutuhan; (5) *Triangulating*, diartikan sebagai memeriksa kembali (*crosschecking*), pembelajaran progresif, dan pendekatan melalui *plural investigation* (investigasi jamak); dan (6) *Seeking diversity*, dimaksudkan mencari dan belajar tentang perbedaan.

Berdasarkan projek pembangunan desa, RRA tampaknya sangat relevan untuk mengidentifikasi dan menilai. Informasi dibutuhkan cepat; keputusan-keputusan lebih dahulu dari proses waktu. Selain itu, RRA juga relevan apabila digunakan pada tahap implementasi, *monitoring*, dan evaluasi.¹⁰

Hasil

Proses pengabdian dilakukan dengan tiga tahap. *Pertama*, dilakukan studi pendahuluan. Studi pendahuluan ini diawali dengan mengumpulkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan Kepala Dinas Pemberdayaan, masyarakat maupun perangkat desa setempat tentang jumlah pantai, keunikan pantai, Gambaran Umum pantai, lingkungan geografis, social ekonomi, dan budaya di masing-masing pantai. Data sekunder didapatkan dari *travelblogger* yang menulis di website atau sosial media lainnya. *Kedua*, dilakukan kegiatan turun lapangan dengan

⁹ Robert Chambers, "Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience," *World Development* 22, no. 9 (1994).

¹⁰ Ibid.



mengunjungi ke 14 pantai. Kegiatan ini dilakukan untuk melakukan pengecekan kebenaran data yang diperoleh dari masyarakat serta untuk melakukan eksplorasi lebih mendalam tentang keunikan masing-masing obyek wisata.

Pengabdian masyarakat ini berada di Kawasan Pesisir Kabupaten Malang, Kawasan pesisir tersebut terdiri dari enam kecamatan, yaitu: Kecamatan Bantur, Donomulyo, Gedangan, Tirtoyudo, Sumbermanjing, dan Ampelgading. Dalam enam kecamatan ini, diketahui terdapat 19 desa pesisir. Desa desa pesisir tersebut membentang membentuk garis pantai sepanjang 92,244 km. Sekaligus menjadi daerah persebaran lokasi wisata pantai yang terdapat di Kabupaten Malang.¹¹



Gambar 1. Kawasan Pantai Kabupaten Malang

Terdapat banyak lokasi pantai yang tersebar di pesisir Kabupaten Malang sehingga Kabupaten Malang terkenal dengan sebutan Malang Seribu Pantai (*a thousand of beach*). Hal ini menjadi potensi Kabupaten Malang untuk mengembangkan industri pariwisata berbasis pantai. Selain itu, infrastruktur berupa jalan lintas selatan (JLS) menjadi faktor pendukung untuk memudahkan pengunjung ke beberapa lokasi wisata pantai yang tersebar dari Pantai Balekambang hingga Pantai Sendang Biru. Hasil pemetaan dari masing-masing destinasi wisata pantai tersebut disesuaikan dengan jadwal kunjungan dan hasil eksplorasi dari 14 pantai di Malang Selatan, sebagai berikut:

¹¹ Sukandar et al., "Profil Desa Pesisir Jawa Timur" (Surabaya, 2016), moz-extension://aa930414-5755-4a62-8703-49c04aeb8c/enhanced-reader.html?openApp&pdf=http%3A%2F%2Fbpp.fpik.ub.ac.id%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F02%2FPROFIL-DESA-PESISIR-SELATAN-JAWA-TIMUR-Vol-2.pdf.



Penelusuran di Pantai Batu Bengkung, Pantai Ngudel, dan Pantai Nganteb pada hari minggu 8 September 2019

