

LAMPIRAN



Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Responden

1. Wawancara Semi Terstruktur

- a) Nama:
- b) Usaha / Jabatan:
- c) Jenis Kelamin:
- d) Tanggal Lahir:
- e) Platform Wawancara:
- f) Tanggal Wawancara:

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa saja kondisi terkait lingkungan, sosial dan budaya dalam industri pariwisata Desa Wisata Penadaran
2. Untuk mengetahui ketersediaan aspek-aspek indikator berdasarkan industri / unit usaha yang telah dijalankan dalam Desa Wisata Penadaran.
3. Untuk mengetahui apa saja kondisi terkait kegiatan pemasaran destinasi dalam industri pariwisata Desa Wisata Penadaran

C. Pertanyaan mengenai aspek Lingkungan, Sosial dan Budaya

1. Bagaimana journey awal desa wisata hingga saat ini? (kesulitan, pengembangan produk, sejarah)
2. Apa saja kegiatan kebudayaan seperti upacara adat atau kegiatan adat yang masih dilestarikan di Desa Penadaran?
3. Apa saja kesenian dan kerajinan khas dari Desa Penadaran?
4. Sejauh ini, bagaimana keterlibatan masyarakat dalam unit usaha desa wisata?
5. Apa sajakah dampak (sosial) bagi masyarakat lokal dari unit usaha BUMDes saat ini?
6. Sejauh ini, apakah desa wisata telah memperoleh keuntungan/profit?
7. Bagaimana sistem pendanaan yang diperoleh di Desa Penadaran?
8. Apa saja sumber pendapatan dari operasional destinasi Desa Wisata Penadaran?

D. Topik pertanyaan-pertanyaan tentang Potensi Pengembangan Destinasi Desa Wisata

(pertanyaan akan disampaikan dengan cara semi-formal)

1. bagaimana alur customer journey untuk berwisata ke Desa Wisata Penadaran?
2. Apa saja daya tarik atau event atraksi di Desa Wisata Penadaran?
3. Apa saja Sarana dan Prasarana yang tersedia dalam paket wisata?
4. Apasaja fasilitas utama yang tersedia dalam paket wisata?
5. Berapa pintu akses menuju Desa Wisata Penadaran?

6. Apakah Desa Wisata Penadaran memiliki akses bagi penyandang disabilitas/difabel? Jika ya, bisa dijelaskan?
7. Apakah Desa Wisata Penadaran memiliki layanan dan sumber informasi?
8. Berapakah jumlah *homestay* yang tersedia di Desa Wisata Penadaran? Dan apa saja fasilitasnya?
9. Apakah Desa Wisata Penadaran memiliki pasar tradisional yang dapat diakses wisatawan?

E. Topik pertanyaan-pertanyaan tentang strategi pemasaran

(pertanyaan akan disampaikan dengan cara semi-formal)

1. Apa pesan dan value yang bisnis anda sampaikan dalam kegiatan pemasaran?
2. Bagaimana anda menyampaikan pesan dan value bisnis anda kepada kostumer?
3. Apa saja strategi pemasaran bisnis yang telah dijalankan?
4. Apakah Desa Wisata Penadaran memiliki social media? Jika ya, bisa disebutkan?
5. Apakah Desa Wisata Penadaran pernah meniklankan paket wisata destinasi di Penadaran (digital maupun cetak)?
6. Menurut anda, sejauh ini apa saja penghambat pengembangan pemasaran destinasi desa wisata?

Lampiran 2. Transkrip Wawancara 1.1

Nomer Wawancara : 1.1
 Narasumber : Sholehatu Ridlo , S.E. M.H (S)
 Posisi/Jabatan Masyarakat : Kepala Desa
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Tanggal Wawancara : 11 May 2022
 Lokasi/Platform Wawancara : Wawancara Langsung di Desa Penadaran
 Penanya : Team riset Podomoro – Tasya Thinggani, Jessica Stefi,
 Lung Giatto, Romadhon
 Waktu : 14.00-15.00

Aspek	Inisial	Transkrip	
	S	:	Selama periode jabatan mas Lurah, perencanaannya seperti apa?
	PL	:	Lebih ke visi misi yah mas? Kalau untuk visi dan misi nya itu ya tentunya untuk kemajuan (desa wisata) yang pertama memang infrastruktur terus kebetulan desa kita ini ditunjuk sebagai desa wisata. Itu memang agak tricky memang soalnya desa kita gaada atraksi wisata gitu, jadi mau gak mau itu ee.. kayak harus puter otaklah gimana caranya gitu. Itu kita dapet SK desa wisata (pada tahun) 2017 sebelum saya menjabat (2019). Nah trickynya itu tadi gimana caranya biar ini bisa jadi attraction gitukan, terus kalau orang bayangkan orang dateng kesini tanya apa wisatanya gitukan, sebetulnya wisatanya itu kampung ini sendiri dan orang-orang ini sendiri.. bukan kaya wisata kaya air terjun atau flying fox, lebih ke culturenya sih.. karna maugamau kita juga, ehm mengembangkan tempat tempat yang mungkin ada sejarahnya ada potensinya gitu jadi kalau misalnya ada tamu kita bisa cerita ini tuh sejarahnya tuh kayak gini.
	S	:	Lalu dalam mewujudkan visi misi tersebut pun, ada lagi yang perlu saya jawab karna kan berkaitan dengan pembangunan, infrastruktur kalau tadi saya sebutkan. Itukan juga jadi target saya, cuman memang ada kendala yang kemaren pandemi covid, yang tadinya dana desa digunakan untuk bangun jalan dialihkan untuk bantuan, jadi agak menghambat visi misi juga sebenarnya. Selama dua tahun, saya stuck gabisa ngapa-ngapain karna duitnya kan ke BLT (Bantuan Langsung Tunai - Dana Desa).

			Saya awal bisa menjalankan dana desa dengan normal itu di tahun 2019 awal, itu waktu itu pas awal menjabat lumayan dapet jalan beton itu satu setengah kilo (1,5 km). Nah, difikir saya kan kalau tiap tahun dapet 1,5 kilo kan selama 6 tahun kan lumayan hamper 10km kan. Tapi begitu 2019 akhir, sampe sekarang kan dana desa masih dipake untuk covid jadi untuk pembangunan otomatis terganggu. Jadi dana infrastruktur tadi dialokasikan ke BLT. Nah sekarang alhamdulillah tahun ini pembangunan sudah boleh, separoh bantuan separuh fisik ini juga udah lumayan lah, warga juga udah cape kan.. Taunya virus sudah hilang tapi kebijakan pemerintah masih belum kembalil gitu.	
Lingkungan, Sosial dan Budaya	LG	:	Tapi dari BumDes sendiri, bukannya bisa membantu desa juga yah pak?	
	S	:	Untuk Bumdes kita sendiri juga masih bisa dibilang merintis sih, jad istilahnya kalau untuk mendapatkan BLT yang besar dari situ sih kita belum dapet. Penadarannya kita masih lebih memberikan modal seperti odong-odong dan AMDK tapi kayak gitukan belum bisa langsung. feedbacknya belum bisa terasa banget gitu. Bahkan nanti bis akita bisa merasakan feedbacknya bisa 3-6 tahun lagi. Apalagi brand kan, pasti gabisa langsung.	
	LG	:	Dalam sisa periode pak lurah, kiranya apa saja rencana kedepannya?	
	S	:	Melanjutkan visi misi sih, pembangunan iya, sdm juga terus berjalan. Dasarnya sih melanjutkan saja apa yang harus dijalankan berdasarkan 10 program desa.	

	S	:	Terus kerja sama.... Kita bikin kerja sama antar 3 desa	
	JS	:	Oh ada sempet kaya gitu?	
	S	:	He-em, itu masalah wisata juga, pengennya kan saling melengkapi, tapi ternyata kita belum belum jalan, 3 desa ini juga masih banyak kekurangan.	
	JS	:	Ohh, desanya itu apa aja kira-kira?	
	S	:	Ini kita, Desa Penadaran,	
	JS	:	He-em, Penadaran.	
	S	:	Yang sebelah itu, masih gandeng sih, desa sebelah desa Glapan, sama sebelah lagi namanya desa "...."	
	JS	:	Oh sebenarnya tuh mereka kerja sama apa- saling, inilah mau kerja sama gitu bertigaatra	

	S	:	Heeh, cuman untuk tadi kan dibikin wisata, parkiran disini, odong-odong disini gitukan	
	JS	:	Oh iya bener bener.	
	S	:	Tapikan ternyata ketika udah kita... hmm apa... Kita bukalah katakan belum ada yang ini juga karena kan masing-masing desa kan ternyata masih ada kekurangan.	
	JS	:	Kira-kira tuh kekurangannya apa? Misalnya, Penadaran masalahnya tuh apa yang paling utama gitu?	
	S	:	Salah satunya ya itu, eee tempatnya, tempatnya memang masih perlu banyak yang dibangunlah. Termasuk infrastruktur, juga pembangunan di masing-masing situs. Terus yang kedua, kesadaran masyarakatnya kadang orang kesini nanya masyarakat, masyarakatnya juga bingung juga gatau wisatanya apa.... Eeee, tapi sekarang pelan-pelan sih eee mulai ini mulai welcome, jadi kalo ada yang kesini, mereka kaya menyambutlah, sambutan atau senyuman itu kan juga kayak salah satu yang diperhatikan oleh banyak orang	
	JS	:	Hmm ya bener sih, dari wisatawan gitukan dateng.	
	S	:	He-eh, jangan sampe kalo ada yang.... Masa kita ke Bali lah, kita kan kalo dijudesin orang bete juga.	
	JS	:	Iya iya hehe. Iya langsung...	
	S	:	Iya dari dulu banyak yang kaya gitu, sekarang uda mendinglah	
	JS	:	Hmm iya, pelan-pelan lah ya, pelan-pelan uda mulai berkembang-berkembang gitu.	
	S	:	He-em,	
	JS	:	Terus apa lagi masalahnya kalo sumber daya manusianya gimana?	
	S	:	Hmmm sumber daya manusia.... Eeee... banyak juga yang ini mereka ada juga yang kreatif. Emmm kita bikin apa namanya, ada yang bikin kaya handcrafted.	
	JS	:	Oh iya handcrafted yang kemaren mereka ada yang ngomong.	
	S	:	Handcrafted kayu jati... Dari kayu-kayu fosil, sendok, piring, mangkok..	
	JS	:	Cenderamata juga ada kan? Buat oleh-oleh gitu?	
	S	:	Iya cenderamata, cuman itu kalo dijual buat oleh-oleh, harganya masih mahal	
	JS	:	Ooh, karena itu terbuat dari..?	
	S	:	Karena terbuat dari kayu fosil, harusnya kan dari kayu-kayu biasa yang-yang, sifatnya produksinya itu masal. Kalo ini belum, masih segmented.	
	JS	:	Oh iya karena handcraft kan pake tangan?	
	S	:	Hmm karena segmented sih, jadi orang2 tertentulah yang suka dan mau beli gitu. Itu kendala juga sih, tapi ya intinya ya terus berexplore	

	JS	:	Berinovasilah ya? Nah kalo kerja sama yang kayak sama akademisi tuh uda lumayan banyak tuh, kan tadi kayak sama Podomoro, President Univ, hasilnya apa sih yang paling kayak berdampak gitu untuk desa wisata Penadaran?	
	S	:	Salah satunya itu yang AMDK itu, kan itu atas arahan dari Prof juga, dari Mas Jumino juga, kalo yang berkembang banget sih belum sih. Memang kan itu proses pelan-pelanlah ya.	
	JS	:	Oh iya iya, tapi kan ada bantuan dari univ-univ gitu lumayan lah ya?	
	S	:	Lumayan..	
	JS	:	Kaya kita kan misalnya bantuin buat rencana strategi gitu ya..	
	S	:	Iyaaa. Itu juga kita membutuhkan, karena kan kita juga udah kayak “ini mau diapain lagi?” Gitu. Kalo kita gak sharing-sharing kek gini kan.. kita kan mentok juga	
	JS	:	Iya iya bener, harus bertukar pikiran ya...	
	S	:	Ya harus sharing	
	JS	:	Atau ada kerja sama yang Mas lakukan gitu untuk membantu selain yang ini kan kalo universitas, univ-nya oh ada bantuan dari dosennya dateng. Kalo dari mas sebenarnya ada gak sih jenis kerja sama yang diharapkan?	
	S	:	Sebenarnya sih, gini.. ada dua sih, yang satu ide yang satu dana. Tapi kan kita gamungkin kan misalnya Prof disini kita mintain kita palakin kan gamungkin, oh yauda idenya aja kalo gitu. Kecuali nanti misalnya Prof ada sponsor apa gitu dana darimana atau apa gitu dikasihkan lah ke kita untuk bangun apa gitu.	
	JS	:	Nah kalo misalnya dana itu, bukannya dapet dari pemerintah?	
	S	:	Ada.. tapi ya gitu kaya itu tadi untuk infrastruktur, jadi kebagi, “kamu benerin infrastruktur dulu deh jangan macem-macem dulu”, nanti infrastruktur belum beres, uda untuk riset AMDK atau apa gitu nanti dikira buang-buang duit. Jadi kalo infrastruktur kan jelas, jadi jembatan atau jalan.	
	JS	:	Berarti ini buat ngembangin bisnis, ngembangin desa wisatanya itu, masih kekurangan dana, kurang modal, kesulitan lah ya sebenarnya?	
	S	:	Iya, BUMDesnya lah	
	JS	:	Oh iya BUMDesnya kan? Kalo infrastruktur uda lumayan dibantu sama pemerintah?	
	S	:	He-eh... Kadang alat juga, di Bumdes juga kadang alat kayak untuk apa... bikin kemasannya, packing-packingnya, kardusnya	
	JS	:	Oh he-eh... hmm ada sempet ada ini ga si Mas, nanya ke investor gitu untuk dana?	
	S	:	Sempet sih, kadang kan dia kan pilih-pilih juga.	

	JS	:	Oh iya iya betul, kadang kan prosesnya ga mudah, dia juga milih yang udah....	
	S	:	Bener-bener siap gitu kan,	
	JS	:	Iyasih, makanya kita harus bener-bener ngembangin disitu,	
	S	:	He-eh, makanya kita bikin okelah, sedikit dulu aja gapapa yang penting jalan, jadi nanti kalo uda bener-bener jalan baru deh kita kaya cari-cari lagi.	
	JS	:	Nah kan katanya dulu, uda sering uda ada beberapa turis kesini, itu tanggapan dari turisnya gimana? Apa ada kritik atau gimana?	
	S	:	Oh enga, kalo kritik turis enga...	
	JS	:	Oh iya, sempet direkap gak mas respon turis ini dalam bentuk foto2 atau bentuk tulisan atau bentuk vidio gitu?	
	S	:	Itu sih, sempet sih temen-temen, cuman kalo yang tertata banget sih kita belum.	
	JS	:	Kira-kira kan ini jarang berarti masih ada kritikan dari turis, kesan yang paling bagus tuh apa, maksudnya tuh yang paling berkesan bagi turis disini tuh apa?	
	S	:	Ramah tamah uda dapet sih kita.. Atau coba mba deh, misalnya main kemana random aja gitu, mau sharing2 apa, mungkin sih lebih banyak yang menyambut daripada apa, kecuali kayak kalo bener-bener tertutup banget, males ngobrol. Kan ada juga tuh orang yang males ngobrol orang asing ya, ini siapa sih "ini sopo toh".	
	JS	:	Hahah iyaiya, malah nganggepnya siapa sih..	
	S	:	He-eh iya tapi kalo memang dia orangnya nyantai, diajak obrol, yauda... Itu ramah tamah sih. Maksudnya sih kita kalo dalam pariwisatanya tadi ya kita emang belum matang juga, masih dalam proses juga.	
	JS	:	Tapi ini yang paling terkenal itu Gua Maria Sendangjati nya lah ya?	
	S	:	(Mas Lurah mengangguk-anggukan kepalanya) He-em he-em bener. Nah itu paling kalo pun tempat ya itu, Gua Maria. Cuman kan itu eee kelompok tertentu, jadi kalo untuk Muslim, untuk kesitu kan segan juga, takutnya kan takut ganggu orang ibadah disana, apa gimana. Ya kalo dari teman-teman Katolik sendiri pasti responnya bagus, "oh disini ada tempat kayak gini".	
	JS	:	Kalo yang atraksi itu yang kayak Apitan, Rumah Gong, Rumah Budaya, ada acara itu banyak gak sih Mas, kayak turis-turis dah pada tau belum?	
	S	:	Kalo dibilang banyak sih belum, tapi adalah, ada wartawan juga.	
	JS	:	Ohh ada wartawan??	
	S	:	Tapi ya lokal, belum yang nasional	

	JS	:	Ohhh, itu kira-kira apa tuh wartawan darimana?	
	S	:	MNC pernah, Metro tapi yang lokal	
	JS	:	Ooh.... lokal itu berarti... ??	
	S	:	Kayak Grobogan gitu, Metro TV Grobogan	
	JS	:	Oooh, kalo begitu disiarin dimana?	
	S	:	Di lingkungan itu, misalnya Grobogan ya di Grobogan aja, dia gabakal keluar ke Boyolali..	
	JS	:	Oohhh baru tau baru tau hehehe	
	S	:	Kecuali, di Grobogan itu masuk ke isu nasional itu baru, baru naik tuh	
	JS	:	Oh iya ya baru bisa dinonton satu Indonesia gitu ya?	
	S	:	He-eh iyaa.. Paling kalo yang lokal itu larinya ke Youtube.	
	JS	:	Oh iya Youtube, aku uda cek, lumayan, banyak review2 Gua Maria, Budaya Apitan, eee apa itu Banyu Udan, itu ada di Youtube hehe.	
	S	:	Sebenarnya diluar yang membawa desa itu ada, kayak setaun sekali kita ada komunitas motor trail dan bike..	
	JS	:	Ooohhh... Mas Lur salah satunya kan makanya motornya heheh	
	S	:	Oh iya, saya juga pake..	
	JS	:	Itu dari mana sih komunitas yang bike itu?	
	S	:	Desa sini ada, termasuk saya juga ikut. Kalo kita bikin acara banyak rame..	
	JS	:	Oh iya kalo komunitas emang banyak ya rame yang pake motor...	
	S	:	Iya, sebenarnya kita mau bikin yang namanya acara Baksos. Itu nanti ada kontribusi ke warga, biasanya ketempat ibadah. Cuman kita belum berani bikin baksos itu karena ini jalurnya masih belum cocok untuk motor trail.	
	JS	:	Oohh masih belum rapih ya?	
	S	:	Bukan Mba, kalo rapih kita malah ga ini Mba, hmm gini kurang menantang, masih kurang landai. Kadang yang dicarikan batu-batu, jurang-jurang, disini tuh masih kurang.	
	JS	:	Oooohhh... gitu ya... Hmm, selain yang komunitas ini, kalo bikin acara kan ada pihak yang ngebantu nih mas, mungkin ada kepikiran ga sih mas bikin, kayak bikin acara event atau lomba dari segi bisnis kan kalo tadi segi sosial?	
	S	:	Sebenarnya biasanya di Baksos nya itu bisa untuk bisnisnya, karena kadang jalur itu kan yang uda jadi tempat wisata nih, ini Penadarannya di Pulosari, itu uda ada jalurnya sendiri cuman disini susah tuh banyak kebun warga jadi masih belum bisa dijadikan bisnis jalur untuk motor trail.	
	JS	:	Oooh iya iya... Nah kalo Bumdes itu juga termasuk dari pemerintah ya?	
	S	:	Iyaa..	

