

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI WEWENGKON ADAT KESEPUHAN CITOREK SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN LEBAK

Belardo Prasetya Mega Jaya¹, Firdau¹, Aliyah¹, Nurlela Sari¹, Nur Sahroniah¹, Hikmayatul Muslimah¹, Mulkiyah Nurajijah¹, Bryan Alberto¹, Sutiyan Adinda Putri¹, Diah Prihatini¹

¹ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Email : belardoprasetya@untirt.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat terintegrasi dengan KKM Online (Kuliah Kerja Mahasiswa) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan untuk datang ke wisata yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek. Strategi pengembangan wisata di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek menjadi salah satu sektor yang sangat penting dalam keeksistensian suatu daerah, semakin terkenalnya wisata itu maka akan semakin dikenal pula daerah tersebut. Namun sejak adanya pandemic Covid-19 sektor pariwisata menjadi terabaikan karena para wisatawan yang semakin sedikit untuk bepergian apalagi sejak adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) hingga adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Wisata alam yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek sendiri meliputi Gunung Luhur (Negri Diatas Awan), Gunung Keneng dan Kebun Strawberry. Daya tarik wisatawan dalam sektor wisata tentunya harus ditingkakan supaya perekonomian masyarakat sekitar pulih kembali maka dari itu dibutuhkan suatu strategi yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke wisata tersebut, banyak fasilitas – fasilitas yang harus di tambahkan seperti spot foto, fasilitas tempat camping, kamar mandi, sofenir, makanan khas Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek, dan juga perbaikan infrastruktur jalan. Untuk memperkenalkan wisata yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek ini kita dapat mempromosikannya melalui sosial media yang ada, seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok yang dikelola resmi oleh pihak pengelola wisata yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek serta adanya partisipasi mahasiswa KKM kelompok 4 Desa Citorek Sabrang sendiri, pembuatan Video Vlog wisata menjadi salah satu kegiatan yang masuk ke dalam program utama dalam bidang tata kelola pemerintahan yang dilakukan oleh mahasiswa KKM kelompok 4 Desa Citorek Sabrang.

Kata Kunci : *KKM, Strategi, Pengembangan, Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek, Daya Tarik, Covid 19.*

1. PENDAHULUAN

Secara Administratif Kasepuhan Citorek masuk kedalam wilayah Kecamatan Cibeber, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Untuk menuju tempat tersebut, perjalanannya dapat dilakukan melalui rute Jakarta-Serang-Pandeglang-Rangkasbitung-Gajrug-Citorek. Kondisi jalan di jalur tersebut cukup bagus dan nyaman, kecuali dari Gajrug ke Citorek yang berjarak sekitar 35 kilometer atau setara dengan 3 jam perjalanan. Banyak tanjakan dan turunan yang cukup tajam, namun menawarkan pemandangan alam pegunungan yang begitu menawan.

Lokasi Kasepuhan Citorek berada di kawasan perbukitan yang luasnya mencapai 7.416 hektar. Daerah itu menjadi wilayah adat Kasepuhan Citorek, yang di dalamnya mencakup empat desa, yakni Desa Citorek Timur, Citorek Barat, Citorek Tengah, dan Citorek Selatan. Pusat Kasepuhan Citorek secara keseluruhan berada di Desa Citorek Timur, tepatnya di Kampung Guradog.

Desa wisata menjadi salah satu program untuk menarik wisatawan untuk datang ke tempat tersebut, desa wisata sendiri diharapkan dapat memperbaiki perekonomian masyarakat sekitar serta pendapatan desa. Desa yang akan menjadi target dari program

KKM kelompok 4 sendiri yaitu Desa Citorek Sabrang yang berada di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.

Terbentuknya desa wisata tentunya harus dipengaruhi oleh partisipasi masyarakat juga agar wisata tersebut berkembang dan dikenal oleh banyak orang. Bila masyarakat sekitar acuh pada wisata tersebut maka akan sulit menemukan wisatawan untuk datang ke tempat wisata tersebut. Desa citorek sendiri bukan hanya memiliki pariwisata alam saja namun memiliki budaya yang sangat khas yaitu desa Citorek sendiri masuk ke desa adat.

