

Penguatan *Branding* dan Kelembagaan Desa Wisata di Kalurahan Hargorejo Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo

Muhammad Eko Atmojo*, Vindhri Putri Pratiwi, dan Nita Aribah Hanif

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*Muhammadekoatmojo05@gmail.com

Abstrak: Desa Hargorejo salah satu desa yang memiliki potensi wisata budaya maupun alam. Adapun wisata budaya salah satunya adalah tradisi jemparingan atau biasa disebut dengan Panahan. Berdasarkan potensi budaya dan kearifan local yang dimiliki, Desa Hargorejo memiliki peluang besar untuk dapat menarik wisatawan dari luar terutama dalam hal memperkenalkan wisata budaya maupun alamnya. Akan tetapi, potensi tersebut belum masih memiliki permasalahan diantaranya adalah pengelolaan (kelembagaan) dan pemasaran atau branding pariwisata. Dari permasalahan tersebut, maka dilakukan adanya pelatihan kaitannya dengan penguatan kelembagaan dan juga branding serta promosi wisata. Dalam pelatihan ini, dilakukan sosialisasi dan juga pendampingan khusus bagi para pengelola desa wisata Hargorejo. Adapun waktu pelaksanaan dilakukan di bulan Desember 2022 dengan diikuti oleh pengelola pariwisata di Desa Hargorejo sebanyak 15 orang. Dari hasil pelatihan, telah dihasilkan logo sebagai branding desa wisata Hargorejo dan juga telah terciptanya platform promosi wisata melalui media sosial Instagram. Dengan begitu, maka pengelola desa wisata Hargorejo ke depannya mampu meningkatkan promosi wisata khususnya dalam wisata berbasis budaya dengan mengenalkan jemparingan kepada publik.

Kata Kunci: Branding; Desa Wisata; Kelembagaan

Abstract: Hargorejo Village is one of the villages that has cultural and natural tourism potential. As for cultural tourism, one of them is the jemparingan tradition or commonly referred to as Archery. Based on its cultural potential and local wisdom, Hargorejo Village has a great opportunity to attract tourists from outside, especially in terms of introducing cultural and natural tourism. However, this potential does not still have problems, including management (institutional) and tourism marketing or branding. From these problems, training is carried out concerning institutional strengthening, branding, and tourism promotion. In this training, socialization and special assistance were carried out for the managers of the Hargorejo tourist village. The implementation was completed in December 2022, followed by 15 tourism managers in Hargorejo Village. From the training results, a logo has been produced as branding for the Hargorejo tourist village and has also created a tourism promotion platform through Instagram social media. That way, the manager of the Hargorejo tourism village will be able to increase tourism promotion, especially in culturally based tourism, by introducing jemparingan to the public.

Keyword: Branding; Tourism Village; Institutional

© 2023 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Received: 12 Februari 2023

Accepted: 9 April 2023

Published: 3 Juni 2023

DOI: <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i2.7925>

How to cite: Atmojo, M. E., Pratiwi, V. P., & Hanif, N. A. (2022). Penguatan branding dan kelembagaan desa wisata di kalurahan hargorejo kecamatan kokap kabupaten kulon progo. *Bubungan Tinggi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 976-983.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata menjadi salah satu sector penting dalam menyumbang devisa pendapatan suatu negara maupun daerah. Oleh karenanya, pemerintah selalu mendorong perkembangan pada sector pariwisata yang ada di berbagai daerah. Tidak hanya daerah, perkembangan sector pariwisata juga didorong pada tingkat desa. Menurut (Prakitri & Damayanti, 2016) saat ini kecenderungan perkembangan pariwisata Indonesia berbasis desa wisata. Dimana saat ini, Desa memiliki potensi baik Sumber Daya Manusia (SDM), Sumber Daya Alam (SDA) bahkan potensi lokal yang dapat dikembangkan untuk menjadikan sebagai desa wisata.

Menurut digitaldesa (2020) pengertian dari desa wisata adalah komunitas atau masyarakat yang terdiri dari para penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling berinteraksi secara langsung di bawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian serta kesadaran untuk berperan bersama dengan menyesuaikan keterampilan individu berbeda. Desa wisata pada konteks wisata pedesaan adalah asset pariwisata yang berbasis potensi pedesaan dengan segala *local wisdom* dan potensi yang dapat dikembangkan dan diberdayakan (Abidin, Fedrina, & A, 2022). Potensi wisata yang dapat dikembangkan dan menjadi pendukung sumber pendapatan suatu daerah adalah melalui desa wisata (Arcana & et.all, 2021). Desa dapat menjadi desa wisata apabila mampu diberdayakan dan dikembangkan menjadi produk wisata yang menjadi daya tarik para wisatawan.

