



## Peran Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam pada Pengaruh *Ancillary Service* terhadap Pemasaran Wisata Di Desa Liang Ndara, Kabupaten Manggarai Barat, NTT

Dewa Putu Kiskenda<sup>1\*</sup>, Nyoman Agus Trimandala<sup>1</sup>, Wayan Agung Panca<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia, <sup>2</sup>Universitas Udayana

[dewakiskenda@ipb-intl.ac.id](mailto:dewakiskenda@ipb-intl.ac.id), [nyomantrimandala@ipb-intl.ac.id](mailto:nyomantrimandala@ipb-intl.ac.id), [agungpanca86@gmail.com](mailto:agungpanca86@gmail.com)

### Article Info

Submitted 3 March 2023

Revised 30 September 2023

Accepted 1 October 2023

**Keywords:** *Ancillary, Community participation, Tourism marketing, natural environment*

**Kata Kunci:** Jasa Tambahan, Partisipasi Masyarakat, Pemasaran Pariwisata, lingkungan alam

### Abstract

*Tourism Village of Liang Ndara, NTT has physical potential then various cultural traditions from the community which still original and may totally different other villages. However, Liang Ndara's tourist attraction is not fully well developed due to limited human resources; Local tourism management; budget limitations for tourism development to sectoral ego in its management. Therefore it is important to discuss the causality of tourism in Liang Ndara Village with the variables associated between (1) ancillary, (2) community participation, (3) tourism marketing and (4) the natural environment. The Structural Model and Hypotheses Testing method was carried out to test convergent validity, composite reliability, discriminant validity, average variance extracted test, fornell-lacker with Partial Least Square-SEM software and hypothesis testing was carried out on each causality relationship between variables. The results found a positive and valid relationship in between the four variables directly, namely (1) Ancillary effect on community participation; (2) the effect of community participation on the natural environment; (3) the effect of community participation on tourism marketing; (4) The influence of the natural environment on tourism marketing. The indirect causality relationship was found the community participation, the natural environment and ancillary services are valid as a mediator.*

### Abstrak

Desa Liang Ndara, NTT memiliki Potensi fisik hingga ragam tradisi kebudayaan masyarakat orisinal dan belum tentu dimiliki oleh desa lainnya. Namun demikian daya tarik wisata Liang Ndara tidak sepenuhnya berkembang dengan baik yang disebabkan oleh Keterbatasan SDM, Kelembagaan pengelola wisata, keterbatasan anggaran hingga, Ego sektoral dalam pengelolaannya. Maka dari itu penting membahas kausalitas kepariwisataan di desa ini dengan variabel yang dihubungkan antara (1) ancillary, (2) partisipasi masyarakat, (3) pemasaran pariwisata dan (4) lingkungan alam. Sehingga ini menjadi cerminan untuk menyelesaikan masalah kepariwisataan di Desa Liang Ndara. Metode *Structural Model and Hypotheses Testing* dilakukan untuk pengujian *convergent validity, composite reliability, discriminant validity, average variance extracted test, fornell-lacker* dengan software *Partial Least Square-SEM* dan dilakukan pengujian hipotesis pada setiap hubungan kausalitas antar variabel. Hasil penelitian menemukan hubungan kausalitas yang positif dan valid pada hubungan antara keempat variabel secara langsung yaitu (1) Pengaruh *ancillary* terhadap partisipasi masyarakat; (2) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap lingkungan alam; (3) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata; (4) Pengaruh lingkungan alam terhadap pemasaran pariwisata. Pada hubungan kausalitas secara tidak langsung ditemukan valid sebagai mediator pada partisipasi masyarakat, lingkungan alam dan *ancillary service*.

D.O.I :  
<https://doi.org/10.17509/jithor.v6i2.58682>

## PENDAHULUAN

Kawasan wisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur telah ditetapkan sebagai destinasi super prioritas oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Ini bertujuan salah satunya mendorong secara akurat pengembangan pariwisata keadaeran melalui desa-desa wisatanya, dan dianggap tepat dalam pengembangan pariwisata di Nusa Tenggara Timur. Hal ini erat dikaitkan dengan entitas budaya dan alam agar tetap terjaga serta keterlibatan masyarakat sebagai pendorong perkembangan pariwisata kedepannya. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJMD) NTT di tahun 2018 telah mengidentifikasi bahkan sudah ada 273 desa wisata di Nusa Tenggara Timur dan optimis meningkatkan terus menerus (Sabitha, 2022).

Perkembangan pariwisata melalui desa wisata dianggap sangat menjanjikan telah menumbuhkan harapan masyarakat akan besarnya manfaat dari sektor pariwisata (Hasbi & Badollahi, 2019). Ada beberapa desa wisata yang saat ini sedang mendapatkan perhatian untuk dikembangkan di NTT, salah satunya ada Desa Liang Ndara yang masuk dalam lima prioritas desa yang menjadi pilot proyek prioritas (Berybe et al., 2021).

Desa Liang Ndara memiliki potesnsi fisik dengan lanskap yang alami. Lokasinya yang berada di daerah perbukitan Gunung Mbeliling menciptakan kesan asri (Trimandala & Kiskenda, 2022). Keberadaan spesies burung endemik (serindit flores, kehicap & kadak flores), Air Terjun Liang Kantor serta liak liuk jalan perbukitan dengan hamparan pohon Aren, kopi, dan durian sebagai komoditas pertanian yang diunggulkan kian menunjukkan diversifikasi pontensi fisik Desa Liang Ndara. Selain potensi alam, Desa Liang Ndara memiliki ragam tradisi kebudayaan masyarakat yang masih orisinil dan belum tentu dimiliki oleh desa atau bahkan daerah lainnya seperti seni

“Tari Caci”, tradisi Minum “Reis Sopi”, “makan bobo” yang mencirikan budaya masyarakat Nusa Tenggara Timur terdahulu. Dengan adanya berbagai potensi ini, mulai berkembang dan dikenalkan berbagai aktivitas wisata diantaranya wisata *cycling*, wisata *trekking*, *Hiking* dan *bird watching* (Trimandala & Kiskenda, 2022).

