

"WISATA HAMMOCK" SEBAGAI UPAYA MENGEMBANGKAN EKOWISATA BEDENGAN DI DESA SELOREJO KABUPATEN MALANG

Januar Kustiandi^{1*}, M. Hasyim Ibnu
Abbas¹, Yogi Dwi Satrio¹,
Mochammad Galih S Wicaksono²

Abstrak

Sektor pariwisata telah berkembang pesat, bahkan telah menjadi sektor tercepat perkembangannya dalam aktivitas ekonomi dunia. Pariwisata merupakan sektor yang diunggulkan dan dijadikan kunci penting untuk pembangunan wilayah suatu negara sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dibentuknya desa wisata yang ada di Indonesia telah menunjukkan adanya pembangunan daerah dan aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, tidak semua daerah di Indonesia memiliki desa wisata yang mampu menopang hidup masyarakatnya. Hal tersebut juga dihadapi oleh Desa Selorejo yang berada di Kecamatan Dau Kabupaten Malang yang merupakan salah satu desa wisata di provinsi Jawa Timur. Program Pengabdian ini memiliki tujuan untuk membangun dan mengembangkan Wisata Bedengan agar dapat menambah daya tarik wisatawan melalui kegiatan pelatihan dan juga penyediaan fasilitas pendukung. Kegiatan ini diawali dengan persiapan guna untuk menyiapkan segala kebutuhan dalam pelaksanaan kegiatan. Kegiatan berikutnya yakni memberikan pembekelan dan pelatihan sekaligus dilakukan simulasi berdasarkan materi yang telah disampaikan. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi bersama dengan memberikan umpan balik dari hasil pelaksanaan program ini. Secara keseluruhan, program ini mendapat respon positif dan pihak pengelola sangat antusias dan mereka berjanji akan lebih giat dan lebih bersemangat dalam mengembangkan Wisata Bedengan.

Kata Kunci: Ekowisata; Fasilitas Pendukung; Pelatihan

¹Ekonomi Pembangunan, Universitas
Negeri Malang

²Akuntansi, Universitas Negeri
Malang

Article history

Received : 07-10-2020

Revised : 17-03-2021

Accepted : 03-04-2021

*Corresponding author

Januar Kustiandi

Email: januar.kustiandi.fe@um.ac.id

Abstract

The tourism sector has overgrown and has even become the fastest growing sector in world economic activity. Tourism is a sector that is excelled and is used as an important key for regional development of a country and improves the welfare of the community. The formation of tourist villages in Indonesia has shown the existence of regional development and community economic activities. However, not all regions in Indonesia have tourist villages that are able to support the lives of their people. This is also faced by Selorejo Village, which is in Dau District, Malang Regency, one of the tourist villages in East Java. This Service Program aims to build and develop "Wisata Bedengan" to increase tourist attraction through training activities and the provision of supporting facilities. This activity begins with preparations to prepare all the needs in carrying out activities. The next activity is providing briefings and training as well as conducting simulations based on the material that has been presented. In the final stage, a joint evaluation is carried out by providing feedback on the implementation of this program. Overall, this program received a positive response, and the management was very enthusiastic and promised to be more active and enthusiastic in developing "Wisata Bedengan".

Keywords: Ecotourism; Supporting Facilities; Training

© 2021 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Dewasa ini pariwisata telah berkembang pesat bahkan telah menjadi sektor tercepat perkembangannya dalam aktivitas ekonomi dunia. *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) mengatakan bahwa pariwisata merupakan sektor

yang diunggulkan dan dijadikan kunci penting untuk pembangunan wilayah suatu negara sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Banyaknya potensi pariwisata di Indonesia, telah mengundang banyak wisatawan asing yang menjadikan rencana berlibur untuk menikmati keindahan

alamnya. Daya tarik wisata di Indonesia terpancar mulai berbagai macam pantai, pegunungan, atau pun wisata yang bersifat historis.