Saat ini pariwisata berkembang dengan sangat pesat dengan berbagai pilihan, salah satunya pariwisata minat khusus. Wisata minat khusus adalah dimana wisatawan melakukan kunjungan wisata karena memiliki ketertarikan khusus dengan objek maupun potensi wisata yang akan dikunjunginya

(Rahmatillah *et al.*, 2019). Wisatawan yang melakukan wisata minat khusus ini biasanya cenderung memiliki ketertarikan dengan potensi alamnya, sejarah maupun ingin mengetahui lebih terkait dengan kebudayaan.

Setiap daerah memiliki potensi alam, kearifan lokal maupun kebudayaan yang dapat dikembangkan sebagai tujuan wisata. Kulonprogo merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi alam, kearifan lokal maupun kebudayaan yang dapat dikembangkan dalam sector wisata. Saat ini Pemerintah kabupaten Kulonprogo telah memiliki berbagai objek wisata yang menyuguhkan keindahan alam, kearifan lokal maupun berbasis kebudayaan yang tersebar di berbagai Desa yang ada. Saat ini Kulonprogo juga menjadi salah satu daerah di DIY yang menjadi tujuan para wisatawan, hal ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan di daerah Kulonprogo bahwasanya pada tahun 2021 jumlah wisatawan yang datang sekitar 577.732 orang dan ini menyumbang PAD di Kulonprogo sebesar 3,3 miliar (Putra, 2022).

Wisata yang berada di Kulonprogo terdiri dari wisata alam seperti pantai, kebun teh, wisata dengan kearifan lokal seperti wisata goa kiskendo. Desa yang berada di Kabupaten Kulonprogo memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata, salah satunya Desa Hargorejo. Desa Hargorejo terletak di kecamatan Kokap, Kulonprogo. Desa ini memiliki potensi kebudayaan yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata, karena ini akan sangat menguntungkan dalam bidang kepariwisataan. Seperti yang dikatakan oleh Arisanty & Azmi (2020) bahwasanya setiap desa memiliki keunggulan yang unik untuk dikembangkan pada sector pariwisata, karena potensi desa yang dimiliki akan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung. Pengembangan desa wisata juga dapat mendorong perekonomian

masyarakat di sekitar, memberdayakan SDM, membuka peluang usaha dan juga meningkatkan pendapatan asli daerah. Hal ini juga diatur dalam Undang-Undang No.6 tahun 2014 tentang kebijakan pemerintah untuk mendorong percepatan pembangunan sumber daya manusia dan sarana prasarana di desa untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat desa.

Desa Hargorejo memiliki potensi kebudayaan, dimana di Desa tersebut terdapat Tradisi jemparingan atau biasa disebut dengan Panahan. Panahan di tradisi jemparingan berbeda dengan panahan modern. Jika pemanah modern harus memanah sambil berdiri, maka para pemanah jemparingan harus memanah sambil duduk bersila. Jemparingan memiliki ragam filosofi, dengan adanya tradisi jemparingan ini maka Desa Hargorejo dapat dikembangkan menjadi daerah wisata berbasis budaya Panahan. Sehingga melalui pengembangan desa wisata juga akan memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Selain itu juga, (Susyanti & Latianingsih, 2017) dengan adanya desa wisata juga mampu melestarikan kebudayaan masyarakat pedesaan melalui keterlibatan masyarakat sebagai pelaku pariwisata di desanya. Upaya untuk melestarikan kebudayaan masyarakat salah satunya jemparingan atau panahan perlu dilakukan mengingat di era globalisasi saat ini, respon dan minat masyarakat dapat dikatakan berkurang terhadap tradisi panahan. Berdasarkan potensi budaya dan kearifan local yang dimiliki, Desa Hargorejo memiliki peluang besar untuk dapat menarik wisatawan dari luar untuk berkunjung dengan mengenalkan tradisi jemparingan atau panahan. Selain itu, keberhasilan terbentuknya desa wisata juga didukung dengan peran serta masyarakat local, tradisi partisipasi masyarakat dengan melalui kelembagaan maupun sumber daya lokal (Prayogo *et al.*, 2021). Dari hasil observasi awal,

bahwasanya Desa Hargorejo telah memiliki respon dan minat untuk mengembangkan tradisi panahan menjadi tujuan wisata dengan membentuk desa wisata.