Desa yang menjadi tempat KKM kelompok 4 merupakan desa adat dimana adat istiadat yang ada masih sangat kental dan terjaga. Dengan adanya pariwisata pun tidak mempengaruhi akan adat yang ada dimana pariwisata yang di maksud yaitu berupa alam contohnya saja yang paling terkenal ada negri diatas awan, tempat pariwisata ini mulai booming tahun 2018 hingga saat ini, kemudian disusul dengan adanya tempat wisata gunung keneng dan yang paling terbaru yaitu kebun strawberry.

Selain itu terdapat pula wisata bersejarah yaitu Punden Berundak Cibedug yang jarang orang mengetahuinya karena akses jalan yang kurang memadai.

Peran mahasiswa dalam membangun daerah tentunya harus kreatif dengan pemanfaatan teknologi yang ada. Mahasiswa sendiri merupakan agen of change dimana mahasiswa adalah agen perubahan yang bisa membawa perubahan yang positif pada desa tentunya peran yang bersifat positif.

2. TINJAUAN LITERATUR

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, kepariwisataan yang diselenggarakan berdasarkan azas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Tujuan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa

Menurut Suwanto (2004:3) istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi Hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan

keperluan usaha lainnya. Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Janianto Damanik dan Helmut F.Weber, 2006:11). Istilah Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan merupakan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya (Gamal, 2004: 3).

Perencanaan strategis ditemukan berbagai rumusan definisi perencanaan strategis tergantung dari sudut pandang dan penggunaan terminology fungsi manajemen dimulai dari perencanaan dan perencanaan strategis ini merupakan bagian dari fungsi manajemen tersebut Steiss (1985) memberikan rumusan bahwa perencanaan strategis sebagai komponen dari manajemen strategis bertugas untuk memperjelas tujuan dan sasaran, memilih berbagai kebijakan, terutama dalam memperoleh dan mengalokasikan sumber daya, serta menciptakan suatu pedoman dalam menerjemahkan kebijaksanaan organisasi.

Dalam rangka untuk memberi arahan yang tepat bagi jalannya organisasi maka terdapat tahapan atau proses yang dilakukan dalam menyusun Perencanaan Strategis, dalam hal ini Bryson (1999:55-70) memberikan 8 (delapan) langkah pokok perencanaan strategis yang terdiri dari :

- 1) Memprakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis.
- 2) Mengidentifikasi mandat organisasi.
- 3) Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi.
- 4) Menilai lingkungan eksternal: peluang dan ancaman.
- 5) Menilai lingkungan internal: kekuatan dan kelemahan.
- 6) Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi.
- 7) Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.
- 8) Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan.

3. METODE PELAKSANAAN

Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Tahap Persiapan
Mengunjungi lokasi yaitu Wewengkon adat Kesepuhan Citorek serta meminta izin pada kepala desa Citorek Sabrang dan mengkomunikasikan kegiatan apa saja yang akan dilakukan.
- 2) Tahap Pelaksanaan
Mengunjungi Wisata yang ada di Citorek serta membuat Video untuk di

Posting ke Youtube KKM kelompok 4 Desa Citorek Sabrang.

3) Tahap Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan dengan menanyakan respon kepala desa, warga serta pengguna youtube tentang video tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Covid 19 merubah berbagai pola hidup masyarakat mulai dari pekerjaan, Pendidikan, sosial-budaya, ekonomi, Kesehatan, wisata dan masih banyak lagi. Oleh karena itu KKM TEMATIK ONLINE yang diselenggarakan oleh Universitas Sultan Ageng Tirtayasa memiliki tema kreatif membangun daerah melalui pemanfaatan teknologi. Semua itu didasarkan karena kondisi covid saat ini dimana teknologi sangat berpengaruh pada semua kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Oleh karena itu dalam memperkenalkan suatu wisata saat ini tentunya penggunaan teknologi menjadi suatu pilihan yang efektif seperti pembuatan video vlog wisata.

1) Gunung Luhur (Negeri Diatas Awan)

Faktor Pendorong Pengembangan Objek Wisata

Adapun faktor-faktor yang mendasari pengembangan objek wisata alam Gunung Luhur (Negeri Diatas Awan)

- 1) Peraturan Bupati yang melegalkan suatu kawasan objek wisata untuk dikembangkan dengan tidak meninggalkan kearifan lokal .