Pertama Pantai Batu Bengkung, Pantai ini dinamakan sebagai pantai Batu Bengkung karena di pantai ini terdapat bukit yang menyerupai wanita yang sedang dalam keadaan di bengkung (mengggunakan kain panjang/selendang). Setiap kali pasang, bukit karang yang terdapat di Pantai ini terendam air. Sehingga wisatawan dilarang naik ke bukit ini ketika air pasang. Selain itu di pantai ini terdapat gugusan batu karang yang berbentuk melengkung. Karang-karang ini terlihat seperti menahan ombak saat air laut pasang. Di seberang karang yang melengkung terdapat kolam kecil sedalam 1,5 meter. Kolam ini akan terisi air saat air laut pasang dan pada saat surut, genangan air ini masih tetap ada. Dan biasanya anak-anak dapat bermain di kolam kecil ini. Selain itu, saat air laut surut, wisatawan juga dapat masuk ke karang yang membengkung ini. Di sini wisatawan dapat menemukan beberapa jenis fauna laut seperti siput laut, bulu babi, *keong*, dan gurita. Selain itu, di kawasan Destinasi Wisata Pantai Batu Bengkung terdapat beberapa pantai, di antaranya adalah pantai watu gopit, pantai wedi klopo, dan pantai watu leter. Kedua Pantai Ngudel, Asal usul nama Pantai Ngudel berasal dari sebuah batu yang bentuknya menyerupai *udel* manusia, atau yang dalam bahasa Indonesia seperti pusar. Lokasi batu tersebut tidak jauh dari bibir pantai, dan bisa terlihat dengan jelas. Sehingga masyarakat setempat menamai pantai ini dengan Pantai Ngudel. Ombak di pantai ngudel tidak terlalu besar. Ombak di pantai ini dapat digunakan untuk bermain para pengunjung, namun pengunjung harus tetap berhati-hati. Karena pantai Ngudel berhadapan langsung dengan lautan lepas Samudra Hindia. Pantai Ngudel memiliki pasir yang putih dan lembut. Selain itu, pantai ini memiliki deretan pohon cemara udang di sepanjang pantai yang tertata dengan rapi. Di bawah pohon cemara digunakan sebagai lahan parkir. Sehingga pengunjung di pantai ini akan merasa nyaman dengan hembusan angin. Namun masih terdapat wisatawan yang membuang sampah sembarang, sehingga pantai ini cukup kotor. Ketiga Pantai Nganteb, pantai ini mendapat julukan sebagai pantai wisata religi. Hal ini dikarenakan di wisata Pantai Nganteb terdapat makam tetua di wilayah tersebut. Makam tersebut terletak di atas bukit yang dijuluki sebagai gunung Batok. Gunung batok ini memiliki ketinggian kurang lebih hanya 50 meter. Banyak wisatawan maupun penduduk local yang melakukan ziarah ke makam ini. Selain itu, di kawasan Pantai Ngantep terdapat Goa Batok, wisata mangrove, dan taman bermain. Taman tersebut dikenal dengan nama taman ayu, karena terdapat bunga kertas di pantai ini. Namun sayangnya keberadaan bunga-bunga kertas ini tidak terlalu terawat dengan baik.



Penelusuran di Pantai Goa Cina dan Pantai Ungapan pada hari jumat 20 September 2019

Pertama Pantai Goa Cina, nama pantai Goa Cina berasal dari Goa yang terletak di bukit karang sebelah barat dari pintu masuk pantai. Menurut pemaparan masyarakat setempat, konon jaman dahulu Goa ini digunakan oleh seorang pemuda Tionghoa bernama Hing Hook untuk bersemedi hingga akhir hayatnya. Pantai gua Cina sangat menarik untuk dikunjungi, karena para wisatawan dapat melihat goa yang ada di Bukit Diana dan dapat naik ke atas puncak Bukit Diana untuk melihat pemandangan pantai. Dari atas puncak Bukit Diana dapat melihat pulau-pulau kecil di wilayah goa cina. Menurut pengunjung, pemandangan dari atas bukit ini terlihat seperti raja ampat versi Malang Selatan. Di atas bukit ini terdapat beberapa vila kecil yang memungkinkan pengunjung untuk menginap. Selain itu, Pantai Goa Cina, memiliki keunikan, yaitu memiliki ombak yang besar karna merupakan persimpangan 3 arus laut, yakni dari timur, selatan dan barat. Oleh karena itu ombak di pantai Goa Cina merupakan ombak yang besar. Namun pengunjung hanya bisa bermain di tepi pantai dan tidak diperbolehkan mandi di laut. Kedua Pantai Ungapan, asal usul nama ungapan berasal kata bahasa jawa yang berarti muara sungai yaitu tempat bertemunya air laut dan air sungai. Pantai ini terletak diantara Desa Gajahrejo dan Desa Gedangan, di Kecamatan Sumbermanjing. Pantai ini memiliki sunset yang indah saat dipadu dengan panorama laut lepas dan memiliki keunikan kondisi pasir dari hasil pencampuran pasir hitam dan putih sehingga terasa lebih kasar. Serta, terdapat bukit yang dapat melihat bentangan garis pantai dan *sunset* secara bersamaan. Selain itu, Terdapat muara sungai yang memiliki arus tenag sehingga dapat dinikmati dengan mengayuh perahu oleh wisatawan dan menawarkan kegiatan menarik seperti persewaan ATV dan layang-layang.

