

**Strategi Komposisi Paket Wisata dalam Rangka Mendukung Edukasi
Pariwisata Berbasis Desa pada Gen Z Studi Kasus di Koperasi Desa
Wisata Candirejo Kabupaten Magelang**

Aulia Azzahra¹, Widhian Hardiyanti²
Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang
azzahraaulia301@gmail.com, widhian@edu.unisbank.ac.id

ABSTRACT

The motivation behind this study is to examine the possible piece of visit bundles for age z in light of a legitimate concern for instructive the travel industry by considering the purposes behind picking vacationer locations. This study utilizes a quantitative methodology that gets information through the dispersion of online surveys including age z to decide the impact of every part. This shows that age z has an interest in chatting with visit bundles in towns that teach age z, so the Candirejo The travel industry village Agreeable should deal with the accessible visit bundles well in order to welcome youthful vacationers to visit and need to learn new societies in the town. Candirejo the travel industry town is a travel industry situated in Candirejo Village, Borobudur Locale, Magelang Rule, Focal Java Region. The consequences of this study got information, among others: 1) visit bundle factors influence the interest and choice to visit z-type travelers to foster information, 2) the travel industry interest factors and vacationer visits decidedly affect visit bundles, with additional interest and visiting choices of sightseers to visit Candirejo The travel industry village, and 3) together there is a positive and huge impact on every variable to impact choice to visit Candirejo The travel industry village.

Keywords: *The composition of the tour package; Village-Based Tourism Education; Gen Z*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi komposisi paket wisata untuk generasi z dalam minat wisata edukasi dengan mempertimbangkan alasan pemilihan destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memperoleh data melalui distribusi kuesioner *online* termasuk generasi z untuk mengetahui pengaruh masing-masing komponen. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z memiliki minat untuk berkunjung dengan paket wisata di desa-desa yang mendidik generasi z, sehingga Koperasi Desa Wisata Candirejo harus mengelola paket wisata yang tersedia dengan baik sehingga dapat mengundang wisatawan muda untuk berkunjung dan ingin belajar budaya baru di desa. Desa wisata Candirejo adalah sebuah desa wisata yang terletak di Desa Candirejo, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Hasil penelitian ini diperoleh data, antara lain: 1) variabel paket wisata berpengaruh terhadap minat dan keputusan berkunjung wisatawan z-genre untuk mengembangkan pengetahuan; 2) variabel minat wisata dan kunjungan wisatawan berpengaruh positif terhadap paket wisata, dengan minat dan keputusan kunjungan wisatawan yang lebih banyak untuk berkunjung ke Desa Wisata Candirejo, dan; 3) secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan kritis pada setiap variabel yang mempengaruhi pilihan mengunjungi Desa Wisata Candirejo.

Kata kunci: Komposisi Paket Wisata; Edukasi Pariwisata Berbasis Desa; Gen Z

PENDAHULUAN

Industri pariwisata telah berubah menjadi industri yang mendunia dan menjadi bisnis yang sangat populer seperti yang ditunjukkan oleh meningkatnya jumlah *homestay* yang dibangun dan didirikannya organisasi-organisasi untuk industri pariwisata. Hal ini menandakan jika banyak visioner bisnis yang tetap berkarya di bidang industri perjalanan karena saat ini banyak individu atau kelompok yang melakukan kunjungan dan mencari peluang untuk meringankan beban. Kemungkinan besar industri yang paling cepat berkembang di dunia adalah industri perjalanan. Antara tahun 1970 dan 2000 di seluruh dunia, industri pergerakan berkembang 1,4 kali lebih cepat dibandingkan perekonomian dunia. Industri perjalanan menyumbang 10% dari Produk Domestik Bruto dunia dan menyediakan lapangan kerja bagi 8% dari total penduduk dunia. produk domestik bruto dunia. semua posisi di seluruh dunia (Furi, 2012).

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia karena dampak positifnya sudah terlihat. Beberapa manfaat dari perkembangan industri perjalanan adalah peningkatan posisi, peningkatan lebih lanjut dukungan pemerintah daerah, dan peningkatan kontribusi bagi perekonomian provinsi. Salah satu jenis kemajuan industri perjalanan adalah menciptakan kota sebagai tujuan liburan. Akhir-akhir ini, kota wisata menjadi tujuan populer di beberapa negara di Asia dan Eropa. Kehadiran kota-kota wisata memberikan peluang bisnis di bidang pariwisata bagi jaringan lokal dan meningkatkan pendapatan mereka (Novitaningtyas et al., 2020).