	JS	:	Itu apa aja tuh, kegiatan-kegiatan yang sudah dihasilkan, kayak tadi kan berarti AMDK tadi, terus...	
	S	:	Ada odong-odong, itu sering juga dapet orderan, ya walaupun dikit-dikit, kayak 50rb sekali jalan, tapi kan kalo sering ya lumayan ya..	
	JS	:	Ooooh, muterin desa ini?	
	S	:	Keluar desa juga, tapi gak lewat jalan raya. Kan ga safety.	
	JS	:	Oooh iya	
	S	:	Hmmm apalagi ya, AMDK... Odong-odong... hmm	
	JS	:	Oh, guesthouse dan homestay gimana?	
	S	:	Kita baru mau ini, baru mau ngembangin.	
	JS	:	Ooh, sempet dimasukin diaplikasi-aplikasi gitu?	
	S	:	Kemaren sempet di survey sama OYO, uda mau ini nih sebenarnya, uda mau kita ambil. Tapi ternyata yang dari ada dari segi pemerintah sendiri, malah kurang suka kalo OYO masuk ke desa... Karena swasta kan... Nanti takutnya dikuasai mereka. Nanti takutnya yang punya kebijakan lebih condong ke dia, jadi ikutin kebijakan dia.	
	JS	:	Oh iya iya..	
	S	:	Tapi kalo desa kami sendiri punya ini sendiri, manajemen sendiri nanti uda nanti gada sharing2. Kan kalo kerja sama itu otomatis sharing profit. Yaaa, Jadi kemaren kita belum tindaklanjuti tuh, itu baru kemaren tuh. Uda sampe sini foto-fotoin	
	JS	:	Oh jadi sekarang ditolak gitu?	
	S	:	Belum kita tindaklanjuti lagi, belum sampe nolak sih.. Hahaha "tar dulu Mas".. kita pertimbangi dulu.	
	JS	:	Lapangan ini ada disewakan atau gimana gak Mas?	
	S	:	Oh kemaren ini sempet kan ada event turnamen voli, nah mereka nanya untuk sewa parkir disini.	
	JS	:	Kalo kontribusi warga-warganya ada gak Mas? Misalnya nih event kan butuh panita-panitia, biasanya warga nya terlibat juga ga sih Mas?	
	S	:	Terlibat, panitia pasti. Rata-rata kan dari warga sendiri juga.	
	JS	:	Mereka nyalonin diri, dan sukur-sukur ada warga dari luar?	
	S	:	Eee, kita jarang sih, tapi event voli yang ini, open, dari luar masuk.	
	JS	:	Ohiya kayaknya ada satu yang belum ditanyain deh, Batik	
	S	:	Batik. Batik lagi vakum, kita waktu itu ada, sempet vakum, ini mau saya adakan lagi, karena itu salah satu yang pede kita jual lah ya.	
	JS	:	Oh iyaa menarik emang batiknya	
	S	:	Saya sendiri juga pakai batiknya tiap Kamis	
	JS	:	Oh iyaaa bener, tapi kendalanya di apa Mas? Kenapa vakum?	

	S	:	Kemarin sempet di modal, sama operasional juga, sama promosi kemarin kurang maksimal juga. Termasuk packaging yang harus diperbaiki juga.	
	JS	:	Oh iya nanti coba kita bantu rebranding.	
	S	:	Perlu sih yang batik itu perlu rebranding banget sih.	
	JS	:	Hmm kalo klinik rumah sakit ada dimana ya?	
	S	:	Disini? Hmm, oh itu sebenarnya salah satu yang terganggu sama Covid, FKD namanya. Itu yang dana pengembangan dialihkan kepada dana infrastruktur.	
	JS	:	Ohh, semacam puskesmas gitu ya? Itu biasanya dibiayai oleh desa kan?	
	S	:	Iya desa. Itu salah satu yang tergeser sama Covid harusnya 2020 tuh.	
	JS	:	Oh iya tapi pas Covid ya.	

Dilanjutkan percakapan santai namun tidak berkaitan dengan topik dan aspek wawancara, maka transkrip wawancara hanya dikutip hingga bagian diatas*



Lampiran 3. Transkrip Wawancara 1.2

Nomer Wawancara : 1.2
 Narasumber : Jumino Windhandini (JW)
 Posisi/Jabatan Masyarakat : Tokoh Pemuda/Perangkat Desa
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Tanggal Wawancara : 11 May 2022
 Lokasi/Platform : Wawancara Langsung di Desa Penadaran
 Wawancara
 Penanya : Tasya Thinggani
 Waktu : 15.00-16.00

Aspek	Inisial	Transkrip	Ide Pokok/ kata kunci
Lingkungan Sosial Budaya	TT	: Kondisi lebaran kemarin gimana pak? Apa sudah ada wisatawan?	
	JW	: Belum mbak, paling cuman dari teman-teman luar kota main saja kesini	
	TT	: Awalnya perencanaan pengembangan desa wisata ini seperti apa mas jum?	
	JW	: Jadi tahun 2017 kita pernah mendapatkan gelar dari bupati penetapan desa wisata dan diperbaharui pada tahun 2020 ee.. secara umum ee.. dulu pada tahun 2017 sebenarnya tidak begitu jalan, agak kurang.. agak.. jadi kayak kurang gitulah lalu tahun 2019 saya masih inget ada visi misi mas lurah yaitu di bidang di pariwisata itu membawa desa wisata secara nyata. Terus tahun 2019 kita mengemas yang namanya apitan menjadi kirab. Lalu tahun 2020 ada covid pandemi hingga saat ini, jadi saat ini untuk event event itu (sedang difokuskan) mau di hidupkan kembali.	
	TT	: Biasa untuk <i>event-event</i> tahunannya ada apa aja pak?	
	JW	: Kemarin itu yang sudah dikemas itu cuma.apitan terus kirab gunduh banyu udan terus ada pandeni dan kemungkinan ini tadi – sama dispora nya itu apitan nanti termaksud dibantu oleh bappeda propinsi.	
	Potensi Pengembangan Destinasi	TT	: Berarti waktu itu fokus (atarksinya) nya di event-event yang disebutkan yah?
JW		: Semuanya mbak, jadi untuk yang budaya, budaya itu mencakup tempat tempat budaya	

Desa Wisata		yang punya sejarah dan kesenian. Disini ada sanggar kesenian lalu di event.. event itu akan kita garap semua	
	TT	: Nah awalnya kan cuma fokus ke dua event tadi yah, nah setelah ini berarti baru akan dihidupkan lagi satu persatu?	
	JW	: Nje betul mba semuanya, intinya bagaimanasih agar maksudnya kita ingin mengemasnya menjadi sebuah (desa) yang layak yang disebut sebagai desa wisata (dari segi) atraksinya. Tapi kalau alam sih (desa) kami belum berani mbak karena alam di Desa Penadaran itu.. anu ini.. (sebagian besar merupakan bagian dari) perhutani. Agak resiko disitu juga ya tapi gakpapa.	
Potensi Pengembangan Destinasi Desa Wisata	TT	: Tapi kalau gua maria sendiri termaksud tidak?	
	JW	: Termasuk mbak. Kalau gua maria begini, yang bisa nganu.. (tergantung) masyarakatnya. Jadi sikap desa terhadap gua maria itu ya silahkan desa mau ditempatkan gimana yang penting tugas desa ini dapat berkembang. Nah kalau soal tata aturan silahkan dikelola sendiri. Jadi (gua maria) itukan menjadi tempat ibadah juga dan sekaligus wisata kita gaktau tuh yang jelas Ketika butuh bantuan, desa siap (membantu) begitu.	
	TT	: Berarti kesimpulannya gua maria menjadi salah satu bagian namun untuk pengelolaan yang penting dapat dipertanggung jawabkan yah.	
	JW	: Nje mbak betul.	
	TT	: Berarti ini akan berkaitan dengan unit usaha sekitar yah mas Jum?	
	JW	: Nje.. iya betul mba.	
	TT	: Selain itu ada planning (pengembangan wisata) apalagi mas Jum?	
	JW	: Jadi kita sedang mendata dulu budaya dan daya Tarik wisata yang dapat dibangun. Ada 10 wisata yang tadi saya sempat kirimkan (data berupa list atraksi desa) lalu kemudian dalam waktu dekat kita juga mendata untuk yang souvenir dan kriya. (lalu) Nomer 3, itu kulinernya. Nah jadi tiga itu minimal yang ingin (fokus) dikembangkan.	
	TT	: Oke baik, berarti tadi kesimpulan berfokus mengembangkan di produk usahanya dulu ya	

		mas. Tapi kalau dari akomodasi seperti tourgiude apa sudah tersedia mas?	
	JW	: Belum ada mba, Tourguidenya belum sampai situ tapi yang jelas untuk mencukupi misalnya dalam memenuhi akomodasinya kita sudah mempersiapkan homestay untuk wisatawan	
	TT	: Untuk saat ini ada berapa homestay mas jum?	
	JW	: Saat ini ada 16 homestay mba	
	TT	: Untuk homestay ini ada sudah berikut dengan paket paket gitu mas?	
	JW	: Belum ada mba, tapi yang jelas ketika biasane ada tamu sebatas mahasiswa itu sudah pernah, mahasiswa dari semarang, udinus, madiun – jawa biasanya sekalian kasih testimoni kurangnya apa.	
	TT	: Berarti salah satu fasilitas yang disediakan saat ini itu ada homestay dan lapangan yah pak? Ada lagi gak pak untuk fasilitas utama lainnya?	
		: Ada restoran Tugu lumpang, ada TIC juga disana. Kita juga ada wisma tamu tapi belum jadi mbak.	
		: Oh berarti nanti informasi atraksi dan sebagainya akan ada di Tugu Lumpang ini yah	
Potensi Pengembangan Destinasi Desa Wisata		: Iyah mbak, karena masyarakat.. tahun ini belum menyetujui pembangunan TIC (bangunan sendiri)	
		: Selain TIC dan resto, ada apa lagi tuh mas?	
		: Ada banyak mba, ada rumah budaya dan mungkin ini mba, lalu gini mba konsepnya, jadi ini kita ada 6 dusun yah mba dan kita mau kembangin nilai 4A. secara umum sari kemarin itu, baru di tahun ini kita membangun kelompok sadar wisata yang Namanya poksadwisata ---	
		JW : kitapun sedang mencoba mengembangkan dari sisi 4A juga, atraksi, akomodasi, ansilari dan aksesibilitas	
		TT : Ohiya pak, saya pun mau mendalami dari segi 4Anya pak, nah kalau dari aksesnya berarti hanya dari jalan yang didepan tadi (jembatan) aja yah pak?	
		JW : Untuk akses kita mau diperbaiki juga mba, tapi memang prosesnya lama karena untuk pengajuan ke pemerintah itu perlu -----	
		TT : Untuknya aksesnya ini hanya bisa untuk motor dan mobil saja yah mas berarti?	

	JW	:	Bis juga bisa mba, motor mobil bis bisa.	
pemasaran	TT	:	Boleh diceritakan gakmas customer jorneynya wisatawan itu seperti apa? Misal, jika ada wisatawan kan sudah contact mas Jumino, nah selanjutnya bagaimana tuh flow alurnya?	
	JW	:	Ya tergantung wisatawan maunya apa mbak, jadi prinsipnya begini mbak, 'lu butuh apa gue ada'. Gitu dong..	
	TT	:	Ohh berarti memang yaudah balik ditanya aja yah, kalau butuh homestay tanggal pake kalau mau lapangan nanti disiapkan sesuai kebutuhan saja yah.. yang penting kalau ada gitu	
	JW	:	Iya mbak betul wes ngono ye mba. Kami ini.. market oriented, tak siapi mbak. Prinsip Desa Penadaran gitu, di pemerintahan juga gitu makanya keren keren mbak	
	TT	:	Mas maaf tapi kalau untuk temen temen disabilitas, aksesnya gimana tuh mas? Bisa disiapkan juga?	
	JW	:	Bisa mbak.. bisa.. tapi belum pernah saja mbak. Kalau.. nyongsewu mba kalau bayangan wisata didesa ini kan untuk menengah ke bawah sedangkan kalau disabilitas itu sudah keatas mungkin. Tapi memang kami belum pernah ada sih mbak	
	TT	:	Tapi menurut mas jum berarti friendly untuk teman disabilitas lahyah?	
	JW	:	Wuh friendly mbak..	
	TT	:	Untuk pemasarannya seperti social media itu sudah ada belum mas jum?	
	JW	:	Belum ada	
	TT	:	Kalau website pak?	
	JW	:	Gaada sih	
pemasaran	TT	:	Untuk website yang terakhir, kalau tidak salah sempet ada website bukan ya pak?	
	JW	:	Oh itu sudah tidak diaktifkan lagi itu, simdesa pun error ternyata. Saya sudah konfirmasi ke kabupaten tapi memang error.	
	TT	:	Berarti kalau ada wisatawan mau visit, biasanya lewat mana tuh pak? Whatsapp sajakah berarti?	
	JW	:	Iya, cuman memang seringnya mulut ke mulut mbak	
	TT	:	Berarti para wisatawan ini kalau mau booking hanya lewat mas Jum aja kah?	

	JW	:	Ke saya bisa, ke pak lurah bisa sebenarnya ke pengurus aja sih mbak, kita ada groupnya kalau memang mau visit.	
	TT	:	Oh berarti karena mulut ke mulut, konsepnya pun masih sederhana ya pak.	
	JW	:	iya mbak, malah sudah ada beberapa warga yang mau mendaftarkan, kita modal kontrak aja.	
Potensi Pengembangan	TT	:	Homestaynya seperti ini yah pak? (mengarah ke rumah warga dekat lokasi wawancara)	
Destinasi Desa Wisata	JW	:	Iya, ini salah satu tapi ada lagi mbak.	
	TT	:	Dari obrolan dengan pak Lurah, berarti memang salah satu fokus pengembangan wisata ini adalah Liveinnya, betul yah mas?	
	JW	:	Iyah mbak betul	

Dilanjutkan percakapan santai namun tidak berkaitan dengan topik dan aspek wawancara, maka transkrip wawancara hanya dikutip hingga bagian diatas*

	JW	:	Jadi kita juga ada tema wisata sport tourism mba, Ada lapangan sepak bola kita ada juga venue panahan kebutulan mei tanggal dua.. dua dua, sembilan belas dan dua dua kita melakukan pelatihan EO untuk ee.. olahraga traditional, dan kita ambil panahan. Panahannya ada	
	TT	:	Dimana pak?	
	JW	:	Disana (menunjuk ke arah salah satu lapangan indoor)	
	TT	:	Kalau disini yang tersedia lapangan outdoor cuma satu lapangan aja pak?	
	JW	:	Satu lapangan tapi bisa buat futsal, kemarin liga futsal disini, tennis ya four in one lah.. lalu ada tennis juga bulu tangkis juga dan disana ada juga tennis meja. Ini masih berlangsung loh turnamen volley.	
	TT	:	Biasa yang ikut terlibat jadi partisipan memang warna sekitar kah pak?	
	JW	:	Engga mbak, itu orang orang desa yo itu mbon mbonane tekane seng jos jos an mbak.. yang bagus bagus, yang berani ngebor Jadi orang desa tuh kan – wenan – ngendi Semarang. Itu pas jamannya tuh sering loh di sewo	

Dilanjutkan percakapan santai namun tidak berkaitan dengan topik dan aspek wawancara, maka transkrip wawancara hanya dikutip hingga bagian diatas*

Lampiran 4. Transkrip Wawancara 1.3

Nomer Wawancara	:	1.3
Narasumber	:	Pak Mugiman (M)
Posisi/Jabatan Masyarakat	:	Tokoh Masyarakat
Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
Tanggal Wawancara	:	9 Juni 2022
Lokasi/Platform Wawancara	:	Wawancara Langsung di Desa Penadaran
Penanya	:	Team riset Podomoro – Tasya Thinggani, Jessica Stefi, Lung Giatto, Romadhon (TR)
Waktu	:	15.00-16.00
Perihal	:	Pengembangan Desa Wisata dan Pelaksanaannya

Aspek	Inisial	Transkrip
	M	Kalau mau kesini mungkin percobaannya gak ada temennya gitukan..paling kayak gitu.. ya lambat laun lah.. pelan pelan..
	TR	Kita baru pertama kali.. bareng juga risetnya riset (gak kedengeran t
	M	oh.. ini anu ya, yang LPDP kemarin ya?
	TR	iya.. bener bener..
	TR	Pak Mukiman ini berarti sekarang ketua Bumdes?
	M	Iya.
	TR	Dari tahun 2019 ya?
	M	Enggak. Baru kalau saya. Yang kemarin Pak Sawusih karena Pak Sawusih ini ada tugas keluar desa, dia gak concern gitu, katanya diserahkan ke saya karena kan masih saudara. Jadi harus ada yang mau meneruskan. Padahal sebenarnya sama, satu kantor sama saya, karena sama sama di PT. IMK kan. cuman sementara saya agak low, jadi agak masih ada bebearpaa waktu dirumah, sedangkan Pak Sawusih ditugaskan keluar jadi katanya Pak di tackle dulu ya, jadi berasalnya seperti itu.
	TR	Udah lama ya tadi Prof sampe?
	M	Enggak. Baru setengah jam. Tadi kan kesini langsung zoom meeting katanya. Langsung zoom meeting, baru selesai kelihatannya.
	TR	Berarti nanti kalau misalnya kirap budaya, kirap kapita lewat sini ya?
	M	Enggak. Kita langsung menuju rumah kepala desa. Jam 1 kok nanti acaranya kan. Jam 1 terus nanti menuju kediaman kepala desa.
	TR	Masih pada di santak sumber ya?
	M	Yang tadi ya? Iya.
	TR	Tadi bapak juga dari santak sumber kan? Tadi pas kita sampai bapaknya lagi jalan kaki. Pas banget kita sampe bapaknya pergi.

	m	Iya. Tadikan saya mau panggil Pak Sawusih tapi gak denger, diboncengin tadi diantara mbak-mbak..
	TR	Oh iya tadi saya lihat, pantesan tadi kayak ada yang begini-begini.
	M	Iya. Itu tak tegur dia maksudnya.
	TR	Oh iya. Gak keliatan tadi gak kedengeran, jauh. Tadi rame soalnya.
	M	Kan ada temen dari Jakarta tadi mau liat itu, yang perempuan tadi Jakarta, yang satunya itu anaknya duta besar, ayahnya Jerman, ibunya Indonesia. Mau liat kehidupan orang desa sini. Tapi begitu bau tai kambing langsung begini. Saya bilang inikan bagian dari desa kami, ya begini, lewat kandang-kandang, bau kambing kan ya. Ya gak papa, kan dia juga jarang di Indonesia.
	TR	oh ya..ya..
	M	Yang bawa kamera tadi.
	TR	Oh, tapi sekarang udah pulang ya pak?
	M	Orangnya kalau sampean kesani tadi, disana ada rumah Joglo yang redup depannya itu luas halamannya, itu disitu tadi mobil hitam, plat B.
	M	Disini berapa hari?
	TR	Dari semalem sih.
	M	Nanti sore pulang?
	TR	Itu belum tau, sore atau malam. Pokoknya selesai acara lah ya. Kemarin kita nginep disini, dirumah pak Sawiji.
	M	Oh, semalem udah tidur dirumah Pak Sawiji itu? Sempit gak?
	TR	Enggak. Saya berdua nih, terus mereka bertiga dirumahnya siapa?
	M	Dirumahnya Pak Lurah?
	TR	Adiknya Pak Sawiji. Yang di ujung, dekat lapangan.
	M	Yang Pak Margono itu? Yang Homestay Aira itu ya?
	TR	Iya betul.
	M	Homestay Aira sama Homestay Jinemo itu ya?
	TR	Iya betul.
	M	Ini karena mohon maaf, inikan belum launching kan? baru mulai ya? ada kurangnya dimaklumi ya. Saya pikir nanti malem masi mau tidur disini, tidur dirumah saya aja. Jelek juga tapi lebih baik lah.
	TR	Iya.. Oh enggak.. Berarti wisatanya kan bagian dari usaha Bu Lis. ya Pak?
	M	Iya. Jadi wisata itu kan, sebagai payungnya, wisatanya itu Deswita itu, unitnya Bu Lis. Deswita sebagai payungnya, dibawahnya ada kelompok pelaksana sadar wisata. Tapi