Data Kunjungan Wisata di Desa Liang Ndara pada tahun 2017-2019 Tahun Wisatawan Wisnus Jumlah 2.415 orang (<https://kupang.tribunnews.com>, 2019). Angka tersebut menjelaskan jumlah kedatangan wisatawan di desa wisata Liang Ndara pada tahun 2017 mencapai 1.835 wisatawan dan sempat menurun karena di sebabkan terjadinya bencana alam tanah longsor di tahun 2018 hingga 2019. Data kunjungan tersebut kemudian menjadi dasar pertimbangan untuk melakukan studi observasi lebih lanjut untuk melihat realita pariwisata yang terjadi di Desa Liang Ndara. Terlihat jelas bahwa daya tarik wisata Liang Ndara tidak sepenuhnya berkembang dengan baik yang disebabkan oleh (1) Keterbatasan sumber daya manusia menjadi salah satu pengaruh kurang berkembangnya wisata tersebut; (2) Pengunjung yang berkunjung di tempat wisata tidak di kenai biaya retribusi karena belum di kontrol secara serius baik pihak pengelola wisata setempat; (3) keterbatasan anggaran dari Pengelola untuk pengembangan pariwisata hingga (4) Ego sektoral dalam pengelolaannya. Temuan ini penting dikaji lebih lanjut untuk diperhatikan oleh pengelola pariwisata, pemerintah hingga pihak masyarakat untuk menjamin keberlangsungan pariwisata di Desa Liang Ndara untuk jangka yang panjang.

Bila dikaitkan dengan kondisi di Desa Liang Ndara tersebut, upaya meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dan kelembagaan (*Ancillary*) seperti kelompok sadar wisata (Pokdarwis) & Sanggar Tari Caci di Desa Liang Ndara memiliki peran sangat vital dalam

mengembangkan pariwisata secara berkelanjutan. Gleitsmann et al., (2007) menyatakan bahwa hasil kajian memperlihatkan peran kelembagaan pariwisata (*ancillary*) sangat penting dalam mengemas produk dan layanan pariwisata dilihat dari faktor-faktor penarik pariwisata yang mendorong wisatawan berkunjung dan *tourist service* (amenitas, akomodasi, aksesibilitas, dan *ancillary service*). Adanya peran aktif kelembagaan (*ancillary*) tentu akan meningkatkan pula partisipasi masyarakat (Leach et al., 1999; Putri et al., 2019; Rydin & Pennington, 2000)

Partisipasi masyarakat sangat penting dalam menjaga lingkungan alam yang menjadi salah satu potensi utama di desa Liang Ndara. Dalam (Gleitsmann et al., 2007; Marschalek, 2008; Truong, 2022) menjelaskan hanya masyarakatlah yang memiliki rasa peduli atas lingkungannya karena menjadi tempat dimana mereka tinggal. Tanpa adanya partisipasi masyarakat, kelembagaan tidak akan berjalan optimal, begitu juga dengan lingkungan tidak akan terjaga, bila masyarakat tidak peduli dengan lingkungan (Asmoro & Da'awi, 2020; Yatmaja, 2019). Peran partisipasi masyarakat ini juga diyakini sebagai mediasi pada pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yaitu dapat membantu memperkuat citra destinasi pariwisata, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal (Kim, H., & Chen, 2017).

Dalam penelitian ini akan membahas kausalitas kepariwisataan di Desa Liang Ndara dengan variabel yang dihubungkan antara (1) *ancillary*, (2) partisipasi masyarakat, (3) pemasaran pariwisata dan (4) lingkungan alam. Keempat variabel tersebut dianalisis dengan hubungan linear antar variabel secara langsung dan secara tidak langsung dengan adanya variabel mediasi. Adapun hipotesis secara langsung diantaranya (1) Pengaruh *ancillary* terhadap

partisipasi masyarakat; (2) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap lingkungan alam; (3) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata; (4) Pengaruh lingkungan alam terhadap pemasaran pariwisata. Kemudian hubungan secara langsung yaitu (1) pengaruh *ancillary* terhadap lingkungan alam yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat; (2) pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat; (3) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh lingkungan alam; dan (4) pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat dan lingkungan alam. Adanya hasil penelitian ini akan menjadi cerminan Desa Liang Ndara dalam menciptakan strategi pengembangan dengan mengacu pada hubungan kausalitas tersebut, sehingga pengembangan Desa Liang Ndara sebagai desa wisata lebih terencana dan terarah.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka akan dijelaskan konseptualisasi 1) *ancillary*, (2) partisipasi masyarakat, (3) pemasaran pariwisata dan (4) lingkungan alam terkait dengan kepariwisataan Desa Liang Ndara. Relation marketing yang akan menjelaskan hubungan kausalitas pada *Ancillary Service* dan Partisipasi Masyarakat; Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam; Partisipasi Masyarakat dan Pemasaran Pariwisata; Lingkungan Alam dan Pemasaran Pariwisata.

### *Ancillary Service* dan Partisipasi Masyarakat

Dewi et al., (2017) memposisikan *ancillary* menjadi faktor yang sangat penting dalam memberikan pelayanan maksimal (*ultimate service*) kepada wisatawan yang disediakan penduduk lokal setempat. Salah satu faktor kunci dalam kesuksesan penggunaan *ancillary services*

adalah partisipasi masyarakat (Jamal & Getz, 1995; Pforr, C., & Hosie, 2010; Tosun, 2002). Dewi juga menyebutkan bahwa selain *ancillary* juga ada aspek amenities seperti *accommodations, restaurants, tourist information and other supporting infrastructure* memberikan pengaruh terhadap pengalaman wisatawan yang disediakan oleh penduduk lokal. Selain itu juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wiweka et al., (2020) menunjukkan bahwa *ancillary* sebagai faktor yang penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan peran aktif kelembagaan (*ancillary*) akan meningkatkan partisipasi masyarakat (Leach et al., 1999; Putri et al., 2019; Rydin & Pennington, 2000).

### **Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam**

Partisipasi masyarakat sangat penting dalam menjaga lingkungan alam (Gleitsmann et al., 2007; Marschalek, 2008; Truong, 2022). peran partisipasi masyarakat dalam memediasi hubungan antara *ancillary* dengan lingkungan alam. Keberhasilan suatu destinasi untuk mewujudkan lingkungan yang baik yang didukung juga dengan aspek kelembagaan (*ancillary*) dan sangat menentukan perkembangan kepariwisataan (Buonincontri & Micera, 2016). Tanpa adanya partisipasi masyarakat, kelembagaan tidak akan berjalan optimal, begitu juga dengan lingkungan tidak akan terjaga, bila masyarakat tidak peduli dengan lingkungan. (Asmoro & Da'awi, 2020; Yatmaja, 2019).

### **Partisipasi Masyarakat dan Pemasaran Pariwisata**

Pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata terdapat hubungan kausalitas antar kedua variabel tersebut. Penelitian oleh Nugraha (2022); Li, J., & Hu, (2021) menyatakan bahwa masyarakat lokal dengan segala motivasinya memiliki peran penting untuk

berpartisipasi dalam menjadikan desa wisata yang berkualitas. Karena desa yang berkualitas akan dapat memberikan dampak terhadap efektivitas pemasaran tersebut (Bello-Bravo et al., 2015; Chin et al., 2020). Hal ini juga dibenarkan oleh satu penelitian dari Pedo & Widiartin, (2021); Hiani et al., (2022) bahwa kearifan lokal dalam bentuk budaya yg dihasilkan oleh masyarakat menjadi potensi awal dalam pemasaran pariwisata.