Industri wisata adalah keseluruhan komponen terkait yang terdiri dari wisatawan, lokasi wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain yang mencakup kegiatan industri perjalanan. Dalam upaya memperkuat industri perjalanan, para penjelajah atau wisatawan adalah objek dalam memperkuat industri wisata yang harus ditingkatkan ke tingkat berikutnya. Karena sepinya wisatawan atau wisatawan membuat tempat-tempat liburan menjadi terbelengkalai, percuma jika kita berasumsi bahwa kawasan wisata tersebut bagus namun sepi pengunjung (Rahmawati Faoziah et al., 2023).

Pengembangan kepariwisataan di desa-desa, yang kemudian dikenal dengan sebutan desa wisata, memiliki tujuan dengan menyertakan masyarakat lokal untuk mengembangkan potensi-potensi dalam kegiatan wisata. Dengan itu, masyarakat lokal mendapatkan timbal balik berupa dana donasi dan melestarikan budaya dan alam yang ada di daerah tersebut. Terdapat banyak desa-desa yang telah dikembangkan menjadi tempat kegiatan wisata, salah satunya Desa Wisata Candirejo yang mengembangkan wisata edukasi berupa budaya dan alam untuk mengenalkan kepada generasi z dan generasi yang akan datang agar tetap dilestarikan (Risandewi, 2017).

Salah satu gagasan untuk menumbuhkan industri pariwisata suatu daerah adalah desa wisata. Desa wisata dicirikan sebagai gagasan untuk mengembangkan kawasan pedesaan yang menghadirkan keaslian dari sisi adat istiadat, sosial budaya, desain adat, kehidupan sehari-hari, dan konstruksi tata ruang kota yang dihadirkan

dalam satu kesatuan industri perjalanan, hingga daya tarik tersendiri, kenyamanan dan kantor pendukung. Penerapan pembangunan berkelanjutan yang kini menjadi prioritas global dapat dilihat pada desa wisata. Bagian-bagian yang membentuk desa wisata terdiri dari eksekutif dan inklusi lokal, pelatihan wisatawan, organisasi, dan perluasan lapangan pekerjaan lokal. Baiknya pelayanan yang diberikan oleh industri wisata dapat menjadi penanda yang dapat meningkatkan jumlah tamu (Tsurayya Mumtaz et al., 2021).

Candi Borobudur bukanlah salah satu tempat liburan yang menarik untuk dikunjungi, sekitar 2,5 kilometer dari Candi Borobudur terdapat sebuah desa kecil bernama Desa Candirejo yang patut untuk dikunjungi. Candirejo berasal dari dua kata yaitu Candi dan Rejo. Candi artinya batu dan Rejo artinya kaya. Jadi, Candirejo mengandung makna sebuah kota yang dikelilingi bebatuan namun tanahnya subur. Candirejo desa industri wisata seharusnya menjadi gambaran sosial. Karena masih memegang erat budaya dan tradisi kuno dalam kehidupan sehari-hari, dikatakan sebagai simbol budaya Jawa. Karawitan, Wayang, Gatholoco/Wulangsunu, Kubrosiswo, Jathilan/Kuda Lumping, dan Cokekan merupakan contoh seni budaya tradisional yang masih sering ditampilkan. Desa Wisata Candirejo juga terdapat wisata alam yang dapat dikunjungi seperti menoreh *hill*, *rafting* argo pertanian, dan watu kendil. Selain wisata budaya dan alam, *masyarakat* memanfaatkan dengan membuka usaha *home industry* seperti keripik tempe, pembuatan tanah liat, dan tas anyaman yang dapat dilihat secara langsung pembuatannya (Nugraha et al., 2019).

Pengadaan paket industri wisata dan pelatihan merupakan salah satu upaya yang dapat menjunjung tinggi pemanfaatan potensi wilayah, termasuk menggarap bantuan pemerintah melalui jaringan lingkungan. Konsep industri wisata dan edukasi adalah industri perjalanan yang mengkonsolidasikan pelestarian alam, pendidikan, hiburan dan kegiatan keuangan daerah setempat (Mutadin et al., 2020).

Paket wisata merupakan perpaduan atau gabungan dari bagian-bagian industri wisata yang terdiri dari transportasi, kenyamanan, tujuan liburan, makanan dan minuman, serta layanan perintis kunjungan yang ditawarkan kepada wisatawan dengan satu biaya. Paket wisata dapat diatur berdasarkan jumlah anggota yang berkunjung, strategi transportasi, jenis makanan, jarak ke tujuan, waktu kunjungan, dan tujuan. Pada tahap pemeriksaan, cara perilaku klien, koperasi spesialis, dan faktor-faktor yang akan mempengaruhi minat paket wisata dipertimbangkan, misalnya komponen moneter, iklim dan lingkungan, sumber daya adat, budaya, sistem, kantor dan biaya hiburan dan bisnis liburan (Partama et al., 2022).