		<p>semuanya ini masih rintisan. Ini ngomong-ngomong supaya tidak timbul pertanyaan, kenapa Desa Penadaran ini, desa kayak gini kok desa wisata? Itu sebenarnya pada tahun 2017 itu, disini kan sudah ada wisata religi, Gua Maria, bermula dari itu, karena banyak orang yang penasaran sama Gua Maria baik yang non-muslim maupun muslim, banyak yang kesitu gitu, ditanya oleh Dinas Pariwisata dan Bupati. Kemudian di tahun 2017 dicanangkan, disini dinobatkan sebagai Desa Wisata. Oleh Bupati orientasinya itu bukan karena ini udah pantes, bukan karena pantes gak pantes, tapi memancing gituloh. Supaya mengejar. Tapi kan mengejanya pelurunya sedikit, gak punya tenaga kan. Makanya seperti ini, gak maju maju. Nah untuk itu dimaklumi. Terus lagi, kenapa yang tahun 2021 Penadaran termaksud 300 besar desa wisata di Indonesia. Kan jadi pertanyaan juga. Termaksud provinsi kabupaten juga kaget. Kenapa? Karena kemarin itu didaftarkan sebagai desa wisata. Karena administrasinya itu mungkin dirasa agak bagus lah gitu, kan biasa, Mas Dumino itu moto kloset orang lain, dimasukkan kesitu kan seolah-olah disini sudah maju kan, sudah bagus, padahal kan itu juga comotan-comotan kan. Kalau bahasa <i>fotocopy</i> kan <i>copy-paste</i> kan. Itu marah tuh, sama orang TH Kabupaten kan, Jadi ada pendampingnya marah, orang kabupaten juga marah, saya juga. Karena gak ngomong-ngomong gituloh. Gitu ceritanya. Jadi, tetapi kalau kita ambil hikmahnya, ya hikmahnya seperti ini, sampai visitasi dari temen-temen Podomoro, dari UNes kemarin, dari Unika, dari Udemus, itu seperti itu.</p> <p>...</p> <p>Nah, terus lagi, banyak hal yang kalau istilah jawa itu jomplang. Jadi apa yang didengar dari luar dengan real nya disini, itu jomplang. Kok kayak gini? Kotor, jelek, tapi kok kemana-mana gitukok. Ya tadi, kalau ceritanya kayak gitu. Kemudian setelah ini, setelah mas lurah jadi kepala desa di tahun 2019, kita sepakat ayuk, termasuk visi misinya dimasukkan bahwa melanjutkan program desa wisata ini. Yang paling berat adalah Sakta Pesonanya, yang paling berat itu. Bagaimana menyadarkan masyarakat supaya agak beretika dalam menjemur pakaian, tentang sampah bagaimana, akhirnya kita kejar di program bank sampahnya. Ketuanya istri sendiri. Kita kejar, karena kita kejar, termasuk juga lebih mending lebih bagus dibanding kemarin. Jadi ada 15 orang yang relawan bank sampahnya. Setiap hari Sabtu, tapi 2 minggu sekali.</p>
	TR	Kegiatannya itu ngumpul-ngumpul sampah terus diolah gitu ya?
	M	Iya, ada tempatnya. Tempatnya disana.
	TR	Sampai sekarang jalan, Pak?

M	<p>Ada. Sekarang malah 6 besar kabupaten. termasuk ada uang kasnya, tabungannya ada. Dan itu juga dibawah naungan (...), ada kontribusinya, ada pajaknya, dari yang ngambil sampah itu, pajaknya masuk ke kas. Disamping bank sampah juga punya kas sendiri. Makanya saya berkali-kali mohon maaf, baru rintisan, kalau ada kurang, homestay yang masih prematur, tapi harus dikondisikan. Sekarang kita ini 15 homestay, tapi jauh dari kata layak. Mohon dimaklumi. Kemudian program Jumina ini, sebenarnya temen-temen Podomoro inikan tamu desa, sebenarnya tidak layak dikomersilkan. atau menginap disini suruh bayar, itukan tidak layak dikomersilkan kan. Karena tamu desa kan. Tetapi kalau niatnya mas Jumina ini untuk simulasi. Supaya terkesan bahwa desa wisata ini punya homestay yang laku, ya gak papa lah.. Tapi mestinya tidak memberatkan. Sehingga berdampak nanti mas-mas mbak-mbak ini jadi kapok. Jangan sampai seperti itu. Jangan sampai dampaknya nanti kesini malah jadi kapok. "Loh saya kesana inikan tamu desa, kok diperlakukan sebagai turis", itukan salah. Untuk hal ini pun saya mohon maaf, karena ini bukan keputusan kami. Murni itu inisiatif Mas Jumino itu. Saking pengen menunjukkan bahwa ini sudah berjalan gituloh, ya kalau saya sederhana. Kenapa kalau memang kita belum bisa jalan, kenapa harus jalan? Pasti kita jatuh kan. Yauda kita apa adanya, berjalan apa adanya. Kalau kita mulai merangkak, ya merangkak aja. Kalau udah jalan kan jalan sendiri, itu alami saja. Mengalir, kan gitu. Kalau saya, saya kan sudah orang tua ini, cara pandangnya tentu berbeda sama anak muda. Apa apa harus jalan. Nah kayak gitu, harus step by step. Semua harus terkonsep dengan baik, dengan bagus. Sehingga kemarin 2 hari itu kan ada sosialisasi , desa inovasi. Itu baru dari provinsi dan kabupaten kan kemarin yang narasumbernya juga dosen di pariwisata pedesaan, Sehingga kemarin baru ngerti, oh konsepnya begitu ya. Jadi kalau desa kayak gini harus dimulai dari low budget dulu. Bisa dilakukan yang ada dulu. Kemarin yang saya tangkap itu, oh ternyata bisa dengan cara paket wisata. Kalau paket wisata itu bisa dijalankan, menurut saya, itu yang saya tangkap. Saya juga belum kumpul sama temen temen nih. Tapi saya tangkap didalamnya harus ada inovasi, game gitu. Misalnya, datang kesini itu ya harus yang pertama kali, welcomenya dulu. Masyarakat welcome gak terhadap turis yang datang kesini. Yang kedua, apa yang saya dapat disini. Kalau saya butuh minuman itu ada gak, butuh makan gak kelaparan, kemudian terus disini tuh ada kenangan yang diambil ketika nanti pulang. Kemudian apa namanya, ada oleh-oleh. Kalau saya pingin bawa oleh-oleh ada disini. sebenarnya disini ada semua, welcome drink misalnya minuman rempah disini</p>
---	--

		<p>banyak. kemudian makanan khas sini banyak. Disini UMKM nya ada 15 jenis. Yang bahan dasarnya dari sini. Ada walo, ada pisang ada jagung, bisa dilakukan dan sangat mungkin gituloh maksud saya, hanya ini harus terkonsep dengan baik. Jadi kalau bahasa keren nya itu grand design nya itu jadi dulu. Bisa sebenarnya, hanya kita ini butuh orang orang yang mau. Jadi harus mencari orang orang kunci. Kalau di budayanya misalnya untuk kata selamat datangnya itukan misalnya ada reognya, ada tari tariannya, itu harus diambil orang orang kuncinya itu siapa, itu yang harus kita andili, diajak satu meja kayak gitu. Kemudian kita tata satu persatu, Itulah yang kira kira saya ambil dari yang kemarin itu. Harusnya bisa dengan low budget dulu. gausah mengkondisikan tempat yang kayak gini kayak gitu, yang menghabiskan banyak. Ya kita jalankan yang bisa, tapi yang saya ambil kemarin bisa,. Ada wisata alamnya ada, wisata buatan seperti Goa Maria ada, kemudian untuk oleholehnya ada, minuman ada, sambutan ada, untuk supaya terkesannya itu kita ini juga punya bukit, mau sunrise mau sunset bisa juga. Tinggal kitanya aja sebenarnya. Tinggal planning aja. Ini cara pandang orang tua, gatau nanti anak muda, apakah sepaham dengan cara pandang saya. Tapi kalau ini terkonsep dengan baik udah bisa, kita mulai, langsung kita launching awal agustus, ketika jalan di akhir Juli itu, Saya pikir bsia itu sambil menunggu dana, finansial atau budget aatau apalah, Jadi apa yang kita punya, apa yang kita bisa, kita jalan dulu. GItu kira kira.</p>
	TR	Berarti masalahnya utamanya itu memang di sumber daya manusia ya?
	M	Sumber daya manusia nya saya pikir sudah cukup. Yang sulit itu menata kelembagaan dan manajemennya. Lembaga lembaga kan sudah ada ini, disini pemerintah desa mendukung, bumkesnya jalan. KPD nya jalan. Karang tarunanya jalan. kemduian BPT nya mendukung. Tapi belum terakomodir, belum terorganisir sehingga ada satu kesepakatan ya siap ayo bareng.
	TR	Terus langkah yang udah dilakukan, ada pak? atau belum?
	M	Kita baru yang kemarin 2 hari itukan, atau yang kemarin 7/8, dan kemarin itu Mas Ari dan Mas Lurah itu ada rencana pasca acara hari ini, mau dikumpulkan dari beberapa yang saya sebutkan tadi, yang lembaga tadi. Baru nanti mau dibicarakan arah yang saya pikirkan tadi. Jadi kalau ditanya, sebaiknya kapan kita mulai, ya ketika kamu tanya, ya saat itu kita mulai. Tapi mulai berbicara, duduk satu meja, membicarakan langkah langkah apa yang harus satu persatu harus kita checklist.
	TR	Berarti kalau tanggal 7/8 yang hadir?
	M	Oh.. Enggak mas, dari desa juga ada. kemarin kepala desa 8, BPD, dan Bumdes. Dan Desa juga, karena kan kita sudah

		sepakat ada PKP disitu, ada pembangunan antar pedesaan antara 3 desa ini. Sehingga terbentuk BKAD Badan Kerja sama Antar Desa. Ketiga desa itu. Per desa ada 2, sehingga ada 6 personil. Penadaran ada 2 diambil dari Ketua Bumdes dan Ketua BPD, masing-masing, dan besok malem itu kita mau rapat 6 orang itu, apa saja yang dikerjasamakan 3 desa itu. Potensi-potensi apa itu akan kita sepakati.
	Tr	Baru direncanakan sekarang ini ya?
	M	Ya, baru nanti udah jadi baru kita serahkan ke kabupaten. Nanti ke Bupati, setelah di ACC Bupati baru kita jalankan. Karena apa harus acc bupati? Karena disitu ada hubungannya dengan penyertaan modal. Yang punya wewenang dana, adalah pemerintah desa. Sehingga nanti akan disepakati dana desa yang untuk PKP tadi, berapa? misalnya seratus jutaan perdesa, berarti kan diambil dari dana desa, berarti kan ada 300 juta. Tapi apa apa yang mau dijalankan dengan 300 juta, apa saja, harus sudah matang. Rencana Anggaran Biayanya harus jelas.
	TR	Tapi memang potensi yang mau dikembangkan di 3 desa wisata lah ya pastinya?
	M	Jadi memang sepakat nomor satu wisata dulu, Dimana 8 ada susur sungai, 8 sampai ke Penadaran ada susur sungai, juga ada kayak offroad. Kemudian yang 8 yang ke Genggeng kan juga ada susur sungai, offroad juga, nah yang kelihatan dari itu, Bayang Kaki, kebetulan juga yang ada 3 jalan, ini bukit yang ke Penadaran ada, yang ke Enggelapan ada, yang ke Gegang ada. Jadi ada 3 jalur. Yang udah pernah kesana, nah itu ada 3 jalan. Yang ke Gegang ada. Yang ke Gegang sekitar 3,5 kilo. Yang ke Enggelapan 1 kilo, yang kesini 1,5 kilo. Jadi bukit inilah yang nanti akan dijadikan center land nya disitu. Kalau itu jadi, kalau itu sepakat. Yang lainnya adalah Gegang itu kan pertanian ya, kalau pun nanti ada program untuk edukasi pertanian ya mungkin gegang, agro wisata ya renana agro, yang Gegang itu mungkin ada melon, semangka, Engglapan ada jambu klutuk, jambu isi itu, ada itu. Tapi highlightnya harus disini, endingnya nanti disini. Karena yang disini sudah punya modal desa wisata itu.
	TR	Jadi harus terintegrasi ya Pak antara 3 desa itu?
	M	Ya, harus terintegrasi. Nah, Engglapan dan Gegang itu sebagai penyangganya. Mau gamau harus sepakat seeperti itu. Karena gamungkin nanti pilot nya di Engglapan ngak mungkin, karena disini sudah dinobatkan sebagai desa wisata. Ceritanya gitu. Ini bukan menang-menangan, enggak loh.
	TR	Tapi rencananya bagus Pak.
	M	Iya, realistis. Kan kemarin 3 kepala desa disini juga.
	TR	Berarti yang tanggal 8 respon mereka gimana?

	M	Ya seperti itu. Mau gak mau. Walaupun gak ikhlas ya iya. Dan itu temen temen saya semua. Kepala desa Gegang itu temen saya juga, yang Pak Lurah Engglapan juga temen saya juga. Umur-umurnya kan seumur saya. Kalau lurah itu cucu saya. Monggo, itu kira kira. Karena memang Gegang dan Engglapan itu gak punya cerita. Jadi gak punya situs. Jadi apa namanya, kalau sejarah desanya ngak ada yang menggali dulunya. Gak ada orang yang bisa cerita. Kenapa Bayang Pati gitu. Kenapa Goa Maria? Kenapa Jembangan? Kenapa ini sedakah bumi? kenapa itu submer? itu semuanya ada ceritanya. memang desa ini lahir itu karena dari sejarah. Engglapan sama Gegang itu enggak. Makanya bobotnya itu menjadi begini gituloh. kalau sana dijadikan endingnya nanti, nanti gak masuk, bobotnya ngak ada.
	TR	Gegang Tani gak ada perutani ya?
	M	Ada, di bukit Bayang kaki itu kan lahan perutani. Tapi diakui 3 desa. Aku juga bukit ini. Engglapan juga punya. Penadahan juga punya. Makanya dan masing masing punya jalan semua. Jalan menuju kesana itu punya semua. Dan pemuda-pemudanya seneng kesitu semua. Pada ke atas gitu ya, sama sama claim, tapi kan claimnya bahwa itu juga hutanku. Jadi itukan tanah hutan, gak ada yang punya tapi kan claim itu hutanku gituloh. Makanya diadakan Pembangunan Kawasan Pedesaan (PKP). Dan sekarang harus biar terintegrasi tadi, antara 3 desa, maka dibentuklah BKAT tadi, Badan Kerja sama antar Desa. Supaya melahirkan kesepakatan kesepakatan. Karena ini penting, sejarah kelam itu sangat bahaya. Dulu kita perang terus sama Engglapan, sampai jalan tuh gak bisa santai. Karena perang beneran. Tawuran, sering. Tahun tahun kemarin.
	TR	Oh.. tahun tahun ini, pak? belum lama? 2021 ini?
	M	Ya. 2000 kemarin masih. 2011 an. Makanya sejarah ini terus bergulir sampai dengan kita kita ini harus meleraikan, harus dicari jalan keluar supaya ini bagaimana. Jalan ini dari mulai batas itu sudah Engglapan, yang lewat orang Penadaran, jalan nya desa Engglapan, yang lewat masyarakat Penadaran gitu. Kalau lewat nanti tak tutup jalannya, menang sana kan. Sini gapunya jalan. Kalah kita, saalnya kita terisolir ditengah.
	TR	Berarti potensinya udah digali lah ya, Pak?
	M	Iya.
	TR	Pak, tapi penasaran deh. Kalau tadi bapak bilang kan SDM nya sudah penuh gitu ya Pak?
	M	Maksudnya penuh itu bukan sempurna. SDM nya ini sduah ada yang misalnya nih, kalau masalah pariwisata, sudah ada BUMdes sudah jalan, Karang Taruna sudah, kemudian ada BPD yang mendukung. Pemerintah Desa yang men-support. Banyak masyarakat yang sudah ngerti bahwa disini tuh desa wisata. Tapi bukan berarti terus jalan, ini masih banyak

		<p>kekurangan, tapi sebenarnya SDM nya ini adalah, digali sudah ada, tinggal bagaimana mengakomodir, dan bagaimana satu dengan yang lain ini bisa semangat bareng, satu visi satu misi. Kemudian ayok bareng bareng menyadari bahwa desa butuh bersih, jangan sampai menjemur sembarangan, jangan sampai desa kita bau. Itu perlu sosialisasi yang panjang. Dan perlu guide. Perlu pemandu wisata. Perlu orang orang seeperti itu. Ornag yang mampu sebagai pemandu itu, sebagai yang mau sosialisasi terhadap masyarakat, Bahwa desa kita ini banyak tamu, tolonglah bersih, saluran bersih, limbah bersih. Itu yang berat. Yang belum bisa kita laksanakan disini. Tapi sangat maklum karena biasanya pendidikan ini mempengaruhi. Tingkat pendidikan kan sangat mempengaruhi kan. Kalau mbak mas mas ini, mungkin ngak orang berpendidikan mungkin pakaiannya seperti saya. Tapi mungkin karena berpendidikan itu kan tau tempat dan waktu. Oh saya tau mau ketemu siapa, oh konteksnya ini saya santai ya, pakai kaos. Oh ini kontesaknya rapat ya, pakai baju rapih. Kalau masyarakat desa yang seumuran saya kesana itukan gak sekolah, sehingga ya mau ada tamu gak pakai baju misalnya. Itu kan kita yang ngerti, bukan mereka yang gak ngerti, tapi kita yang ngerti. Oh gitu ya orang desa, gitu, kira kira seperti itu. Dan itu mungkin gak terjadi hanya disini ya mas ya, mungkin ada yang lebih parah dari sini juga ada, tapi mungkin Indonesia itu orang orang umur saya kesana itu, orang desa itu kayak gitu. Pola pikirnya masih sederhana, yang penting aku gak ganggu kamu, hidup hidup saya sendiri. Itulah kira kira untuk mencapai Sakta Pesona disini ya bentukannya seeperti itu. Ya lagi lagi, seperti saya ini. Mohon maaf memang desa disini seperti ini. Jadii mohon mas-mas dan mbak disini harus banuyak maklum bahwa ini desa.</p>
	TR	<p>Justru banyak loh pak orang yang ke desa untuk cari suasananya. Kayak tadi ya anaknya Duta Besar Jerman? Dia kesini kan mencari suasana desanya kan Pak. Gak semuanya lah..</p>
	TR	<p>Kadang justru ada nilai lebih dari desa yang gak ada di kota. Penadaranh misalnya saling sapanya, ramahnya. Itu mungkin udah gak ada lagi di kota.</p>
	M	<p>Ngomong-ngomong tadi, mas mbak liat tadi yang tadi disana itu ya? Tapi gak sampai yang ke makan baru itu ya?</p>
	TR	<p>Oh.. Enggak. Pas mau siap siap makannya kita turun. Biar gak kena antri.</p>
	M	<p>Jadi tidak liat lucunya berebutan itu ya? Tarik tarik gitu.</p>
	TR	<p>Tadi sempet liat baru pas dicampur aja gitu. Tapi katanya Pak MIji itu ada sebageian juga dibungkus bawa pulang,</p>
	M	<p>Betul, ada juga makan disitu. Terus ada jalannya itu, dia tidak makan yang didepannya. Ya itu dari berpuluh puluh tahun itu, budaya itu gak ilang. Bukan karena dia laper, tapi emang</p>