Penelusuran di Pantai Balekambang dan Pantai Jolangkung pada hari Sabtu 21 September 2019

Pertama Pantai Balekambang, menurut kisah yang dituturkan masyarakat setempat dinamakan Pantai Balekambang karena ditengah laut ada suatu hamparan dataran yang luas dipakai untuk rapat pasukan Pangeran Diponegoro untuk menyerang pasukan Belanda maka dari itu dinamakan '*Bale*', karena bale yang berada di tengah laut seakan-akan mengambang maka dari itu dinamakan Pantai Balekambang. Sebenarnya Pantai Balekambang sudah dikenal warga lokal sejak tahun 1978-an. Pada tahun tersebut, seorang perangkat Desa Srigonco membuka akses jalan sehingga orang dari luar desa tersebut lebih mudah mencapai Balekambang. Keindahan yang ditawarkannya cukup menarik wisatawan sehingga terus berkembang dan kini menjadi salah satu andalan wisata pantai di Kabupaten Malang. Konon, orang yang pertama membuka hutan di Pantai Balekambang bernama Syaikh Abdul Jalil, seorang ulama yang dipercaya berasal dari Yogyakarta.

Saat ini, makam Syaikh Abdul Jalil yang berlokasi sekitar 1 (satu) kilometer dari



Pantai Balekambang. Makam tersebut menjadi tempat ziarah oleh masyarakat dari berbagai daerah. Ziarah tersebut sering terjadi pada bulan Suro/Muharram, jumlah jamaah yang berkunjung baik untuk memperingati tahun baru hijriyah maupun wisatawan biasa yang ingin menyaksikan prosesi 'Suroan' melonjak. Pada hari Raya Nyepi, pantai ini juga lebih ramai dari hari-hari biasa karena umat Hindu melakukan upacara atau prosesi di Pura Amarta jati yang terletak di Pulau Ismoyo. Pulau Ismoyo sendiri adalah bagian dari pulau-pulau kecil di Balekambang yang menjorok ke lautan dan dihubungkan dengan sebuah jembatan ke daratan. Selain itu, Pantai Balekambang memiliki danau air payau, dan memiliki tempat kuliner seafood khas Balekambang. Kedua Pantai Jolangkung, asal usul dari nama pantai yang berlokasi di Desa Gajahrejo, Kecamatan Gedangan ini sebenarnya berasal dari kata '*Jo langkung*' dalam bahasa Jawa yakni jangan dilewati. Alasan masyarakat menamakan itu, dikarenakan pantai ini berada di pesisir selatan dan tepat persis di pinggir Jalan Lintas Selatan, oleh karena itu pantai ini memiliki ombak yang sangat besar. Saking besarnya ombak yang ada di sini, ombaknya bisa sampai ke jalan raya.

Penelusuran di Pantai Bajul Mati pada hari Sabtu 28 September 2019

Penaman pantai Bajul Mati berasal dari kata '*bajul*' merupakan istilah dalam bahasa Jawa yang berarti buaya. Dari penuturan masyarakat setempat terdapat dua versi cerita legenda. Legenda pertama menyebutkan, istilah bajul mati muncul karena ditemukannya seekor buaya mati di sekitar area pantai. Buaya mati tersebut terlihat saat pantai ini pertama kali ditemukan, sekitar tahun 1890-an. Legenda kedua menyebutkan bahwa di pantai ini terdapat sebuah batu karang dengan bentuk memanjang menyerupai badan buaya. Pantai Bajul Mati memiliki danau air payau, dan memiliki tempat konservasi penyu dan mangrove. Sehingga pantai ini disebut juga dengan pantai pendidikan. Dahulunya, di Pantai Bajul Mati memiliki wahana bermain seperti kolam berenang dan sarana seluncur namun saat ini terbengkalai karena sedikitnya pengunjung yang datang dan mahal biaya *maintenance*.

Penelusuran di Pantai Sendang Biru dan Pantai Tiga Warna pada hari Minggu 29 September 2019

Pertama Pantai Sendang Biru, dahulunya Pantai Sendang Biru merupakan tempat singgah para polisi hutan dari Perhutani yang sedang berpatroli. Dahulu keadaan pantai ini masih hutan belantara. Pantai ini dikembangkan oleh Perhutani sebagai destinasi wisata pantai. Asal kata '*sendang*' menurut Bahasa Jawa yang berarti telaga. Menurut cerita dari masyarakat setempat di telaga tersebut terdapat bidadari yang membawa selendang berwarna biru. Terlepas dari cerita masyarakat setempat, saat ini sendang biru merupakan pelabuhan bagi kapal nelayan. Tempat pelelangan ikan di sendang biru adalah TPI terbesar ke dua di Jawa Timur. Pantai di Sendang biru jarang dikunjungi untuk bermain, biasanya para wisatawan pergi ke sendang biru untuk membeli ikan atau makan di restoran/warung di sekitar sendang biru. Kedua Pantai Tiga Warna, asal usul penamaan pantai tiga warna karena warna air laut di



pantai ini terdiri dari 3 warna yaitu warna coklat, hijau dan biru. Pantai tiga warna memiliki ombak yang tidak terlalu besar. Sehingga aman untuk bermain anak-anak. Untuk sampai di pantai tiga warna, ada 2 jalur, yakni jalur darat dan jalur laut. Jalur darat dimulai dengan menaiki bukit di pantai clungup, pantai gatra, pantai savanna, dan pantai watu pecah. Lama perjalanan yang dibutuhkan melalui jalur darat ini selama kurang lebih 4 jam. Apabila melalui jalur laut, cukup menggunakan kapal dari tempat Pantai Sendang Biru dengan memerlukan waktu kurang lebih 10 menit.