Peran partisipasi masyarakat juga diyakini sebagai mediasi pada pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata. Partisipasi masyarakat dapat membantu memperkuat citra destinasi pariwisata, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal (Kim, H., & Chen, 2017).

### **Lingkungan Alam dan Pemasaran Pariwisata**

Batra (2006); Paskaleva-Shapira (2007); Tien et al. (2019) bahwa ada hubungan menjaga lingkungan alam dapat memberikan citra positif terhadap pemasaran pariwisata pada suatu destinasi. Kunci utama dalam pengembangan kepariwisataan adalah adanya manajemen yang baik untuk melakukan pemasaran dan promosi pariwisata di destinasi wisata (Batra, 2006). Pemasaran yang baik dicirikan dengan adanya partisipasi masyarakat untuk menjaga lingkungan alam dan budaya. Melalui partisipasi aktif dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, masyarakat dapat mempromosikan praktek-praktek yang ramah lingkungan dan berkelanjutan kepada para wisatawan (Kim, H. J., & Gursoy, 2012).

Secara keseluruhan, partisipasi masyarakat dapat menjadi faktor kunci dalam mempromosikan praktek pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan serta memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal (Koens et al., 2018). Dalam konteks ini, pemasaran

pariwisata dapat menjadi mediator yang membantu masyarakat mempromosikan praktek-praktek ramah lingkungan kepada para wisatawan dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal.

## METODE PENELITIAN

Model penelitian ini akan menggunakan *Metode Structural Model and Hypotheses Testing* yang dilakukan untuk pengujian *convergent validity*, *composite reliability*, *discriminant validity*, *average variance extracted test*, *fornell-lacker* dengan *software Partial Least Square-SEM* dan dilakukan pengujian hipotesis pada setiap hubungan kausalitas antar variabel. Tahap selanjutnya adalah dilakukan analisis faktor (*confirmatory factor analysis*) dilanjutkan dengan interpretasi hasil analisis hipotesis yang diinterpretasikan untuk melengkapi teori ataupun konsep terkait pada (1) ancillary, (2) partisipasi masyarakat, (3) pemasaran pariwisata dan (4) lingkungan alam

## HASIL DAN DISKUSI

Dalam penelitian hubungan linear antar variabel, langkah pertama yang dapat dilakukan dengan cara melihat *confirmatory faktor analisis*. Dimana pada tahapan ini disebut dengan *Structural Model And Hypothesis Testing*. Adapun beberapa pengujian yang dilakukan yaitu pengujian *convergent validity*, *composite reliability*, *discriminant validity*, *average variance extracted test*, dan *fornell-lacker*. Setelah dijelaskan hasil pengujian tersebut, langkah kedua dilakukan pengujian hipotesis pada setiap hubungan kausalitas antar variabel.

### 1 *Structural Model And Hypothesis Testing*

Pengukuran struktural model dan pengujian hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan *software Partial Least Square-SEM* (Sudargini & Purwanto, 2020). Pengujian dilakukan dengan melihat dua output yaitu *PLS algorithm* dan

*bootstrapping*. Kedua output tersebut digunakan untuk menjelaskan hasil pengujian *reliability* dan *convergent validity*, *discriminant validity*, pengujian hipotesis secara langsung dan pengujian secara tidak langsung untuk mendapatkan peran variabel mediasi.

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif dikatakan baik jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan variabel yang diukur. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,7. Nilai pengujian *loading factor* dapat diinterpretasikan telah memenuhi *convergent validity* karena memiliki nilai *loading factor* di atas 0,50. Selanjutnya akan dilihat dari hasil nilai *composite reliabiliy*.

Uji *composite reliability* (CR) merupakan bagian dari uji reliabilitas yang dapat dilihat dari nilai di atas 0.7 sudah dikatakan baik. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai CR ancillary (0.929), partisipasi masyarakat (0.774), lingkungan (0.913), dan pemasaran pariwisata (0.915).

Dapat dilihat di Tabel 1., *Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model dikatakan mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* variabel memiliki nilai *loading* yang lebih besar dibanding nilai *loading* jika dikorelasikan dengan variabel laten. *Discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *average variance extracted* (AVE).

Dewa Putu Kiskenda, Nyoman Agus Trimandala, Wayan Agung Panca: Peran Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam pada Pengaruh *Ancillary Service* terhadap Pemasaran Wisata Di Desa Liang Ndara, Kabupaten Manggarai Barat, NTT

**Tabel 1. Analysis of reliability and convergent validity**

Variabel	Item	Factor Load	Cronb's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted	Mean
Ancillary	AN1. Peran lembaga pengelola desa wisata	0.867	0.929	0.943	0.702	3.33
	AN2. Kualitas pengelola desa wisata	0.892				
	AN3. SDM lokal terlibat dalam pengelolaan	0.865				
	AN4. Ketersediaan fas. pendukung pengelolaan	0.729				
	AN5. Ketersediaan panduan pengelolaan	0.826				
	AN6. Sistem manajemen resiko dan bencana	0.863				
	AN7. Peran asosiasi pariwisata	0.814				
	Partisipasi Masyarakat	0.730				
	PM3. Pemanfaatan sumber daya lokal	0.830				
	PM4. Manfaat ekonomi adanya pariwisata	0.927				
Lingkungan	LA1. Manfaat pariwisata terhadap	0.954	0.913	0.936	0.747	3.13
	lingkungan LA4. Kebersihan dan sanitasi destinasi	0.831				
Pemasaran	PP2. Efektivitas promosi	0.847	0.915	0.938	0.753	3.53
	PP4. Citra desa wisata	0.951				
	PP5. Pemanfaatan digital marketing	0.773				
	PP6. Kerjasama dalam pemasaran	0.972				
	PP8. Dampak pemasaran terhadap lama tinggal.	0.774				
	LA5. Daya tanggap dan mitigas perubahan iklim	0.828				
	LA6. Pengelolaan limbah dan sampah	0.957				
	LA7. Ketersediaan air bersih	0.728				
	PP2. Efektivitas promosi	0.847				
	PP4. Citra desa wisata	0.951				

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Nilai *average variance extracted* (AVE) dari setiap variabel. Variabel memiliki reliabilitas baik jika nilai *composite reliability* di atas 0,70. Tabel 1 menginformasikan bahwa seluruh variabel memenuhi *composite reliability* karena nilainya di atas angka yang direkomendasikan, yaitu di atas 0,7. Berdasarkan dari hasil evaluasi secara keseluruhan, baik *convergent, discriminant validity, composite reliability*, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dan item dalam sudah valid dan reliabel.