		kayak gitu. Serunya dan asiknya kayak gitu. Nanti prosesi iring-iringan itu nanti baru kali ini mau liat ya?
	TR	Iya.
	M	Gak papa nanti diliat aja. Itulah kayak gitu, meesti diadakan setiap tahun. Kalau saya bilang ngapain sih itu? Tapi disini gabisa. Itu orang sini masih harus kalau enggak nanti panen kita terpengaruh. Jadi kyaak dikultuskan. Kalau saya sih apa itu, tapi orang sini gak mau. Satu keluarga satu panggang ayam.
	TR	iya tadi banyak sih, ada sesajen juga.
	M	Ini saya bau panggang ini. Karena saya ada pesanan 58 panggang. Jadi tadi lepas subuh udah manggang tadi. Selesai setengah 9. Sampai sekarang saya masih bau panggang. Saya gak mau deket deket, bau soalnya. Pesanan soalnya.
	TR	Ini bapak gak ada karyawan yang bantuin kah Pak?
	M	Dulu ada, sebelum pandemi. Terus setelah pandemi gak ada orangnya. Ya untungnya dulu itukan masih bawa sodara sama anak, sekarang ada 1 yang sebelah, Kita andaikan yan gpaling deket, karena saya kan sudah tua, kadang sebeum jam 6 udah tutup capek kan. Kalau ada dia diterusin. Cari yang deket.
	TR	Pak boleh tau gak, kan kalau yang pariwisata itukan ada SDM SDM yang kayak tour guide, unit usaha juga ada karyawannya. Itu gimana tuh pak? Udah ada karyawan tetap kah, atau semuanya masih volunteer?
	M	Ya, ini.. rencana besarnya itu nanti akan kita bicarakan. Jadi bagaimana begitu ada tamu itu, ada guidenya, yang bisa cerita. Kalau tamunya mau ke Goa Maria, ada yang cerita, ada yang menjelaskan. Kalau nanti misalnya edukasi pelatihamn gamelan itu, kan ada yang bsia menjelaskan. Orangnya ada semua. Intermezzo juga, welcome drinknya itu apa. Karena sebenarnya kita perlu. Mau wedang sereh, dan madu itukan juga ada juga. kita punya. Wedang jahe kita punya. Wedang temulawak kita juga ada. Bahkan temulawak kita udah ada yang sachet an. Yang bubuk temulawak itu.
	TR	Temulawak itu apa? Bentuknya apa?
	M	Temulawak itu herbal. Ada yang bubuk, kalau mau yang utuh juga ada. Di pasar banyak. Tapi yang sudah diolah kan disini ada. Disini udah sampai dikirim ke Jakarta, Jadi kalau untuk welcome drink tinggal mau pakai wedang apa. Bukan welcome drink dalam arti tempat wisata, tapi itukan produk. Sebenarnya itu udah punya itu. Kemudian untuk oleh oleh UMKM kita juga luar biasa, tapi sayang izinnya belum keluar dari kabupaten. Makanan khas udah masuk semua.
	TR	Izin UMKM itu untuk apa Pak?
	M	Itukan untuk patentnya kan, Udah dizinkan, tapi semuanya harus teragretasi. harus terdaftar supaya di kemudian hari gak ada kenapa napa.

	TR	Iya pak. Kemarin kan kita sempet liat packaging nya, brandingnya. Mak Jum sempet bikin.
	M	Artinya air yang mungkin diteruskan atau tidak kan?
	TR	Kemarin kan kita sempet liat kemasannya, kita mikirnya, kita sebenarnya ada konsep gamblangnya, sempet ada obrolan sama mas jum, tentang pariwisata kan terintegrasi juga sebenarnya. Kemarin kita sempet mikir apa kita bantu di branding, mungkin di produk UMKM, wisatanya. Jadi dalam wisata ini, semua unit usahanya kan terlibat, jadi kita mikir konsep rebranding ini bisa nih, bagus sepertinya.
	TR	Iya kemarin kan sempet dikasih sama Mas Jum datanya, dengan Banya Bumi, terus pas kita lihat design packagingnya, kayak monoton. Jadi kita coba buatin, ada gambar pohon, terus kita coba coba. Cuman ini masih kasar banget, masih prototype, ini print nya buru-buru, jadi keliatannya gak rapih. Tapi kira kira begini, tapi warnanya lebih terang lagi. Jadi nantinya lebih menarik wisatawan. Pengennya, rasanya lebih uniknya ada.
	M	Jadi keliatan ada manis manisnya ya?
	TR	Iya, kan ada 100% Penadaran juga. Bisa ditonjolkan disitunya. Sama sebenarnya kita kemarin juga sempet kepikiran, kita kan liat temen temen foto, kita tuh mikir pengen coba kali ya, kita buatin, atau kita bantuin.
	M	Iya, ini sudah melebihi ekspektasi saya ya. Aku tuh mau bikin kayak gini nih, tapi gimana caranya ya?
	TR	Kita udah bikin, tapi ada kesalahan harga. Tapi bisa lah kita bantu, kalau kedepannya mau diganti ganti bisa.
	M	Saya tuh kemarin begini.. Aku tuh mau bikin kayak gini, gimana caranya ya? caranya yang difoto sapa saja. lah kalau ginikan gausah tanya, ini sudah bisa cerita, kayak gini yang saya maksud.
	TR	Iya, tapi sebenarnya kalau ada foto riil nya juga bagus sih. Cuman kan kemarin kita masih ide kasar aja. Ini kita mikirnya gara gara liat banner disini loh, yang pertama itu. Terus kayaknya kurang deh, kita gak tau ukurannya berapa, tapi kita buat aja dulu, cuman emang masih ada kesalahan di harganya.
	M	Ini Penadarannya gak papa mbak. Giniloh maksud saya, saya mau bikin tapi gak bisa.
	TR	Mungkin juga bisa dipesen ke kita apa yang kurang, apa yang mau ditambahin. Nanti kita bisa bantu buatin.
	M	Bu, ini maksudnya kayak ginikan? Cuman kan kita caranya ngomong aja susah, mau bikin apa gitu.
	TR	Iya, ini ada signaturnya juga kita masukin Lupangnya. Cuman angka harganya salah.
	TR	Mungkin nanti kalau ada kenaikan atau perubahan harga bisa didsesuaikan.
	M	Baik ukuran maupun harganya?

	TR	Iya, nanti juga bisa tambahin logo Bumdesnya. Biar lebih terintegrasi konsep awalnya.
	m	Iya memang pengen bikin begini, mau ngomong aja susah. Ngomong namanya apa juga namanya gak bisa.
	M	Ini tadi di WA sama Mas Sawiji mau ikut arak arakan gak? Udah mau mulai.
	TR	Oh iya, Udah mau Jam 1 ya.



Lampiran 5. Transkrip Wawancara 1.4

Nomer Wawancara : 1.4
 Narasumber : Pak Jumino (J)
 Posisi/Jabatan : Tokoh Pemuda Masyarakat
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Tanggal Wawancara : 9 Juni 2022
 Lokasi Wawancara : Wawancara Langsung di Desa Penadaran
 Penanya : Team riset Podomoro –Prof Sony, Pak Wahyu, Pak Dang, Tasya Thinggani, Jessica Stefi, Lung Giatto, Romadhon (TR)
 Waktu : 15.00-16.00
 Perihal : Pengembangan Desa Wisata dan Pelaksanaannya

Aspek	Inisial	Transkrip
	MJ	Oke, jadi inih kayak simulasi program. Kemarin dibicarakan bahwa itu memang kendalanya itu, gimana lalu yang..... kita belum berani mulai untuk membuka paket wisata karena tau ini adalah desa wisata. Bukan wisata desa, paket itu perlu, bukan tiket loh.
	TR	Paket?
	MJ	Iya. Mungkin dari temen temen bisa merancang paketnya.
	TR	Merancang paketnya?
	PS	Desa wisata nomor 6 Jawa Tengah kok keder, gimana. Masa kita ngak pede. Masa gak berani, dan ragu-ragu. Paketnya untuk dijual.
	MJ	Kalau dijual ok bro, tapi kalau buat paket untuk kayak kita belum bisa.
	PW	Paket tuh apa? Dijual kan?
	MJ	Iya. Paling nanti dibantu untuk merancang paket.
	PW	Iya, tapi harus disiapkan jalannya, parkirnya, toiletnya, pernak-pernik, makanan.
	TR	Infrastruktur ya?
	PW	Kalau bisa ada yang dari luar, turisnya itu. Untungnya separuh tadi masing masing dihitung. Mereka masuk sini bayar. Gak usah mahal mahal dulu.
	TR	Kayak Kirab, geografi atau asal muasalnya?
	MJ	Kalau kirab itu awal mula 2019.
	TR	Sebelumnya gak ada?
	MJ	Gak ada, sebelumnya ngak ada. Cuma Detak Mico,
	TR	Oh, sukabumi?
	MJ	Ya, awal 2019. Dikemas agar bisa jadi wisata, ditambah kirab.
	PW	Cikal Bakal Sukabumi ya.

	TR	Setahun sekali ya? saya juga ada, kemarin ada dikit sih,karena tradisi dari agama Islam mengenai sembah bumi. Cuman itu aja.
	TR	Tapi ada gak munculnya kapan kira-kira? Sebelum mas lahir apa gimana?
	MJ	Biasanya dalam berawal sejak berdirinya desa. Kita belum nemu itu. jadi awal Pembentukan pemerintahan sini itu 1800 an. 1800 berapanya saya kurang tau. Setelah itu sudah ngak tau.
	TR	Informasi dari tadi di dusun Penadaran juga begitu infonya, udah lama banget, yang Sedekah Bumi udah turun temurun. Tapi gak bilang dari kapan.
	MJ	Dari 1800 an udah ada. Yang menarik itu, yang mbah buyut sudah pada meninggal. Tapi dalam kali ini kita masukin ziarah. Jadi di kirab tahun 2022 ini kita masukin ziarah agar pemuda tau dan paham ada sejarah itu.
	TR	Yang dipahami sama warga sekarang, sedekah bumi itu apa?
	MJ	Sedekahi bumi, bentuk syukur.
	TR	Yang tadi keliling itu, simbol apa?
	MJ	Ada 2 versi. biasanya ada yang ngubungi Bali ada yang ngubengi kediaman kepala desa. Kalau disini pakenya yang ngubengi kediaman kepala desa. Hampir semua yang digunakan peralatan, pacul..
	TR	Itu mulai kapan?
	MJ	Belum tau, itu sejak dulu. Sudah turun temurun. Sudah lama. Cuman memang kelemahan orang dulu kan dari segi menulis kan. Orang tua yang masih ada sekarang mungkin tau dan bisa cerita. Mungkin kalau dicari bisa, tapikan sudah ngak kayak orang jaman dulu.
	PW	Tapi ide dari saya pak untuk desa wisata, selain atraksi, kita bisa juga memberi narasi.
	TR	Kalau atraksi itu dulu sebenaernya gimana sih nilainya? Itu lebih menarik buat pengunjung?
	MJ	Makanya saya mengajak temen temen untuk membuat sebuah tema. misalnya babat Desa Penadaran. Karena ada kmeungkinan kalau disandingkan sama Perang Jawa. Ada kemungkinan aja. Karena dulu perang pada pakai nama samaran, orang Jawa itu pada Perang Diponegoro kalah itu dibuang semua, pada akhirnya pakai nama asli tapi nama samaran, orang orang yang itu bukan orang biasa tapi orang sakti.
	TR	Nama Penadaran itu apa?
	MJ	Ada 2 versi Pak. Satu berasal dari Pena, satu dari kata Daran.
	TR	Itu muncul secara bersamaan atau ada yang lebih dahulu?

	MJ	Munculnya itu ya, akhir-akhir ini mungkin. Karena orang mulai minat untuk kayak gini. Kalau dulu awal-awal katanya ngapain buat sejarah desa.
	MJ	Iya kalau akademis kan pendidikannya berbeda dengan kami. Ketika menulis sejarah akan lebih objektif dibandingkan dengan kami. Dia akan lebih mendalam, kaalu kami seadanya aja.
	TR	Iya, lebih. menarik kalau yang tua tua itu bisa diwawancara.
	MJ	Sempet 2019, kita mengundang ada 10 narasumber. Kan sebelum 2019 sebelum kita kemas, kita pakemin dulu. Bisa gak dikemas kirab. Oh bisa, kami ditantang untuk menjual disini. Sehingga mulai 2019. Terus 2022 ini, selain kirab juga agak diperpanjang, dari tanggal 5-11.
	TR	Pak tapi mau tanya, kan Penadaran dari Pena, Daran. Tadi sempet dikasih tau sebelum Penadaran katanya namanya Krajan.
	MJ	Oh, enggak. Jadi sebutan Krajan itu adalah gini mbak, dalam desa, ada dusun yang menyamai desanya, itu namanunya Krajan, pusat keramaiannya dan pusat pemerintahannya disana. Kalau disini gak Krajan.
	TR	Perkiraan nama itu tahun berapa?
	MJ	Ngak tau Pak, soalnya gak ada data.
	TR	Di data kecamatan gitu gak ada?
	MJ	Gak ada, Pak. Memang harus 2019 itu berjibaku berdarah-darah untuk mengumpulkan informasi.
	PW	Iya betul, tapi pelan pelan lah, tapi saya rasa kayaknya kalau nanti udah lengkap, papan nama bisa jadi lebih valid. Tpai paling gak Perkiraan, asal muasal dari mana, bisa jadi informasi untuk kunjungan wisata menarik. jadi nilai plus, dan orang datang oh semua ternyata ada latar belaaakang dan nilainya. Karena yang dateng kesini mau cari apa yang beda dari yang lain. Beda sama wisata ke Australi.
	MJ	Saya pernah cek pada saat kerajaan mataram, sini masuk sananya saya belum tau. Kan dulu itu, saya sampai cek Perjanjian Giyanti tapi gak ketemu ini wilayah siapa. Karena untuk Grubugan sendiri dibagi 2, jadi dikira Belanda Perjanjian Giyanti itu dibagi perkabupaten, padahal gak, satu kabupatenm ada yang dibagi 2 ada yang dibagi 3. Untuk Grubugan sendiri dibagi 2. Nah disini dulu wilayahnya siapa? Belum tau. Karena pada jaman dulu ini miliknya Belanda. Ada rel, ada lori itu juga.
	PW	Jadi di Penadaran ada?
	MJ	Samping kita itu kan hutan jati. Jadi ini wilayahnya Jogja atau Surakarta kita belum tau.
	PW	Tapi peta desa desa ada?

	MJ	Peta Desa ada.
	PW	Pak Jumino ada?
	MJ	Iya ada ada.
	PW	Terus kemarin tuh dosen Podomoro ya? Mereka kan buat peta tuh, kira-kira menurut Pak Jumino udah mencukupi belum? Atau masih umum?
	MJ	Perlu dilengkapi nantinya, karena biar gimapun kan pasti ada keterbatasan.
	PW	Menurutku sih gini mas, peta yang kemarin dibuat sama dosen, Dosen itu mesti rembukan sama warga, disini ternyata ada pusat mainan anak anak, disini keren, disini ada apa gitu. Tadi saya ngobrol, salah satu daya tarik desa wisata ya lebih ke bisnis sosial, bisnis yang memang tujuannya sosial. Jadi kayak kegiatannya kan sosial, orang yang dateng inikan tertarik dan mengapresiasi, oh ini ada nilai nya, ada pesan pesannya. Sehingga orang yang datang ada rasa penghargaan. Sehingga ketika dia membayar sesuatu, itu sebagai dampak. Sebagai bentuk dia menghargai. Kita konteks desa wisata, ya memunculkan itu. Bagaimana nilai sosial itu bisa dihargai orang lain. Wujudnya dengan membayar sesuatu ya, jadi di amerasakan oh ini sesuatu yang harus saya hargai nih. Seperti itu. Sekali lagi, kalaumenurut saya gimana kita mengemas, dari acara berkah bumi, cikal bakalanya gimana, itu menarik loh.
	MJ	Kita juga banyak dibantu giniloh, desa ini setau saya berjalan karena dibenturkan dengan kompetisi.
	PW	Oh, gimana tuh?
	MJ	Dibenturkan dengan kompetisi, dibenturkan kesadarannya. Ketika dibenturkan kompetisi, yang garap jadi langsung semangat.
	PW	Maksudnya dibenturkan kompetisi tuh gimana tuh?
	MJ	Maksudnya oh ini ada kompetisi untuk desa wisata, oke kita ambil semua persyaratannya. Dan itu memang saya yang jalan disini bahkan emang, Mbah Manten sampai bilang saya gila, gak sopan.
	PW	Kenapa kok dibilang gila?
	MJ	Karena, satu aneh aneh, yang nomor dua bahwa kalau nggak tepat, gak akan muncul. Udha jalan aja, kurang juga jalan aja, seng penting jalan aja.
	PW	Itu mulainya 2019 ya?
	MJ	Iya, terus ini juga sempet, udah tak tanggung.
	PW	Selain Mas Jumino, siapa lagi yang...
	MJ	Pa Lurah cukup mendukung, ada 1 2 orang yang bener bener biarkan saja. Gak melarang yang cepet, juga gak melarang yang lambat.
	PW	Selain Pak Lurah siapa lagi?

	MJ	Selama inisih Pak Lurah, yang lainnya lebih ragu untuk menjalankan kegiatan. Yang penting jalan aja,
	PW	Berarti motornya Mas Jumino ya?
	MJ	Gak juga, ada temen-temen Karang Taruna juga support. Pandangan saya gini, ketika budaya itu kita wariskan ke anak muda, pasti akan lestari.
	PW	Caranya gimana?
	MJ	Libatkan Karang Taruna. Sekali itu konyol. Ada syarat dari kecamatan, itu tolong MNT nya diambil, bayangin sudah jalan gak ada MNT nya. Yaudalah, kita. Ada janji, ditinggal tidur.
	PW	Itu dievaluasi gak>?
	MJ	Iya, tapi bagi kami itu guyonan aja, walaupun kesel. Tapi guyonan aja.
	PW	Iya gak sembarang orang bisa gitu.
	MJ	Resminya kan harus disurati, tapi karena kita melihat konsumsi, jadi mepetin, Dan berhasil juga. Terakhir lalu lalang, kan kepala dinas udah ada surat deposisi, akhirnya batal, alhamdulillah.
	P	Terus dokumentasinya gimana?
	MJ	Tadi sih dokumentasinya biasa aja, temen temen mungkin yang lebih tahu.
	PW	Iya, itu dokumentasinya harus diolah.
	MJ	Saya mulai agak agak jauh mengambil peran yang gak terlalu saya paham. pemuda pemuda itu kayaknya pada masih konyool. Bayangin mbak sampai detik ini kita maish kesulitan sama konsumsi. Dinas itukan kaalu diundang satu yang datang serombongan. Jadi yauda kita pepetin aja.
	PW	Tadi saya ngeliat ada yang saweran, itu dari warga?
	MJ	Iya, tambah konsumsi ya lumayan.
	PW	Biayanya dari kita?
	MJ	Ini dari dana desa, sama dana warga. Ada 15 juta, iuran warga dapet 10 berapa.
	PW	Lumayan loh.
	MJ	Iya, sewa tadi nanti malam aja 15 juta, belum lagi konsumsinya, seragam temen temen. Tapi nyantai aja, relax. Masalah pendanaan wes gampang. Nanti uangnya di fotokopi, ambil legalisir terus di BNI hahahaha
	MJ	Kemarin saya sampai dimarahin, karena ngak sopan. Bahasa Jawanya itu Ndablek, bandel, gabisa diomongin.
	PW	Mas, terus ntar malem acaaranya apalagi?
	MJ	Ya kayak gini Pak, untuk hiburan malam. Keren loh pak.
	PW	Loh, tapi saam?
	MJ	Iya, saam. Mungkin ganti kostum aja.

