

## **IPTEKS BAGI MASYARAKAT MANAJEMEN DESA WISATA KALIBUNTUNG**

Yohana Ari Ratnaningtyas  
Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
Jl. Parangtritis km 6,5 Sewon, Bantul, Yogyakarta 55188  
yohanaarir@gmail.com

### **Abstract**

*Administrators at Kalibuntung Touristy Village feel that their ability and knowledge in management and tourism are very limited, therefore, it is necessary to conduct a workshop to enhance the quality of the administrators. After the participant obtained the material from the workshop, it is hoped that their skill and knowledge about management and marketing are improved. The method employed was initiated by a program socialization to create a communication as well as to help enhance the participants' skill about the importance of the management system in developing touristy village. Administrators along with team identify and study the problems, the potencies and chances which then arranged in a plan and implemented as workshops aiming to improve the ability of the participants in comprehending the issues of management and tourism in enhancing the touristy village and to give practical experience in accordance with the latest development. Workshops materials' are namely Management Workshop, Tourism Marketing Workshop, and Blog Management Workshop. Monitoring and evaluation are conducted to monitor all workshops, both the process of implementation and the expected results so they could be well elaborated as stated in the initial objective. The result showed that there is an improvement in the quality of the administrators in management and tourism as well as there is a blog or Facebook of the touristy village to open the market of the touristy village much better. Workshops are finalized by handing over some donations such as brochures, costumes for gamelan players (pengrawit) and sound system, witnessed by administrators of the touristy village, coordinator of gamelan players and a representative from Tourism Office Bantul.*

**Keywords:** *improvement of ability, management, touristy village*

### **Abstrak**

Pengurus di Desa Wisata Kalibuntung merasa kemampuan dan pengetahuan di bidang manajemen dan pariwisata masih sangat terbatas, oleh karena itu dipandang perlu untuk melakukan pelatihan guna peningkatan kualitas pengurus. Setelah peserta mendapatkan materi pelatihan, diharapkan terjadi peningkatan kemampuan dan pengetahuan pengurus desa wisata dalam hal manajemen dan pemasaran. Metode yang dipakai didahului dengan sosialisasi program untuk menciptakan komunikasi serta membantu meningkatkan pemahaman pengurus tentang pentingnya manajemen dalam pengembangan desa wisata. Pengurus desa wisata bersama dengan tim mengidentifikasi dan mengkaji masalah, potensi serta peluang kemudian disusun rencana kegiatan berupa program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memahami masalah manajemen dan pariwisata bagi pengembangan desa wisata dan memberikan pengalaman praktis sesuai dengan perkembangan terkini. Materi yang diberikan adalah Pelatihan Manajemen, Pelatihan Pemasaran Pariwisata dan Pelatihan Pengelolaan *Blog*. Monitoring dan evaluasi diadakan untuk memantau kegiatan ini, baik proses pelaksanaan maupun hasil yang dicapai agar sesuai dengan tujuan semula. Hasil yang diperoleh terjadi peningkatan kualitas pengurus dibidang manajemen dan pariwisata serta tersedianya *blog/facebook* desa wisata sehingga diharapkan dapat mengelola dan memasarkan desa wisata dengan lebih baik. Pelatihan diakhiri dengan penyerahan bantuan berupa brosur, kostum seragam pengrawit dan *sound system* disaksikan pengurus desa wisata, ketua kelompok pengrawit dan perwakilan dari Dinas Pariwisata Bantul.

**Kata kunci :** peningkatan kemampuan, manajemen, desa wisata

### **Pendahuluan**

Upaya pengembangan desa wisata secara terpadu oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul merupakan langkah yang strategis dan memiliki prospek yang bagus. Keberhasilan pengembangan Desa Wisata tergantung pada kesan baik dan

menyenangkan yang diperoleh wisatawan setelah mengunjungi desa wisata itu. Kesan yang baik/menyenangkan akan terbentuk jika para wisatawan merasa mendapatkan apa yang diharapkan, mulai dari kebutuhan akan makan minum, akomodasi serta kebutuhan untuk cinderamata. Sebaliknya jika kesan

yang diperoleh wisatawan adalah tidak baik / tidak menyenangkan dapat dipastikan bahwa pengembangan desa wisata tidak akan berhasil yang berarti wisatawan yang datang tidak dapat terpenuhi harapannya atau kebutuhannya.