Dewa Putu Kiskenda, Nyoman Agus Trimandala, Wayan Agung Panca: Peran Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam pada Pengaruh *Ancillary Service* terhadap Pemasaran Wisata Di Desa Liang Ndara, Kabupaten Manggarai Barat, NTT

**Tabel 2 Discriminant Validity**

<b>Fornell-Larcker Criterion</b>	<b>(X1)</b>	<b>(Y1)</b>	<b>(Y2)</b>	<b>(Y3)</b>
X1 Ancillary	0.838			
Y1 Partisipasi Masyarakat	0.812	0.833		
Y2 Lingkungan	0.751	0.814	0.864	
Y3 Pemasaran Pariwisata	0.797	0.765	0.844	0.868

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Kriteria *Fornell-Lacker* mengharuskan nilai *Fornell-Lacker* item suatu dimensi harus lebih besar untuk dimensi tersebut dibandingkan untuk dimensi lainnya (Hair et al., 2017). Data Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *fornell-lacker* sudah lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya. Ancillary > partisipasi masyarakat, lingkungan dan pemasaran pariwisata.

**Tabel 3 Cross Loading**

<b>Cross Loading</b>	<b>(X1)</b>	<b>(Y1)</b>	<b>(Y2)</b>	<b>(Y3)</b>
AN1. Peran lembaga pengelola desa wisata	0.86	0.64	0.83	0.64
AN2. Kualitas pengelola desa wisata	0.89	0.68	0.87	0.72
AN3. SDM lokal terlibat dalam pengelolaan	0.86	0.67	0.79	0.72
AN4. Ketersediaan fas. pendukung pengelolaan	0.72	0.64	0.64	0.50
AN5. Ketersediaan panduan pengelolaan	0.82	0.70	0.69	0.64
AN6. Sistem manajemen resiko dan bencana	0.86	0.77	0.83	0.76
AN7. Peran asosiasi pariwisata	0.81	0.59	0.80	0.62
PM2. Partisipasi masy. Membuka usaha	0.64	0.73	0.65	0.66
PM3. Pemanfaat sumber daya lokal	0.68	0.83	0.61	0.79
PM4. Manfaat ekonomi adanya pariwisata	0.70	0.92	0.75	0.91
LA1. Manfaat pariwisata terhadap lingkungan	0.91	0.87	0.95	0.90
LA4. Kebersihan dan sanitasi destinasi	0.82	0.51	0.83	0.50
LA5. Daya tanggap dan mitigas perubahan iklim	0.74	0.75	0.82	0.79
LA6. Pengelolaan limbah dan sampah	0.89	0.65	0.95	0.71
LA7. Ketersediaan air bersih	0.63	0.62	0.72	0.61
PP2. Efektivitas promosi	0.69	0.77	0.66	0.84
PP4. Citra desa wisata	0.69	0.88	0.78	0.95
PP5. Pemanfaatan digital marketing	0.53	0.70	0.64	0.77

<b>Cross Loading</b>	<b>(X1)</b>	<b>(Y1)</b>	<b>(Y2)</b>	<b>(Y3)</b>
PP6. Kerjasama dalam pemasaran	0.79	0.96	0.80	0.97
PP8. Dampak pemasaran terhadap lama tinggal.	0.73	0.73	0.70	0.77

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Pengujian *cross loading* juga digunakan untuk melakukan validitas diskriminan pada setiap indikator-indikator di setiap variabel. Loading pada masing-masing indikator diharapkan lebih tinggi *cari cross loading*-nya masing-masing. Jika *Fornell-Lacker* digunakan untuk menguji pada tataran variable, maka *cross loading* digunakan untuk menguji indikator.

## 2. Discussion

Dalam pembahasan terkait dengan pemasaran pariwisata di Desa Liang Ndara dengan variabel yang dihubungkan dengan ancillary, partisipasi masyarakat, dan lingkungan alam. Keempat variabe tersebut dianalisis dengan hubungan linear antar variabel secara langsung dan secara tidak langsung dengan adanya variabel mediasi.

Adapun hipotesis secara langsung diantaranya (1) Pengaruh *ancillary* terhadap partisipasi masyarakat; (2) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap lingkungan alam; (3) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata; (4) Pengaruh lingkungan alam terhadap pemasaran pariwisata.

Kemudian hubungan secara tidak langsung yaitu (1) pengaruh *ancillary* terhadap lingkungan alam yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat; (2) pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat; (3) pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh lingkungan alam; dan (4) pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat dan lingkungan alam.

### 2.1. Hubungan Langsung (*Direct Effect*)

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pemasaran pariwisata di Desa Liang Ndara yang dihubungkan dengan variabel ancillary, partisipasi masyarakat dan lingkungan alam sebagai kekuatan yang dimiliki oleh desa tersebut. Pada ulasan sebelumnya telah diuraikan bahwa dalam penelitian ini terdiri dari empat hipotesis secara langsung. Pendekatan hubungan linear yang digunakan adalah bilamana *t-value* lebih dari 1,96 dengan nilai *p-value* kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima. Sehingga dapat diinterpretasikan adanya hubungan variabel. Secara keseluruhan memang ditemukan hubungan kausalitas antara keempat variabel tersebut sesuai dengan hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini.

Hipotesis pertama yaitu pengaruh *ancillary* terhadap partisipasi masyarakat ditemukan bahwa ada hubungan secara langsung variabel tersebut dengan *t-value* 11.136 > 1,96 dan *p-value* 0,003 < 0,05. Dapat dimaknakan bahwa memiliki hubungan yang valid. Hasil temuan ini sekaligus dikuatkan oleh penelitian (Dewi et al., 2017), yang dilakukan oleh *ancillary* menjadi faktor yang sangat penting dalam memberikan pelayanan maksimal (*ultimate service*) kepada wisatawan yang disediakan penduduk lokal setempat. Dewi juga menyebutkan bahwa selain *ancillary* juga ada aspek amenities seperti *accommodations, restaurants, tourist information and other supporting infrastructure* memberikan pengaruh terhadap pengalaman wisatawan yang disediakan oleh penduduk lokal. Selain itu juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wiweka et al., (2020) menunjuka bahwa *ancillary* sebagai faktor yang penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Bila dikaitkan dengan kondisi di Desa Liang Ndara, *Ancillary* seperti adanya Lembaga Desa, kelompok sadar wisata (pokdarwis) & Kelompok Tari Cari di Desa Liang Ndara

memiliki peran sangat vital dalam mengembangkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat lokal.