Kabupaten Malang merupakan salah satu Kabupaten terluas di Provinsi Jawa Timur, dengan luas wilayah 3.348 km² atau sama dengan 334.800 ha. Kondisi geografis ini menjadi bukti bahwa luasnya daerah Kabupaten Malang menunjukkan adanya berbagai potensi baik dari segi alam, demografis, sosial, dan budaya, sehingga menjadikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat luar untuk menikmati segala kekayaan yang dimiliki Kabupaten Malang. Berdasarkan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kabupaten Malang selama lima (5) tahun terakhir, selain sektor industri Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Malang juga didukung dari sektor pariwisata yang mana sektor pariwisata telah memberikan efek secara langsung terhadap tumbuh kembangnya perekonomian rakyat.

Pariwisata Inti Rakyat (PIR) menjelaskan Desa Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik kehidupan sosial ekonomi, sosial, budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkan berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya. Pembangunan desa wisata merupakan realisasi dari pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah (UU No. 22 Tahun 1999). Di Kabupaten Malang telah terbentuk desa wisata di setiap kecamatan yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang.

Terbentuknya desa wisata terbukti dapat mempercepat pembangunan di daerah dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Chiu et al., 2016; Rajaratnam et al., 2015). Hal ini selaras dengan program dan kebijakan pemerintah pusat untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di daerah (Andriyani et al., 2017; Mukti et al., 2020). Dari sekian banyak Desa Wisata yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, Desa Selorejo yang berada di Kecamatan Dau menyimpan banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan. Potensi terbesarnya berasal dari perkebunan jeruk, sehingga buah jeruk telah dijadikan sebagai icon komoditas desa tersebut (Safutra, 2019).

Tidak hanya unggul komoditasnya saja, di sekitar Desa Selorejo juga terdapat berbagai potensi wisata diantaranya Wisata Petik Jeruk, *OutBond Area*, Bumi Perkemahan, Buwes Waterfall, Wisata Singo Dermo Waterfall, dan Wisata Rekreasi Bedengan (Ati, 2020). Salah satu wana wisata yang

bisa dikembangkan untuk menjadi ikon baru adalah wana wisata rekreasi bedengan. Wisata Bedengan menyuguhkan suasana hutan yang asri dan menyenangkan serta tersedianya spot-spot foto menarik yang dapat diabadikan. Wisatawan yang berkunjung biasanya dari instansi kerja atau keluarga yang memilih wisata *outbound* untuk meningkatkan hubungan kerja sama dalam pekerjaan, meningkatkan hubungan baik, meningkatkan kinerja, melatih kepemimpinan, strategi kerja dan menurunkan tingkat stress melalui permainan yang ditawarkan dalam kegiatan selama *outbound*.

Berdasarkan hasil kunjungan ke lokasi Bedengan, telah dijumpai beberapa permasalahan yakni bentuk pelayanan masih tradisional, manajemen internal masih belum teratur dan belum ada pengelolaan kegiatan wisata. Padahal salah satu keunggulan dari wisata Bedengan ini adalah terdapat ground yang dapat digunakan untuk kegiatan *outbond*. Buhalis et al. (2020) menjelaskan bahwa faktor paling penting dalam meningkatkan daya tarik wisatawan adalah pengelola harus memberikan kualitas pelayanan terbaik sehingga didapatkan suatu kepercayaan dan kepuasan dari wisatawan yang berkunjung ke Wisata Bedengan. Dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik, wisatawan akan membagi perasaan dan pengalaman mereka setelah berkunjung ke wisata Bedengan (Chen, 2017). Istilah tersebut dikenal sebagai *Word of Mouth* (WOM) atau dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran WOM dirasa paling efektif dan efisien baik dari segi biaya maupun tenaga sehingga strategi ini banyak digunakan untuk mempromosikan suatu barang/jasa (Brown et al., 2007; Peng et al., 2020; Xiao et al., 2019).

Wisata Bedengan membutuhkan sebuah program untuk memperbaiki sistem yang telah dilaksanakan baik secara internal maupun eksternal. Program pelatihan kepada pihak pengelola akan dijadikan sebagai sarana untuk pengembangan dan peningkatan kualitas sistem pelayanan. Program ini banyak mempergunakan alam bebas sebagai mediana. Para peserta akan mempelajari semua materi dari kegiatan atau permainan yang akan diadakan di alam terbuka.