Salah satu desa wisata yang saat ini menjadi perhatian dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul adalah Desa Wisata Kalibuntung. Desa wisata ini berada di dusun Tangkil yang merupakan salah satu dusun di desa Srihardono, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Srihardono berjarak sekitar 20 km ke arah Selatan dari Ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan dari Ibukota Kabupaten Bantul berjarak 5 km ke arah tenggara. Daerah ini mudah dicapai, karena dari kota Yogyakarta dihubungkan jalan beraspal menuju obyek wisata Pantai Parangtritis. Desa Srihardono telah dihubungkan dengan jalan beraspal yang menuju kota Kecamatan Pundong, yang merupakan salah satu pusat industri gerabah yang mulai berkembang di Kabupaten Bantul selain Kasongan.

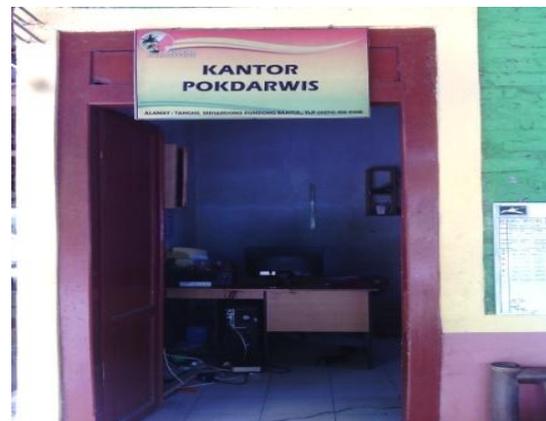
Desa Wisata Kalibuntung yang berada di dusun Tangkil merupakan salah satu aset desa yang saat ini sedang difokuskan untuk berkembang. Secara administratif dusun ini berbatasan dengan Desa Patalan di sebelah Utara, Dusun Jonggrangan di sebelah Timur, Dusun Pundong di sebelah Selatan dan Dusun Derso di sebelah Barat. Desa Wisata Kalibuntung ini masih merupakan desa wisata yang baru karena baru mulai terbentuk pada tanggal 15 Agustus 2011, atas prakarsa para warga masyarakat dan pemuda yang sadar akan wisata. Hal ini didasarkan pada komitmen dan dorongan yang kuat untuk menggali potensi yang dimiliki dan berupaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga sekitar.



Gambar 1  
Gapura Desa Wisata Kalibuntung

Desa wisata ini mulai dapat perhatian dan diresmikan oleh Dinas Pariwisata Bantul pada tanggal 24 September 2011 dan diprediksi dapat berkembang dengan cepat karena tekad dan komitmen yang kuat dari para penggerak sadar wisata. Desa Wisata Kalibuntung memiliki beberapa potensi diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional lengkap dengan kultur budayanya. Lokasi desa yang dekat dengan persawahan dan sungai sehingga sangat potensial untuk dapat dikembangkan wisata air dan pengembangan pertanian. Disamping itu terdapat beberapa pengembangan *homeindustry* baik kerajinan maupun kuliner ditambah dengan tekad dan semangat pemuda yang ingin bersama-sama memajukan desanya.

Sampai saat ini Desa Wisata Kalibuntung telah memiliki beberapa fasilitas diantaranya wahana *out bound* yang terdiri dari beberapa permainan diantaranya, *flayingfox*, perahu rakit, berbagai macam permainan air dan darat, gazebo dengan kapasitas hingga 300 orang, lengkap dengan fasilitas kamar mandi, warnet mini dengan jumlah komputer sebanyak 5 buah dan rumah dokter kecil lengkap dengan peralatan kesehatan serta peraga.



Gambar 2  
Kantor Pokdarwis

Disamping itu terdapat kelompok seni "Mudho Laras" yang menampilkan berbagai atraksi seperti karawitan, reog dan gejog lesung. Juga terdapat kelompok kerajinan "Tangan Urip" yang menarik perhatian wisatawan untuk ikut terlibat dalam berbagai pembuatan karya seni seperti kerajinan dari batok kelapa, batik kaos, kerajinan dari koran, janur dan topeng. Fasilitas yang ada ini akan terus dikembangkan lagi sehingga dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi wisatawan yang datang menikmati suasana pedesaan yang asri.



Gambar 3.