- 2) Panorama alam Gunung Luhur memiliki potensi wisata unggulan bagi Kabupaten Lebak yang menawarkan pemandangan yang indah dan alamiah serta bisa menikmati terbitnya matahari dengan paparan awan yang didukung dengan cuaca dan iklim yang baik. Hal ini membuat wisatawan bisa mengeksplor keindahan alam Gunung Luhur

- 3) Kondisi iklim dan cuaca yang sejuk di Obyek Wisata Gunung Luhur menambah niat pengunjung untuk berkunjung ke obyek wisata Gunung luhur

- 4) Adanya fasilitas penginapan serta camping. tujuan pengunjung melakukan kunjungan ke Obyek Wisata Gunung Luhur.

Faktor Penghambat Pengembangan Objek Wisata

Adapun masalah – masalah yang terjadi dalam mengembangkan kawasan, dapat dilihat pada pokok masalah berikut :

- 1) Sumber Daya Manusia Kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan, dalam hal ini perlu dilakukang sosialisasi desa sadar wisata sehingga setelah mengetahui pengetahuan ini masyarakat mampu memperdayakan sumber daya alam yang ada disekitarnya untuk menghidupkan sumber ekonomi yang berada di kawasan objek wisata .
- 2) Sarana dan Prasarana
 - Peningkatan sarana dan prasarana yang belum dibangun tahap

berikutnya, Yaitu penambahan fasilitas umum seperti toilet dan musholla

- Penambahan objek swafoto
 - Promosi
- Promosi Obyek Wisata Gunung Luhur masih kurang efektif bahkan tidak pernah dilakukan promosi dikarenakan kurangnya dana dari pemerintah daerah setempat dan pihak swasta untuk melakukan promosi, seperti perencanaan festival budaya yang telah menjadi program pemerintah agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.
- 3) Kurangnya Peran Serta Masyarakat
Kurangnya peran serta masyarakat terhadap pengembangan Obyek Wisata Gunung Luhur.

Analisis Strategi Pengembangan SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi perusahaan, (Rangkuti 2006:19). SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) serta lingkungan eksternal Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Dalam penyusunan strategi pengembangan objek wisata alam Gunung

Luhur, perlu dilakukan analisis SWOT terlebih dahulu untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Analisis Strategi Pengembangan dengan menggunakan Analisis SWOT. Identifikasi. Faktor internal dan eksternal yang dirumuskan dalam upaya menganalisis strategi pengembangan objek wisata alam Gunung Luhur dapat dilihat sebagai berikut:

Analisis Faktor Internal

1) Kekuatan (Strengths) :

- Memiliki panorama keindahan alam
- Memiliki ekosistem yang masih alami
- Memiliki daya tarik matahari terbit dan hamparan awan

2) Kelemahan (Weaknesses) :

- Kurangnya penambahan fasilitas seperti wc dan musholla.
- Kurangnya peran serta masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan objek wisata dalam bidang promosi .
- minimnya peran masyarakat dalam proses pengembangan objek wisata Gunung Luhur.

Analisis Faktor Eksternal

3) Peluang (Opportunities)

- Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga masyarakat bisa mengakses informasi tentang wisata Gunung Luhur secara online
- Akses menuju lokasi wisata yang mendukung

- 4) Ancaman (Threats)
 - Aktifitas masyarakat dan wisatawan yang dapat merusak lingkungan seperti membuang sampah sembarangan.
 - Longsor

2) Gunung Keneng

Faktor Pendorong Pengembangan Objek Wisata

- 1) Peraturan Bupati yang melegalkan suatu kawasan objek wisata untuk dikembangkan dengan tidak meninggalkan kearifan lokal .
- 2) Panorama alam Gunung Keneng memiliki potensi wisata unggulan bagi Kabupaten Lebak yang menawarkan pemandangan yang indah dan alamiah serta bisa menikmati terbit dan terbenamnya matahari dengan paparan awan yang didukung dengan cuaca dan iklim yang baik. Hal ini membuat wisatawan bisa mengeksplor keindahan alam Gunung Luhur
- 3) Kondisi iklim dan cuaca yang sejuk di Obyek Wisata Gunung Luhur menambah niat pengunjung untuk berkunjung ke obyek wisata Gunung Keneng.