**Tabel 4 Hasil Hipotesis Penelitian Hubungan Langsung**

	Hyphotesis	Path coefficient	t-value / p-value	Result
H1	X1 Ancillary -> Y1 Partisipasi Masyarakat	0.812	11.136 / 0.003	Valid
H2	Y1 Partisipasi Masyarakat -> Y2 Lingkungan	0.814	14.776 / 0.000	Valid
H3	Y1 Partisipasi Masyarakat -> Y3 Pemasaran Pariwisata	0.826	14.795 / 0.000	Valid
H4	Y2 Lingkungan -> Y3 Pemasaran Pariwisata	0.171	2.963 / 0.003	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Hubungan kausalitas berikutnya yaitu adanya pengaruh partisipasi masyarakat terhadap lingkungan alam di Desa Liang Ndara. Berdasarkan hasil pengujian model analisis variabel tersebut ditemukan bahwa ada hubungan langsung antara partisipasi masyarakat dengan lingkungan alam dengan nilai *t-value* 14.776 > 1,96 dan *p-value* 0,00 < 0.05. Dapat diinterpretasikan adanya hubungan secara langsung partisipasi masyarakat dengan lingkungan alam. Hasil tersebut telah didukung oleh adanya beberapa penelitian yang menyatakan bahwa partisipasi masyarakat sangat penting dalam menjaga lingkungan alam (Gleitsmann et al., 2007; Marschalek, 2008; Truong, 2022).

Fenomena yang ada di lapangan pun sangat mendukung hasil temuan ini. Desa Liang Ndara masih sangat mempertahankan peran masyarakat lokal untuk menjaga lingkungan, terbukti bahwa kemasan paket wisata yang ditawarkan masih memperhatikan kondisi lingkungan seperti *bird watching tour, trekking tour, cycling tour* dan *camping tour* sebagai suatu alternatif wisata minat khusus.



Idealnya wisata tersebut tidak memberikan terlalu merusak kondisi lingkungan alam yang ada di Desa Liang Ndara. Dengan adanya ini juga, memberikan kekuatan untuk memasarkan produk pariwisata kepada para wisatawan.

Hasil hipotesis ketiga yaitu pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata di Desa Liang Ndara. Ditemukan bahwa terdapat hubungan kausalitas antar kedua variabel tersebut. Temuan tersebut bisa dibuktikan dengan nilai *t-value* dan *p-value* sudah sesuai yaitu lebih besar dari 1,96 (11.136) dan lebih kecil dari 0,05 (0,00). Temuan tersebut sekaligus juga memperkuat penelitian yang pernah dilakukan oleh (Li, J., & Hu, 2021; Nugraha, 2022) menyatakan bahwa masyarakat lokal dengan segala motivasinya memiliki peran penting untuk berpartisipasi dalam menjadikan desa wisata yang berkualitas. Karena desa yang berkualitas akan dapat memberikan dampak terhadap efektivitas pemasaran tersebut (Bello-Bravo et al., 2015; Chin et al., 2020).

Partisipasi masyarakat di Desa Liang Ndara sangat tinggi untuk membantu pemasaran pariwisata. Sebagian besar masyarakat bekerja di sektor pariwisata sebagaisebagai pemandu wisata, pekerja hotel dan restoran yang berperan aktif dalam membantu pemasaran pariwisata. Begitu juga dengan Kelompok Tari Caci sering diundang untuk memberikan pementasan secara langsung di hotel ataupun di dalam desa. Keberadaan Tarian Caci menjadi magnet untuk memperkenalkan Desa Wisata Liang Ndara sebagai salah satu desa budaya di Manggarai Barat. Hal ini juga dibenarkan oleh satu penelitian dari Pedo & Widiartin, (2021); Hiani et al., (2022) bahwa Tarian Caci dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan pemasaran pariwisata di Desa Liang Ndara.

Temuan keempat dari hubungan secara langsung antar variabel yaitu adanya pengaruh lingkungan alam

terhadap pemasaran pariwisata di Desa Liang Ndara. Telah sebenarnya diulas bahwa ada hubungan bahwa lingkungan yang baik akan mampu meningkatkan pemasaran pariwisata. Tidak adanya eksploitasi alam tentu dapat menarik wisatawan untuk wisatawan. Apalagi Desa Liang Ndara sebagai daerah tropis dan sejuk memiliki topografi sangat indah seperti adanya *rice terrace*, hutan yang masih lebab, *biodiversity* yang masih beragam dan pertanian masih menjadi sektor utama yang dipasarkan kepada wisatawan. Dengan berbagai kekuatan Desa Liang Ndara sekaligus mendukung hasil temuan yang menunjukkan bahwa lingkungan alam berpengaruh signifikan terhadap pemasaran pariwisata di Desa Wisata Liang Ndara yaitu dengan *t-value* lebih besar dari 2.963 dan *p-value* 0.003 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian hubungan lingkungan alam dan partisipasi masyarakat di Desa Liang Ndara juga didukung oleh hasil penelitian serupa Batra, (2006); (Paskaleva-Shapira, 2007); Tien et al., (2019). Mereka menemukan bahwa ada hubungan menjaga lingkungan alam dapat memberikan citra positif terhadap pemasaran pariwisata pada suatu destinasi. Kunci utama dalam pengembangan kepariwisataan adalah adanya manajemen yang baik untuk melakukan pemasaran dan promosi pariwisata di destinasi wisata (Batra, 2006). Pemasaran yang baik dicirikan dengan adanya partisipasi masyarakat untuk menjaga lingkungan alam dan budaya. Desa Wisata Liang Ndara memiliki media promosi seperti website dan sosial media hingga MOU kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata dalam melakukan pemasaran desa wisata. Meskipun masih belum banyak konten lingkungan alam yang dipasarkan, namun masyarakat masih memiliki keinginan untuk menjaga lingkungan.

## 2.2 Hubungan Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengulas hubungan secara langsung (*direct effect*) tetapi juga membahas terkait dengan hubungan secara tidak langsung (*indirect effect*) untuk mengetahui peran variabel mediasi. Dalam penelitian hubungan secara tidak langsung ada tiga pendekatan untuk melihat hubungan apakah variabel tersebut sebagai variabel berperan sebagai *full mediation*, *partial mediation* dan *non-mediation*. Hipotesis secara tidak langsung dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *ancillary* terhadap lingkungan alam yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat; pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat; pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh lingkungan alam; dan pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat dan lingkungan alam.

**Tabel 5 Hasil Hipotesis Hubungan Tidak Langsung**

	Hyphotesis	Path coefficient	t-value / p-value	Result
H1	X1 Ancillary -> Y1 Partisipasi Masyarakat -> Y2 Lingkungan	0.657	6.703 / 0.000	Valid
H2	X1 Ancillary -> Y1 Partisipasi Masyarakat -> Y3 Pemasaran Pariwisata	0.653	11.011 / 0.000	Valid
H3	Y1 Partisipasi Masyarakat -> Y2 Lingkungan -> Y3 Pemasaran Pariwisata	0.150	2.604 / 0.009	Valid
H4	X1 Ancillary -> Y1 Partisipasi Masyarakat -> Y2 Lingkungan -> Y3 Pemasaran Pariwisata	0.123	2.171 / 0.030	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Bahasan pertama berdasarkan dari empat hipotesis hubungan secara tidak langsung yaitu peran partisipasi masyarakat dalam memediasi hubungan antara *ancillary* dengan lingkungan alam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada hubungan tersebut dengan nilai *t-value*  $6.703 > 1.96$  dan nilai *p-value*  $0.000 < 0.05$ . Dari pengujian tersebut dapat diketahui bahwa ada hubungan signifikan *ancillary* terhadap lingkungan dengan partisipasi masyarakat sebagai variabel mediasi.