Pantai tiga warna saat ini dikelola oleh Yayasan Clungup Mangrove Conservation yang berfokus pada kegiatan konservasi. Yayasan ini tidak berorientasi pada bisnis melainkan pada Ekologi, Sosial, dan Ekonomi. Selain mengelola pantai Tiga warna, yayasan ini juga mengelola beberapa pantai di sekitarnya, pantai-pantai tersebut antara lain pantai Clungup, pantai Gatra, pantai Savanna, dan pantai Watu Pecah Untuk berwisata kesini, pengunjung harus melakukan reservasi dulu ke pengelola CMC Tiga Warna. Kantor CMC terletak di dekat Pantai sendang biru. Namun Pantai Tiga warna memiliki sedikit kekurangan, pantai ini menjadi muara sampah. Sehingga anggota CMC, secara bergantian membersihkan kawasan ini dari sampah. Sampah-sampah yang ditemukan di kawasan pantai ini tidak hanya dedaunan, tetapi plastik, pampers, karung beras, botol air mineral, dll. Sampah yang ada di pantai ini seringkali menutupi terumbu karang yang ada. Padahal pantai ini memiliki terumbu karang yang sangat bagus dan diwaktu yang tepat wisatawan dapat menikmati snorkeling di pantai 3 warna ini.

Penelusuran di Pantai Teluk Asmara pada hari Senin 30 September 2019

Pantai Teluk Asmara adalah salah satu pantai di malang selatan yang dikelilingi oleh pulau-pulau kecil. Sehingga jika dilihat dari atas bukit, pantai ini memiliki berbentuk hati. Pantai Teluk Asmara memiliki pemandangan laut dengan ombak yang tidak terlalu besar, air yang jernih serta memiliki pasir putih. Pantai ini sangat indah dikunjungi saat pantai pasang, namun saat surut, karang yang ada di pantai ini terlihat seperti batu-batuan. Air laut yang jernih, sehingga pengunjung dapat melihat banyak ikan dan biota laut lainnya. Kelebihan dari pantai ini adalah salah satu pantai yang memiliki sarana yang paling memadai, terutama toilet dan ruang gantinya yang bersih. Sehingga dapat terlihat bahwa pengelolaan dari Pantai Teluk Asmara terorganisir.

Kegiatan selanjutnya yaitu membuat video tentang Eksplorasi Keunikan Obyek Wisata Seribu pantai yang di upload melalui *platform* youtube. Adapun langkah-langkah proses pembuatan video ini terbagi atas 3 tahap, sebagai berikut: (1) *Pra-Production*, disini produser menyiapkan konsep *video*, *storyboard video*, *survey location for shooting* dan mempersiapkan peralatan; (2) *Production*, mulai shooting object yang mau dijadikan point of interest suatu video dan director berperan untuk mengarahkan semua kegiatan di lokasi *shooting*; dan (3) *Post production*, dimulainya proses editing dari *logging* (prose memotong gambar, mencatat waktu pengambilan gambar dan memilih *shot* yang ada disesuaikan dengan *camera report*), *Rought Cut* diartikan sebagai



perpindahan secara langsung antara *shoot* yang satu ke *shoot* lainnya. Pada umumnya, *rough cut* ini lebih disebut *cut*, setelah proses *cut* ada penambahan transisi untuk memperhalus perpindahan *shoot*, dan pada tahap terakhir ada tahap *mixing* untuk memberi *music illustration* dan efek khusus pada video. Setelah itu video tersebut selesai, selanjutnya diupload ke youtube. Selain pembuatan video, penulis membuat booklet. Pembuatan booklet dibuat dengan aplikasi corel draw. Di dalam booklet disertakan foto dan informasi tentang 10 (sepuluh) pantai di Pesisir Kabupaten Malang. Selanjutnya penulis mencetak booklet tersebut dan kemudian memberikan *softcopy* dan *hardcopy booklet* ini kepada xxx agar bisa dijadikan ajang promosi wisata.