Kawasan Wisata Bedengan sangat mendukung diadakan aktivitas *outbound* sebagai salah satu daya tarik wisatawan. Hal ini didukung dengan banyaknya Biro perjalanan dan event organizer yang menyediakan fasilitas-fasilitas paket aktivitas *outbound* seperti penyelenggara *outbound* event organizer. Untuk itu, sangat diperlukan sebuah program pelatihan dan pengembangan wisata Hammock bagi anggota pokdarwis untuk mengembangkan pariwisata di Wisata Bedengan. Selain itu, juga diperlukan pengelolaan dan pengemasan pelayanan yang menarik dan alami dengan

pengembangan fasilitas pendukung wisata dalam suatu tata lingkungan yang harmonis serta terencana sehingga siap untuk menerima kunjungan wisata dan juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Wisata Bedengan.

METODE PELAKSANAAN

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Bedengan sebagai pihak pengelola wisata menjadi sasaran utama dalam kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun dan mengembangkan Wisata Bedengan agar menambah daya tarik wisatawan melalui kegiatan *outbound* dan juga penyediaan fasilitas Hammock. Hammock bukan lagi menjadi tempat untuk bersantai, tetapi menjadi *trend* di kalangan masyarakat dan dijadikan sebagai konten menarik di sosial media mereka. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap, diantaranya tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan observasi untuk mengumpulkan data. Setelah data terkumpul, dianalisis hingga menemukan suatu permasalahan dan solusi yang dibutuhkan masyarakat dalam upaya membantu meningkatkan perekonomian masyarakat melakukan aktivitas pariwisata. Selanjutnya melakukan koordinasi dan sinkronisasi terkait dengan pelaksanaan rencana kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan menggunakan metode *Training of Trainer (ToT)* yakni memberikan sosialisasi dan pelatihan terhadap mitra. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memberikan wawasan dan sekaligus pendampingan terhadap pengelola, agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi pengunjung. Rangkaian kegiatan pelaksanaan diantaranya sebagai berikut:

1. Pemberian materi tentang bentuk-bentuk permainan *outbond* untuk bermacam-macam kategori umur, serta pemberian materi tentang tujuan dari permainan yang dilakukan.
2. Pelatihan dan pendampingan untuk memasarkan tempat wisata kepada pihak luar.
3. Pengadaan/pembuatan fasilitas pendukung untuk pembelajaran alam berbasis permainan.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi terhadap pelaksanaan rangkaian kegiatan pengabdian dilakukan bersama pihak pengelola. Selanjutnya pengelola wisata diharapkan dapat mengimplementasikan hasil pelatihan dan pemanfaatan atas penambahan

wahana baru berupa "Hammock" untuk melayani wisatawan secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dimulai dari pengambilan data yakni melalui survey lapangan untuk mengamati situasi dan kondisi sekitar wisata bedengan (**Gambar 1**). Hasil survey lapangan menunjukkan bahwa belum adanya unit-unit usaha yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata di kalangan milenial yang *instagramable* dan belum adanya kegiatan pembelajaran alam berbasis permainan yang dilihat dari segi fasilitas pendukung edukasi alam. Hal tersebut diperjelas oleh oleh RA:

"Kami sebenarnya ingin mas, wisata bedengan ini dilengkapi fasilitas dan wahana-wahana baru. Tapi mau gimana lagi, untuk memenuhi itu kami membutuhkan banyak dana, tapi dana dari mana yang bisa kami olah? Tapi kami sangat senang kehadiran tim pengabdian Universitas Negeri Malang (UM) telah memberikan perhatian terhadap kemajuan wisata Bedengan ini"