	PW	Kenapa kok harus 2 kali?
	MJ	Ya untuk hiburan masyarakat aja loh Pak.
	PW	Oh berarti nanti malem yang hot hotnya ya Pak? Nah nanti nari ya mbak.
	TR	Hehehe ngak mau pak, saya skripsian aja hehehe
	TR	Kalau tadi kalau saya nanya sama Pak Lurah, katanya memang ada 2. Itu dasarnya, karena yang Bapak Bapak, yang sore untuk Muda, yang malem untuk yang Tua-Tua.
	PW	Terus gini juga Mas, saya tuh kadang kadang dianggap piye ya Mas?
	MJ	Oh ngak mas itu emang biasa mas, ngak ada masalah kok. Kan ada jarak, ngak ada minum minum juga.
	PW	Iya, kalau udah ada minum minumnya kan konotasinya udah ga baik, bisa jadi rusuh. Caranya piye mas untuk dijaga supaya gak kebablasan?
	MJ	Saya ngak tau caranya mas, cuman mungkin kita liat sosok Mas Lurah, dia kan religius Pak.
	PW	Oh, jadi warga juga sungkan ya?
	MJ	Ya, nah orang oran gkayak saya tipikal kayak saya nih sungkan. Nekat itu kayak saya karena kan agak kurang sopan juga, tapi ketika sudah ketemu rikoh, kan juga ngak enak.
	PW	Menurut Mas Jumino semua warga gitu ya?
	MJ	Iya. Kalau ditantang berani, tapi kan tipikal nya sama semua. Tipikal saya juga seperti itu.
	PW	Kostumnya ini khusus apa gimana?
	MJ	Oh, kostum dinas Pak. Kostum adat.
	PW	Oh gitu, pakai ikat kepala juga?
	MJ	Saya gak tau juga Pak.
	TR	Dapat info dari Pak Lurah, katanya tadi mau bikin seragam, tapi jait nya gak keburu, jadi pakai baju dinas aja.
	MJ	Event ini mau dikasih dana tadinya, ini juga event di koordinasi sama Dispora. Yang saya rasakan, malah kayak loncat loncat, tim nya juga tim gak terduga gitu.
	PW	Nanti acaranya jam 7 an sampai malem?
	MJ	Sampai sudah tidak ada orang.
	TR	Wahhh.. kalau kita gak pulang gak kelar kelar.
	MJ	Iya nyantai aja mbak. Seumur-umur kemungkinan ya ini.
	MJ	Nah ini maksud saya ketika saya setuju dengan adanya pemerintahan di desa ini. Gak cuman desa wisata aja, tapi ada pemerintahannya.
	PW	Sumber informasi nya dari warga sendiri?
	MJ	Maksudnya?

	PW	Iya, bicara perpetaan kan dari warga informasinya, kita hanya bantu memfasilitasi, memetakan saja.
	MJ	oh iya, yang jelas disini itu lebih cenderung tidak punya rule nya, sehingga mau dimulai dari mana ayuk. Mau bangun pariwisata pasti bingung bayangannya.
	PW	Nah, gini mas, ini desa dibagi pedukuan ya? ada berapa pedukuan?
	MJ	6 dusunn.
	PW	Nah, 6 dusun itu potensi wisatanya hanya dibberapa dusun atau setiap dusun ada?
	MJ	Kita mencoba untuk setiap dusun ada paak.
	PW	Nah, kalau gitu diskusinya bisa dimulai di setiap dusun.
	PW	kalau yang kemarin dibuat dosen podomoro kan dia dari citra satelit ya. itukan harus..
	MJ	Iya, cuman kan emang kurang orangnya.
	PW	Oh iya pasti. Karena kan dia cuman dari yang tok, dari hanya citra satelit kan 50 meter yang teresdia ke publik.
		Gak tajem gambarnya.
	PW	Jadi tetep nanti perlu rembukan sama warga.
	MJ	Dulu itu ngeblok di dusun Bandengan, karena kan basisnya katolik, jadi semuanya.
	P	Kan ada wisata reigi Goa Maria, nah seberapa jauh peran desa terhadap itu?
	MJ	Perutani Pak, kita bukan pemilik. Kemungkinan yang akan kita kelola rumah budaya itu.
	PW	Kalau dari aspek keamanan yang kelola mereka sendiri?
	MJ	Kebetulan disini aman kok.
	PW	Oh, tapi yang jaga mereka sendiri?
	MJ	Iya.
	TR	Tapi kalau mau menjualnya sebagai paket harus terintegrasi. Nah membahas tentang paket, kemaren kita juga dapet informasi, tadi disebutkan juga sama Pak Budiman, jadi kemaren kan ada rapat, mereka juga membahas integrasi, tapi skalanya uda lebih besar. Integrasinya 3 desa. Jadi nanti Bayang Kaki itu katanya, kalau kata Mas Budiman ibaratnya sudah diintegrasikan dalam satu paket wisata.
	MJ	Saya belum pernah kesana. Mereka itu punya keahlian dalam hal wisata. Diambil sendiri yauda dikelola sendiri. Jadi enaknya cakep banget gitu mbak. Tapi bayangan saya, semua orang punya keahlian itu, oh saya punya tamu dari Podomoro, konsep di 10 desa, di Borobudur, dia gak pake Budhis loh pak, tapi perorangan.
	PW	Jadi gak ada integrasi koordinasi ya?
	MJ	Ya ada, cuman mereka ada keahlian untuk bagaimana mengelola wisatanya.

	TR	Oh marketingnya udah usaha sendiri ya?
	pW	Tapi warga gak terlibat?
	MJ	Loh itukan justru dari warga.
	PW	Terus warganya dapat kontribusi apa?
	MJ	Homestay nya, sama guidenya, kan dialangsur paket.
	PW	Bumdes juga bisa kesana.
	MJ	Kalau dari saya, ketika rame rame Bumdes, ini malah sendiri-sendiri. Merasa memiliki banget masyarakat, semua nya punya kemampuan untuk melayani wisatawan, kan keren. Jadi misal nih, saya tuh paket wisatanya yauda saya sendiri, yang urus juga saya sendiri.
	PW	Iya bisa, ada plus minusnya ya. Tapi menurut saya, dari sisi Bumdes ini integrasinya sama desa, dibandingkan sama perorangan. Kecuali yang perorangan bersedia berintegrasi dengan desa. Dalam arti ikut bantu bantu program desa. Desa juga ikut bantu. Gituloh, kalau bumdes kan udah ada wadahnya.
	MJ	Iya, ini gila nih pak tapi keren. Bumdes itukan cuman opsi, dulu sebelum saya cerita ke temen-temen oh begini toh. Kalau begini orang lebih optimal, dampaknya langsung ke masyarakat.
	PW	Atau bisa juga, tapikan itu bisa gini pak, bisa juga Bumdes itu menumbuhkan orang orang gila itu juga bisa. Jadi Bumdes gak campur tangan langsung, tapi back up aja. Kayak di Batu Layang ya, kalau disana itu kisahnya dia ada pemandu wisata, cikal bakalnya pemandu wisata, gak ada Bumdesnya. jadi karena itu daerah puncak, orang seneng kesana. Lh kok banyak dateng ya, muncul pemandu wisata, mau ke air terjun oh saya anter, mau ke ini saya anter. Akhirnay mereka buat kelompok, itu jadi cikal bakal munculnya paguyuban. Jadi kayak desa wisata.
	MJ	iya saya juga baru tau kemarin, ini yang lebih ori. Ketika udah ada lembga, kan harus legalitas. tapi kalau tanpa legalitasa tapi jalan kan ini gila dan keren.
	PW	Ibaratnya Mas Jumino mau buat kayak gitu, mas udah tau semuanya dari A sampai Z.
	MJ	Nah itu harus saya berdebat sama orang lain, karena beda konsep. Kalau bagus yang penting jalan, perorangan juga oke Yang penting kan ada. Tapi untuk Penadaran kan bisa perorangan, kemungkinan kedepan kan bisa Bumdes, gak semua Bumdes. Bumdes kalau nambah dana baru beda.
	TR	Diluar rangkaian acara ini, diluar tanggal 5-11, kedatangan wisatawan gimana?
	MJ	Nah, inikan kita baru mau merintis, wisatawan minat khusus.

	TR	Berarti project iwsatanya untuk hari hari biasa belum ada ya.
	TR	Kemarin malah bilangnya pengen jadi KKN mahasiswa ya, homestay gitu.
	MJ	Iya.. ngeh..
	TR	Kan kalau turis, tadi tanpa paket, gimana mas? apa kapok?
	MJ	Bukan, saya ngak pernah soalnya. Banyak makhluknya ituloh.
	PW	Justru kalau wisata desa ya jangan yang canggih canggih, ketela rebus, pisang rebus,
	PW	Benerbener potensi lokal, tapi gimana diolah gitu. Regginangnya gimana keren, Opak.
	TR	Iya, dari segi biaya murah, orang desa ga kesulita. Dari sisi keaslian, udah pas.
	PW	Paliign nanti bisa ktia bantu, daun pisang, daun jati bisa dimakamn kan ya?
	TR	Iya, bisa tempe daun jati.
	MJ	Begini pak polanya, kan kita tidak dibenturkan dengan sebuah kompetisi itu, sulit. Bahkan saya ngak yakin ketika gak ada anugrah desa wisata, kita bisa buat homestay. The power of kepepet ya jadinya.
	TR	Iya tapi itu lumrah ya.
	TR	Oia, MDK juga kemarin muncul karena katanya kompetisi ya?
	MJ	Iya betul.
	PW	Iya.. ngobrol ngobrol aja, mengenal Penadaran lebih jauh.
	MJ	Tinggal di..
	PW	Pekanbaru, dalam rangka sebulan sekali, pas ada acara.

Lampiran 6. Open Coding Narasumber 1

Narasumber 1 / Sholehatsu Ridlo / A				
no	transkrip	Kode	Observasi/Pemadatan data	Ide Pokok
1	<p>Nah trickynya itu tadi gimana caranya biar ini bisa jadi attraction gitu, terus kalau orang bayangin kan orang dateng kesini tanya apa wisatanya gitu, sebetulnya wisatanya itu kampung ini sendiri dan orang-orang ini sendiri.. lebih ke culturenya sih.. karna mau gamau kita juga, ehm mengembangkan tempat tempat yang mungkin ada sejarahnya ada potensinya gitu</p>	A1	<p>Tidak ada objek wisata buatan/alam yang dapat ditonjolan di Desa Penadaran (1a)</p> <p>Menyorot wisata budaya sebagai strength atau atraksi wisata khas Penadaran (1b)</p> <p>Focus mengembangkan potensi produk yaitu tempat tempat yang memiliki nilai sejarah(1c)</p>	<p>Produk Wisata (Atraksi)</p> <p>Potensi Wisata</p>
2	<p>tempatnya memang masih perlu banyak yang dibangunlah. Termasuk infrastruktur, juga pembangunan di masing-masing situs. Terus yang kedua, kesadaran masyarakatnya kadang orang kesini nanya masyarakat, masyarakatnya juga bingung juga gatau wisatanya apa.... Eeee, tapi sekarang pelan-pelan sih eee mulai ini mulai welcome, jadi kalo ada yang kesini, mereka kaya menyambutlah, sambutan atau senyuman itu kan juga kayak salah satu yang diperhatikan oleh banyak orang</p> <p>Ramah tamah uda dapet sih kita.. Atau coba mba deh, misalnya main kemana</p>	A2	<p>Butuhnya pembangunan infrastruktur (2a)</p> <p>Butuhnya pengembangan tiap situs (2b)</p> <p>Kesadaran masyarakat terhadap sadar wisata baru mulai terbentuk (2c)</p> <p>Masyarakat sudah mulai menerima, menyambut dan memiliki respon positif terhadap wisatawan(2d)</p> <p>Pentingnya ramah tamah masyarakat sekitar sebagai salah satu nilai yang</p>	<p>Operasional wisata</p> <p>Potensi Wisata</p>

	<p>random aja gitu, mau sharing2 apa, mungkin sih lebih banyak yang menyambut daripada apa, kecuali kayak kalo bener-bener tertutup banget, males ngobrol.</p>		<p>diperhatikan dalam rangkaian wisata (2e)</p> <p>Adanya inisiatif kepala desa dan masyarakat untuk berinteraksi terhadap wisatawan(3a)</p>	
3	<p>Hmm karena segmented sih, jadi orang2 tertentu yang suka dan mau beli gitu. Itu kendala juga sih, tapi ya intinya ya terus berexplore</p>	A3	<p>Adanya kesadaran targeted product dan SWOT produk(3a)</p> <p>Adanya kegiatan eksplorasi dalam mengembangkan inovasi produk(3b)</p>	<p>Inovasi Produk</p>
4	<p>Kalo yang atraksi itu yang kayak Apitan, Rumah Gong, Rumah Budaya, ada acara itu banyak gak sih Mas, kayak turis-turis dah pada tau belum?</p> <p>Kalo dibilang banyak sih belum, tapi adalah, ada wartawan juga.</p>	A4	<p>Adanya beberapa produk atraksi wisata yang dikembangkan dan sudah mulai dikenal sebagai atraksi wisata (4a)</p> <p>Adanya wisatawan lokal yang mulai menyorot atraksi wisata Penadaran (4b)</p>	<p>Produk Wisata (Atraksi)</p> <p>Publikasi dan pemasaran</p>
5	<p>Sebenarnya diluar yang membawa desa itu ada, kayak setaun sekali kita ada komunitas motor trail dan bike..</p>	A5	<p>Adanya komunitas sebagai channel (potensi) produk wisata Penadaran (5a)</p> <p>Area alam Penadaran berpotensi menjadi arena motor trail (5b)</p>	<p>Potensi produk</p> <p>Kerja sama Komunitas</p>
6	<p>Batik. Batik lagi vakum, kita waktu itu ada, sempet vakum, ini mau saya adakan lagi, karena itu salah satu yang pede kita jual lah ya.</p> <p>Kemarin sempet di modal, sama operasional juga, sama promosi kemarin kurang maksimal juga. Termasuk packaging yang harus diperbaiki juga.</p>	A6	<p>Adanya kendala operasional UMKM batik sehingga harus vakum (6a)</p> <p>Adanya potensi produk batik sebagai produk unggulan Penadaran(6b)</p>	<p>Factor kendala hambatan usaha UMKM</p> <p>Potensi produk</p>

	<p>Sebenarnya biasanya di Baksos nya itu bisa untuk bisnisnya, karena kadang jalur itu kan yang uda jadi tempat wisata nih, ini Penadarannya di Pulosari, itu uda ada jalurnya sendiri cuman disini susah tuh banyak kebun warga jadi masih belum bisa dijadikan bisnis jalur untuk motor trail.</p>			
7	<p>Itu apa aja tuh, kegiatan-kegiatan yang sudah dihasilkan, kayak tadi kan berarti AMDK tadi, terus... Ada odong-odong, itu sering juga dapet orderan, ya walaupun dikit-dikit, kayak 50rb sekali jalan, tapi kan kalo sering ya lumayan ya..</p>	A7	Adanya fasilitas odong-odong sebagai unit usaha yang sudah berjalan(7a)	Produk Wisata (Akomodasi)
8	<p>Oh, guesthouse dan homestay gimana? Kita baru mau ini, baru mau ngembangin. Tapi kalo desa kami sendiri punya ini sendiri, manajemen sendiri nanti uda nanti gada sharing2</p>	A8	Adanya pengembangan guesthouse sebagai akomodasi utama di Desa Penadaran(8a)	Produk Wisata (Akomodasi)
9		A9	Tingginya partisipasi desa Dikarenakan transparansi desa yang baik menjadikan tingginya kepercayaan warga terhadap tokoh desa (9a)	Partisipasi Masyarakat

Lampiran 7. Open Coding Narasumber 2

Narasumber 2 / Jumino Windhandini / B				
no	transkrip	Kode	Observasi/Pemadatan data	Ide Pokok
1	<p>Lalu tahun 2020 ada covid pandemi hingga saat ini, jadi saat ini untuk event event itu (sedang difokuskan) mau di hidupkan kembali.</p> <p>Jadi kita sedang mendata dulu budaya dan daya Tarik wisata yang dapat dibangun. Ada 10 wisata yang tadi saya sempat kirimkan (data berupa list atraksi desa) lalu kemudian dalam waktu dekat kita juga mendata untuk yang souvenir dan kriya. (lalu) Nomer 3, itu kulinernya. Nah jadi tiga itu minimal yang ingin (fokus) dikembangkan.</p> <p>Nje betul mba semuanya, intinya bagaimanasih agar maksudnya kita ingin mengemasnya menjadi sebuah (desa) yang layak yang disebut sebagai desa wisata (dari segi) atraksinya.</p> <p>budaya itu mencakup tempat tempat budaya yang punya sejarah dan kesenian. Disini ada sanggar kesenian lalu di event.. event itu akan kita garap semua</p>	B1	<p>dalam masa pemulihan covid, kini desa berfokus dalam mengembangkan produk wisata dan pergerakan unit usaha Bumdes (1a)</p> <p>salah satu upaya pengembangan wisata saat ini menggarap dan mengaktifkan event-event (1b)</p> <p>terdapat 3 fokus utama dalam pengembangan desa wisata saat ini; kuliner, kriya dan souvenir (1c)</p> <p>terutama event kesenian, budaya dan program desa (1d)</p>	Produk Wisata (Atraksi)
2	<p>Lalu gini mba konsepnya, jadi ini kita ada 6 dusun yah mba dan kita mau kembangin nilai 4A. secara umum dari kemarin itu, baru di tahun ini kita membangun kelompok sadar wisata</p>	B2	<p>Dusun dan warga desa sudah mulai sadar mengenai kelompok sadar wisata(2c)</p> <p>Adanya ketertarikan dan dukungan</p>	Keterlibatan dan Partisipasi Masyarakat

			masyarakat desa serta tingginya partisipasi warga desa (2d)	
3	<p>Tapi kalau alam sih (desa) kami belum berani mbak karena alam di Desa Penadaran itu.. anu ini.. (sebagian besar merupakan bagian dari) perhutani. Agak resiko disitu juga ya tapi gakpapa.</p>	B3	<p>fokus produk pengembangan wisata saat ini adalah coulture tourism (3a) dimana mereka menhighlight atraksi dan liveinnya (3b)</p> <p>Desa Wisata Penadaran tidak terlalu mengembangkan dari segi alam dikarenakan adanya Batasan dari kepemilihan lahan didesa (3c)</p>	Produk Wisata (Atraksi)
	<p>Belum ada mba, Tourguidenya belum sampai situ tapi yang jelas untuk mencukupi misalnya dalam memenuhi akomodasinya kita sudah mempersiapkan homestay untuk wisatawan. Saat ini ada 16 homestay mba</p> <p>Ada restoran Tugu lumpang, ada TIC juga disana. Kita juga ada wisma tamu tapi belum jadi mbak. Ada banyak mba, ada rumah budaya</p>	B4	<p>akomodasi yang sejauh ini sudah disediakan yaitu homestay berjumlah 16 unit (4a)</p> <p>dengan fasilitas akomodasi yaitu lapangan, TIC, resto Tugu Lumpang dan lapangan sport arena.(4b)</p>	Produk Wisata (Akomodasi)
	<p>Untuk homestay ini ada sudah berikut dengan paket paket gitu mas? Belum ada mba, tapi yang jelas ketika biasane ada tamu sebatas mahasiswa itu sudah pernah, mahasiswa</p>	B5	Desa wisata ini belum memiliki paket dari segi akomodasi maupun paket wisata (5a)	Paket Wisata