Diskusi

Pemetaan Keunikan Wisata Pantai

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dari penyajian hasil sebelumnya, penulis mengidentifikasi potensi masing-masing destinasi wisata pantai sebagai berikut:

Tabel 1. Potensi Pantai

Tourism Attractions	Potentials
Pantai Sendangbiru	<ul style="list-style-type: none">- Potensi kuliner laut yang melimpah- Karna memiliki ombak yang tenang dapat digunakan sebagai tempat olahraga air
Pantai Goa Cina	<ul style="list-style-type: none">- Memiliki pemandangan sunrise yang indah- Cocok dijadikan tempat camping
Pantai Bajul Mati	<ul style="list-style-type: none">- Memiliki teluk yang indah- Dibagian tengah laut dapat melihat karang yang muncul dari dalam laut
Pantai Balekambang	<ul style="list-style-type: none">- Memiliki 3 pulau karang yang indah- Memiliki bibir pantai yang luas sehingga bisa dimanfaatkan untuk spot foto
Pantai Tiga Warna	<ul style="list-style-type: none">- Karna memiliki ombak yang tenang dapat digunakan sebagai tempat olahraga air- Mengutamakan pentingnya konservasi sehingga bisa menjadi destinasi eco-wisata
Pantai Ungapan	<ul style="list-style-type: none">- Karna memiliki ombak yang tenang dapat digunakan sebagai tempat olahraga air- Memiliki pemandangan sunset yang bagus karna banyak bukit



Pantai Jolangkung	- Memiliki barissan karang yang indah - Memiliki bibir pantai yang panjang sehingga cocok untuk dikembangkan berbagai aktiviats olahraga pantai
Pantai Batu Bengkung	- Memiliki akses ke berbagai pantai disekitarnya - Memiliki bentuk pantai yang unik - Memiliki potensi kuliner laut - Memiliki sunset yang mempesona
Pantai Ngudel	- Memiliki bukit asmara yang cocok untuk dijadikan tempat melihat panorama
Pantai Nganteb	- Memiliki ombak besar cocok untuk surfing - Terdapat kampung nelayan sehingga memiliki potensi wisata kuliner
Pantai	-

Namun potensi tersebut belum dapat melihatkan semua keunikan yang ada pada masing-masing pantai. Sehingga perlu adanya identifikasi atau pemetaan keunikan (*uniqueness*) yang menjadi keunggulan masing-masing pantai tersebut. Urgensi pemetaan dan identifikasi ini selaras dengan rekomendasi pada International Conference on Sustainable Tourism/ ICT 2017 di Yogyakarta. Hal ini menjadi acuan dikarenakan setiap stakeholder harus berkomitmen melaksanakan pembangunan kepariwisataan secara berkelanjutan dan bersinergi. Argument yang mendasari adalah agar fokus pariwisata tidak hanya ke Bali dan Lombok, tapi juga menyebar ke semua daerah karena pariwisata cenderung bersifat unik dan setiap daerah memiliki keunikan yang berbeda jika dibanding daerah lain. Faktor keunikan bisa beragam, termasuk misal kuliner dan adat budaya, norma sosial, dan kearifan local.¹²

Keunikan dari destinasi wisata mengacu pada fitur-fitur khas yang sangat terkait dengan destinasi tertentu untuk menentukan persaingan¹³. Daya tarik suatu destinasi ditentukan oleh keunikannya, yang mempengaruhi pengunjung sebagai citra keseluruhan destinasi¹⁴. *The uniqueness of the resource or competence can be created through the three forms of assets, namely: (1) tangible assets: infrastructure, finance; (2) intangible assets: reputation, motivation, knowledge, technology, culture, communication;*

¹² Edy Purwo Saputro, "Pemetaan Potensi Wisata - BeritaSatu.Com," *Berita Satu*.

¹³ Juan A García, Mar Gómez, and Arturo Molina, "A Destination-Branding Model: An Empirical Analysis Based on Stakeholders," *Tourism Management* 33, no. 3 (2012): 646-661, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711001488>; Toral, Martínez-Torres, and Gonzalez-Rodriguez, "Identification of the Unique Attributes of Tourist Destinations from Online Reviews."

¹⁴ Stephens Balakrishnan Melodena, "Strategic Branding of Destinations: A Framework," *European Journal of Marketing* 43, no. 5/6 (January 1, 2009): 611-629, <https://doi.org/10.1108/03090560910946954>; Hailin Qu, Lisa Hyunjung Kim, and Holly Hyunjung Im, "A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image," *Tourism Management* 32, no. 3 (2011): 465-476, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>; Toral, Martínez-Torres, and Gonzalez-Rodriguez, "Identification of the Unique Attributes of Tourist Destinations from Online Reviews."



(3) company capabilities: HR competency development, commitment to improving performance, the adjustment in the company's internal capabilities¹⁵.