Peningkatan desa wisata berfokus pada kehadiran komponen 3A dalam industri wisata dan asosiasi kawasan lokal, yaitu atraksi spesifik, kenyamanan dan ketersediaan. Beberapa aspek atraksi, kenyamanan dan keterbukaan sangat mempengaruhi lama tinggal wisatawan, tingkat konsumsi dan tingkat kunjungan wisatawan. Mengidentifikasi potensi desa, melakukan analisis SWOT, memastikan setiap komponen desa memiliki komitmen yang kuat, menentukan dampak pengembangan desa wisata, menyiapkan segala perangkat regulasi yang diperlukan, melaksanakan pelatihan bagi setiap komponen desa, memanfaatkan berbagai media

untuk publikasi, dan melakukan studi banding merupakan langkah strategis yang dapat dilakukan dalam pengembangan desa wisata. Beberapa kendala yang sering dihadapi dalam mengelola desa wisata adalah pergulatan kelembagaan internal, keterbatasan sumber daya manusia dan modal, serta ketidakberdayaan legitimasi. Meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan kawasan desa yang dapat dijadikan desa wisata merupakan salah satu strategi untuk mengatasi kendala tersebut. Masyarakat hendaknya mempunyai informasi dan data untuk menghadapi desa wisata dan mempunyai perhatian untuk memajukan industri wisata di desanya sehingga dapat tercipta desa wisata. Untuk memudahkan pemahaman dan pengelolaan desa wisata, diperlukan sinergi antar berbagai instansi dan departemen terkait (Wijayanti et al., 2024).

Industri wisata berbasis edukasi adalah program di mana wisatawan mengunjungi kawasan wisata dengan tujuan utama memperoleh peluang pertumbuhan langsung (Rodger, 1998). Wisata edukasi berpotensi meningkatkan pendidikan masyarakat dan Generasi Z selain menarik wisatawan. Mengenai pelaksanaan latihan industri perjalanan yang menggunakan alam dan budaya provinsi untuk pengajaran dengan memasukkan semua pembelajaran berbasis iklim kota. Pada gilirannya, desa wisata berbasis edukasi memainkan peran penting, sebagai tujuan liburan berbasis lokal serta pusat penelitian pembelajaran bagi pelajar dan mahasiswa dalam mendukung gagasan pembelajaran gratis. Kelompok lokal suatu desa dapat menjadi modal yang tepat untuk memusatkan perhatian pada sifat-sifat ramah serta wawasan alam dan sosial sehingga dapat membantu dalam praktik pembentukan karakter pelajar dan mahasiswa. Selain itu, pelajar dan pelajar juga dapat memindahkan informasi ke lingkungan setempat sehubungan dengan informasi yang telah mereka kuasai dan pelajari dalam kehidupan sehari-hari (Darmawan et al., 2022).

Generasi Z, dikenal sebagai generasi pasca milenial, secara umum didefinisikan kelahiran sekitar pertengahan 1990 sampai awal 2010-an. Seperti perjalanan wisata dengan berbagai minat wisata yang dipengaruhi beberapa faktor untuk menjelajahi dunia. Gen z dikenal lebih menyukai mencari pengalaman baru dan unik, mereka tertarik untuk mengenal budaya yang berbeda, mencoba makanan baru, menjelajahi tempat baru. Banyak wisatawan Gen z melakukan perjalanan untuk belajar mengetahui hal yang berbeda dan berkembang seperti pendalaman budaya, belajar Bahasa dan bersosialisasi (Ikhwan et al., 2023).

Paket Wisata

Menurut Utama (2014:37), paket wisata adalah wisata melalui satu atau beberapa tujuan yang dikumpulkan dari berbagai kantor wisata tertentu dalam jadwal yang tepat, dan dijual sebagai biaya tunggal yang mencakup seluruh bagian kunjungan.

Sebagaimana dikemukakan oleh Patterson (2007:84) pengertian bahwa paket wisata adalah perpaduan setidaknya dua komponen dengan tawaran biaya yang menarik. Keuntungan dari paket wisata adalah biaya dan kenyamanan selama acara. Biaya paket wisata lebih murah dibandingkan dengan membeli setiap

komponen secara terpisah. Layanan paket wisata memberikan kenyamanan bagi pelanggan selama berlibur.