Keberhasilan suatu destinasi untuk mewujudkan lingkungan yang baik yang didukung juga dengan aspek kelembagaan (*ancillary*) dan sangat menentukan perkembangan kepariwisataan (Buonincontri & Micera, 2016). Tanpa adanya partisipasi masyarakat, kelembagaan tidak akan berjalan optimal, begitu juga dengan lingkungan tidak akan terjaga, bila masyarakat tidak peduli dengan lingkungan. Dalam konteks *ancillary* di tatanan desa wisata, peran kelompok sadar wisata (pokdarwis) sebagai aktor utama untuk meningkatkan perkembangan pariwisata baik dari aspek peningkatan destinasi, tata kelola, sumber daya manusia dan pemasaran pariwisata (Asmoro & Da'awi, 2020; Yatmaja, 2019). Keempat aspek tersebut adalah pengembangan utama seperti yang tertuang pada Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Aktif kelembagaan (*ancillary*) akan meningkatkan partisipasi masyarakat dan meningkatkan lingkungan alam (Leach et al., 1999; Putri et al., 2019; Rydin & Pennington, 2000). Konsen lingkungan Desa Liang Ndara ditunjukkan dari Visi Pengembangan Pariwisata Desa Liang Ndara yaitu terwujudnya Desa Liang Ndara sebagai Desa Wisata Budaya yang berkelanjutan berbasis Masyarakat dalam rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Dalam pengembangan desa pun sangat diarahkan pada empat target

pengembangan yaitu desa wisata budaya, berkelanjutan, berbasis masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai target tersebut, diperlukan motivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata.

Hipotesis kedua hubungan secara tidak langsung yaitu pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada hubungan kausalitas tersebut. Dibuktikan dengan nilai  $t\text{-value}$   $11.011 > 1,96$  dan nilai  $p\text{-value}$   $0.000 < 0.05$ .

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *ancillary services* atau layanan tambahan dalam industri pariwisata dapat meningkatkan kualitas produk wisata dan pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan pemasaran pariwisata (Buhalis, 2000). Salah satu faktor kunci dalam kesuksesan penggunaan *ancillary services* adalah partisipasi masyarakat (Jamal & Getz, 1995; Pforr, C., & Hosie, 2010; Tosun, 2002).

Dalam konteks ini, partisipasi masyarakat dapat diartikan sebagai kegiatan masyarakat dalam mempromosikan, mengembangkan, dan mengelola pariwisata di daerahnya (Gursoy et al., 2013). Partisipasi masyarakat dapat membantu memperkuat citra destinasi pariwisata, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal (Kim, H., & Chen, 2017). Dalam hal ini, partisipasi masyarakat dapat berperan sebagai mediator dalam hubungan antara penggunaan *ancillary services* dan pemasaran pariwisata..

Partisipasi masyarakat di Desa Wisata Liang Ndara untuk meningkatkan pelayanan dan pemasaran pariwisata sudah dilakukan. Bisa dibuktikan dengan adanya Kelompok Sadara Wisata yang sudah mengelola beberapa akun media sosial seperti sosial media instagram,

facebook dan bahkan telah memiliki website dalam upaya untuk meningkatkan pemasaran di lokasi ini

Hipotesis tidak langsung yang ketiga, yaitu pengaruh partisipasi masyarakat terhadap lingkungan yang dimediasi oleh pemasaran pariwisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada hubungan kausalitas tersebut. Dibuktikan dengan nilai  $t\text{-value}$   $2.604 > 1,96$  dan nilai  $p\text{-value}$   $0.009 < 0.05$ .

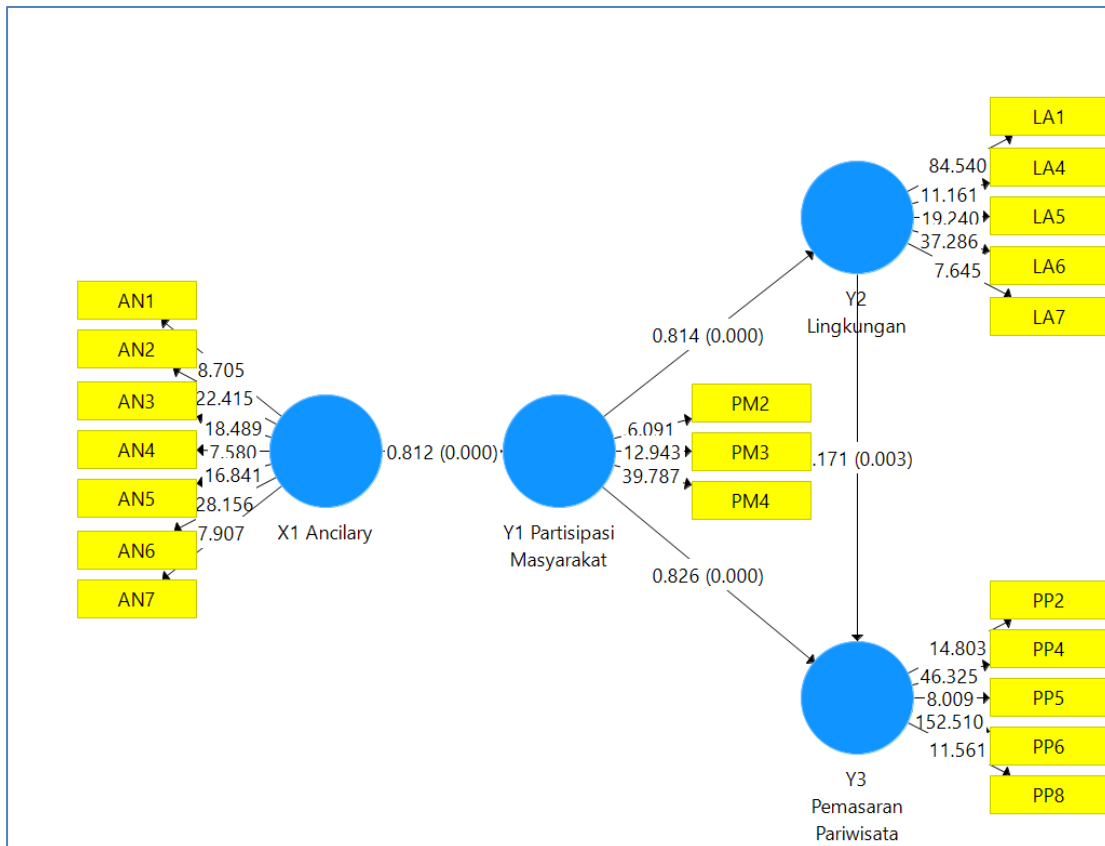
Melalui partisipasi aktif dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, masyarakat dapat mempromosikan praktek-praktek yang ramah lingkungan dan berkelanjutan kepada para wisatawan (Kim, H. J., & Gursoy, 2012). Dengan memperkuat citra destinasi pariwisata sebagai tujuan yang peduli terhadap lingkungan dan memiliki komitmen terhadap keberlanjutan, para wisatawan akan lebih cenderung memilih destinasi tersebut dan melakukan praktek yang ramah lingkungan selama berlibur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh Desa Liang Ndara lingkungan tetap terjaga. Bisa dilakukan dengan cara tetap menerapkan tradisi-tradisi budaya dalam menjaga kelestarian lingkungan (Adiwibowo, S., & Hidayat, 2021).