Tabel 2. Uniqueness of Resources

Tourism Attractions	Uniqueness of Resources			
	Tangible Assets		Intangible Assets	Company Capabilities
	Nature	Infrastructure		
Pantai Balaekambang	Luas pantai 10,2 h, Pulau Ismoyo, Telaga, 7 mata air (Sumur), fauna air laut dan darat (kera, burung), include pantai regent dan kondang buntung.	Pura, Musholla, Jembatan, Warung, toilet, Kuliner seafood, rumah baca, penginapan, cafe, gazebo, tempat selfie, persewaan tenda, flying fox, tempat parkir.	Sejarah, Upacara adat Hindu (<i>Jalani Dipuja</i>) dan upacara 1 suro, dan branding (sudah dikenal luas).	PD. Jasa Yasa dan Perhutani (include LMDH)
Pantai Ngantep	Pantai diapit 2 Bukit, ombak tinggi, hamparan pasir putih.	Pusara religi, toilet, musholla, lahan parkir, warung makan, gazebo	Tidak ada	Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)
Pantai Ngudel	Bentangan Pasir Putih dan lembut, batu karang besar, pohon cemara, hamparan rumput, dan view matahari terbenam	Musholla, Toilet, lahan parker, warung makan	Tidak ada	Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)
Pantai Batu Bengkung	Kubangan air alami, karang pemecah ombak, bukit, terdapat fauna air laut, ombak tinggi dan rendah, fenomena air surut 1 bulan, pantai menghadap sunset, tebing karang	Lahan Parkir, toilet, penginapan, gazebo, warung makan, musholla	Tidak ada	Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)

¹⁵ Dr Erislan, "Conceptual Model of Tourism Destination, Tourism Attraction, and Uniqueness of Resources on Strategic Partnership: A Case Study in West Java Indonesia," *SSRN Electronic Journal* 7, no. 1 (2018): 248–254.



Pantai Mati	Banjul	Memiliki karang berbentuk buaya, pantai pasir putih, fauna air laut	Tempat konservasi penyu, lahan parkir, toilet, warung makan, musholla	Cerita Rakyat tentang adanya buaya yang dulu mati di pantai tersebut, aktifitas konservasi penyu	Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)
Pantai Goa Cina		Pantai pasir putih, ombak dengan 3 arus laut, 3 pulau karang (nyonya, bantengan dan pulau goa cina), goa dalam karang,	Penginapan diatas tebing, gerbang khas mandarin, lahan parkir, toilet, penginapan, gazebo, warung makan, musholla	Sejarah	Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)
Pantai Sendang Biru		Bentangan pasir pantai, ombak rendah	Berdekatan dengan Tempat Pelelangan Ikan, musholla, wisma, ruang informasi, office	Sejarah	Perhutani dan Karang taruna
Pantai Warna	Tiga	Memiliki 3 warna laut, kaya aneka biota laut, ombak rendah, terdapat 3 pantai pendukung dengan ciri khas berbeda, muara	Fasilitas snorkeling, banana boat, musholla, wisama, ruang informasi, office, lokasi camping,	Aktifitas Konservasi Terumbu Karang,	Clungup Mangrove Conservation Tiga Warna dan Perhutani
Pantai Ungapan		Muara, campuran pasir putih dan hitam, view sunset, panorama laut lepas,	Fasilitas ATV dan Layang-layang, Mushola, lokasi perkemahan, temp	Tidak ada	Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)
Pantai Jolangkung		Terdapat barisan karang rendah yang menjadi pemecah ombak dipinggir pantai,	Musholla, lokasi perkemahan, toilet, parkir, warung makan	Sejarah	Perhutani bermitra dengan masyarakat sekitar

Selain itu, dalam mengidentifikasi permasalahan dan pontensi terdapat dua permasalahan pengelolaan destinasi wisata yakni Managemen dan Infrastruktur. Menurut Panasiuk¹⁶ infrastruktur pariwisata adalah komponen dari produk di wilayah

¹⁶ Aleksander Panasiuk, "Tourism Infrastructure as a Determinant of Regional Development," *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos* 1, no. 8 (2007): 212-215.



pariwisata. Infrastruktur adalah alat utama bangunan dan layanan dari intitusi yang keberadaannya sangat penting untuk mengelola untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan masyarakat. Pada infrastruktur pariwisata terdiri dari yaitu: (1) *Commercial* terdiri dari *hotels, gastronomy, dan tourist arrivals servicing*; (2) *Public* terdiri dari *Road, communal, dan trails*; dan (3) *Mixed (public-commercial)* terdiri dari *information, dan accompanying*. Dan manajemen pariwisata terdiri dari *Product Policy, Price Policy, Communication Policy, dan Distribution Policy*.

Tabel 3. Tourism Attractions

Tourism Attractions	Management					Infrastructure						
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)
Pantai Balaekambang	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Ngantep	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Ngudel	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+	+	-
Pantai Batu Bengkung	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Banjul Mati	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Goa Cina	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Sendang Biru	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Tiga Warna	+	+	+	+	-	-	-	+	-	+	+	-
Pantai Ungapan	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+	-
Pantai Jolangkung	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+	-	-

Catatan : (a) *Product Policy*, (b) *Price Policy*, (c) *Communication Policy*, (d) *Distribution Policy*, (e) *Hotel*, (f) *Gastronomy*, (g) *tourism arrivals servicing*, (h) *road*, (i) *communal*, (j) *trails*, (k) *information*, dan (l) *accompanying*.