Minat Wisata

Minat merupakan kekuatan dorongan yang membangkitkan gerak, dimana motivasi tersebut dipengaruhi oleh keinginan dan besarnya pendapat terhadap sesuatu hal. Minat adalah tenaga, keinginan dan kecenderungan terhadap sesuatu. Minat berkunjung merupakan kerinduan pembeli untuk mengunjungi suatu tempat. Kepentingan industri wisata adalah praktik pengembangan individu yang berpusat pada pengalihan.

Keputusan berkunjung

Pilihan untuk berkunjung dalam wisata berasal dari gagasan pilihan pembelian pembeli. Menurut Kotler dan Keller (2012:161) pilihan untuk berkunjung merupakan suatu tahapan yang diperoleh pelanggan untuk mengatasi permasalahan yang tampak dengan memanfaatkan atau memanfaatkan semua data yang diketahui dan pilihan pembeli untuk membeli sebagai faktanya. Selain itu, menurut Sumarwan (2011), pilihan adalah suatu kegiatan dari paling sedikit dua keputusan yang bersifat elektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis yang dapat diukur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan angket kuesioner. Yaitu memberikan angket pertanyaan kepada pihak pengelola wisata. Menurut Sugiyono (2018:13) metode kuantitatif adalah penelitian berupa angka yang pengumpulan data dapat diukur menggunakan statistik. Sebelum melakukan analisis dilakukan uji *outer model* terlebih dahulu dengan Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji f, dan Uji t. Untuk menentukan nilai setiap indikator yaitu menggunakan tingkat skala Likert yaitu berupa angka 5,4,3,2,1. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan kuesioner berupa skala Likert yang terdiri dari pernyataan-pernyataan yang harus dijawab oleh responden dengan memberikan skor sesuai tingkat setuju atau tidak setuju. (Sugiyono, 2016) menjelaskan Skala Likert digunakan untuk mengukur perspektif, sentimen, dan kesan orang atau kelompok tentang suatu hal. Setiap keputusan jawaban diberi skor, dimana responden harus menunjukkan sejauh mana mereka mendukung atau tidak menjunjung pernyataan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan dipaparkan dari informasi yang didapat terkait minat wisata Gen Z. terdapat beberapa alasan Gen Z melakukan perjalanan wisata edukasi. Terdapat lima dari dua puluh informan tidak menyukai perjalanan wisata edukasi, jawaban lain adalah suka berlibur. Peneliti mengklasifikasikan data alasan Gen z melakukan perjalanan dari jawaban informan seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Alasan Gen Z Melakukan Perjalanan Wisata
 Sumber: Data diolah peneliti, 2024

1. Melepas stres dan penat karena menikmati liburan
2. Mengembangkan pengetahuan dengan hal baru dan berbeda
3. Menikmati pemandangan
4. Meningkatkan hubungan sosial

Setelah mengetahui alasan Gen z melakukan perjalanan wisata edukasi, dilakukan uji outer model dengan uji normalitas, uji linearitas, uji f, dan uji t.

Tabel 2. Uji Normalitas
 Sumber: Data diolah peneliti, 2024

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
produk wisata	,126	20	,200*	,965	20	,657
minat	,094	20	,200*	,978	20	,911
keputusan berkunjung	,108	20	,200*	,985	20	,979

*. This is a lower bound of the genuine importance.

a. Lilliefors Importance Adjustment

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji normalitas di atas, dari data yang di uji untuk produk wisata sebesar 0,657, minat sebesar 0,911, dan keputusan berkunjung sebesar 0,979. Untuk ketiga kelompok tersebut > 0,05 ,maka dapat disimpulkan berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Linearitas
 Sumber: Data diolah peneliti, 2024

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan berkunjung * produk wisata	Between Groups	(Combined)	1980,050	10	198,005	4,027	,024
		Linearity	43,151	1	43,151	,878	,373
		Deviation from Linearity	1936,899	9	215,211	4,377	,019
	Within Groups		442,500	9	49,167		
Total			2422,550	19			

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji linearitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikasi produk wisata sebesar 0,024 dan minat sebesar 0,373. Karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka tidak linear.