Grup karawitan dengan dengan kostum lengkap

Potensi dan semangat dari pengelola desa wisata ini saja tidak cukup, perlu diimbangi dengan adanya tambahan pengetahuan dan ketrampilan untuk mengelola dan memasarkan desa wisata ini dengan lebih optimal agar terjadi kunjungan wisatawan yang terus meningkat dan selalu diakhiri dengan kepuasan atas penggunaan produk dan jasa layanan dari Desa Wisata Kalibuntung. Disamping itu masyarakat di desa tersebut juga harus dibina dan disiapkan menjadi warga yang sadar wisata agar bisa menerima kunjungan wisatawan sebagai tamu yang harus dihormati sehingga wisatawan merasa nyaman dan diharapkan menjadi pendukung meningkatkan sumber penghasilan bagi mereka.



Gambar 4

Wahana outbound

Berdasarkan pengamatan lebih lanjut terhadap kondisi internal, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain: keterbatasan sumber daya manusia seperti rendahnya jiwa wirausaha, kemampuan dan ketrampilan mengelola yang masih sangat terbatas, kurang berani mengambil tindakan yang dirasa berisiko dan sudah merasa cukup puas dengan yang dijalani dan dicapai. Kondisi tersebut diharapkan segera dapat diminimalkan sehingga pengelolaan desa wisata ini dapat berkembang dengan lebih optimal. Dengan berbagai pelatihan diharapkan mereka dapat segera mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk

meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan. Dengan keterbatasan sumberdaya yang dimiliki, pada umumnya masih lemah dalam hal pengelolaan usaha seperti manajemen usaha masih bersifat tradisional dan kekeluargaan, tidak ada pemisahan antara keuangan keluarga dengan usaha, tidak ada perencanaan menyeluruh atas proses produksi dan pemasaran dan dokumentasi kegiatan yang belum tertata dengan baik. Desa wisata ini juga masih mempunyai berbagai kelemahan dalam hal pemasaran seperti jaringan yang belum luas, belum mempunyai kesempatan untuk mengikuti pameran maupun promosi dan pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional. Hal ini karena keberadaan sebagai desa wisata masih tergolong baru, sehingga masih sangat dibutuhkan pendampingan, baik material maupun sumber daya manusia yang mengelolanya.



Gambar 5

Pengurus Desa Wisata

Menurut Australia's Commonwealth Departemen of Tourism (1994) dalam strategi pariwisata pedesaan Australia dikatakan bahwa pengklasifikasian pariwisata pedesaan meliputi; pulau, pantai, pedalaman, desa, semak-semak, dan daerah terpencil. Kategori ini untuk menggabungkan variabel ekologis dan perseptual, khususnya pada pola-pola geografis dan permukiman desa. Sedangkan Lane (1994) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan investasi di daerah pedesaan meliputi: nilai keindahan, aset khusus margasatwa, aset kultural, kemudahan untuk mengakses oleh masyarakat, fasilitas olahraga, keterampilan manajemen dan promosi yang efektif.

Pariwisata dipandang dapat menjadi alat penarik investasi di daerah yang sangat potensial. Jika dibandingkan dengan sektor lain, yakni sektor industri, sektor pertanian dan sektor primer lainnya, pariwisata memiliki banyak keunggulan, diantaranya pengembangan pariwisata merupakan yang paling cepat dapat dilaksanakan, bisa dilaksanakan dengan metode yang paling mudah, dan kendalanya relatif lebih sedikit. Sektor lain akan lebih mudah mendapatkan kendala. Industri pariwisata juga menawarkan cara yang cepat untuk membangun industri pendukung, yakni: hotel, restoran, penyewaan bus

wisata, sewa perahu, industri souvenir, dan lainnya (Gunawan dan Ina Herlina, 2000).

Supaya pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan, maka pelaksanaan pengembangannya harus berpegang pada prinsip-prinsip yaitu menjaga kebebasan, kemandirian, keutuhan bangsa dan wilayah; memupuk rasa cinta tanah air, persatuan, kebhinekaan, pluralisme, dan multikultur; memelihara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta meningkatkan persahabatan antar suku bangsa dan perdamaian (Ardika, 2007). Dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata ini, Pinata & Diarta (2009), menyatakan bahwa untuk mengembangkan sebuah kawasan pedesaan menjadi kawasan pariwisata yang memiliki daya tarik, diperlukan beberapa tahapan pendekatan, yakni pertama tahap perencanaan yang terdiri atas dua bagian yaitu perencanaan secara individu dan kolektif. Tahap ini harus dimulai dengan membangkitkan kesadaran individu penduduk lokal dan kemudian pengadopsian secara kolektif peluang pemanfaatan sumberdaya lokal dalam perencanaan sosial ekonomi. Kemudian penguatan sistem sosial, pada tahap ini mulai dibangun kemitraan antara komunitas lokal dengan lembaga pariwisata formal untuk menjamin keberlanjutan atraksi pariwisata kawasan. Terakhir, implementasi rencana pengembangan pariwisata pedesaan, yang dicirikan oleh telah berlangsungnya kegiatan pariwisata pedesaan