Selain itu, partisipasi masyarakat juga dapat memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal. Dengan mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, para wisatawan akan lebih mudah berinteraksi dengan masyarakat lokal dan memahami budaya serta kebiasaan setempat (Ryan, 2002). Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan yang berwisata ke Desa Liang Ndara dan mendorong wisatawan untuk lebih memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata yang dilakukan.

Secara keseluruhan, partisipasi masyarakat dapat menjadi faktor kunci dalam mempromosikan praktek pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan

serta memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal (Koens et al., 2018). Dalam konteks ini, pemasaran pariwisata dapat menjadi mediator yang

membantu masyarakat mempromosikan praktek-praktek ramah lingkungan kepada para wisatawan dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal.



**Gambar 1.** *Struktural Equation Model Ancillary (X<sub>1</sub>) terhadap Lingkungan (Y<sub>2</sub>) dan Pemasaran Pariwisata (Y<sub>3</sub>) melalui mediasi Partisipasi Masyarakat (Y<sub>1</sub>)*

Hubungan tidak langsung yang terakhir adalah pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh lingkungan alam dan pemasaran pariwisata. *Ancillary* atau layanan tambahan yang ditawarkan dalam pemasaran pariwisata, seperti akomodasi, transportasi, makanan dan minuman, serta aktivitas rekreasi, dapat memiliki pengaruh besar terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh lingkungan alam dan pemasaran pariwisata (Han & Ryu, 2009); (Kim, H., & Chen, 2017); (Liu, D., Li, X., & Song, 2017).

Hasil penelitian tersebut sekaligus memperkuat fenomena yang ada di Desa

Liang Ndara yaitu adanya hubungan kausalitas *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat dan lingkungan alam. Semakin tinggi partisipasi masyarakat dan lingkungannya semakin dijaga, maka juga akan meningkatkan pemasaran pariwisata.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ditemukan hubungan kausalitas langsung dan tidak langsung antara keempat variabel tersebut sesuai dengan hipotesis yang dibangun sebagai berikut.

Dewa Putu Kiskenda, Nyoman Agus Trimandala, Wayan Agung Panca: Peran Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam pada Pengaruh *Ancillary Service* terhadap Pemasaran Wisata Di Desa Liang Ndara, Kabupaten Manggarai Barat, NTT

Pengaruh *ancillary* terhadap partisipasi masyarakat ditemukan adanya hubungan valid secara langsung yang dimaknai bahwa *Ancillary*; Lembaga Desa, kelompok sadar wisata (pokdarwis) & Sanggar Tari Cari di Desa Liang Ndara memiliki peran sangat vital dalam mengembangkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat lokal.

Adanya hubungan langsung antara partisipasi masyarakat dengan lingkungan alam. Desa Liang Ndara masih sangat mempertahankan peran masyarakat lokal untuk menjaga lingkungan, terbukti dengan paket wisata seperti *trekking tour*, *cycling tour* dan *hiking*, *bird watching tour* sebagai wisata minat khusus yang secara ideal tidak merusak kondisi lingkungan alam yang ada.

Pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata menunjukkan hubungan valid antar kedua variabel tersebut. Partisipasi masyarakat ini terlihat dari peran masyarakat sebagai pemandu wisata, pekerja hotel dan restoran yang secara aktif membantu pemasaran wisata di luar desa. Demikian Aktivitas Tarian Caci ini menjadi alat untuk memperkenalkan Desa Wisata Liang Ndara sebagai salah satu desa budaya di Manggarai Barat.

Pengaruh lingkungan alam terhadap pemasaran pariwisata menunjukan pengaruh signifikan yaitu dengan *t-value* lebih besar dari 2.963 dan *p-value* 0.003. Media promosi seperti *website* dan sosial media hingga *MOU* kerjasama BPW dilakukan sebagai pemasaran desa wisata berbasis lingkungan alam.

Pengaruh *ancillary* terhadap lingkungan alam yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada hubungan tersebut. Dalam pengembangan desapun sangat diarahkan pada empat target pengembangan yaitu desa wisata budaya, berkelanjutan, berbasis masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai target tersebut, diperlukan

motivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata.

Pada pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada hubungan kausalitas tersebut. Dibuktikan dengan nilai *t-value* 11.011 > 1,96 dan nilai *p-value* 0.000 < 0.05. Partisipasi masyarakat di Desa Wisata Liang Ndara untuk meningkatkan pelayanan dan pemasaran pariwisata sudah dilakukan dan dibuktikan dengan adanya Kelompok Sadar Wisata yang sudah mengelola beberapa akun media sosial seperti sosial media *instagram*, *facebook* dan bahkan telah memiliki *website* dalam upaya untuk meningkatkan pemasaran di lokasi ini

Pengaruh partisipasi masyarakat terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh lingkungan alam terdapat pengaruh signifikan pada hubungan kausalitas tersebut. Hal tersebut perlu dilakukan oleh Desa Liang Ndara agar lingkungan tetap terjaga. Bisa dilakukan dengan cara tetap menerapkan tradisi-tradisi budaya dalam menjaga kelestarian lingkungan sekaligus mendorong wisatawan untuk lebih memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata yang dilakukan. Dalam konteks ini, pemasaran pariwisata dapat menjadi mediator yang membantu masyarakat mempromosikan praktek-praktek ramah lingkungan kepada para wisatawan dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan masyarakat lokal.