Tabel 4. Uji F

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72,406	2	36,203	,262	,773 ^b
	Residual	2350,144	17	138,244		
	Total	2422,550	19			

a. *Subordinate Variable*: Keputusan Berkunjung

Tabel 5. Uji t

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	63,476	14,234		4,460	,000
	produk wisata	,149	,221	,169	,674	,510
	minat	-,099	,215	-,116	-,460	,651

a. *Dependent Variable*: Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil uji t di atas, diketahui bahwa nilai penting uji t adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H₀ diabaikan atau H_a diakui. Hal ini menyatakan bahwa faktor bebas mempunyai dampak yang kritis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa variabel paket wisata berpengaruh terhadap minat dan keputusan berkunjung wisatawan generasi Z untuk mengembangkan pengetahuan. Variabel minat wisata dan berkunjung wisata berpengaruh positif terhadap paket wisata, dengan semakin banyak minat dan keputusan berkunjung para wisatawan untuk berkunjung di Desa Wisata Candirejo. Sekaligus terdapat pengaruh yang positif signifikan pada setiap variabel dalam mempengaruhi pilihan mengunjungi Desa Wisata Candirejo

DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, R., Aisyianita, R., Sahara, L., Abidin, J., Fedrina, R., & Erdawati. (2022). Implementasi Model Desa Wisata Edukatif Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa Berbasis Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Desa Wisata Cisaat, Kabupaten Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1).

- Devi, I., Damiani, D., Adnyawati, N. (2019). Potensi Objek Wisata Edukasi Di Kabupaten Gianyar. *Jurnal BOSAPARIS Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 9(2), 130
- Furi, H. D. R. (2012). *Penerapan Analisis SWOT Pada Komponen Penawaran Pariwisata Taman Balekambang Surakarta*. 192.
- Haratikka, H., Silitonga, H. (2023). Minat Perjalanan Wisata Pada Generasi Z di Tebing Tinggi. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 101-111
- Ikhwan, Chendraningrum, & Hennidah. (2023). Analisis Pola Pergerakan Wisatawan Gen Z Di Yogyakarta yang Berkunjung Ke Candi Prambanan. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 157-165. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7850>
- Kasmin, K., Fahreza, G., Caesariano, L. (2021). Minat Generasi Z Pada Eksplorasi Wisata Adventure “Body Rafting” Sebagai Tujuan Wisata Petualangan di Objek Wisata Citumang Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(3), 243-251
- Mutadin, Maghfiroh, & Astuti, S. (2020). IMPLEMENTASI GOOD HOUSEKEEPING (GHK) UNTUK PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA MELALUI PAKET WISATA DAN EDUKASI BATIK DI DESA KALIPUCANG KABUPATEN BATANG. *Jurnal PENA*, 34(1).
- Novitaningtyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. (2020). STRATEGI PEMASARAN DESA BRAJAN MENUJU DESA WISATA MANDIRI. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.3.591>
- Nugraha, J. T., Pramodia, R. D., Kurnianti, A. W., Kuncoro, A. H. B., & Zhafira, T. (2019). Penguatan kelembagaan desa dalam pengelolaan Desa Wisata Candirejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang. *Seminar Nasional Sosiologi*, 2, 260-265.
- Partama, I., Pandawana, I., Kumara, D., Puspitawati, N., Andriyani, A., & Wijaya, I. (2022). PKM: Penyusunan Paket Wisata Lintas Desa Dalam Mewujudkan Desa Wisata Kerambitan Terintegrasi. *Jurnal TUNAS: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 45-51.
- Peraturan Pemerintah RI. (1990). *Undang-Undang No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan*. 9, 1-9.
- Rahmawati Faoziah, S., Nardi, R., Juliana Rahayu, A., Wideasari, F., Julita Sari, D., Ferry Octa Alfaricy, M., Choirul Hadi, A., Septient Malini, R., & Yunika Putra, Y. (2023). PENGUATAN PARIWISATA BERBASIS EDUKASI DALAM DIGITALISASI EKONOMI DI DESA BATU BERIGA. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 93-101. <https://ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id>

- Risandewi, T. (2017). Analisis Infrastruktur Pariwisata dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 15(1), 103–118.
- Saputra, H., Sukartini, N., Nasution, M., et al. (2023). Analisis SWOT Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Dan Potensi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mendukung Pengembangan Pariwisata Di Desa Aik Berik Lombok Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Digital Indonesia*, 2(1), 19
- Sugiyono. (2016). Sugiyono, Metode Penelitian. *Uji Validitas*.
- Tsurayya Mumtaz, A., Karmilah -, M., Wisata di Desa Wisata, D., Karmilah, M., Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, P., & Islam Sultan Agung, U. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. In *Jurnal Kajian Ruang* (Vol. 1). <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- Wijayanti, A., Devi Hari Putri, E., Ulumuddin Ahmad Asshofi, I., Rahayu, E., Yulianto, A., & Yulianto. (2024). Pendampingan Penyusunan Paket Wisata Tematik Di Desa Wisata Banaran, Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 78–86. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.544>