

## PEMBERDAYAAN POKDARWIS DALAM PENGEMBANGAN WISATA DAN INDUSTRI KREATIF DI DESA SENDANG DUWUR

Nur Ilmayasinta<sup>1\*</sup>, Silvi Rosiva Rosdiana<sup>2</sup>, Mukhtarul Anam<sup>3</sup>, Ulifatur Rochmatin<sup>4</sup>, Siti Masyiatul Istiqomah<sup>5</sup>, Qonita Qurotul Aini<sup>6</sup>, Wa Uni Salma La Uda<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Islam Lamongan, Lamongan, Indonesia

\*e-mail korespondensi: nurilma@unisla.ac.id

### Abstract

*The lack of knowledge regarding tourism and creative industry development and the suboptimal marketing carried out in Sendangduwur Village, Paciran, Lamongan, is one of the factors inhibiting the underdevelopment of the potentials owned in the village. With such great potential, not many people know about Sendang Duwur Village. Therefore, the purpose of this community service is to increase partners' knowledge regarding tourism and creative industry development and marketing strategies. This activity is carried out using a lecture method with an andragogical approach. Before the activity is carried out, partners are given a pre-test and after the activity is given a post-test. From the results obtained based on pre-test, post-test data and analysis during the implementation, it was found that by providing the material, partners' knowledge regarding tourism and creative industry development increased. By mapping the potential owned are Religious Tourism, Cultural Tourism, Nature Tourism, Culinary Tourism, Educational Tourism. Increased ability to utilize digital technology in marketing. The marketing strategy carried out needs to be optimized by utilizing digital technology so that it can be known more widely and globally.*

**Keywords:** Pokdarwis; tourism development; creative industry; marketing strategy

### Abstrak

Kurangnya pengetahuan mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif serta kurang optimalnya pemasaran yang dilakukan di Desa Sendangduwur Paciran Lamongan, menjadi salah satu faktor penghambat kurang berkembangnya potensi-potensi yang dimiliki di Desa tersebut. Dengan potensi yang begitu besar namun belum banyak yang mengenal Desa Sendang duwur. Sehingga tujuan dari dilaksanakannya pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan mitra mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif serta strategi pemasaran. Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah dengan pendekatan andragogi. Sebelum kegiatan dilakukan, mitra diberikan pre-test dan sesudah kegiatan diberikan post-test. Dari hasil yang diperoleh berdasarkan data pre-test, post-test dan analisis selama pelaksanaan, didapat bahwa dengan pemberian materi pengetahuan mitra mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif meningkat. Dengan pemetaan potensi yang dimiliki adalah Wisata Religi, Wisata Budaya, Wisata Alam, Wisata Kuliner, Wisata Edukasi. Peningkatan kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan perlu dioptimalkan dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga dapat dikenal lebih luas dan global.

**Kata Kunci:** Pokdarwis; pengembangan wisata; industri kreatif; strategi pemasaran

Accepted: 2025-08-15

Published: 2025-10-16

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kontribusinya terlihat dari peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), devisa negara, dan penyerapan tenaga kerja (Aliansyah & Hermawan, 2019; Batubara, Nasution, & Harahap, 2023). Pariwisata juga menjadi salah satu pilar strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, serta meningkatkan ketahanan sosial. Sektor pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB Indonesia. Pada kuartal II tahun 2025, pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,12% (yoy), dan sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang utamanya. Sektor pariwisata menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, terutama di daerah-daerah wisata (Apriyanti & Hatmoko, 2024; Heriyanto, 2025; Zulfi & Asriati, 2024). Peningkatan

kunjungan wisatawan akan berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi. Selain itu, sektor pariwisata juga mendorong pertumbuhan bisnis lokal seperti akomodasi, restoran, transportasi, dan usaha lainnya. Tidak hanya berdampak pada ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial budaya. Pariwisata dapat mempererat hubungan antar budaya dan memperkuat identitas bangsa (Gai, Arpan, Sutaguna, & Taihuttu, 2024; Londongallo et al., 2024; Sihombing & Hutagalung, 2021).