Gambar 1. Ground wisata Bedengan

Berdasarkan hasil survey lapangan, masih adanya lahan (*ground*) yang belum diolah sama sekali. Permasalahan di analisis untuk merumuskan suatu program yang dapat direalisasikan di wisata Bedengan. Merujuk hal tersebut, ide yang diberikan pada pengelola yakni lahan kosong yang ada di kawasan wisata Bedengan dapat dimanfaatkan untuk pengembangan suatu program, salah satunya berupa pelayanan *outbound*. Tentu saja, konsep yang ditawarkan berbeda dengan *outbound* pada umumnya, dalam hal ini lebih menekankan pada permainan berbasis alam. Konsep permainan berbasis alam yang dimaksud adalah permainan dengan memanfaatkan lingkungan sekitar (**Sutisno & Afendi, 2018**). Hal tersebut dinilai lebih ekonomis, pengelola tidak perlu mengeluarkan banyak dana untuk menciptakan sebuah kegiatan wisata karena semua kebutuhan tersedia pada alam.

"Kendala kami juga pada sdm-nya mas, yang mengelola ini hanya beberapa dan pendidikan kami tidak seperti sampean (anda). Kami merasa beruntung bisa bertemu sampean dan pada akhirnya mindset kami lebih terbuka dan lebih maju untuk mengembangkan wisata ini"

Tahap berikutnya adalah melakukan pelatihan secara bertahap dengan metode *Training of Trainer* (TOT), yakni memberikan penyuluhan guna membekali pengetahuan dan keterampilan pokdarwis. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini, yakni peserta terlihat memahami materi yang dapat dibuktikan dari keaktifan mereka saat memberikan umpan balik pada forum. Setelah penyampaian materi, pengelola diminta untuk melakukan simulasi sederhana agar mereka dapat mengimplementasikan secara nyata dari materi yang diberikan tim.

Pada minggu kesatu bulan Juni 2020, kegiatan sosialisasi berupa pengenalan terhadap permainan berbasis alam. Permainan pertama adalah permainan air, tim menyebutnya sebagai "Pipa Bocor". Permainan air ini memanfaatkan sungai yang ada di kawasan Bedengan. Alat yang dibutuhkan yakni dua pipa besar yang sudah dilubangi kecil-kecil di bagian samping dan dua bola pingpong. Teknis permainannya sebagai berikut,

1. Dibentuk dua (2) tim yang anggotanya 5-6 orang.
2. 1-2 orang bertugas sebagai pengambil air untuk mengisi pipa dan sisanya mereka diminta untuk menutupi semua lubang pipa.
3. Goals dari permainan ini adalah untuk mengeluarkan bola pingpong dari pipa yang dihadapkan dengan permasalahan pipa bocor.
4. Mereka yang berhasil mengeluarkan bola pingpong dengan cepat, mereka yang dinyatakan menang.

Selain sebagai wadah untuk refreshing, permainan tersebut mengandung unsur-unsur nilai edukatif yakni mereka dituntut untuk dapat bekerjasama dengan tim, saling menghargai, tidak boleh egois, dan kuncinya adalah mendengarkan satu instruksi. Dalam artian, terdapat satu pemimpin yang diberikan sebuah kepercayaan untuk memberikan instruksi pada timnya. Bisa dibayangkan dalam suatu tim terdapat lebih dari satu pemimpin? Tentu tim tersebut akan terpecah. Setelah mendapatkan materi, pengelola diminta untuk melakukan simulasi permainan tersebut. Setelah melakukan simulasi, peserta pelatihan memberikan respon positif, MAP mengungkapkan:

"Permainan itu bener-bener menarik mas, seru. Modalnya juga gak begitu banyak ya untuk beli alat-alatnya. Kalau mempraktikan permainan ini, kami juga perlu melihat debit air mas. Kalau memungkinkan pasti akan kami tawarkan pada pengunjung"

Permainan berbasis alam lainnya adalah memanfaatkan ranting, daun yang berjatuhan, batu, biji-bijian dan lain sebagainya. Konsepnya pun sama yakni mengandung unsur nilai edukasinya. Harapannya dengan adanya program *outbound* yang dijadikan sebagai objek wisata, pengunjung meninggalkan kawasan wisata memperoleh kenangan manis yang tidak dapat dilupakan. Pastinya dengan adanya kenangan, mereka akan merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya. Informasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth/WOM*) sangat efektif dalam mengenalkan sebuah objek pada khalayak luas (Chen & Yuan, 2020; Mahadin & Akroush, 2019). Oleh karena itu, itu penting sekali bagi pengelola, untuk menjaga kualitas pelayanannya agar dapat mengundang kembali para wisatawan yang telah berkunjung di bumi perkemahan Bedengan.