Faktor Penghambat Pengembangan Objek Wisata

Adapun masalah – masalah yang terjadi dalam mengembangkan kawasan, dapat dilihat pada pokok masalah berikut :

- 1) Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan, dalam hal ini perlu dilakukang sosialisasi desa sadar wisata sehingga setelah mengetahui pengetahuan ini masyarakat mampu memperdayakan sumber daya alam yang ada disekitarnya untuk menghidupkan sumber ekonomi yang berada di kawasan objek wisata .

2) Sarana dan Prasarana

- Peningkatan sarana dan prasarana yang belum dibangun tahap berikutnya, Yaitu penambahan fasilitas umum seperti toilet dan musholla
- Penambahan tempat swafoto
- Promosi

Promosi Obyek Wisata Gunung Luhur masih kurang efektif bahkan tidak pernah dilakukan promosi dikarenakan kurangnya dana dari pemerintah daerah setempat dan pihak swasta untuk melakukan promosi, seperti perencanaan festival budaya yang telah menjadi program pemerintah agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

3) Kurangnya Peran Serta Masyarakat

Kurangnya peran serta masyarakat terhadap pengembangan Obyek Wisata Gunung Luhur.

Analisis Strategi Pengembangan SWOT

Dalam penyusunan strategi pengembangan objek wisata alam Gunung

Keneng, perlu dilakukan analisis SWOT terlebih dahulu untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Analisis Strategi Pengembangan dengan menggunakan Analisis SWOT. Identifikasi. Faktor internal dan eksternal yang dirumuskan dalam upaya menganalisis strategi pengembangan objek wisata alam Gunung Keneng, dapat dilihat sebagai berikut :

Analisis Faktor Internal

1) Kekuatan (Strengths) :

- Memiliki panorama keindahan alam
- Memiliki ekosistem yang masih alami
- Memiliki daya tarik matahari terbit dan terbenam, desa citorek terlihat jelas dan hamparan awan

2) Kelemahan (Weaknesses) :

- Kurangnya penambahan fasilitas seperti wc dan musholla.
- Kurangnya peran serta masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan objek wisata dalam bidang promosi .
- minimnya peran masyarakat dalam proses pengembangan objek wisata Gunung Keneng.
- Akses jalan yang masih berbatu dan tanah
- Tidak adanya tempat penginapan, listrik serta warung.

Analisis Faktor Eksternal

3) Peluang (Opportunities)

- Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga masyarakat bisa

mengakses informasi tentang wisata Gunung Luhur secara online

4) Ancaman (Threats)

- Kurang diminatinya wisata Kebun Strawberry karena dianggap kurang menarik
- Longsor

3) Kebun Strawberry

Faktor Pendorong Pengembangan Objek Wisata

Adapun faktor-faktor yang mendasari pengembangan objek wisata kebun strawberry

- 1) Peraturan Bupati yang melegalkan suatu kawasan objek wisata untuk dikembangkan dengan tidak meninggalkan kearifan lokal .
- 2) Kondisi iklim dan cuaca yang sejuk di Obyek Wisata Kebun Strawberry Lmenambah niat pengunjung untuk berkunjung
- 3) Terdapat hamparan tanaman strawberry

Faktor Penghambat Pengembangan Objek Wisata

Adapun masalah – masalah yang terjadi dalam mengembangkan kawasan, dapat dilihat pada pokok masalah berikut :

1) Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan, dalam hal ini perlu dilakukan sosialisasi desa sadar wisata sehingga setelah mengetahui pengetahuan ini masyarakat mampu memperdayakan sumber daya alam yang ada disekitarnya untuk

menghidupkan sumber ekonomi yang berada di kawasan objek wisata .

2) Sarana dan Prasarana

- Peningkatan sarana dan prasarana yang belum dibangun tahap berikutnya, Yaitu dengan adanya fasilitas umum seperti toilet dan musholla

- Peningkatan tempat swafoto
- Promosi

Promosi Obyek Wisata Kebun Strawberry masih kurang efektif bahkan tidak pernah dilakukan promosi dikarenakan kurangnya dana dari pemerintah daerah setempat dan pihak swasta untuk melakukan promosi, seperti perencanaan festival budaya yang telah menjadi program pemerintah agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

- Kurang adanya Kelola dari pemerintah

3) Kurangnya Peran Serta Masyarakat

Kurangnya peran serta masyarakat terhadap pengembangan Obyek Wisata Kebun Strawberry