Salah satu isu strategis dalam perencanaan pembangunan daerah di Kabupaten Lamongan yang terdapat dalam dokumen RPJMD Kabupaten Lamongan tahun 2021-2026 yaitu "potensi peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui akselerasi kontribusi sektor pertanian, perdagangan, industri, UMKM, dan PARIWISATA" (LAMONGAN, 2021). Wilayah Paciran Lamongan merupakan daerah pesisir yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa, dimana Sendangduwur merupakan salah satu desa di Paciran Lamongan. Terdiri dari 1 Dusun, 2 RW dan 6 RT dengan jumlah penduduk 1.961 jiwa. Desa ini memiliki banyak tempat menarik, diantaranya : Tempat Pelatihan Batik Tulis Khas Sendang (Batik Tulis Lamongan), Batik Tulis dan Bordir Khas Sendangduwur, Gapuro Urung-urung, Makam Sunan Sendang (Raden Noer Rochmat), Sumur Giling, Kompleks Masjid Raden Noer Rochmat Sunan Sendang (Terletak dipuncak Gunung Amintuno), Pengrajin Perhiasan Emas dan Perak, Wisata Pasar Tradisional (Latar Cendhani). Tempat-tempat menarik yang dimiliki merupakan potensi besar destinasi wisata.

Santoso melakukan penelitian mengenai upaya membangun kearifan lokal melalui sadarwisata di sendangduwur, dengan pendekatan kualitatif desain studi kasus (Santoso, 2019). Dimana dalam penelitiannya ditemukan bahwa penting untuk memiliki organisasi khusus dan dukungan pemerintah untuk memberikan bantuan, pelatihan, dan bimbingan bagi masyarakat untuk mengembangkan kesadaran pariwisata di Desa Sendang Duwur. Faktor pendukung dalam pengembangan desa wisata adalah dukungan dari pemerintah pusat, daerah, dan desa. Sementara itu, faktor penghambatnya adalah apatisme masyarakat dan persaingan usaha di antara pengusaha batik dan emas. Pradana melakukan penelitian kualitatif menggunakan teori struktur naratif Maranda, teori resepsi masyarakat dan teori nilai budaya Koentjaraningrat, yang meneliti mengenai legenda sumur giling. Berdasarkan telaah yang dilakukan, terlihat cerita tersebut mempunyai format naratif, karakterisasi dan peranan yang selaras dengan nilai-nilai representase keburukan yang proporsional, prinsip keadilan, dan nilai kebaikan. Keberkahan sumur giling yang diyakini terkait dengan karomah Sunan Sendang (Pradana, Sutardi, & Ihsan, 2024). Afuddin melakukan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi mengenai internalisasi nilai keislaman dalam tradisi di sendangduwur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tradisi selamatan di Desa Sendangduwur telah mengalami transformasi dari ritual yang berakar pada kepercayaan lokal menjadi ritual yang sarat dengan nilai-nilai keislaman. Dengan demikian, menjadi contoh nyata bagaimana budaya dan agama dapat berjalan beriringan dalam menciptakan kehidupan masyarakat yang harmonis dan bermakna (Afuddin, 2025).

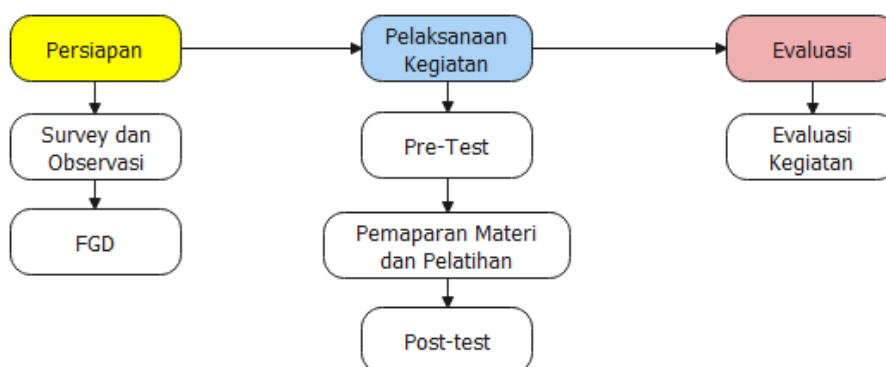
Belum banyak penelitian/pengabdian yang dilakukan di Desa Sendangduwur, karena belum banyak yang mengenal daerah ini, sehingga diperlukan pengabdian dengan pendekatan ceramah dan pelatihan mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran. Diharapkan dengan adanya pengabdian ini dapat meningkatkan kualitas SDM, menambah pengetahuan mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran yang baik, dengan adanya hal tersebut pula diharapkan dapat memperkenalkan potensi Desa Sendangduwur lebih luas dan global.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan metode ceramah dengan pendekatan andragogi. Peserta atau mitra dari pengabdian ini terdiri dari kepala desa Sendangduwur beserta jajarannya, dan masyarakat desa Sendangduwur yang merupakan POKDARWIS Desa Sendangduwur. Dimana

peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 19 peserta. Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan diantaranya:

1. Survey awal dan observasi. Pada tahap ini dilakukan dengan wawancara, survei, dan FGD dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra dalam pengembangan wisata.
2. Pelatihan. Pelaksanaan pelatihan meliputi beberapa topik materi, yaitu pengembangan wisata berkelanjutan berkearifan lokal, industri kreatif, dan strategi pemasaran.
3. Monitoring dan evaluasi dari kegiatan ini didampingi oleh ketua POKDARWIS dan kepala desa Senndangduwur Lamongan.



Gambar 1. Diagram Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Untuk menghitung peningkatan pengetahuan berdasarkan pretest dan posttest, maka digunakan beberapa rumus berikut:

1. Gain Score

$$\text{Gain Score} = \text{Nilai Posttest} - \text{Nilai Pretest}$$

2. Normalized Gain (N-Gain)

$$\text{N-Gain} = (\text{Nilai Posttest} - \text{Nilai Pretest}) / (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Pretest})$$

Tabel 1. Skor N.Gain

| Rentang                          | Kategori |
|----------------------------------|----------|
| $\text{N-Gain} \geq 0,70$        | Tinggi   |
| $0,30 \leq \text{N-Gain} < 0,70$ | Sedang   |
| $\text{N-Gain} \leq 0,30$        | Rendah   |

3. Persentase Peningkatan

$$\text{Persentase Peningkatan} = ((\text{Nilai Posttest} - \text{Nilai Pretest}) / \text{Nilai Pretest}) \times 100\%$$

Tabel 2. Rundown acara

| Pukul       | Kegiatan                         | Penanggungjawab |
|-------------|----------------------------------|-----------------|
| 10.00-10.30 | Registrasi                       | Tim PKM         |
| 10.30-11.30 | Pembukaan                        | MC              |
|             | Sambutan :                       |                 |
|             | Tim PKM UNISLA                   | Tim PKM         |
|             | Kepala Desa Sendangduwur         | Kepala Desa     |
|             | Do'a                             | Mudin Desa      |
| 11.30-11.45 | Pre-Test                         | TIM PKM         |
| 11.45-13.00 | - Pemaparan Materi: pengembangan | Tim PKM         |

| Pukul       | Kegiatan  | Penanggungjawab |
|-------------|---|-----------------|
|             | wisata dan industri kreatif<br>- Tanya Jawab            |                 |
| 13.00-13.30 | Ishoma  | Moderator       |
| 13.30-14.45 | - Pemaparan Materi: Strategi Pemasaran<br>- Tanya Jawab |                 |
| 14.45-14.00 | Post-Test   | TIM PKM         |
| 14.00-14.10 | Penutup   | TIM PKM         |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan survey awal dan observasi. Tim pengabdian melakukan kegiatan survei lokasi ke objek kegiatan pengabdian yaitu Desa Sendangduwur yang terletak di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Tim pengabdian juga melakukan wawancara dan diskusi dengan pengurus Desa Sendangduwur dan juga perwakilan Pokdarwis Desa untuk memetakan dan mengidentifikasi situasi dan permasalahan yang menjadi kendala pengembangan wisata di Desa Sendangduwur yang bisa dilihat pada Gambar 1. Ditemukan bahwa kurangnya pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran menjadi salah satu faktor penyebabnya sehingga dibutuhkan pelatihan mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran untuk mendukung pengembangan potensi wisata yang ada di Desa Sendangduwur.