Berdasarkan tabel tersebut, diidentifikasi manajemen dan infrastruktur yang dimiliki setiap pantai di Malang Selatan. Sehingga dapat terlihat bahwa, sebagian banyak sudah memiliki dan memenuhi unsur-unsur manajemen dan infrastruktur, namun perlu dilakukan pengembangan bagi yang belum memiliki dan dimaksimalkan dalam pengelolaan secara terpadu sehingga memberikan kenyamanan dan pengalaman kepada pengunjung. Harapannya pengunjung dapat kembali mengunjungi pantai di Malang Selatan.

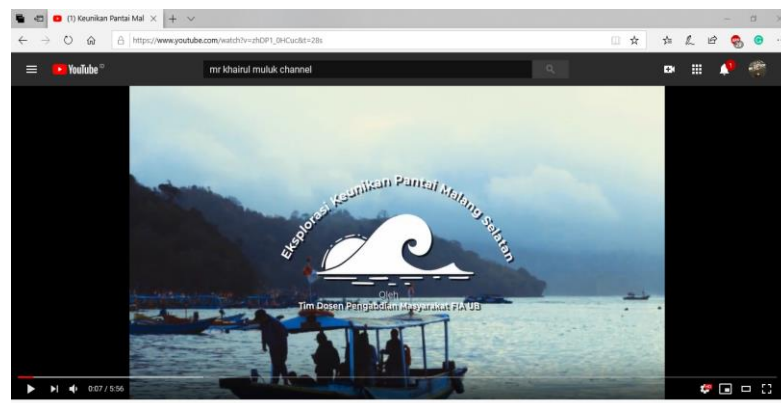
Media Branding Wisata Pantai

Media merupakan alat efektif untuk menyebarkan informasi dari pemerintah ke masyarakat maupun informasi dari masyarakat satu ke masyarakat lainnya. Menurut Grant Kennedy¹⁷ media sosial memiliki banyak potensi dan akan membantu dalam meningkatkan basis pelanggan. Media sosial mempermudah menjangkau pelanggan

¹⁷ Grant Kennedy, *Social Media: Master Social Media Marketing: Facebook, Twitter, Youtube & Instagram* (CreateSpace, 2015).



yang berbeda wilayah di seluruh dunia. Media sosial memiliki banyak platform dalam menyebarkan informasi. Salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat yakni Youtube. Youtube sebenarnya bukan situs media sosial, tetapi merupakan situs berbagi yang banyak dikunjungi di dunia dan juga situs ketiga paling sering dikunjungi. Youtube menggunakan banyak fitur yang menjadikan platform ini sebagai alat vital untuk memanfaatkan strategi pemasaran media sosial. Sehingga penulis membuat media branding berupa publikasi video hasil pemetaan keunikan masing-masing pantai yang dapat dilihat oleh khalayak umum. Alamat youtube yang digunakan sebagai media branding yakni https://www.youtube.com/watch?v=zhDP1_0HCuc&t=28s. Selain Youtube, Penulis memberikan berupa *booklet* kepada beberapa pengelola pantai seperti LMDH Tani Maju. Hal ini sebagai salah satu pelayanan sehingga dapat mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi.



Gambar 2. Media branding Youtube penulis

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=zhDP1_0HCuc&t=28s, 2019





Gambar 3. Gambar Booklet

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat ini melakukan dua macam kegiatan yakni pemetaan keunikan destinasi pantai dan pembuatan produk branding destinasi pantai. Kegiatan pertama, setiap destinasi wisata pantai di Malang Selatan memiliki keunikan dari sisi *tangible asset* dan *intangible asset* masing-masing pantai. Namun masih ditemukan bahwa destinasi wisata pantai di Malang Selatan belum memenuhi semua unsur-unsur manajemen dan infrastruktur, hal tersebut perlu dilakukan pengembangan bagi destinasi wisata pantai yang belum memenuhi unsur-unsur tersebut oleh setiap aktor yang terlibat secara terpadu. Kegiatan kedua, pengabdian ini menghasilkan produk branding destinasi wisata pantai Malang Selatan melalui video dan *booklet*. Produk branding ini merupakan hasil dari kegiatan sebelumnya yakni pemetaan keunikan. Dari kedua kegiatan ini diharapkan memberikan daya tarik wisatawan sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dan berwisata di Kabupaten Malang. Selain itu, setiap aktor yang terlibat pengembangan destinasi wisata dapat memperbaiki unsur-unsur manajemen dan infrastruktur yang belum ada.