Analisis Strategi Pengembangan SWOT

Analisis Strategi Pengembangan dengan menggunakan Analisis SWOT. Identifikasi. Faktor internal dan eksternal yang dirumuskan dalam upaya menganalisis strategi pengembangan objek wisata alam Kebun Strawberry dapat dilihat sebagai berikut:

Analisis Faktor Internal

1) Kekuatan (Strengths) :

- Memiliki panorama keindahan alam
- Memiliki ekosistem yang masih alami
- Memiliki daya tarik hamparan tanaman strawberry

2) Kelemahan (Weaknesses) :

- Tidak adanya tempat istirahat berupa musholla serta toilet
- Tidak adanya warga sekitar yang berjualan disekitar lokasi tersebut
- Kurangnya peran serta masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan objek wisata dalam bidang promosi .
- minimnya peran masyarakat dalam proses pengembangan objek wisata Kebun Strawberry

Analisis Faktor Eksternal

3) Peluang (Opportunities)

- Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga masyarakat bisa mengakses informasi tentang wisata Kebun Strawberry secara online
- Akses menuju lokasi wisata yang mendukung

4) Ancaman (Threats)

- Aktifitas masyarakat dan wisatawan yang dapat merusak lingkungan seperti membuang sampah sembarangan.
- Longsor

Tabel 1 Rincian Output Beserta Outcome Kegiatan

No	Kegiatan	Output	Outcome
1.	Membuat Video Vlog Mengenai Wisata Yang Ada di Citorek	1 Video (Mencakup 3 tempat yaitu gunung luhur (negeri diatas awan), gunung keneng dan kebun strawberry)	Memperkenalkan wisata yang ada di Citorek kepada masyarakat umum agar lebih mengetahui tentang potensi wisata tersebut dan dapat menambah keeksistensian serta mata pencaharian masyarakat Citorek

Gunung Luhur (Negeri Diatas Awan)



Gunung Keneng



Kebun Strawberry



Gambar 1 foto wisata yang ada di Citorek

5. KESIMPULAN

KKM (Kuliah Kerja Mahasiswa) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dilakukan pada 16 Juli – 18 Agustus 2021 dilakukan secara daring karena adanya pandemic covid 19 dan mahasiswa dituntut untuk kreatif dalam pemanfaatan teknologi yang ada.

Dalam pembuatan video vlog sendiri kelompok 4 menganalisis mengenai SWOT yang ada di 3 wisata tersebut (gunung luhur, geneng keneng dan kebun strawberry) semua itu dilakukan untuk mengetahui Langkah kedepannya supaya meningkatkan daya tarik wisatawan untuk datang ke tempat wisata yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek.

Tujuan dari pembuatan video vlog ini yaitu untuk memperkenalkan serta menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek pasca Covid. Penggunaan media youtube dalam promosi wisata saat ini menjadi salah satu pilihan yang dapat dilakukan. KKM kelompok 4 memilih video vlog untuk memperkenalkan wisata yang ada di Wewengkon Adat Kesepuhan Citorek karena media Youtube serta Instagram mudah diakses oleh siapapun.

DAFTAR PUSTAKA

Akhyadi Sosikin Ade. *Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa Universitas Indonesia Perkembangan Kognis Sosial , Kredibilitas Dan Daya Tarik.*

Calvin Antonio E. Cornelis. (2019). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu. Cornelis, Fanggihade A and Timuneno/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol. 8, No.1, 2019, p117-132*

<http://eprints.ums.ac.id/47635/29/BAB%20II.pdf>

Indri dkk. (2020) *Pengabdian Kkm Di Desa Turus Kecamatan Walantaka Kota Serang Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Agar Tetap Produktif.. Sarwahita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 18 No. 1 Tahun 2021*

Mahmudi Ali M. (2012). *PERENCANAAN STRATEGIS KEPARIWISATAAN DAERAH Konsep dan Aplikasi.* Penerbit : e-Gov Publishing. Yogyakarta

Mustofa Ahda, KKN Periode LXI Unit XB1,2, dan 3. (2017). *Pengembangan Desa Wisata Banguncipto: Jurnal Pemberdayaan.* Vol.1, No. 1, Juli 2017, hal. 89-94

Ria Andayani Somantri. (2020). *Masyarakat Adat Kasepuhan Citorek. : Balai Pelestarian Nilai Budaya Jawa Barat.*
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbjabar/masyarakat-adat-kasepuhan-citorek/>