Gambar 2. Koordinasi awal dengan perangkat Desa Sendangduwur

Pemaparan materi dan pelatihan diikuti oleh Pokdarwis Padhuraksa, masyarakat, dan perangkat Desa Sendangduwur, Paciran, Lamongan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 30 Juli 2025 di Pendopo Cendhani Sendangduwur Paciran Lamongan. Dibuka dengan sambutan dari tim pengabdian dan Kepala Desa Sendangduwur, yang dilanjutkan dengan pemaparan materi dan pelatihan. Penyusunan materi pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian berdasarkan pada permasalahan mitra yang diperoleh saat survey awal dan observasi, sehingga diharapkan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra dan bisa memberikan dampak positif kepada mitra. Sebelum dilakukan pelatihan, dilakukan pre-test untuk mengetahui pengetahuan awal mitra mengenai materi yang diberikan. Hasil Pre-test menunjukkan bahwa pengetahuan awal peserta mengenai pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran tergolong rendah. Sehingga pemberian materi tersebut sangat dibutuhkan oleh mitra untuk mengembangkan wisata yang ada. Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi dan pelatihan, diskusi, tanya jawab, dan pos-test untuk mengukur pengaruh kegiatan pengabdian kepada mitra.

Materi yang diberikan ialah pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran. Dimana Sendangduwur memiliki potensi ragam wisata yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Desa Sendangduwur Lamongan memiliki banyak potensi wisata yang juga sangat kental dengan budaya. Dalam pengembangan wisatanya, hal pertama yang diperlukan adalah mapping wisata Sendangduwur, dimana diantaranya:

- Potensi Wisata Religi: Makam Sendangduwur, Masjid Sendangduwur
- Potensi Wisata Budaya: Kerajinan Batik, Kerajinan emas, Latar Cendhani
- Potensi Wisata Alam: desa yang indah, dengan lokasi desa yang berada di ketinggian 250 meter di atas permukaan laut, menawarkan pemandangan langsung ke arah Laut Jawa.
- Potensi Wisata Kuliner: Nasi Muduk, Nasi Langgi, kue sor bebek
- Potensi Wisata Edukasi; Membatik



Gambar 3. (a) Makam Sunan Sendang Duwur (b) Latar Cendhani (c) Kue Sor Bebek (d) Nasi Langgi (e) Nasi Muduk (f) Batik Sendang Duwur

Dimana potensi-potensi wisata yang dimiliki dapat dimaksimalkan dalam industri kreatif desa Sendangduwur Lamongan. Dalam pengembangan ini membutuhkan sinergi antara Pokdarwis, BUMDes, serta Pemerintah Desa. Strategi pemasaran yang dilakukan sudah dilakukan dengan offline maupun online. Zaman yang serba digital yang menuntut kita dapat beradaptasi dan dapat memanfaatkan platform digital dengan maksimal. Dimana jika kita dapat memanfaatkannya dengan maksimal maka jangkauan pemasaran akan lebih luas mengingat seluruh masyarakat telah menggunakan media digital, tidak hanya lokal tetapi global.

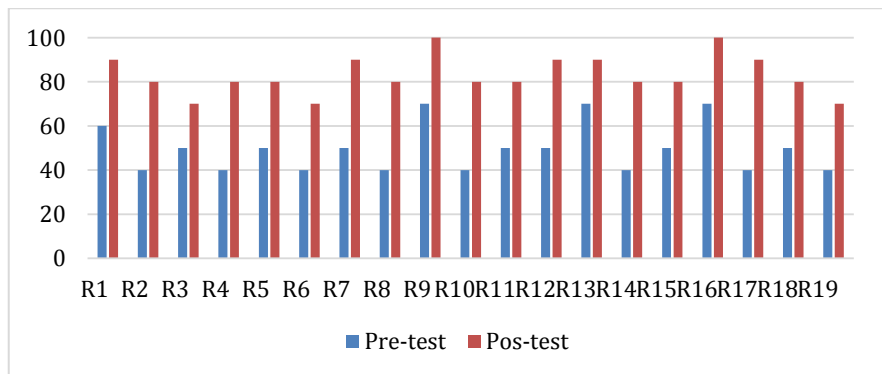
Pengoptimalan strategi pemasaran konvensional dibutuhkan konsistensi dalam mempertahankan ulasan dari para wisatawan yang telah berkunjung sehingga dapat memberikan kesan dalam perjalanannya serta diharapkan dapat menyebarkan ulasan positif tersebut dalam lingkungannya. Mencetak flyer, mengikuti pameran, menjalin networking yang lebih luas juga menjadi salah satu strategi pemasaran konvensional. Namun, hal itu juga harus didukung dengan

strategi pemasaran digital. Strategi pemasaran digital yang dapat dilakukan ialah dengan dengan membangun branding wisata Desa Sendangduwur menjadi citra wisata berkearifan lokal yang didalamnya memuat wisata religi, edukasi, budaya, alam, dan kuliner.