Desa Hargorejo, masih memiliki beberapa kendala dimana terkait dengan pengelolaan sumber daya manusianya, upaya memasarkan wisata di kalangan masyarakat luar, dan masyarakat masih belum mampu memanfaatkan potensi budaya panahan secara maksimal. Dari permasalahan tersebut, dibutuhkan kegiatan pendampingan pengelolaan desa wisata melalui penguatan kelembagaan dan *branding* desa wisata. Adapun kegiatan yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu dengan melalui penguatan kelembagaan desa dalam pengelolaan desa wisata berbasis budaya. Selain itu juga, melakukan pendampingan kepada masyarakat dalam melakukan branding wisata di desa Hargorejo terkait dengan potensi budaya yang dimiliki yaitu melalui tradisi jemparingan atau panahan.

Adapun permasalahan mitra lainnya adalah belum bisa memaksimalkan potensi wisata yang ada dan belum siapnya sumber daya manusia dalam pengelolaan desa wisata. Selain itu juga masih minimnya promosi dan branding wisata serta belum adanya video profil wisata di Desa Hargorejo karena pemerintah desa belum bisa memaksimalkan media sosial sebagai salah satu tempat untuk promosi. Selain itu juga belum terbentuknya lembaga khusus yang mengurus pariwisata juga menjadi salah satu kendala dalam pengembangan wisata di Desa Hargorejo. Dengan potensi pariwisata alam dan budaya seperti jemparingan maka akan menjadi daya tarik tersendiri jika dikelola dengan baik, mengingat belum banyak potensi wisata budaya seperti yang ada di Desa Hargorejo.

METODE

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dalam pendampingan penguatan branding dan kelembagaan di Desa wisata Hargorejo, Kokap, Kulonprogo dilakukan melalui beberapa alternatif kegiatan diantaranya adalah sosialisasi, pelatihan penggunaan mengelola media sosial, pembuatan branding dan logo desa wisata transfer teknologi dan pendampingan mitra. Pada kegiatan ini yang terlibat diantaranya adalah pengurus desa wisata, pengelola objek pariwisata dan admin media sosial desa wisata. Dimana pelaksanaan dilakukan pada Bulan Desember 2022 dan diikuti sebanyak 15 orang yang terdiri dari pengurus desa wisata, pengelola objek pariwisata dan admin wisata. Adapun luaran dari kegiatan ini adalah terbentuknya media sosial atau akun Desa Wisata Hargorejo baik *Instagram*, maupun *YouTube*. Tentu luaran iptek ini sebagai bagian dari modal promosi atau branding desa wisata melalui media online. Sedangkan untuk penggambaran metode yang dilaksanakan yaitu Forum Group Discussion (FGD), dimana pada program kegiatan ini diikuti oleh pelaku wisata dan pengelola desa wisata. Adapun kegiatan FGD ini diawali dengan pemaparan mengenai permasalahan pengelolaan desa wisata di Kalurahan Hargorejo. Setelah pelaksanaan pemaparan maka dilanjutkan dengan diskusi dengan audiensi yang hadir pada kegiatan tersebut. Kemudian pelatihan, dimana pada proses pelatihan ini lebih banyak difokuskan pada kelembagaan desa wisata serta strategi branding pariwisata melalui media online. Sedangkan untuk pelaksanaan pelatihan ini dilakukan sebanyak 2 kali. Dimana pada pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dengan cara menghadirkan pembicara yang ahli di bidang kelembagaan dan branding pariwisata melalui media *online*. Pembicara pada kegiatan ini melakukan pemaparan materi kepada *audiens*, setelah pelaksanaan pemaparan materi maka dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan peserta atau audiensi pelatihan. Selanjutnya

dilakukan evaluasi, adapun kegiatan ini dilakukan secara bersama-sama dengan pengelola desa wisata. Metode evaluasi yang digunakan pada kegiatan ini lebih kepada diskusi mendalam dengan pengelola desa wisata mengenai dampak dari pelatihan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PkM dengan skema khusus dilaksanakan di Desa Hargorejo, kecamatan Kokap, Kabupaten Kulonprogo. Desa Hargorejo memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan, salah satu potensi yang dapat dikembangkan di Desa Hargorejo adalah dari sisi kebudayaan. Dimana di Desa Hargorejo memiliki seni budaya yang dinamakan dengan jemparingan atau sering lebih disebut dengan panahan. Panahan di tradisi jemparingan berbeda dengan panahan *modern*. Jika pemanah *modern* harus memanah sambil berdiri, maka para pemanah jemparingan harus memanah sambil duduk bersila.