### **Metode Pelaksanaan**

Sasaran kegiatan pengembangan desa wisata ini adalah pengelola desa wisata dan ketua kelompok yang terkait dengan desa wisata. Setelah peserta mendapatkan materi pelatihan, diharapkan mereka dapat menjelaskannya kembali kepada rekan sekerja mereka atau kepada bawahan mereka sehingga bisa terjadi peningkatan kualitas sumber daya manusia di seluruh desa wisata. Dengan begitu target yang diharapkan dapat tercapai, yakni meningkatnya kemampuan dan pengetahuan pengelola desa wisata dalam hal manajemen dan pemasaran dan membentuk masyarakat yang sadar wisata serta tersedianya brosur dan *blog/facebook* sebagai sarana promosi yang berisi informasi tentang produk Desa Wisata Kalibuntung serta terdapat inventarisasi kostum seragam pengrawit dan *sound system*.

Dengan mengetahui permasalahan yang dihadapi, maka ditawarkan solusi untuk meningkatkan kinerja mereka dengan cara mengembangkan desa wisata supaya dapat lebih berdaya dan selanjutnya dapat berperan lebih besar bagi pengembangan perekonomian masyarakat. Adapun metode yang diterapkan adalah yang pertama sosialisasi program kegiatan untuk menciptakan komunikasi serta membantu untuk meningkatkan pemahaman pengelola desa wisata dan pihak terkait

tentang pentingnya program pengembangan desa wisata untuk mendukung pengembangan pariwisata dan memajukan ekonomi masyarakat. Maksud program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pengelola desa wisata dalam memahami manajemen dan pemasaran. Dalam proses ini pengelola desa wisata bersama-sama dengan tim mengidentifikasi dan mengkaji permasalahan, potensi serta peluang. Setelah teridentifikasi segala potensi dan permasalahan yang dihadapinya, selanjutnya pengelola desa wisata bersama tim menyusun rencana kegiatan yang konkrit dan realistis. Implementasi rencana kegiatan dengan melakukan pelatihan yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan peserta pelatihan dalam memahami masalah-masalah yang menjadi kendala bagi pengembangan desa wisata dan memberikan pengalaman praktis sesuai dengan perkembangan terkini.



Gambar 6. Proses Pembuatan Brosur

Materi yang akan diberikan pada peserta antara lain: Manajemen Seni Pertunjukan, Pelatihan Pemasaran Pariwisata, dan Pelatihan Pengelolaan Blog. Masing-masing diberikan dalam 8 kali pertemuan, dengan harapan peserta telah memperoleh pemahaman yang cukup untuk mengelola desa wisata dan kelompok secara lebih baik dan profesional. Setelah selesai pelatihan dilakukan monitoring dan evaluasi partisipatif yang merupakan suatu proses penilaian, pengkajian dan pemantauan kegiatan ini, baik proses pelaksanaan maupun hasil dan dampaknya yang dilakukan agar sesuai dengan tujuan semula.

### **Hasil dan Pembahasan**

Sebelum melaksanakan pengabdian pada masyarakat dilakukan terlebih dahulu survei ke desa wisata Kalibuntung untuk mengetahui berbagai potensi yang ada di desa tersebut, dengan melakukan kunjungan ke pengelola desa wisata. Kemudian diadakan sosialisasi dengan pengurus desa wisata, pengelola grup kesenian dan kerajinan serta karang taruna untuk memberikan penjelasan program pengabdian yang akan dilaksanakan dan teknik pelaksanaan di lapangan. Respon dari desa sangat positif terbukti dengan diskusi dan kesepakatan terkait dengan pelaksanaan program ini. Disamping

itu pengurus sangat antusias dan kooperatif terhadap rencana yang disampaikan. Pada saat pembukaan program pelatihan dihadiri oleh pengurus dan tokoh masyarakat setempat dan perwakilan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.