Gambar 4. Pemaporan Materi dan Pelatihan oleh Tim Pengabdian

Pemanfaatan teknologi untuk pemasran di Desa Sendangduwur sudah dilaksanakan namun belum optimal, karena masih ada beberapa informasi yang belum ada dan terintegrasi pada media sosial yang digunakan dan selama pelatihan mitra telah melakukan pengintegrasian informasi-informasi tentang Desa agar mudah di akses oleh masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan pengabdian yang dilakukan di Desa Plosowahyu Lamongan (Ilmayasinta et al., 2024).



Gambar 5. Hasil Pre-test dan Post-Test

Pengotimalan pemasaran digital wisata Sendangduwur dilakukan dengan menggunakan media sosial Instragram, Tiktok, Facebook, Youtube, yang dioptimalkan dengan konten-konten yang kreatif tentang informasi seputar Desa Sendangduwur. Menggunakan SEO, pnegiklanan media sosial dan pembuatan konten-konten oleh wisatawan yang telah berkunjung yang juga memberikan informasi dan berbagi pengalaman mengenai desa Sendangduwur juga menjadi potensi besar wisata Desa Sendangduwur untuk dapat berkembang.

**Tabel 3.** Gain Score, N-Gain, dan Persentase Peningkatan

| No | Responden | Gain Score | N-Gain | Persentase Peningkatan |
|----|-----------|------------|--------|------------------------|
| 1  | R1        | 30         | 0,75   | 50                     |

| No        | Responden | Gain Score | N-Gain | Persentase Peningkatan |
|-----------|-----------|------------|--------|------------------------|
| 2         | R2        | 40         | 0,67   | 100                    |
| 3         | R3        | 20         | 0,40   | 40                     |
| 4         | R4        | 40         | 0,67   | 100                    |
| 5         | R5        | 30         | 0,60   | 60                     |
| 6         | R6        | 30         | 0,50   | 75                     |
| 7         | R7        | 40         | 0,75   | 50                     |
| 8         | R8        | 40         | 0,67   | 100                    |
| 9         | R9        | 30         | 1,00   | 25                     |
| 10        | R10       | 40         | 0,67   | 100                    |
| 11        | R11       | 30         | 0,60   | 60                     |
| 12        | R12       | 40         | 0,80   | 80                     |
| 13        | R13       | 20         | 0,67   | 29                     |
| 14        | R14       | 40         | 0,67   | 100                    |
| 15        | R15       | 30         | 0,50   | 33                     |
| 16        | R16       | 30         | 1,00   | 43                     |
| 17        | R17       | 50         | 0,83   | 125                    |
| 18        | R18       | 30         | 0,50   | 33                     |
| 19        | R19       | 30         | 0,50   | 75                     |
| Rata-rata |           |            |        | 73                     |

Hasil pre-test post-test pada Gambar 4, menunjukkan bahwa 19 peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian mengalami peningkatan pengetahuan pengembangan wisata dan industri kreatif, serta strategi pemasaran, dimana gain score, N-gain dan persentase peningkatan dari setiap peserta dapat dilihat pada Tabel 1 Dengan rata-rata persentasenya adalah 73%.