Pada minggu ketiga bulan Juni 2020, pemberian materi mengenai pemasaran secara offline dan online (*Digital Marketing*) (Gambar 2). Tujuan dari pemberian materi ini yakni menyuntikkan motivasi dan memberikan wawasan mengenai standar pemasaran serta trik-trik dalam memasarkan wisata Bedengan. Dengan diberikannya suntikan motivasi, diharapkan meningkatkan semangat dan ikhlas mengembangkan potensi desanya. Jika motivasi tertanam kuat, maka akan berpengaruh terhadap produktivitas kinerjanya (Giff & Obindah, 2020).

"Dari kegiatan ini kami jadi tahu mas, kekurangan kita apa. Memang benar dokumentasi dan publikasi sangat minim. Bahkan kami hampir tidak pernah melakukan publikasi. Kalau dipikir-pikir memang benar, minimal share foto di sosial media, itu sudah mengenalkan selorejo ya."



Gambar 2. Penyuluhan dan pelatihan pemasaran wisata

Pembekalan materi pemasaran penting bagi pengelola wisata Bedengan. Berdasarkan pengamatan, bentuk pelayanan maupun manajemen mereka masih bersifat tradisional. Dalam mindset mereka yang tertanam adalah yang terpenting saat ada pengunjung mereka layani dan bentuk kualitas pelayanannya pun masih sangat sederhana. Memasuki era digital, sangat dibutuhkan sebuah program inovatif utamanya terkait pemasaran. Arus

informasi yang begitu cepat pada berbagai jenis sosial media, telah membuka peluang-peluang bagi pelaku bisnis untuk menjangkau calon pelanggannya. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan dan penerapan digital marketing dalam sistem pemasaran yang digunakan pihak pengelola.

Pada bulan Juli 2020, kegiatan pengabdian dilakukan survey lapangan kedua untuk memastikan kondisi *ground* yang akan dikembangkan "Wisata Hammock." Minggu berikutnya, melakukan diskusi kecil bersama pengelola dan praktisi ahli yang dibidangnya terkait teknis dan pengembangan "Wisata Hammock".



Gambar 3. Briefing teknis pemasangan hammock

Setelah diskusi, praktisi ahli memberikan arahan pada pihak pengelola terkait dengan pemasangan hammock (Gambar 3). Tidak sebatas pemasangan saja, mereka juga dibekali pengetahuan melalui kegiatan simulasi "Wisata Hammock" (Gambar 4). Dari kegiatan tersebut, pengelola mendapatkan feedback secara langsung dan juga dapat menelusuri lebih lanjut atas kekurangan-kelebihan dari pengalaman mereka. Hal ini dibuktikan dari hasil yang telah dipraktekkan pengelola, yakni praktisi ahli menilai bahwa mereka sudah layak untuk mengembangkan objek wisata tersebut.



Gambar 4. Finishing dan simulasi "wisata hammock"

Selama kegiatan pengabdian berlangsung, pengelola dan peserta terlihat antusias dalam mengikuti setiap rangkaian kegiatan, yang tampak dari keaktifan mereka untuk bertanya lebih lanjut