	<p>dari semarang, udinus, madiun, jawa biasanya sekalian kasih testimoni kurangnya apa.</p> <p>Tergantung wisatawan maunya apa mbak, jadi prinsipnya begini mbak, 'lu butuh apa gue ada'.</p>		Desa Penadaran memanfaatkan kritikan, testimoni dan referensi sebagai sumber ide wisata	
		B6	Desa Penadaran masih berproses dalam pengembangan infrastrukur jalanan dan akses (6a)	Akses wisata
	<p>Berarti para wisatawan ini kalau mau booking hanya lewat mas Jum aja kah?</p> <p>Ke saya bisa, ke pak lurah bisa sebenarnya ke pengurus aja sih mbak, kita ada groupnya kalau memang mau visit. memang seringnya mulut ke mulut mbak</p>	B7	channel dari pemasaran desa wisata masih terfokus pada mulut ke mulut/ mouth to mouth (7a)	Pemasaran
	<p>Untuk pemasarannya seperti social media itu sudah ada belum mas jum?</p> <p>Belum ada</p> <p>Kalau website pak?</p> <p>Gaada sih</p> <p>Untuk website yang terakhir, kalau tidak salah sempet ada website bukan ya pak?</p> <p>Oh itu sudah tidak diaktifkan lagi itu, simdesa pun error ternyata. Saya sudah konfirmasi ke kabupaten tapi memang error.</p>	B8	<p>belum memiliki program pemasaran maupun social media (8a)</p> <p>website desa wisata sudah tidak digunakan/ diaktifkan(8b)</p>	Pemasaran Lapangan

Lampiran 8. Axial dan selective coding Narasumber 1

Narasumber : Informan 1/ Sholehatsu Ridlo /A			
Data	Konseptualisasi	Kategorisasi	Tematisasi
<p>Produk : Wisata Buatan Tidak ada objek wisata buatan/alam yang dapat ditonjolan di Desa Penadaran (1a)</p> <p>Menyorot wisata budaya sebagai strength atau atraksi wisata khas Penadaran (1b)</p> <p>Focus mengembangkan potensi produk yaitu tempat tempat yang memiliki nilai sejarah(1c)</p>	Produk Wisata (Atraksi)	Kondisi Lingkungan, Sosial & Ekonomi	Ketersediaan dan Potensi Produk
<p>Status : Masih Berkembang <i>“Maksudnya sih kita kalo dalam pariwisatanya tadi ya kita emang belum matang juga, masih dalam proses juga.”</i></p> <p>Adanya beberapa produk atraksi wisata yang dikembangkan dan sudah mulai dikenal sebagai atraksi wisata (4a)</p> <p>Butuhnya pembangunan infrastrukur (2a)</p> <p>Butuhnya pengembangan tiap situs (2b)</p>	Potensi Wisata (Atraksi)	Potensi Wisata (Atraksi)	Potensi Destinasi Pariwisata
<p>Masyarakat mulai sadar wisata- <i>“Kesadaran masyarakat terhadap sadar wisata baru mulai terbentuk”</i> (2c)</p> <p>Masyarakat sudah mulai menerima, menyambut dan memiliki respon positif terhadap wisataawan(2d)</p> <p>Pentingnya ramah tamah masyarakat sekitar sebagai salah satu nilai yang diperhatikan dalam rangkaian wisata (2e)</p>	Kesadaran wisata dan Pemberdayaan Masyarakat	Sumber Daya Manusia	Potensi Destinasi Pariwisata

Adanya inisiatif kepala desa dan masyarakat untuk berinteraksi terhadap wisatawan(3a)			
<p>Sumber Ide tergantung wisatawan maunya apa mbak, jadi prinsipnya begini mbak, 'lu butuh apa gue ada'. (3a)</p> <p>Area alam Penadaran berpotensi menjadi arena motor trail (3b)</p> <p>Adanya kegiatan eksplorasi dalam mengembangkan inovasi produk(3b)</p>	Inovasi Produk	Potensi Produk Priwisata	Potensi Destinasi Pariwisata
<p>Channel : Kerja sama Komunitas Adanya wisatawan lokal yang mulai menyorot atraksi wisata Penadaran (4b)</p> <p>Adanya komunitas sebagai channel (potensi) produk wisata Penadaran (5a)</p>	Publikasi dan pemasaran Potensi produk	Branding, Advertising, Selling	Pemasaran Wisata
<p>Unit Usaha Adanya kendala operasional UMKM batik sehingga harus vakum (6a)</p> <p>Adanya potensi produk batik sebagai produk unggulan Penadaran(6b)</p>	Kendala dan potensi UMKM	Faktor kendala hambatan usaha UMKM	Pengalaman Pola Usaha dan Ekonomi

Lampiran 9. Axial dan selective coding Narasumber 2

Informan : Narasumber 2 / Jumino Windhandini / B			
Data	Konseptualisasi	Kategorisasi	Tematisasi
<p>Produk : Wisata Buatan dalam masa pemulihan covid, kini desa berfokus dalam mengembangkan produk wisata dan penggerakan unit usaha Bumdes (1a)</p> <p>terdapat 3 fokus utama dalam pengembangan desa wisata saat ini; kuliner, kriya dan souvenir (1b)</p>	<p>Produk Wisata (Atraksi)</p> <p>Kerajinan</p>	<p>Potensi Produk Pariwisata</p>	<p>Ketersediaan dan Potensi Produk</p>
<p>Basis Wisata : Coulture Tourism fokus produk pengembangan wisata saat ini adalah coulture tourism (3a) dimana mereka menhighlight atraksi dan liveinnya (3b)</p> <p>Desa Wisata Penadaran tidak terlalu mengembangkan dari segi alam dikarenakan adanya Batasan dari kepemilihan lahan didesa (3c)</p> <p>salah satu upaya pengembangan wisata saat ini menggarap dan mengaktifkan event-event (2a) terutama event kesenian, budaya dan program desa (2b)</p>	<p>Produk Wisata (Atraksi) basis coulture tourism</p>	<p>Kesenian dan kearifan lokal</p>	<p>Kondisi Budaya / Kearifan Lokal</p>
<p>Ketersediaan Akomodasi akomodasi yang sejauh ini sudah disediakan yaitu homestay berjumlah 16 unit (4a)</p> <p>dengan fasilitas akomodasi</p>	<p>Produk Wisata (Akomodasi)</p>	<p>Potensi Produk Pariwisata (Akomodasi)</p>	<p>Potensi Destinasi Pariwisata</p>

<p>yaitu lapangan, TIC, resto Tugu Lumpang dan lapangan sport arena.(4b)</p> <p>Desa wisata ini belum memiliki paket dari segi akomodasi maupun paket wisata(4c)</p>			
<p><i>Partisipasi Masyarakat : tersedia kelompok sadar wisata</i></p> <p>Adanya ketertarikan dan dukungan masyarakat desa serta tingginya partisipasi warga desa(4e)</p> <p>Dusun dan warga desa sudah mulai sadar mengenai kelompok sadar wisata(4d)</p> <p>Dikarenakan transparansi desa yang baik menjadikan tingginya kepercayaan warga terhadap tokoh desa(8)</p>	<p>Keterlibatan Masyarakat</p> <p>Pemberdayaan Masyarakat</p>	<p>Pengembangan Sumber Daya Manusia</p>	<p>Sumber Daya Manusia</p>
<p><i>Channel : M2M (Mouth to Mouth)</i></p> <p>“seringnya mulut ke mulut mbak” (6a)</p>	<p>Costumer journey</p>	<p>Promosi dan Channel</p>	<p>Pemasaran Desa Wisata</p>
<p><i>Pemasaran : Tradisional</i></p> <p>belum memiliki program pemasaran maupun social media (7)</p>	<p>Branding, Advertising, Selling</p>	<p>Promosi dan Channel</p>	<p>Pemasaran Desa Wisata</p>

Lampiran 10. Implementasi BMC (Business Model Canvas) berbasis komponen Pariwisata 4A

		customer						
		Cost structure	Key Resources	Key Activities	Value Proposition	Relationship	Channels	Revenue Streams
Attraction								
	Accommodation							
	Accessibility							
Ancillary								
Selling & Promotion								
		Key Partners						

Lampiran 11. Lembar Observasi dan Monitoring Pengelolaan Homestay

LEMBAR MONITORING DAN EVALUASI PENGELOLAAN HOMESTAY

Hari/Tanggal :

Nama Pendamping :

No	Unsur dan Sub Unsur	Kondisi Desa Wisata				Keterangan
		SB	B	C	KB	
I	PRODUK					
A.	Bangunan Rumah Tinggal					
1.	Jumlah kamar yang disewakan di luar yang digunakan keluarga .1. kamar, dengan kondisi..	✓				
2.	Kecukupan sirkulasi udara dan pencahayaan	✓				
B.	Kamar Tidur					
3.	Kebersihan, keterawatan, kelengkapan: a. kunci kamar ✓ b. kaca rias c. lemari/ tempat meletakkan pakaian ✓ d. lampu penerangan ✓ e. tempat sampah ✓	✓				
4.	Ketertataan, kelengkapan, kerapian, dan kelengkapan: a. tempat tidur ✓ b. bantal dengan sarungnya ✓ c. selimut ✓ d. sprei. ✓	✓				
C.	Fasilitas Penunjang					
5.	Papa nama dengan tulisan yang terbaca dan di pasang pada tempat yang terlihat dengan jelas (Nama homestay, alamat, no Telp/HP)	✓				
6.	Kamar mandi dilengkapi dengan: a. gantungan handuk b. tempat sampah c. kloset duduk atau jongkok d. tempat penampungan air e. kelancaran saluran pembuangan air f. Kecukupan persediaan air bersih dengan jumlah kamar atau tamu yang menginap	✓				
7.	Ketersediaan peralatan makan dan minum, dalam kondisi bersih dan aman bagi tamu.	✓				
8.	Ketersediaan air minum.	✓				
D	Dapur					
9.	Kebersihan dan keterawatan dapur		✓			
10.	Kelengkapan peralatan dapur yang bersih, terawat dan berfungsi dengan baik.		✓			
11.	Kelengkapan, kebersihan dan keterawatan bak temp cuci peralatan	✓				
12.	Kelengkapan dan fungsi saluran pembuangan limbah.	✓				

13.	Kelengkapan tempat sampah tertutup.	✓				
14.	Ketersediaan air bersih yang diperlukan untuk memasak, membersihkan peralatan dapur serta peralatan makan dan minum.	✓				
II	PELAYANAN					
	Tata Cara Pelayanan Sederhana:					
15.	Pemesanan kamar.		✓	✓		
16.	Pencatatan identitas tamu				✓	
17.	Pembayaran secara tunai dan/atau nontunai.		✓			
18.	Pembersihan lingkungan bangunan rumah tinggal.	✓				
19.	Pembersihan kamar tamu: harian, mingguan, bulanan.	✓				
20.	Keamanan dan kenyamanan tamu	✓				
21.	Penanganan keluhan tamu	✓				
22.	Pemberian informasi tertulis secara sederhana yang meliputi: a. harga sewa kamar b. tempat pelayanan Kesehatan terdekat c. fasilitas umum terdekat d. daya tarik wisata setempat e. nilai dan budaya lokal.			✓		
III	PENGELOLAAN					
A.	Tata Usaha					
23.	Area khusus dalam rumah tinggal untuk keperluan administrasi, dilengkapi fasilitas penunjang yang sederhana.	✓				
24.	Pengadministrasian pencatatan data identitas tamu.			✓		
B.	Keamanan dan Keselamatan					
25.	Tersedia petunjuk tertulis untuk menghindari terjadinya kebakaran atau keadaan darurat lainnya.			✓		
26.	Memiliki peralatan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K)	✓				
C.	Sumber Daya Manusia					
27.	Menerapkan unsur Sapta Pesona, meliputi; a. aman, b. tertib, c. bersih d. sejuk, e. indah. f. ramah, dan g. kenangan.	✓				
28.	Mengikuti kegiatan peningkatan kemampuan pengelolaan yang diselenggarakan oleh unsur pemerintah	✓				



Lampiran 12. Simulasi Net Cashflow 2023

			Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	ACCUMULATION			
CASH IN																		
paket wisata all-in (Live in) always on			per person	Rp 500.000	2	2	4	2	4	10	6	4	2	6	8	54,0		
Paket wisata budaya 4 times a year			per person	Rp 250.000	-	6	-	-	12	-	20	-	-	14	-	52,0		
Paket wisata atraksi (budaya/non budaya) always on			per person	Rp 45.000	2	2	4	4	6	9	16	19	23	32	42	45	204	
souvenir dan oleh oleh			20% consign	100000	Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 180.000	Rp 270.000	Rp 405.000	Rp 720.000	Rp 855.000	Rp 1.035.000	Rp 1.440.000	Rp 1.890.000	Rp 2.025.000	Rp 9.180.000	
persentase FnB			20% consign	100000	Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 160.000	Rp 2.120.000
CASH OUT																		
WISATA ALL-IN																		
rent & hosting fees			per person	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 1.000.000	Rp 600.000	Rp 400.000	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 600.000	Rp 800.000	Rp 5.400.000	
consumption			per person	Rp 150.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 1.500.000	Rp 900.000	Rp 600.000	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 900.000	Rp 1.200.000	Rp 8.100.000	
transport and operational add-on activities			per person	Rp 30.000	Rp 60.000	Rp 60.000	Rp 120.000	Rp 60.000	Rp 120.000	Rp 300.000	Rp 180.000	Rp 120.000	Rp 60.000	Rp 120.000	Rp 180.000	Rp 240.000	Rp 1.620.000	
WISATA BUDAYA																		
consumption			per person	Rp 100.000	Rp -	Rp 600.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.200.000	Rp -	Rp 2.000.000	Rp -	Rp -	Rp 1.400.000	Rp -	Rp 5.200.000	
Human Resources			per session	Rp 50.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 600.000	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp -	Rp 2.600.000	
rent & hosting fees			per person	Rp 50.000	Rp -	Rp 300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 600.000	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp -	Rp 2.600.000	
WISATA BASIS AKTIVITAS																		
Human Resources			per person	Rp 20.000	Rp 40.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 120.000	Rp 180.000	Rp 320.000	Rp 380.000	Rp 460.000	Rp 640.000	Rp 840.000	Rp 900.000	Rp 4.080.000	
transport and operational			per person	Rp 15.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 60.000	Rp 60.000	Rp 90.000	Rp 135.000	Rp 240.000	Rp 285.000	Rp 345.000	Rp 480.000	Rp 630.000	Rp 675.000	Rp 3.060.000	
tools depreciation			per month	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 360.000	
MARKETING (online)																		
Social Media & e-commerce			per month	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 6.000.000	
Youtube, Instagram ads			per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000	
Referrals Promotion and Promo Code			per month	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000	
Endorsement			per month	Rp 100.000					Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 700.000	
MARKETING (offline)																		
Bazaar			per event	Rp 5.000.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	
Printed Media			per year	Rp 600.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000	
others																		
gas			per person	Rp 50.000	Rp 200.000	Rp 500.000	Rp 400.000	Rp 300.000	Rp 500.000	Rp 1.550.000	Rp 1.100.000	Rp 2.150.000	Rp 1.250.000	Rp 1.800.000	Rp 3.100.000	Rp 2.650.000	Rp 15.500.000	
transport depreciation			per year	Rp 600.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000	
Cash on hand - Beginning Bal				Rp 50.000.000	Rp 49.460.000	Rp 49.160.000	Rp 48.860.000	Rp 48.240.000	Rp 47.860.000	Rp 48.700.000	Rp 48.140.000	Rp 47.940.000	Rp 46.460.000	Rp 44.940.000	Rp 43.900.000			
CASH IN																		
paket wisata all-in (Live in)			Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 5.000.000	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 3.000.000	Rp 4.000.000	Rp 27.000.000			
Paket wisata budaya			Rp -	Rp 1.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp 5.000.000	Rp -	Rp -	Rp 3.500.000	Rp -	Rp 13.000.000			
Paket wisata atraksi			Rp 90.000	Rp 90.000	Rp 180.000	Rp 180.000	Rp 270.000	Rp 405.000	Rp 720.000	Rp 855.000	Rp 1.035.000	Rp 1.440.000	Rp 1.890.000	Rp 2.025.000	Rp 9.180.000			
souvenir dan oleh oleh			Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 160.000	Rp 2.120.000			
persentase FnB			Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 160.000	Rp 2.120.000		
Total Revenue			Rp 1.170.000	Rp 2.910.000	Rp 2.340.000	Rp 1.260.000	Rp 2.430.000	Rp 9.285.000	Rp 3.960.000	Rp 8.815.000	Rp 2.115.000	Rp 3.600.000	Rp 9.190.000	Rp 6.345.000	Rp 53.420.000			
TOTAL CASH OUT			Rp 1.710.000	Rp 3.210.000	Rp 2.640.000	Rp 1.880.000	Rp 2.810.000	Rp 8.445.000	Rp 4.520.000	Rp 9.015.000	Rp 3.595.000	Rp 5.120.000	Rp 10.230.000	Rp 7.745.000	Rp 60.920.000			
NET CASHFLOW			-Rp 540.000	-Rp 300.000	-Rp 300.000	-Rp 620.000	-Rp 380.000	Rp 840.000	-Rp 560.000	-Rp 200.000	-Rp 1.480.000	-Rp 1.520.000	-Rp 1.040.000	-Rp 1.400.000	Rp (7.500.000)			