## KESIMPULAN

Kerjasama antara sektor swasta, pemerintah, dan pokdarwis sangat penting untuk mencapai kesuksesan dalam pengembangan jangka panjang. Dimana pengembangan wisata berkelanjutan ini akan dapat memberikan dampak positif bagi pendapatan, lapangan kerja, kemandirian Desa. Pemetaan potensi wisata yang dimiliki di Desa Sendang duwur diantaranya Potensi Wisata Religi: Makam Sendangduwur, Masjid Sendangduwur, Potensi Wisata Budaya: Kerajinan Batik, Kerajinan emas, Latar Cendhani, Potensi Wisata Alam: desa yang indah, dengan lokasi desa yang berada di ketinggian 250 meter di atas permukaan laut, menawarkan pemandangan langsung ke arah Laut Jawa, Potensi Wisata Kuliner: Nasi Muduk, Nasi Langgi, kue sor bebek, Potensi Wisata Edukasi; Membatik. Potensi besar yang dimiliki akan dapat berkembang dengan baik jika didukung dengan strategi pemasaran yang baik dengan tidak hanya menggunakan metode konvensional tetapi juga memanfaatkan teknologi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afuddin, Muhammad Ifan Nur. (2025). INTERNALISASI NILAI-NILAI KEISLAMAN DALAM TRADISI SELAMATAN DI BAWAH POHON BESAR DI DESA SENDANGDUWUR LAMONGAN. *Jurnal Sejarah Peradaban Islam*, 5(1), 40–55.
- Aliansyah, Helmi, & Hermawan, Wawan. (2019). PERAN SEKTOR PARIWISATA PADA PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN/KOTA DI JAWA BARAT. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55.
- Apriyanti, Masayu Endang, & Hatmoko, Bondan Dwi. (2024). Peran Pariwisata terhadap PDRB dan Dampaknya terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi Bali. *Sosio E-Kons*, 16(2), 135–146.

- Batubara, Tryana Ramadhany, Nasution, Juliana, & Harahap, Rahmat Daim. (2023). Analisis Kontribusi Pendapatan Sektor Pariwisata terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Simalungun. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3710–3729.
- Gai, Ardiyanto Maksimilianus, Arpan, Yunada, Sutaguna, I. Nyoman Tri, & Taihuttu, Gabriela Catriona. (2024). REVITALISASI WISATA BUDAYA MERAYAKAN WARISAN DENGAN SENTUHAN MODERN. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Heriyanto, Muhammad. (2025). Ekonom proyeksikan ekonomi RI bisa tumbuh 5,2 persen sepanjang 2025. Retrieved June 9, 2025, from ANTARA: Kantor Berita Indonesia website: [https://www.antaraneews.com/berita/5016677/ekonom-proyeksikan-ekonomi-ri-bisa-tumbuh-52-persen-sepanjang-2025#:~:text=Pertumbuhan ekonomi Indonesia tercatat sebesar 5%2C12 persen,2025%2C sebagaimana laporan Badan Pusat Statistik \(BPS\).](https://www.antaraneews.com/berita/5016677/ekonom-proyeksikan-ekonomi-ri-bisa-tumbuh-52-persen-sepanjang-2025#:~:text=Pertumbuhan ekonomi Indonesia tercatat sebesar 5%2C12 persen,2025%2C sebagaimana laporan Badan Pusat Statistik (BPS).)
- Ilmayasinta, Nur, Albab, M. Ulul, Setyaningsih, Sri, Ramadhani, Amandanisa, Silvia, Ifroha Anita, & Utami, Zia Retno. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Pengelolaan Website Desa sebagai Upaya Digitalisasi Desa. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 99–106.
- LAMONGAN, PEMKAB. (2021). RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH DAERAH KABUPATEN LAMONGAN TAHUN 2021-2026. Lamongan: PEMKAB LAMONGAN.
- Londongallo, Megawaty, Paranoan, Natalia, Patiung, Naomi, Agustinus, Sarah, & Nura, Kezia Angriani. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUNTU BURAKE DENGAN PENDEKATAN PORTER'S DIAMOND MODEL DI KABUPATEN TANA TORAJA. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN, EKONOMI DAN AKUNTANSI*, 983–998.
- Pradana, Yoga AMar, Sutardi, & Ihsan, Bisarul. (2024). The Legend of the Milled Well in Sendangduwur Village, Paciran District (Study of Narrative Structure, Cultural Values and Community Reception). *EDU-KATA: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pembelajarannya*, 10(2), 10–17.
- Santoso, Mohammad Syafi'i Budi. (2019). MELALUI PARADIGMA SADAR WISATA ( Studi Khusus : Di Desa Sendang Dhuwur , Kecamatan Paciran , Kabupaten Lamongan ). *TIJAROTANA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 01(01), 1–21.
- Sihombing, Natalia E., & Hutagalung, Indah Juliana Br. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA KABUPATEN TOBA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH. *JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 150–172.
- Zulfi, Syarif Nasarudin Aulia, & Asriati, Nuraini. (2024). KONTRIBUSI PARIWISATA TERHADAP PENDAPATAN NASIONAL DALAM MEWUJUDKAN EKONOMI BERKELANJUTAN. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 703–711.