dan juga dari hasil penyampaian kesan dan pesan secara lisan. AP perwakilan pengelola menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian yang diadakan Universitas Negeri Malang (UM) telah membuka mindset mereka untuk lebih giat dan aktif untuk mengembangkan wisata. Mereka berharap bahwa hubungan baik yang telah dibangun ini, di tahun berikutnya akan ada program-program semacam ini agar wisata Bedengan terus berkembang dan semakin dikenal masyarakat luar.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian di Wisata Alam Bedengan dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini secara umum mampu meningkatkan kemampuan anggota Pokdarwis dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mampu mempromosikan wisata Bedengan pada masyarakat luar. Pemberian materi berupa bentuk-bentuk permainan berbasis alam dan penambahan fasilitas Hammock diharapkan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Bedengan. Kegiatan pengabdian selanjutnya hendaknya diarahkan untuk pembinaan lebih lanjut Wisata Bedengan sesuai dengan bidang masing-masing berdasarkan permasalahan dan kepakaran. Kegiatan pelatihan juga dapat diindak lanjuti dengan adanya pelatihan pada tingkat yang lebih tinggi dan membuat properti *outbond* yang lebih variatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Malang yang telah memberikan dukungan pendanaan dan moral, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada mitra dan peserta pelatihan yang mengikuti kegiatan dengan berperan aktif dan membantu mensukseskan pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1-16. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Afi, E. L. (2020). Wana Wisata Bedengan, Tempat Wisata Berkonsep Bumi Perkemahan. *Timesindonesia*. <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/249774/wana-wisata-bedengan-tempat-wisata-berkonsep-bumi-perkemahan>
- Brown, J., Broderick, A. J., & Lee, N. (2007). Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network. *Journal of*

- Interactive Marketing*, 21(3), 2–20.
<https://doi.org/10.1002/dir.20082>
- Buhalis, D., Parra López, E., & Martínez-Gonzalez, J. A. (2020). Influence of young consumers' external and internal variables on their e-loyalty to tourism sites. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100409. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100409>
- Chen, Z. (2017). Social Acceptance and Word of Mouth: How the Motive to Belong Leads to Divergent WOM with Strangers and Friends. *Journal of Consumer Research*, 44(3), 613–632. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx055>
- Chen, Z., & Yuan, M. (2020). Psychology of word of mouth marketing. *Current Opinion in Psychology*, 31, 7–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.026>
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S.-T. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223–234. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Gift, R. A. A., & Obindah, F. (2020). Examining the influence of motivation on organizational productivity in Bayelsa state private hospitals. *Open Access J. Sci*, 4(3), 94–108. <https://medcrave.com/index.php?/articles/det/22076/Examining-the-influence-of-motivation-on-organizational-productivity-in-Bayelsa-state-private-hospitals>
- Mahadin, B. K., & Akroush, M. N. (2019). A study of factors affecting word of mouth (WOM) towards Islamic banking (IB) in Jordan. *International Journal of Emerging Markets*, 14(4), 639–667. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-10-2017-0414>
- Mukti, A. B., Rosyid, A. N., & Asmoro, E. I. (2020). Model Pentahelix Dala Sinergi Pariwisata di Indonesia Untuk Peberdayaan Perekonomian Lokal: Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 1–8. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/21>
- Peng, H., Huang, K., Yang, L.-X., Yang, X., & Tang, Y. Y. (2020). Dynamic Maintenance Strategy for Word-of-Mouth Marketing. *IEEE Access*, 8, 126496–126503. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3007157>
- Rajaratnam, S. D., Nair, V., Pahlevan Sharif, S., & Munikrishnan, U. T. (2015). Destination quality and tourists' behavioural intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 463–472. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2015-0026>
- Safutra, I. (2019). Kerja Keras Petani Jadikan Jeruk sebagai Ikon Desa Selorejo. *Jawapos.Com*. <https://www.jawapos.com/jpg-today/04/06/2019/kerja-keras-petani-jadikan-jeruk-sebagai-ikon-desa-selorejo/>
- Sutisno, A. N., & Afendi, A. H. (2018). Penerapan Konsep Edukwisata sebagai Media Pendidikan Karakter Berbasis Lingkungan. *Jurnal Ecolab*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.20886/JKLH.2018.12.1.1-11>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3839. Jakarta. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45329/uu-no-22-tahun-1999>
- Xiao, Y., Song, C., & Liu, Y. (2019). Social hotspot propagation dynamics model based on multidimensional attributes and evolutionary games. *Communications in Nonlinear Science and Numerical Simulation*, 67, 13–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cnsns.2018.06.017>