Pengakuan

Terimakasih kepada mahasiswa yang terlibat dalam membantu penelitian dan pengabdian yakni Ardian Prabowo, Aulia Ramadhani, Iffa Azzaria, Nehemia Daniel Sohilait, dan Dewi Nurkholilah. Serta, terimakasih kepada Pemerintah Desa Gajahrejo dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan Tani Maju.

Daftar Referensi

Anggraeni, Pipit. "Kunjungan Wisatawan Kabupaten Malang Melonjak, Pantai Dan Desa Wisata Jadi Primadona." *Malang Times*. Last modified 2018. Accessed November



- 2, 2019.
<https://www.malangtimes.com/baca/33114/20181112/090200/kunjungan-wisatawan-kabupaten-malang-melonjak-pantai-dan-desa-wisata-jadi-primadona>.
- Chambers, Robert. "Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience." *World Development* 22, no. 9 (1994).
- Djaslim, Saladin, and M O Yevis. *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: Penerbit Linda Karya, 2002.
- Edy Purwo Saputro. "Pemetaan Potensi Wisata - BeritaSatu.Com." *Berita Satu*.
- Erislan, Dr. "Conceptual Model of Tourism Destination, Tourism Attraction, and Uniqueness of Resources on Strategic Partnership: A Case Study in West Java Indonesia." *SSRN Electronic Journal* 7, no. 1 (2018): 248–254.
- García, Juan A, Mar Gómez, and Arturo Molina. "A Destination-Branding Model: An Empirical Analysis Based on Stakeholders." *Tourism Management* 33, no. 3 (2012): 646–661.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711001488>.
- Indonesia, Presiden Republik. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah*. Indonesia: <http://pjh.kemlu.go.id/files/UU0232014.pdf>, 2014.
- Jarratt, David, Chris Phelan, Jenny Wain, and Sarah Dale. "Developing a Sense of Place Toolkit: Identifying Destination Uniqueness." *Tourism and Hospitality Research* 19, no. 4 (2019): 408–421.
- Kennedy, Grant. *Social Media: Master Social Media Marketing: Facebook, Twitter, Youtube & Instagram*. CreateSpace, 2015.
- Melodena, Stephens Balakrishnan. "Strategic Branding of Destinations: A Framework." *European Journal of Marketing* 43, no. 5/6 (January 1, 2009): 611–629.
<https://doi.org/10.1108/03090560910946954>.
- Panasiuk, Aleksander. "Tourism Infrastructure as a Determinant of Regional Development." *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos* 1, no. 8 (2007): 212–215.
- Qu, Hailin, Lisa Hyunjung Kim, and Holly Hyunjung Im. "A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image." *Tourism Management* 32, no. 3 (2011): 465–476.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>.
- Sidik, Hery. "Pengunjung Pantai Parangteritis Turun Pada Pergantian Tahun." *AntaraYogya*. Last modified 2019. Accessed November 21, 2019.
<https://jogja.antaranews.com/berita/364344/pengunjung-pantai-parangtritis->



turun-pada-pergantian-tahun.

Snyder, C R, and Howard L Fromkin. "Individuation: The Pursuit of Difference." In *Uniqueness*, 195–219. Springer, 1980.

Sukandar, Citra Satria Utama Dewi, Muliawati Handayani, J Chuldyah, Harsindhi, Arsyil Wisuda Maulana, Supriyadi, and Ali Bahroni. "Profil Desa Pesisir Jawa Timur." Surabaya, 2016. [moz-extension://aa930414-5755-4a62-8703-49c04aeb8c/enhanced-reader.html?openApp&pdf=http%3A%2F%2Fbpp.fpik.ub.ac.id%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F02%2FPROFIL-DESA-PESISIR-SELATAN-JAWA-TIMUR-Vol-2.pdf](http://aa930414-5755-4a62-8703-49c04aeb8c/enhanced-reader.html?openApp&pdf=http%3A%2F%2Fbpp.fpik.ub.ac.id%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F02%2FPROFIL-DESA-PESISIR-SELATAN-JAWA-TIMUR-Vol-2.pdf).

Suparmoko, Muhammad. *Ekonomi Publik Untuk Keuangan Dan Pembangunan Daerah*. Andi, 2002.

Tamam, Ahmad Badrut, and Siti Fahimah. "Pengembangan Agrowisata Berbasis Komunitas Melalui Program Edukasi Wisata Dan Entrepreneurship Menuju Kemandirian Ekonomi Masyarakat." *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2020): 100–115.

Toral, S. L., M. R. Martínez-Torres, and M. R. Gonzalez-Rodriguez. "Identification of the Unique Attributes of Tourist Destinations from Online Reviews." *Journal of Travel Research* 57, no. 7 (2018): 908–919.