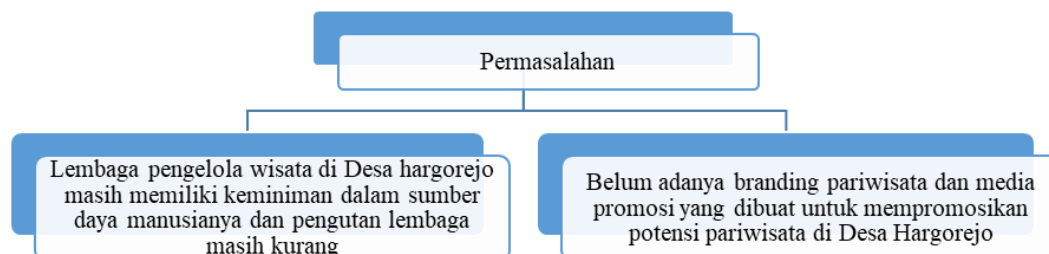
Oleh karenanya, dengan pengembangan desa wisata di Hargorejo dengan berbasis budaya, hal ini mampu melestarikan kebudayaan masyarakat pedesaan melalui keterlibatan masyarakat sebagai pelaku pariwisata di desanya. Akan tetapi, masyarakat Desa Hargorejo masih memiliki kendala terkait dengan pengelolaan sumber daya manusianya, upaya memasarkan wisata di kalangan masyarakat luar, dan masyarakat masih belum mampu memanfaatkan potensi budaya jemparingan secara maksimal. Maka dari itu ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat khususnya dalam memberikan pendampingan kepada masyarakat.

Forum group discussion (FGD)

Pada kegiatan FGD ini, tim pengabdian mencoba memetakan permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat desa di Desa Hargorejo dengan mengumpulkan pengurus kelompok sadar wisata desa

Hargorejo, pengelola jemparingan, dan tentunya pemerintah desa. Dengan adanya FGD ini, tim pengabdian mampu melihat permasalahan yang ada sehingga tim pengabdian dapat memetakan permasalahan dalam pengembangan desa

wisata berbasis budaya di Desa Hargorejo. Hasil FGD dapat dikelompokkan beberapa permasalahan dalam pengembangan desa wisata berbasis budaya di desa Hargorejo seperti pada Gambar 1.



Gambar 1 Permasalahan Pengembangan Wisata

Program Pelatihan

Program pelatihan ini sesuai kesepakatan dengan pihak pengelola wisata desa Hargorejo, maka tim pengabdian melakukan dua pelatihan bagi pengelola wisata. Program pelatihan yang terselenggara yaitu:

Penguatan Kelembagaan

Pelatihan penguatan kelembagaan ini bertujuan untuk membekali kepada pengurus desa wisata Hargorejo, khususnya dalam sistem pengelolaan maupun pengembangan desa wisata. Pelatihan ini dilakukan dengan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada anggota pengelola wisata Desa Hargorejo. Dalam sosialisasi ini disampaikan beberapa hal terkait dengan pengelolaan sumber daya manusia, perlu adanya AD/ART yang jelas dan juga payung hukum dari pemerintah. Hal ini guna untuk menguatkan kelembagaan dalam pengelolaan wisata di Desa Hargorejo. Dalam pelatihan ini, pengurus wisata Desa Hargorejo sangat antusias dalam mendengarkan materi yang dipaparkan.

Pembuatan Branding Wisata dan Media Promosi

Proses pengembangan desa wisata, diperlukan adanya *branding*. *Branding* dalam sektor wisata ini menjadi penting

guna untuk mengenalkan kepada publik potensi yang dimiliki oleh suatu daerah itu sendiri (Murti *et al.*, 2022). Karena *branding* dapat menjadi pembeda dalam suatu produk yang dihasilkan, dalam konteks pariwisata *branding* disini sebagai pembeda potensi wisata yang dimiliki oleh setiap daerah. Seperti halnya Desa Hargorejo akan mengembangkan desa wisata berbasis budaya, dimana yang menjadi keunikan di desa ini yaitu adanya jemparingan. Sehingga potensi wisata budaya melalui jemparingan ini akan menjadikan pembeda dibanding dengan daerah lainnya. Dalam melakukan *branding* langkah awal yang dilakukan oleh tim pengabdian bersama dengan pengelola desa wisata hargorejo yaitu membuat logo desa wisata hargorejo terlebih dahulu. Dalam pembuatan logo ini, tim pengabdian memberikan pendampingan kepada pengelola dalam pembuatan design yang menggambarkan Desa Hargorejo. Setelah adanya kesepakatan antar anggota pengurus desa wisata, maka terbentuklah logo desa wisata hargorejo yang menggambarkan keindahan potensi alam di Desa Hargorejo yang terletak di daerah perbukitan. Logo Desa dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Logo Desa Wisata Hargorejo