Pelatihan yang pertama adalah pelatihan manajemen yang bertujuan untuk memperbaiki pengelolaan desa wisata dengan materi yang diajarkan meliputi manajemen keuangan, pemasaran, kewirausahaan, sumber daya manusia dan cara berkomunikasi yang efektif. Masyarakat sangat terbuka dalam menerima masukan dari tim. Dalam pelatihan manajemen tampak antusiasme dari pokdarwis dan pengurus untuk mempelajari pengelolaan manajerial yang baik dan benar untuk kemajuan desa wisata mereka. Selama ini manajemen yang dilaksanakan belum tertata dengan baik, sehingga ada beberapa pos dana dan pengelolaan yang tidak seimbang. Peserta yang hadir sebanyak 30 orang menanyakan berbagai masalah yang terkait dengan manajemen agar bisa dipergunakan untuk memperbaiki dan mengembangkan desa wisata ini. Dengan dilaksanakannya pelatihan ini, pengelola menjadi mampu memaksimalkan dana dalam pos-pos yang telah ada. Kemajuan dalam berkomunikasi juga menjadi catatan penting dalam pelaksanaan pelatihan ini, sehingga diharapkan wisatawan yang akan datang berkunjung mendapatkan suasana kekeluargaan yang baik dan natural.



Gambar 7  
Pelatihan Pengelolaan *Blog*

Kemudian diadakan pelatihan pembuatan *blog* yang meliputi mengapa memilih blogger, membuat email dengan gmail, membuat blog di blogger, menulis artikel di blog, membuat blog makin optimal kemudian kemungkinan pengembangan blog. Pelatihan ini diikuti 10 orang peserta yang merupakan pengurus desa wisata yang kebanyakan anak muda yang ingin mempromosikan desanya melalui media sosial. Program pelatihan ini sangat terdukung karena desa wisata kalibuntung menjadi Pusat Layanan Internet Kecamatan dengan adanya 5 (lima) komputer yang merupakan bantuan dari KEMKOMINFO. Peserta pelatihan sangat

antusias mengikuti karena membuka wawasan dan pengetahuan mereka untuk bisa mengelola dan memasarkan desa wisata Kalibuntung di dunia maya.



Gambar 8  
Pusat Layanan Internet

Pelatihan yang terakhir dilakukan adalah pelatihan pemasaran pariwisata dengan jumlah peserta 20 orang. Materi yang disampaikan adalah pengantar pariwisata, pengenalan dan materi tentang industri pariwisata, sarana dan prasarana wisata, obyek dan atraksi wisata, manajemen dan pemasaran pariwisata serta dikenalkan tentang seluk beluk desa wisata beserta cara pengembangannya. Pada pelatihan ini, tampak antusiasme masyarakat dalam menerima materi untuk pengembangan potensi kepariwisataan yang telah ada di desa wisata Kalibuntung. Di bidang pemasaran diajarkan perlunya pemasaran serta berbagai strategi promosi untuk bisa mengenalkan desa wisata Kalibuntung dan bagaimana cara mencari dan menambah wisatawan yang berkunjung. Kemudian muncul semangat dan ide-ide untuk memperbaiki dan menambah objek dan atraksi wisata yang kemudian memasarkan desa wisata ini ke pasar yang lebih luas lagi sehingga akan banyak wisatawan yang datang baik dari dalam maupun luar negeri.



Gambar 9.  
Sound system yang disumbangkan

Selain ketiga pelatihan seperti yang disebutkan diatas, desa wisata ini juga dibuatkan brosur dan *blog/facebook* sebagai sarana promosi yang berisi informasi tentang produk Desa Wisata

Kalibuntung. Dengan adanya pembuatan brosur dan *blog* ini dimaksudkan untuk membantu memperluas pemasaran sehingga diharapkan desa wisata Kalibuntung dapat semakin dikenal wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Disamping itu juga diserahkan bantuan berupa kostum baru seragam pengrawit yang merupakan satu paket lengkap yang terdiri dari baju, jarik dan blangkon serta 2 (dua) buah *sound system*. *Sound system* ini sangat berarti karena biasanya jika diadakan acara besar atau pementasan pasti *sound system* harus menyewa yang membutuhkan anggaran yang besar. Pemberian bantuan kostum ini merupakan suatu hal yang sangat berarti, karena ketika mereka akan melakukan pementasan tidak perlu lagi keluar biaya untuk menyewa kostum, dan ini cukup membantu dalam biaya pengelolaan desa wisata Kalibuntung. Penutupan pelatihan dan penyerahan bantuan brosur, kostum pengrawit dan *sound system* dihadiri oleh Dinas Pariwisata Bantul, pengelola desa wisata dan pengurus kelompok kesenian.