Lampiran 13. Simulasi Net Cashflow 2024

		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	ACCUMULATION	
CASH IN		HIGHSEASON HIGHSEASON HIGHSEASON HIGHSEASON													
paket wisata all-in (Live in)	per person	Rp 500.000	4	2	2	6	10	14	14	20	12	8	14	12	118,0
always on		Rp 2.000.000		1.000.000	1.000.000	3.000.000	5.000.000	7.000.000	7.000.000	10.000.000	6.000.000	4.000.000	7.000.000	6.000.000	Rp 59.000.000
Paket wisata budaya	per person		8					14		22			16		60,0
4 times a year		Rp 250.000		2.000.000				3.500.000		5.500.000			4.000.000		Rp 15.000.000
Paket wisata atraksi (budaya/non budaya)	per person		20	20	10	12	32	38	38	30	30	40	48	48	366
always on		Rp 45.000	Rp 900.000	Rp 900.000	Rp 450.000	Rp 540.000	Rp 1.440.000	Rp 1.710.000	Rp 1.710.000	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 1.800.000	Rp 2.160.000	Rp 2.160.000	Rp 16.470.000
souvenir dan oleh oleh	20% consign	100000	80.000	200.000	40.000	120.000	200.000	560.000	280.000	840.000	240.000	160.000	600.000	240.000	Rp 3.560.000
persentase FnB	20% consign	100000	80.000	200.000	40.000	120.000	200.000	560.000	280.000	840.000	240.000	160.000	600.000	240.000	Rp 3.560.000
CASH OUT															
WISATA ALL-IN															
rent & hosting fees	per person	Rp 100.000	Rp 400.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 600.000	Rp 1.000.000	Rp 1.400.000	Rp 1.400.000	Rp 2.000.000	Rp 1.200.000	Rp 800.000	Rp 1.400.000	Rp 1.200.000	Rp 11.800.000
consumption	per person	Rp 150.000	Rp 600.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 900.000	Rp 1.500.000	Rp 2.100.000	Rp 2.100.000	Rp 3.000.000	Rp 1.800.000	Rp 1.200.000	Rp 2.100.000	Rp 1.800.000	Rp 17.700.000
transport and operational	per person	Rp 30.000	Rp 120.000	Rp 60.000	Rp 60.000	Rp 180.000	Rp 300.000	Rp 420.000	Rp 420.000	Rp 600.000	Rp 360.000	Rp 240.000	Rp 420.000	Rp 360.000	Rp 3.540.000
add-on activities	per person	Rp 50.000	Rp 200.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 300.000	Rp 500.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 1.000.000	Rp 600.000	Rp 400.000	Rp 700.000	Rp 600.000	Rp 5.900.000
WISATA BUDAYA															
consumption	per person	Rp 100.000	Rp -	Rp 800.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.400.000	Rp -	Rp 2.200.000	Rp -	Rp -	Rp 1.600.000	Rp -	Rp 6.000.000
Human Resources	per session	Rp 50.000	Rp -	Rp 400.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp -	Rp 1.100.000	Rp -	Rp -	Rp 800.000	Rp -	Rp 3.000.000
rent & hosting fees	per person	Rp 50.000	Rp -	Rp 400.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp -	Rp 1.100.000	Rp -	Rp -	Rp 800.000	Rp -	Rp 3.000.000
WISATA BASIS AKTIVITAS															
Human Resources	per person	Rp 20.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 200.000	Rp 240.000	Rp 640.000	Rp 760.000	Rp 760.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 800.000	Rp 960.000	Rp 960.000	Rp 7.320.000
transport and operational	per person	Rp 15.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 150.000	Rp 180.000	Rp 480.000	Rp 570.000	Rp 570.000	Rp 450.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 720.000	Rp 720.000	Rp 5.490.000
tools depreciation	per month	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 360.000
MARKETING (online)															
Social Media operational & management	per month	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 6.000.000
Youtube, Instagram ads	per month	Rp 100.000					Rp 100.000	Rp 100.000		Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000			Rp 500.000
Refferals Promotion and Promo Code	per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000
Endorsement	per month	Rp 100.000					Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 700.000
MARKETING (offline)															
Bazaar	per event	Rp 5.000.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Printed Media	per year	Rp 600.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000
others															
gas	per person	Rp 50.000	Rp 1.200.000	Rp 1.500.000	Rp 600.000	Rp 900.000	Rp 2.100.000	Rp 3.300.000	Rp 2.600.000	Rp 3.600.000	Rp 2.100.000	Rp 2.400.000	Rp 3.900.000	Rp 3.000.000	Rp 27.200.000
transport depreciation	per year	Rp 1.440.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 1.440.000
Cash on hand - Beginning Bal		Rp 43.900.000	Rp 42.940.000	Rp 41.980.000	Rp 41.100.000	Rp 40.780.000	Rp 40.200.000	Rp 40.480.000	Rp 40.300.000	Rp 42.180.000	Rp 41.900.000	Rp 40.580.000	Rp 40.640.000		
CASH IN															
paket wisata all-in (Live in)		Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 3.000.000	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 10.000.000	Rp 6.000.000	Rp 4.000.000	Rp 7.000.000	Rp 6.000.000	Rp 59.000.000	
Paket wisata budaya		Rp -	Rp 2.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.500.000	Rp -	Rp 5.500.000	Rp -	Rp -	Rp 4.000.000	Rp -	Rp 15.000.000	
Paket wisata atraksi		Rp 900.000	Rp 900.000	Rp 450.000	Rp 540.000	Rp 1.440.000	Rp 1.710.000	Rp 1.710.000	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 1.800.000	Rp 2.160.000	Rp 2.160.000	Rp 16.470.000	
souvenir dan oleh oleh		Rp 80.000	Rp 200.000	Rp 40.000	Rp 120.000	Rp 200.000	Rp 560.000	Rp 280.000	Rp 840.000	Rp 240.000	Rp 160.000	Rp 600.000	Rp 240.000	Rp 3.560.000	
persentase FnB		Rp 80.000	Rp 200.000	Rp 40.000	Rp 120.000	Rp 200.000	Rp 560.000	Rp 280.000	Rp 840.000	Rp 240.000	Rp 160.000	Rp 600.000	Rp 240.000	Rp 3.560.000	
TOTAL CASH IN / TOT REV		Rp 3.060.000	Rp 4.300.000	Rp 1.530.000	Rp 3.780.000	Rp 6.840.000	Rp 13.330.000	Rp 9.270.000	Rp 18.530.000	Rp 7.830.000	Rp 6.120.000	Rp 14.360.000	Rp 8.640.000	Rp 97.590.000	
TOTAL CASH OUT		Rp 4.020.000	Rp 5.260.000	Rp 2.410.000	Rp 4.100.000	Rp 7.420.000	Rp 13.050.000	Rp 9.450.000	Rp 16.650.000	Rp 8.110.000	Rp 7.440.000	Rp 14.300.000	Rp 9.540.000	Rp 101.750.000	
NET CASHFLOW		-Rp 960.000	-Rp 960.000	-Rp 880.000	-Rp 320.000	-Rp 580.000	Rp 280.000	-Rp 180.000	Rp 1.880.000	-Rp 280.000	-Rp 1.320.000	Rp 60.000	-Rp 900.000	Rp (4.160.000)	

Lampiran 14. Simulasi Net Cashflow 2025

		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	ACCUMULATION	
CASH IN		HIGHSEASON HIGHSEASON HIGHSEASON HIGHSEASON													
paket wisata all-in (Live in)	per person	Rp 500.000	2	2	4	2	4	10	6	4	2	4	6	8	54,0
always on		Rp 1.000.000		Rp 1.000.000		Rp 2.000.000		Rp 1.000.000		Rp 2.000.000		Rp 1.000.000		Rp 2.000.000	Rp 27.000.000
Paket wisata budaya	per person		6					12		20			14		52,0
4 times a year		Rp 250.000		Rp 1.500.000				Rp 3.000.000		Rp 5.000.000			Rp 3.500.000		Rp 13.000.000
Paket wisata atraksi (budaya/non budaya)	per person		2	2	4	4	6	9	16	19	23	32	42	45	204
always on		Rp 45.000	Rp 90.000	Rp 90.000	Rp 180.000	Rp 180.000	Rp 270.000	Rp 405.000	Rp 720.000	Rp 855.000	Rp 1.035.000	Rp 1.440.000	Rp 1.890.000	Rp 2.025.000	Rp 9.180.000
souvenir dan oleh oleh	20% consign	100000	Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 2.120.000
persentase FnB	20% consign	100000	Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 2.120.000
CASH OUT															
WISATA ALL-IN															
rent & hosting fees	per person	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 1.000.000	Rp 600.000	Rp 400.000	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 600.000	Rp 800.000	Rp 5.400.000
consumption	per person	Rp 150.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 1.500.000	Rp 900.000	Rp 600.000	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 900.000	Rp 1.200.000	Rp 8.100.000
transport and operational	per person	Rp 30.000	Rp 60.000	Rp 60.000	Rp 120.000	Rp 60.000	Rp 120.000	Rp 300.000	Rp 180.000	Rp 120.000	Rp 60.000	Rp 120.000	Rp 180.000	Rp 240.000	Rp 1.620.000
add-on activities	per person	Rp 50.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 500.000	Rp 300.000	Rp 200.000	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 300.000	Rp 400.000	Rp 2.700.000
WISATA BUDAYA															
consumption	per person	Rp 100.000	Rp -	Rp 600.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.200.000	Rp -	Rp 2.000.000	Rp -	Rp -	Rp 1.400.000	Rp -	Rp 5.200.000
Human Resources	per session	Rp 50.000	Rp 300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 600.000	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp -	Rp 2.600.000
rent & hosting fees	per person	Rp 50.000	Rp -	Rp 300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 600.000	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp -	Rp 2.600.000
WISATA BASIS AKTIVITAS															
Human Resources	per person	Rp 20.000	Rp 40.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 120.000	Rp 180.000	Rp 320.000	Rp 380.000	Rp 460.000	Rp 640.000	Rp 840.000	Rp 900.000	Rp 4.080.000
transport and operational	per person	Rp 15.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 60.000	Rp 30.000	Rp 60.000	Rp 90.000	Rp 135.000	Rp 240.000	Rp 285.000	Rp 345.000	Rp 480.000	Rp 675.000	Rp 3.060.000
tools depreciation	per month	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 360.000
MARKETING (online)															
Social Media & e-commerce	per month	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 6.000.000
Youtube, Instagram ads	per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000
Refferals Promotion and Promo Code	per month	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000
Endorsement	per month	Rp 100.000						Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 700.000
MARKETING (offline)															
Bazaar	per event	Rp 5.000.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Printed Media	per year	Rp 600.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000
others															
gas	per person	Rp 50.000	Rp 200.000	Rp 500.000	Rp 400.000	Rp 300.000	Rp 500.000	Rp 1.550.000	Rp 1.100.000	Rp 2.150.000	Rp 1.250.000	Rp 1.800.000	Rp 3.100.000	Rp 2.650.000	Rp 15.500.000
transport depreciation	per year	Rp 600.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 600.000
Cash on hand - Beginning Bal		Rp 50.000.000	Rp 49.460.000	Rp 49.160.000	Rp 48.860.000	Rp 48.240.000	Rp 47.860.000	Rp 48.700.000	Rp 48.140.000	Rp 47.940.000	Rp 46.460.000	Rp 44.940.000	Rp 43.900.000		
CASH IN															
paket wisata all-in (Live in)		Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 5.000.000	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 3.000.000	Rp 4.000.000	Rp 27.000.000	
Paket wisata budaya		Rp -	Rp 1.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp 5.000.000	Rp -	Rp -	Rp 3.500.000	Rp -	Rp 13.000.000	
Paket wisata atraksi		Rp 90.000	Rp 90.000	Rp 180.000	Rp 180.000	Rp 270.000	Rp 405.000	Rp 720.000	Rp 855.000	Rp 1.035.000	Rp 1.440.000	Rp 1.890.000	Rp 2.025.000	Rp 9.180.000	
souvenir dan oleh oleh		Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 2.120.000	
persentase FnB		Rp 40.000	Rp 160.000	Rp 80.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 440.000	Rp 120.000	Rp 480.000	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 400.000	Rp 2.120.000	
Total Revenue		Rp 1.170.000	Rp 2.910.000	Rp 2.340.000	Rp 1.260.000	Rp 2.430.000	Rp 9.285.000	Rp 3.960.000	Rp 8.815.000	Rp 2.115.000	Rp 3.600.000	Rp 9.190.000	Rp 6.345.000	Rp 53.420.000	
TOTAL CASH OUT		Rp 1.710.000	Rp 3.210.000	Rp 2.640.000	Rp 1.880.000	Rp 2.810.000	Rp 8.445.000	Rp 4.520.000	Rp 9.015.000	Rp 3.595.000	Rp 5.120.000	Rp 10.230.000	Rp 7.745.000	Rp 60.920.000	
NET CASHFLOW		-Rp 540.000	-Rp 300.000	-Rp 300.000	-Rp 620.000	-Rp 380.000	Rp 840.000	-Rp 560.000	-Rp 200.000	-Rp 1.480.000	-Rp 1.520.000	-Rp 1.040.000	-Rp 1.400.000	Rp (7.500.000)	

Lampiran 15. Simulasi Net Cashflow 2026

			Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	ACCUMULATION																
CASH IN																															
paket wisata all-in (Live in)	per person	Rp	500.000	12	12	36	32	38	40	38	12	20	22	28	30	320,0															
always on			Rp	6.000.000	Rp	6.000.000	Rp	18.000.000	Rp	16.000.000	Rp	19.000.000	Rp	20.000.000	Rp	19.000.000	Rp	6.000.000	Rp	10.000.000	Rp	11.000.000	Rp	14.000.000	Rp	15.000.000	Rp	160.000.000			
Paket wisata budaya	per person	Rp	250.000		10				32		24			20		86,0															
4 times a year			Rp	-	Rp	2.500.000	Rp	-	Rp	-	Rp	6.000.000	Rp	-	Rp	-	Rp	5.000.000	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	21.500.000			
Paket wisata atraksi (budaya/non budaya)	per person	Rp		34	20	35	40	50	60	32	32	48	49	60	72	532															
always on			Rp	45.000	Rp	1.530.000	Rp	900.000	Rp	1.575.000	Rp	1.800.000	Rp	2.250.000	Rp	2.700.000	Rp	1.440.000	Rp	1.440.000	Rp	2.160.000	Rp	2.205.000	Rp	2.700.000	Rp	3.240.000	Rp	23.940.000	
souvenir dan oleh oleh	20% consign		Rp	100000	Rp	240.000	Rp	440.000	Rp	720.000	Rp	640.000	Rp	760.000	Rp	1.440.000	Rp	1.440.000	Rp	720.000	Rp	400.000	Rp	440.000	Rp	960.000	Rp	600.000	Rp	8.120.000	
persentase FnB	20% consign		Rp	100000	Rp	240.000	Rp	440.000	Rp	720.000	Rp	640.000	Rp	760.000	Rp	1.440.000	Rp	1.440.000	Rp	720.000	Rp	400.000	Rp	440.000	Rp	960.000	Rp	600.000	Rp	8.120.000	
CASH OUT																															
WISATA ALL-IN																															
rent & hosting fees	per person	Rp	100.000	Rp	600.000	Rp	600.000	Rp	1.800.000	Rp	1.600.000	Rp	1.900.000	Rp	2.000.000	Rp	1.900.000	Rp	600.000	Rp	1.000.000	Rp	1.100.000	Rp	1.400.000	Rp	1.500.000	Rp	16.000.000		
consumption	per person	Rp	150.000	Rp	1.800.000	Rp	1.800.000	Rp	5.400.000	Rp	4.800.000	Rp	5.700.000	Rp	6.000.000	Rp	5.700.000	Rp	1.800.000	Rp	3.000.000	Rp	3.300.000	Rp	4.200.000	Rp	4.500.000	Rp	48.000.000		
transport and operational	per person	Rp	30.000	Rp	360.000	Rp	360.000	Rp	1.080.000	Rp	960.000	Rp	1.140.000	Rp	1.200.000	Rp	1.140.000	Rp	360.000	Rp	600.000	Rp	660.000	Rp	840.000	Rp	900.000	Rp	9.600.000		
add-on activities	per person	Rp	50.000	Rp	600.000	Rp	600.000	Rp	1.800.000	Rp	1.600.000	Rp	1.900.000	Rp	2.000.000	Rp	1.900.000	Rp	600.000	Rp	1.000.000	Rp	1.100.000	Rp	1.400.000	Rp	1.500.000	Rp	16.000.000		
WISATA BUDAYA																															
consumption	per person	Rp	100.000	Rp	-	Rp	1.000.000	Rp	-	Rp	-	Rp	2.400.000	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	2.000.000	Rp	-	Rp	8.600.000		
Human Resources	per session	Rp	50.000																											4.300.000	
rent & hosting fees	per person	Rp	50.000	Rp	-	Rp	500.000	Rp	-	Rp	-	Rp	1.200.000	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	1.000.000	Rp	-	Rp	4.300.000		
WISATA BASIS AKTIVITAS																															
Human Resources	per person	Rp	20.000	Rp	680.000	Rp	400.000	Rp	700.000	Rp	800.000	Rp	1.000.000	Rp	1.200.000	Rp	640.000	Rp	640.000	Rp	960.000	Rp	980.000	Rp	1.200.000	Rp	1.440.000	Rp	10.640.000		
transport and operational	per person	Rp	15.000	Rp	510.000	Rp	300.000	Rp	525.000	Rp	600.000	Rp	750.000	Rp	900.000	Rp	480.000	Rp	480.000	Rp	720.000	Rp	735.000	Rp	900.000	Rp	1.080.000	Rp	7.980.000		
tools depreciation	per month	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	30.000	Rp	360.000		
MARKETING (online)																															
Social Media operational & management	per month	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	1.500.000	Rp	18.000.000
Youtube, Instagram ads	per month	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	1.200.000
Referrals Promotion and Promo Code	per month	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	100.000	Rp	1.200.000
Endorsement	per month	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	250.000	Rp	3.000.000
MARKETING (offline)																															
Bazaar	per event	Rp	5.000.000,00	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	5.000.000,00	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	5.000.000
Printed Media	per year	Rp	1.600.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	1.000.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	50.000	Rp	1.500.000
others																															
gas	per person	Rp	60.000	Rp	2.760.000	Rp	2.520.000	Rp	4.260.000	Rp	4.320.000	Rp	5.280.000	Rp	7.920.000	Rp	4.200.000	Rp	4.080.000	Rp	4.080.000	Rp	4.080.000	Rp	4.260.000	Rp	6.480.000	Rp	6.120.000	Rp	56.280.000
transport depreciation	per year	Rp	1.440.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	120.000	Rp	1.440.000
Cash on hand - Beginning Bal			Rp	36.500.000	Rp	35.050.000	Rp	34.600.000	Rp	37.900.000	Rp	40.150.000	Rp	43.100.000	Rp	46.910.000	Rp	50.760.000	Rp	50.130.000	Rp	50.130.000	Rp	48.630.000	Rp	43.430.000	Rp	44.480.000			
CASH IN																															
paket wisata all-in (Live in)		Rp	6.000.000	Rp	6.000.000	Rp	18.000.000	Rp	16.000.000	Rp	19.000.000	Rp	20.000.000	Rp	19.000.000	Rp	6.000.000	Rp	10.000.000	Rp	11.000.000	Rp	14.000.000	Rp	15.000.000	Rp		Rp	160.000.000		
Paket wisata budaya		Rp	-	Rp	2.500.000	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	8.000.000	Rp	-	Rp	6.000.000	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	5.000.000	Rp	-	Rp	21.500.000		
Paket wisata atraksi		Rp	1.530.000	Rp	900.000	Rp	1.575.000	Rp	1.800.000	Rp	2.250.000	Rp	2.700.000	Rp	1.440.000	Rp	1.440.000	Rp	2.160.000	Rp	2.205.000	Rp	2.700.000	Rp	3.240.000	Rp		Rp	23.940.000		
souvenir dan oleh oleh		Rp	240.000	Rp	440.000	Rp	720.000	Rp	640.000	Rp	760.000	Rp	1.440.000	Rp	760.000	Rp	720.000	Rp	400.000	Rp	440.000	Rp	960.000	Rp	600.000	Rp		Rp	8.120.000		
persentase FnB		Rp	240.000	Rp	440.000	Rp	720.000	Rp	640.000	Rp	760.000	Rp	1.440.000	Rp	760.000	Rp	720.000	Rp	400.000	Rp	440.000	Rp	960.000	Rp	600.000	Rp		Rp	23.940.000		
TOTAL CASH IN / TOT REV		Rp	8.010.000	Rp	10.280.000	Rp	21.015.000	Rp	19.080.000	Rp	22.770.000	Rp	33.580.000	Rp	21.960.000	Rp	14.880.000	Rp	12.960.000	Rp	14.085.000	Rp	23.620.000	Rp	19.440.000	Rp		Rp	221.680.000		
TOTAL CASH OUT			Rp	9.460.000	Rp	10.730.000	Rp	17.715.000	Rp	16.830.000	Rp	19.820.000	Rp	29.770.000	Rp	18.110.000	Rp	15.510.000	Rp	14.460.000	Rp	19.285.000	Rp	22.570.000	Rp	19.190.000	Rp		Rp	213.450.000	
NET CASHFLOW			-Rp	1.450.000	-Rp	450.000	Rp	3.300.000	Rp	2.250.000	Rp	2.950.000	Rp	3.810.000	Rp	3.850.000	-Rp	630.000	-Rp	1.500.000	-Rp	5.200.000	Rp	1.050.000	Rp	250.000	Rp		Rp	8.230.000	