Selain melakukan *branding*, tim pengabdian juga memberikan pelatihan dalam pembuatan media promosi wisata seperti pada Gambar 3.

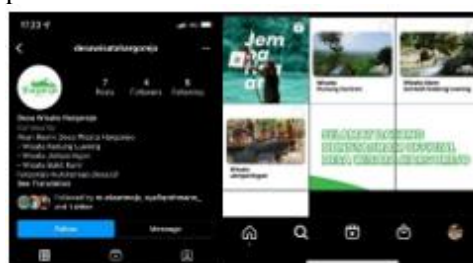


Gambar 3 Pengambilan Foto dan Video untuk *Branding*

Dengan melihat perkembangan teknologi yang ada, maka pemasaran pariwisata di berbagai daerah menjadi semakin ketat. Penyusunan dan penguatan SDM dalam promosi digital dan media *online* sangat penting dan dapat dimaksimalkan (Raharjana & Putra, 2020). Oleh karenanya, di era digital saat ini SDM perlu adaptif dan juga cepat merespon perkembangan yang ada. Pemasaran pariwisata saat ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial yang pada saat ini sedang tren seperti Instagram, YouTube maupun TikTok. Sehingga, dalam pelatihan ini tim melakukan pendampingan kepada

pengelola desa wisata khususnya mengenalkan media sosial sebagai *platform branding* atau pemasaran pariwisata. Dalam pendampingan ini, masyarakat dikenalkan dengan media sosial Instagram yang mana *platform* tersebut yang akan menjadi *platform* promosi pariwisata khususnya wisata budaya jemparingan.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang masih eksis sebagai tempat penyebaran informasi dan sebagian besar masyarakat menggunakan Instagram. Dalam kegiatan pengabdian ini para pengelola desa wisata hargorejo dibantu mulai dari membuat akun media sosial hingga mengoperasikan jejaring sosial selain itu kegiatan ini juga memberikan pengetahuan kepada para pengelola desa wisata hargorejo bahwa teknologi informasi di era digital saat ini sangat penting khususnya untuk mempromosikan pariwisata yang ada di daerahnya kepada publik. Dukungan pembuatan akun media sosial akan membantu para pengelola desa wisata hargorejo mempromosikan desa wisata berbasis budaya di Desa Hargorejo, selain itu juga dapat mengenalkan jemparingan sebagai budaya panahan. Promosi melalui media sosial seperti pada Gambar 4.



Gambar 4 Tampilan Instagram Desa Wisata Hargorejo

Setelah mengenalkan media sosial Instagram sebagai *platform* promosi pariwisata, masyarakat terutama pengurus desa wisata Hargorejo didampingi dalam pembuatan akun Instagram bisnis. Tujuan dari pembuatan akun Instagram bisnis ini diharapkan

dapat mendorong promosi dan mengenalkan wisata yang ada di Desa Hargorejo. Tidak hanya itu, Pada kesempatan ini, pendampingan dilakukan kepada pengurus desa wisata hargorejo. Dimana pengurus desa wisata hargorejo dibantu dalam pembuatan akun Instagram dan juga mengenalkan *fitur* yang ada serta bagaimana cara mengelola maupun menggunakannya. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, pengurus desa wisata Hargorejo mampu mengoperasikan secara mandiri dalam melakukan promosi wisata di Desa Hargorejo. Sehingga dengan ini, nantinya publik dapat mengenal destinasi wisata di Desa Hargorejo secara umum baik wisata alam maupun budaya.