### **Kesimpulan**

Dari program pengabdian masyarakat berupa pelatihan Manajemen, Pelatihan Pemasaran Pariwisata dan Pelatihan Pengelolaan *Blog* seperti telah disebutkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai desa wisata yang masih terbilang baru Kalibuntung menyimpan banyak potensi yang harus terus dikembangkan. Masyarakat dengan terbuka mau memperbaiki diri dengan latihan dan tambahan pengetahuan yang didapat sehingga diharapkan desa wisata ini akan semakin maju dan berkembang serta dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 10.

Bersama Pengurus dan Dinas Pariwisata Bantul

Perubahan pola pemasaran kegiatan yang menjadi lebih agresif daripada sebelumnya diharapkan dapat semakin menarik banyak wisatawan untuk berkunjung dan menginap di desa wisata Kalibuntung. Banyaknya potensi wisata yang mulai dikembangkan oleh masyarakat desa Wisata

Kalibuntung pada saat ini, diharapkan pada tahun-tahun mendatang akan menjadi daya tarik tersendiri sehingga desa Wisata Kalibuntung dapat menjadi salah satu desa wisata unggulan di Kabupaten Bantul.

Agar dapat menjadi desa wisata yang lebih berkembang perlu dipersiapkan fasilitas pendukung yang lebih baik serta terlaksananya sapa pesona dalam kehidupan masyarakat di desa wisata Kalibuntung serta memasarkannya di luar kota Yogyakarta sehingga pangsa pasarnya terbuka lebih luas. Disamping itu diharapkan keterlibatan pemerintah lebih lanjut seperti adanya dukungan fasilitas maupun pendanaan bagi pemasaran dan pengembangan desa wisata Kalibuntung ini.

### **Daftar Pustaka**

- Ardika, I Gde. (2007). *Paradigma Baru Kepariwisata*, Makalah dalam Konferensi Pariwisata Indonesia 2020, Yogyakarta, 22 Agustus 2007.
- Australia's Commonwealth Department of Tourism, (1994). *National Rural Tourism Strategy*, Canberra: Australia's Commonwealth Department of Tourism.
- Cawley, M., & Gillmor, D. A. (2008). *Integrated rural tourism:: Concepts and Practice*. *Annals of tourism research*, 35(2), 316-337.
- Clarke, J. (1999). *Marketing structures for farm tourism: beyond the individual provider of rural tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(1), 26-47.
- Clarke, J. (2005). *Effective marketing for rural tourism*. *Rural tourism and sustainable business*, 26, 87.
- Drăgulănescu, I. V., & Druțu, M. (2012). *Rural tourism for local economic development*. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 2(1), 196-203.
- Eccles, G. (1995). *Marketing, Sustainable Development and International Tourism*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(7), 20-26.

- Galston, W. A., & Baehler, K. J. (1995). *Rural Development in the United States: Connecting Theory, Practice, and Possibilities*. Island Press, PO Box 7, Dept. 2PR, Covelo, CA 95428.
- Gilbert, D. (1989). *Rural tourism and marketing: Synthesis and new ways of working*. *Tourism Management*, 10(1), 39-50.
- Gunawan, Myra P. dan Ina Herlina. (2000). *Garis Besar Perencanaan Pembangunan dan Pemasaran Pariwisata Di Tingkat Lokal Dan Wilayah*. Bandung. Pusat Penelitian Kepariwisata ITB.
- Lane, B. (1994). *Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation*. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 102-111.
- Lane, B. (2009). *Rural tourism: An overview*. *The SAGE handbook of tourism studies*, 354-370.
- Laporan Tahunan Desa Srihardono. 2016.
- Nugroho, Iwan. (2011). *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Pangabean, Riana. (2004). *Membangun Paradigma Baru Dalam Mengembangkan DESA WISATA*. Jakarta.
- Pavel, C. (2013). *Implementation of Marketing in Rural Tourism*. *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, 1(2), 36-42.
- Pemerintah Desa Kebonagung. (2000). *Penyusunan perencanaan pengembangan kawasan desa wisata Kebonagung*. Bantul.
- Pitana, I Gde & Diarta, I Ketut Surya. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Publishing.
- Profil Desa Wisata Kalibuntung. 2016.
- Roberts, L., & Hall, D. (2004). *Consuming the countryside: Marketing for 'rural tourism'*. *Journal of Vacation Marketing*, 10(3), 253-263.
- Su, B. (2011). *Rural tourism in China*. *Tourism Management*, 32(6), 1438-1441.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). *Factors for success in rural tourism development*. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138.