Lampiran 16. Simulasi Net Cashflow 2027

		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	ACCUMULATION	
CASH IN							HIGHSEASON	HIGHSEASON				HIGHSEASON	HIGHSEASON		
paket wisata all-in (Live in)	per person	Rp 600.000	14	12	36	32	50	55	58	12	20	22	28	30	369,0
always on	per person	Rp 600.000	Rp 8.400.000	Rp 7.200.000	Rp 21.600.000	Rp 19.200.000	Rp 30.000.000	Rp 33.000.000	Rp 34.800.000	Rp 7.200.000	Rp 12.000.000	Rp 13.200.000	Rp 16.800.000	Rp 18.000.000	Rp 221.400.000
Paket wisata budaya	per person	Rp 300.000		10				32		24			20		86,0
4 times a year	per person	Rp 300.000	Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp -		Rp 9.600.000	Rp -	Rp 7.200.000	Rp -	Rp -	Rp 6.000.000	Rp -	Rp 25.800.000
Paket wisata atraksi (budaya/non budaya)	per person	Rp 50.000	45	39	31	28	39	62	58	70	45	30	60	54	561
always on	per person	Rp 50.000	Rp 2.250.000	Rp 1.950.000	Rp 1.550.000	Rp 1.400.000	Rp 1.950.000	Rp 3.100.000	Rp 2.900.000	Rp 3.500.000	Rp 2.250.000	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000	Rp 2.700.000	Rp 28.050.000
souvenir dan oleh oleh	20% consign	100000	Rp 280.000	Rp 440.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.740.000	Rp 1.160.000	Rp 720.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 960.000	Rp 600.000	Rp 9.100.000
persentase FnB	20% consign	100000	Rp 280.000	Rp 440.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.740.000	Rp 1.160.000	Rp 720.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 960.000	Rp 600.000	Rp 9.100.000
CASH OUT															
WISATA ALL-IN															
rent & hosting fees	per person	Rp 100.000	Rp 700.000	Rp 600.000	Rp 1.800.000	Rp 1.600.000	Rp 2.500.000	Rp 2.750.000	Rp 2.900.000	Rp 600.000	Rp 1.000.000	Rp 1.100.000	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000	Rp 18.450.000
consumption	per person	Rp 150.000	Rp 2.100.000	Rp 1.800.000	Rp 5.400.000	Rp 4.800.000	Rp 7.500.000	Rp 8.250.000	Rp 8.700.000	Rp 1.800.000	Rp 3.000.000	Rp 3.300.000	Rp 4.200.000	Rp 4.500.000	Rp 55.350.000
transport and operational	per person	Rp 30.000	Rp 420.000	Rp 360.000	Rp 1.080.000	Rp 960.000	Rp 1.500.000	Rp 1.650.000	Rp 1.740.000	Rp 360.000	Rp 600.000	Rp 660.000	Rp 840.000	Rp 900.000	Rp 11.070.000
add-on activities	per person	Rp 50.000	Rp 700.000	Rp 600.000	Rp 1.800.000	Rp 1.600.000	Rp 2.500.000	Rp 2.750.000	Rp 2.900.000	Rp 600.000	Rp 1.000.000	Rp 1.100.000	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000	Rp 18.450.000
WISATA BUDAYA															
consumption	per person	Rp 100.000	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.200.000	Rp -	Rp 2.400.000	Rp -	Rp -	Rp 2.000.000	Rp -	Rp 8.600.000
Human Resources	per session	Rp 50.000	Rp 500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.600.000	Rp -	Rp 1.200.000	Rp -	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp 4.300.000
rent & hosting fees	per person	Rp 50.000	Rp -	Rp 500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.600.000	Rp -	Rp 1.200.000	Rp -	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp 4.300.000
WISATA BASIS AKTIVITAS															
Human Resources	per person	Rp 30.000	Rp 675.000	Rp 585.000	Rp 465.000	Rp 420.000	Rp 585.000	Rp 930.000	Rp 870.000	Rp 1.050.000	Rp 675.000	Rp 450.000	Rp 900.000	Rp 810.000	Rp 8.415.000
transport and operational	per person	Rp 15.000	Rp 1.350.000	Rp 1.170.000	Rp 930.000	Rp 840.000	Rp 1.170.000	Rp 1.860.000	Rp 1.740.000	Rp 2.100.000	Rp 1.350.000	Rp 900.000	Rp 1.800.000	Rp 1.620.000	Rp 16.830.000
tools depreciation	per month	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 360.000
MARKETING (online)															
Social Media operational & management	per month	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000
Youtube, Instagram ads	per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000
Referrals Promotion and Promo Code	per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000
Endorsement	per month	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 4.200.000
MARKETING (offline)															
Bazaar	per event	Rp 5.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.000.000
Printed Media	per year	Rp 1.600.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 1.000.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 1.550.000
others															
gas	per person	Rp 60.000	Rp 3.540.000	Rp 3.660.000	Rp 4.020.000	Rp 3.600.000	Rp 5.340.000	Rp 8.940.000	Rp 6.960.000	Rp 6.360.000	Rp 3.900.000	Rp 3.120.000	Rp 6.480.000	Rp 5.040.000	Rp 60.960.000
transport depreciation	per year	Rp 1.440.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 1.440.000
CASH ON HAND															
Cash on hand - Beginning Bal		Rp 44.480.000	Rp 43.955.000	Rp 43.960.000	Rp 50.805.000	Rp 56.615.000	Rp 67.220.000	Rp 80.620.000	Rp 92.580.000	Rp 92.000.000	Rp 87.325.000	Rp 90.025.000	Rp 94.475.000		
CASH IN															
paket wisata all-in (Live in)		Rp 8.400.000	Rp 7.200.000	Rp 21.600.000	Rp 19.200.000	Rp 30.000.000	Rp 33.000.000	Rp 34.800.000	Rp 7.200.000	Rp 12.000.000	Rp 13.200.000	Rp 16.800.000	Rp 18.000.000	Rp 221.400.000	
Paket wisata budaya		Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 9.600.000	Rp -	Rp 7.200.000	Rp -	Rp -	Rp 6.000.000	Rp -	Rp 25.800.000	
Paket wisata atraksi		Rp 2.250.000	Rp 1.950.000	Rp 1.550.000	Rp 1.400.000	Rp 1.950.000	Rp 3.100.000	Rp 2.900.000	Rp 3.500.000	Rp 2.250.000	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000	Rp 2.700.000	Rp 28.050.000	
souvenir dan oleh oleh		Rp 280.000	Rp 440.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.740.000	Rp 1.160.000	Rp 720.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 960.000	Rp 600.000	Rp 9.100.000	
persentase FnB		Rp 280.000	Rp 440.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.740.000	Rp 1.160.000	Rp 720.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 960.000	Rp 600.000	Rp 28.050.000	
TOTAL CASH IN / TOT REV		Rp 11.210.000	Rp 13.030.000	Rp 24.590.000	Rp 21.880.000	Rp 33.950.000	Rp 49.180.000	Rp 40.020.000	Rp 19.340.000	Rp 15.050.000	Rp 15.580.000	Rp 27.720.000	Rp 21.900.000	Rp 293.450.000	
TOTAL CASH OUT															
TOTAL CASH OUT		Rp 11.735.000	Rp 13.025.000	Rp 17.745.000	Rp 16.070.000	Rp 23.345.000	Rp 35.780.000	Rp 28.060.000	Rp 19.920.000	Rp 19.725.000	Rp 12.880.000	Rp 23.270.000	Rp 18.120.000	Rp 239.675.000	
NET CASHFLOW		-Rp 525.000	Rp 5.000	Rp 6.845.000	Rp 5.810.000	Rp 10.605.000	Rp 13.400.000	Rp 11.960.000	-Rp 580.000	-Rp 4.675.000	Rp 2.700.000	Rp 4.450.000	Rp 3.780.000	Rp 53.775.000	

Lampiran 17. Simulasi Net Cashflow 2028

		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	ACCUMULATION	
CASH IN							HIGHSEASON	HIGHSEASON				HIGHSEASON	HIGHSEASON		
paket wisata all-in (Live in)	per person	Rp 650.000	Rp 11.700.000	Rp 11.700.000	Rp 23.400.000	Rp 20.800.000	Rp 32.500.000	Rp 35.750.000	Rp 37.700.000	Rp 7.800.000	Rp 13.000.000	Rp 14.300.000	Rp 18.200.000	Rp 19.500.000	379,0
always on															
Paket wisata budaya	per person	Rp 300.000	Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 12.600.000	Rp -	Rp 15.600.000	Rp -	Rp -	Rp 12.000.000	Rp -	144,0
4 times a year															
Paket wisata atraksi (budaya/non budaya)	per person	Rp 50.000	Rp 2.500.000	Rp 2.600.000	Rp 2.100.000	Rp 1.950.000	Rp 2.100.000	Rp 4.100.000	Rp 3.900.000	Rp 3.900.000	Rp 2.500.000	Rp 3.000.000	Rp 3.900.000	Rp 4.100.000	733
always on															
souvenir dan oleh oleh	20% consign	100000	Rp 360.000	Rp 560.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.940.000	Rp 1.160.000	Rp 1.280.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 1.360.000	Rp 600.000	
persentase FrB	20% consign	100000	Rp 360.000	Rp 560.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.940.000	Rp 1.160.000	Rp 1.280.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 1.360.000	Rp 600.000	
CASH OUT															
WISATA ALL-IN															
rent & hosting fees	per person	Rp 100.000	Rp 900.000	Rp 900.000	Rp 1.800.000	Rp 1.600.000	Rp 2.500.000	Rp 2.750.000	Rp 2.900.000	Rp 600.000	Rp 1.000.000	Rp 1.100.000	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000	Rp 18.950.000
consumption	per person	Rp 150.000	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000	Rp 5.400.000	Rp 4.800.000	Rp 7.500.000	Rp 8.250.000	Rp 8.700.000	Rp 1.800.000	Rp 3.000.000	Rp 3.300.000	Rp 4.200.000	Rp 4.500.000	Rp 56.850.000
transport and operational	per person	Rp 30.000	Rp 540.000	Rp 540.000	Rp 1.080.000	Rp 960.000	Rp 1.500.000	Rp 1.650.000	Rp 1.740.000	Rp 360.000	Rp 600.000	Rp 660.000	Rp 840.000	Rp 900.000	Rp 11.370.000
add-on activities	per person	Rp 50.000	Rp 900.000	Rp 900.000	Rp 1.800.000	Rp 1.600.000	Rp 2.500.000	Rp 2.750.000	Rp 2.900.000	Rp 600.000	Rp 1.000.000	Rp 1.100.000	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000	Rp 18.950.000
WISATA BUDAYA															
rent & hosting fees	per person	Rp 100.000	Rp -	Rp 1.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 4.200.000	Rp -	Rp 5.200.000	Rp -	Rp -	Rp 4.000.000	Rp -	Rp 14.400.000
consumption	per session	Rp 50.000	Rp -	Rp 500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 2.100.000	Rp -	Rp 2.600.000	Rp -	Rp -	Rp 2.000.000	Rp -	Rp 7.200.000
transport and operational	per person	Rp 50.000	Rp -	Rp 500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 2.100.000	Rp -	Rp 2.600.000	Rp -	Rp -	Rp 2.000.000	Rp -	Rp 7.200.000
WISATA BASIS AKTIVITAS															
Human Resources	per person	Rp 30.000	Rp 750.000	Rp 780.000	Rp 630.000	Rp 585.000	Rp 630.000	Rp 1.230.000	Rp 1.170.000	Rp 1.170.000	Rp 750.000	Rp 900.000	Rp 1.170.000	Rp 1.230.000	Rp 10.995.000
transport and operational	per person	Rp 15.000	Rp 1.500.000	Rp 1.560.000	Rp 1.260.000	Rp 1.170.000	Rp 1.260.000	Rp 2.460.000	Rp 2.340.000	Rp 2.340.000	Rp 1.500.000	Rp 1.800.000	Rp 2.340.000	Rp 2.460.000	Rp 21.990.000
tools depreciation	per month	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 30.000	Rp 360.000
MARKETING (online)															
Social Media operational & management	per month	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000
Youtube, Instagram ads	per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000
Referrals Promotion and Promo Code	per month	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 1.200.000
Endorsement	per month	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 4.200.000
MARKETING (offline)															
Bazaar	per event	Rp 5.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.000.000	
Printed Media	per year	Rp 1.550.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 1.000.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 1.550.000
others															
gas	per person	Rp 60.000	Rp 4.080.000	Rp 4.800.000	Rp 4.680.000	Rp 4.260.000	Rp 5.520.000	Rp 10.740.000	Rp 8.160.000	Rp 8.520.000	Rp 4.200.000	Rp 4.920.000	Rp 8.760.000	Rp 6.720.000	Rp 75.360.000
transport depreciation (cars, bikes, odong-odong)	per year	Rp 1.440.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 1.440.000
Cash on hand - Beginning Bal			Rp 94.475.000	Rp 95.775.000	Rp 97.765.000	Rp 105.805.000	Rp 112.610.000	Rp 125.550.000	Rp 141.400.000	Rp 155.160.000	Rp 156.980.000	Rp 153.030.000	Rp 155.180.000	Rp 161.640.000	
CASH IN															
paket wisata all-in (Live in)		Rp 11.700.000	Rp 11.700.000	Rp 23.400.000	Rp 20.800.000	Rp 32.500.000	Rp 35.750.000	Rp 37.700.000	Rp 7.800.000	Rp 13.000.000	Rp 14.300.000	Rp 18.200.000	Rp 19.500.000	Rp 246.350.000	
Paket wisata budaya		Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 12.600.000	Rp -	Rp 15.600.000	Rp -	Rp -	Rp 12.000.000	Rp -	Rp 43.200.000	
Paket wisata atraksi		Rp 2.500.000	Rp 2.600.000	Rp 2.100.000	Rp 1.950.000	Rp 2.100.000	Rp 4.100.000	Rp 3.900.000	Rp 3.900.000	Rp 2.500.000	Rp 3.000.000	Rp 3.900.000	Rp 4.100.000	Rp 36.650.000	
souvenir dan oleh oleh		Rp 360.000	Rp 560.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.940.000	Rp 1.160.000	Rp 1.280.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 1.360.000	Rp 600.000	Rp 10.460.000	
persentase FrB		Rp 360.000	Rp 560.000	Rp 720.000	Rp 640.000	Rp 1.000.000	Rp 1.940.000	Rp 1.160.000	Rp 1.280.000	Rp 400.000	Rp 440.000	Rp 1.360.000	Rp 600.000	Rp 36.650.000	
TOTAL CASH IN / TOT REV		Rp 14.920.000	Rp 18.420.000	Rp 26.940.000	Rp 24.030.000	Rp 36.600.000	Rp 56.330.000	Rp 43.920.000	Rp 29.860.000	Rp 16.300.000	Rp 18.180.000	Rp 36.820.000	Rp 24.800.000	Rp 347.120.000	
TOTAL CASH OUT			Rp 13.620.000	Rp 16.430.000	Rp 18.900.000	Rp 17.225.000	Rp 23.660.000	Rp 40.480.000	Rp 30.160.000	Rp 28.040.000	Rp 20.250.000	Rp 16.030.000	Rp 30.360.000	Rp 21.060.000	Rp 276.215.000
NET CASHFLOW			Rp 1.300.000	Rp 1.990.000	Rp 8.040.000	Rp 6.805.000	Rp 12.940.000	Rp 15.850.000	Rp 13.760.000	Rp 1.820.000	Rp 3.950.000	Rp 2.150.000	Rp 6.460.000	Rp 3.740.000	Rp 70.905.000

Lampiran 18. Akumulasi Simulasi Net Cashflow 2023-2028

	ACCUMULATION 2023	ACCUMULATION 2024	ACCUMULATION 2025	ACCUMULATION 2026	ACCUMULATION 2027	ACCUMULATION 2028
paket wisata all-in (Live in)	Rp 27.000.000	Rp 59.000.000	Rp 79.000.000	Rp 160.000.000	Rp 221.400.000	Rp 246.350.000
Paket wisata budaya	Rp 13.000.000	Rp 15.000.000	Rp 18.000.000	Rp 21.500.000	Rp 25.800.000	Rp 43.200.000
Paket wisata atraksi	Rp 9.180.000	Rp 16.470.000	Rp 18.720.000	Rp 23.940.000	Rp 28.050.000	Rp 36.650.000
souvenir dan oleh oleh	Rp 2.120.000	Rp 3.560.000	Rp 4.600.000	Rp 8.120.000	Rp 9.100.000	Rp 10.460.000
persentase FnB	Rp 2.120.000	Rp 3.560.000	Rp 4.600.000	Rp 8.120.000	Rp 9.100.000	Rp 10.460.000
WISATA ALL IN /LIVE IN						
rent & hosting fees	Rp 5.400.000	Rp 11.800.000	Rp 15.800.000	Rp 16.000.000	Rp 18.450.000	Rp 18.950.000
consumption	Rp 8.100.000	Rp 17.700.000	Rp 23.700.000	Rp 48.000.000	Rp 55.350.000	Rp 56.850.000
transport and operational	Rp 1.620.000	Rp 3.540.000	Rp 4.740.000	Rp 9.600.000	Rp 11.070.000	Rp 11.370.000
add-on activities	Rp 2.700.000	Rp 5.900.000	Rp 7.900.000	Rp 16.000.000	Rp 18.450.000	Rp 18.950.000
WISATA BUDAYA (2H1M)						
rent & hosting fees	Rp 5.200.000	Rp 6.000.000	Rp 7.200.000	Rp 8.600.000	Rp 8.600.000	Rp 14.400.000
consumption	Rp 2.600.000	Rp 3.000.000	Rp 3.600.000	Rp 4.300.000	Rp 4.300.000	Rp 7.200.000
transport and operational	2600000	Rp 3.000.000	Rp 3.600.000	Rp 4.300.000	Rp 4.300.000	Rp 7.200.000
WISATA AKTIVITAS BUDAYA / NON						
Human Resources	Rp 4.080.000	Rp 7.320.000	Rp 8.320.000	Rp 10.640.000	Rp 8.415.000	Rp 10.995.000
transport and operational	Rp 3.060.000	Rp 5.490.000	Rp 6.240.000	Rp 7.980.000	Rp 16.830.000	Rp 21.990.000
tools depreciation	Rp 360.000	Rp 360.000	Rp 360.000	Rp 360.000	Rp 360.000	Rp 360.000
MARKETING & PROMOTION						
Social Media operational & management	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000
Youtube, Instagram ads	Rp 1.200.000	Rp 500.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
Refferrals Promotion and Promo Code	Rp 600.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
Endorsement	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 3.000.000	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000
Bazaar	Rp -	Rp -	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
Printed Media	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 1.500.000	Rp 1.550.000	Rp 1.550.000
OTHERS						
gas	Rp 15.500.000	Rp 27.200.000	Rp 32.300.000	Rp 56.280.000	Rp 60.960.000	Rp 75.360.000
transport depreciation (cars, bikes, odong-odong)	Rp 600.000	Rp 1.440.000	Rp 1.440.000	Rp 1.440.000	Rp 1.440.000	Rp 1.440.000
Summary of Cash In / Tot Rev						
paket wisata all-in (Live in)	Rp 27.000.000	Rp 59.000.000	Rp 79.000.000	Rp 160.000.000	Rp 221.400.000	Rp 246.350.000
Paket wisata budaya	Rp 13.000.000	Rp 15.000.000	Rp 18.000.000	Rp 21.500.000	Rp 25.800.000	Rp 43.200.000
Paket wisata atraksi	Rp 9.180.000	Rp 16.470.000	Rp 18.720.000	Rp 23.940.000	Rp 28.050.000	Rp 36.650.000
souvenir dan oleh oleh	Rp 2.120.000	Rp 3.560.000	Rp 4.600.000	Rp 8.120.000	Rp 9.100.000	Rp 10.460.000
persentase FnB	Rp 2.120.000	Rp 3.560.000	Rp 4.600.000	Rp 8.120.000	Rp 9.100.000	Rp 10.460.000
TOTAL CASH IN / TOT REV	Rp 53.420.000	Rp 97.590.000	Rp 124.920.000	Rp 221.680.000	Rp 293.450.000	Rp 347.120.000
TOTAL CASHOUT	Rp 60.920.000	Rp 101.750.000	Rp 129.900.000	Rp 213.450.000	Rp 239.675.000	Rp 276.215.000
TOTAL NET CASHFLOW	Rp (7.500.000)	Rp (4.160.000)	Rp (4.980.000)	Rp 8.230.000	Rp 53.775.000	Rp 70.905.000