Evaluasi Kegiatan

Pelaksanaan evaluasi kegiatan dilakukan pasca pelaksanaan pelatihan bagi pengelola desa wisata. Dimana pada proses pelaksanaan evaluasi ini tim pengabdian dan pengelola desa wisata melakukan diskusi secara mendalam. Hal ini dilakukan guna mengetahui ketercapaian dan pemanfaatan dari kegiatan yang telah dilaksanakan selama ini. Selain itu kegiatan evaluasi ini juga bermanfaat untuk tindak lanjut kegiatan pengabdian selanjutnya. Serta bermanfaat bagi pengelola untuk meningkatkan kompetensi bagi pegawai atau pengelola desa wisata pada tahap atau kegiatan berikutnya. Selain itu juga pelaksanaan evaluasi ini juga bermanfaat bagi pengelola untuk mengetahui pemahaman pengelola mengenai kelembagaan dan *branding* desa wisata, serta bisa juga untuk mengetahui kekurangan dari kegiatan atau aktivitas desa wisata yang sudah dijalankan.

SIMPULAN

Peningkatan branding pariwisata di Kelurahan Hargorejo menjadi hal yang penting untuk segera ditemukan solusinya. Berbagai macam potensi alam yang ditorehkan sebetulnya dapat

menjadi keunggulan yang perlu untuk diberdayakan bagi masyarakat dan pariwisata desa. Dari hasil FGD ditemukan dua permasalahan dalam pengembangan wisata di Desa Hargorejo. Pertama, yaitu terkait dengan penguatan kelembagaan desa wisata hargorejo, dimana dalam hal ini sumber daya manusia yang dimiliki belum terlalu menguasai pemanfaatan potensi wisata dan cara pengembangannya. Selain itu, payung hukum yang dimilikinya masih adanya tumpang tindih dengan BUMDes. Permasalahan kedua yaitu terkait dengan *branding* dan promosi wisata berbasis budaya. Desa Hargorejo mempunyai potensi budaya yang belum dipublikasikan secara luas, sehingga banyak orang yang tidak mengetahui. Sehingga dari permasalahan itu, maka dilakukan pelatihan yaitu kaitannya dengan penguatan kelembagaan dan juga *branding* serta promosi wisata. Dalam pelatihan ini, dilakukan FGD dan juga pendampingan khusus bagi para pengelola desa wisata hargorejo. Dari hasil pelatihan, telah dihasilkan logo sebagai *branding* desa wisata hargorejo dan juga telah terciptanya *platform* promosi wisata melalui media sosial Instagram. Dengan begitu, maka pengelola desa wisata hargorejo ke depannya mampu meningkatkan promosi wisata khususnya dalam wisata berbasis budaya dengan mengenalkan jemparingan kepada publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., Fedrina, R., & A, R. A. (2022). Penguatan kelembagaan desa wisata melalui promosi digital marketing di desa cisaat, kecamatan ciater, kabupaten subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(2), 1-10.
- Arcana, K. T. P., & et.all. (2021). Tata kelola desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal di desa tihingan kabupaten klungklung. *J. Abdi Masy*, 1(1), 36-45.

- Arisanty, D., & Azmi, U. (2020). Desa muara jambi sebagai desa wisata berbasis budaya lokal 2009. *Jurnal Istor*, 2(1), 1-14.
- Digitaldesa.id. (2020). Apa itu Desa Wisata?. *Digitaldesa.id*. Retrieved from <https://digitaldesa.id/artikel/apa-itu-desa-wisata>
- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan digitalisasi pariwisata di wilayah desa purwoharjo, kulon progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19.
- Prafitri, G. R., & Damayanti, M. (2016). Kapasitas kelembagaan dalam pengembangan desa wisata (studi kasus: desa wisata ketenger, banyumas). *Jurnal Pengembangan Kota*, 4(1), 76-86.
- Prayogo, D. V., Diningrum, M. M., & Lestari, E. Y. (2021). Pembentukan Desa Wisata Batik Kapal Kandas sebagai Upaya Melestarikan Budaya Lokal. *Jurnal Puruhita*, 3(2), 108-115.
- Putra, E. P. (2022). PAD Kabupaten Kulon Progo dari Pariwisata Sebesar Rp 3,3 Miliar. *Republika.Co.Id*. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/repjogja/kabar-jogja/r55yta484/pad-kabupaten-kulon-progo-daripariwisata-sebesar-rp-33-miliar>
- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2020). Penguatan sdm dalam e-marketing untuk promosi desa wisata di kabupaten malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 140-151.
- Rahmatillah, T. P., Insyah, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi pengembangan desa wisata berbasis wisata alam dan budaya sebagai media promosi desa sangiang. *Jurnal Planoeearth*, 4(2), 111-116.
- Susyanti, D. W., & Latianingsih, N. (2017). Potensi desa melalui pariwisata pedesaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 65-70.