Pengaruh *ancillary* terhadap pemasaran pariwisata yang dimediasi oleh partisipasi masyarakat dan lingkungan alam yang memiliki kausalitas valid. Semakin tinggi partisipasi masyarakat dan lingkungannya semakin dijaga, maka juga akan meningkatkan pemasaran pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

Adiwibowo, S., & Hidayat, R. (2021). NoGleitsmann, B. A., Kroma, M. M.,

- & Steenhuis, T. (2007, May). Analysis of a rural water supply project in three communities in Mali: Participation and sustainability. In *Natural resources forum* (Vol. 31, No. 2, pp. 142-150). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 840(1), 12–20.
- Asmoro, B. T., & Da'awi, M. M. (2020). Revitalisasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sukodono, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang Dalam Pengelolaan Obyek Wisata Coban Pandawa. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 373–379.
- Batra, A. (2006). Tourism marketing for sustainable development. *ABAC Journal*, 26(1), 59–65.
- Bello-Bravo, J., Lovett, P. N., & Pittendrigh, B. R. (2015). The evolution of shea butter's "paradox of paradoxa" and the potential opportunity for information and communication technology (ICT) to improve quality, market access and women's livelihoods across rural Africa. *Sustainability*, 7(5), 5752–5772.
- Berybe, G. A., Hanggu, E. O., & Welalangi, M. B. R. (2021). Hospitality Training Bagi Para Pengelola Homestay di Desa Liang Ndara Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(1), 1–7.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Buonincontri, P., & Micera, R. (2016). The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. *Information Technology & Tourism*, 16, 285–315.
- Carrión, G. C., Nitzl, C., & Roldán, J. L. (2017). Mediation analyses in partial least squares structural equation modeling: Guidelines and empirical examples. *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*, 51(6), 173–195.
- Chin, C. H., Lo, M. C., Razak, Z. bin, Pasbakhsh, P., & Mohamad, A. A. (2020). Resources confirmation for tourism destinations marketing efforts using PLS-MGA: The moderating impact of semirural and rural tourism destination. *Sustainability*, 12(17), 6787.
- Dewi, N. I. K., Astawa, I. P., Siwantara, I. W., & Mataram, I. (2017). Strategy development: Case study on two cultural villages in Bali. *Journal of Advances in Humanities and Social Sciences*, 3(6), 293–302.
- Gleitsmann, B. A., Kroma, M. M., & Steenhuis, T. (2007). Analysis of a rural water supply project in three communities in Mali: Participation and sustainability. *Natural Resources Forum*, 31(2), 142–150.
- Gursoy, D., Chi, C. G. Q., & Lu, L. (2013). Antecedents and outcomes of residents' attachment to their communities: A comparison of local residents and expatriate residents. *Tourism Management*, 36(1), 527–540.
- Han, H., & Ryu, K. (2009). The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the restaurant industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(4), 487–510.
- Hasbi, A., & Badollahi, M. Z. (2019). Analisis partisipasi masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan sektor Pariwisata Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(2), 15–27.
- Hiani, H., Maryani, E., & Hidayat, T. (2022). Kemenarikan Desa Wisata Budaya Liang Ndara di Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur. *Tourism*

- Scientific Journal*, 7(2), 301–316.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204.
- Kim, H., & Chen, M. H. (2017). Do residents and tourists view community participation differently in sustainable tourism? A study of residents and tourists in Jiufen, Taiwan. *Tourism Management*, 60(1), 454–465.
- Kim, H. J., & Gursoy, D. (2012). Nature-based tourism and ecotourism: Environmental attitudes, motivations, and behaviors of Korean and international visitors. *Journal of Travel Research*, 51(4), 4–20.
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Tourism as a catalyst for social innovation: A systematic review of literature. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1013–1030.
- Leach, M., Mearns, R., & Scoones, I. (1999). Environmental entitlements: dynamics and institutions in community-based natural resource management. *World Development*, 27(2), 225–247.
- Li, J., & Hu, W. (2021). Rural community participation in tourism development: A case study of China's Xijiang Miao Village. *Journal of Rural Studies*, 83(1), 308–319.
- Liu, D., Li, X., & Song, H. (2017). Determinants of tourist satisfaction with ancillary services in budget hotels: An exploratory study in Shanghai. *Journal of Travel Research*, 56(1), 121–133.
- Marschalek, I. (2008). The concept of participatory local sustainability projects in seven Chinese villages. *Journal of Environmental Management*, 87(2), 226–235.
- Nugraha, R. Y. (2022). Analisis partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata di Desa Kedungarum, Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 18(1), 1–16.
- Paskaleva-Shapira, K. A. (2007). New paradigms in city tourism management: Redefining destination promotion. *Journal of Travel Research*, 46(1), 108–114.
- Pedo, I. H., & Widiartin, T. (2021). SISTEM PENJUALAN PERLENGKAPAN CACI BERBASIS WEB PADA TOKO RATU BORONG KABUPATEN MANGGARAI FLORES NTT. *Melek IT: Information Technology Journal*, 7(1), 103–112.
- Pforr, C., & Hosie, P. (2010). Developing Strategies For Environmental Sustainability And Social Responsibility In The Tourism Industry: A Case Study Of The Great Barrier Reef. *Journal Of Sustainable Tourism*, 18(4), 433–448.
- Putri, A. M. D., Sri, B. M. K., Suyana, U. M., & Murjana, Y. I. G. W. (2019). The influence of government role, community participation and social capital on the quality of destination and community welfare in the tourism village of Badung Regency Province of Bali. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 235–251.
- Ryan, C. (2002). Tourism and cultural proximity: Examples from New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 952–971.
- Rydin, Y., & Pennington, M. (2000). Public participation and local environmental planning: the collective action problem and the potential of social capital. *Local Environment*, 5(2), 153–169.
- Sabitha, F. A. (2022). Analisis Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah Nusa Tenggara Timur Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(1), 352–359.

Dewa Putu Kiskenda, Nyoman Agus Trimandala, Wayan Agung Panca: Peran Partisipasi Masyarakat dan Lingkungan Alam pada Pengaruh *Ancillary Service* terhadap Pemasaran Wisata Di Desa Liang Ndara, Kabupaten Manggarai Barat, NTT

- Sudargini, Y., & Purwanto, A. (2020). Pendidikan pendekatan multikultural untuk membentuk karakter dan identitas nasional di era revolusi industri 4.0: a literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(3), 299–305.
- Tien, N. H., Dung, H. T., & Tien, N. V. (2019). Branding building for Vietnam tourism industry reality and solutions. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*, 1(2), 63–68.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–253.
- Trimandala, A., & Kiskenda, D. (2022). Importance performance analysis on tourism development in Liang Ndara tourism village, West Manggarai. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 4115–4126.
- Truong, D. D. U. C. (2022). Community awareness and participation in biodiversity conservation at Phong Nha-Ke Bang National Park, Vietnam. *Biodiversitas Journal of Biological Diversity*, 23(1), 581–592.
- Wiweka, K., Setiawan, B., Wachyuni, S. S., & Adnyana, P. P. (2020). Local perspective of community participation in lake toba as a tourism destination. *International Journal of Tourism & Hospitality Review*, 7(1), 87–94.
- Yatmaja, P. T. (2019). Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat Oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan (Studi pada Pokdarwis Minang Rua Bahari di Desa Kelawi, Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan). *Jurnal Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Lampung*, 10(1), 27–36.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.