

Pengembangan Potensi Pedesaan DIY Melalui Pelatihan Pembuatan Paket Wisata Budaya Upacara Wiwitan

Lusia Marliana Nurani^{*1}, Bagas Dwipantara Putra², Linda Handayani Sukaem³, Puthut Ardianto⁴

¹Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung

²Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan

³Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung

⁴Fakultas Pendidikan Bahasa, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

*e-mail: lusia.nurani@itb.ac.id¹, bagasputra@itb.ac.id², linda.sukaem@itb.ac.id³, puthutardianto@umy.ac.id⁴

Abstract

Since the outbreak of Covid-19 pandemic, the Special Region of Yogyakarta (henceforth DIY) had experienced a dramatic economic downturn particularly in the tourism industry. The worst effect was faced by those who earned their living, either direct or indirect income, from tourism activities. In response to this issue, this community service program was conducted to contribute to the recovery of tourism by fostering the potency of villages in DIY as tourism villages using Wiwitan ceremony as a tourist attraction. Wiwitan is a rice harvest ritual which is an expression of gratitude because the time to harvest crop finally comes. Gratitude is also everyone's feeling when the height of global pandemic finally is already over and people are eager to welcome the new normal. Therefore, Wiwitan is worth to be highlighted as the main tourist attraction because of its universal philosophy. To achieve the goal, a training program was carried out and used four approaches, namely lecture, discussion, hands-on practice, and simulation. The results of this activity was to open the eyes that Wiwitan can become an interesting tourist attraction.

Keywords: tourism villages, package tour, Wiwitan ceremony

Abstrak

Sejak pandemi Covid-19 Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mengalami penurunan perekonomian yang tajam karena terganggunya sektor pariwisata. Dampak paling signifikan dirasakan oleh para pelaku pariwisata dan masyarakat yang memperoleh pendapatan secara langsung dan tidak langsung dari aktivitas pariwisata. Dengan mempertimbangkan masalah tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu pemulihkan kembali sektor pariwisata di propinsi DIY melalui pengembangan potensi kawasan pedesaan di DIY sebagai desa wisata budaya khususnya melalui upacara Wiwitan. Upacara yang dilakukan sebelum panen padi ini melambangkan rasa syukur karena panen tiba. Rasa syukur ini juga dirasakan umat manusia karena puncak pandemi terlewati dan mulai menyongsong fase normalisasi. Maka Wiwitan layak dijadikan atraksi wisata utama karena maknanya yang universal bagi umat manusia. Kegiatan ini menggunakan metode pelatihan dengan pendekatan ceramah, diskusi, praktik langsung, dan simulasi. Hasil dari kegiatan ini adalah terbangunnya kesadaran peserta bahwa upacara Wiwitan dapat menjadi daya tarik wisata.

Kata kunci: desa wisata, paket wisata, upacara Wiwitan

1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah membuat situasi industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia memburuk sejak Februari 2020. Menurut laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), sepanjang tahun 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia hanya sekitar 4 juta orang atau turun 75% dibanding tahun 2019. Selain berkurangnya pendapatan negara, berbagai lapangan pekerjaan di sektor pariwisata pun hilang. BPS mencatat terdapat hampir 0,5 juta orang kehilangan pekerjaan di sektor ini akibat pandemi.

Propinsi Daerah Yogyakarta (DIY) pun mengalami hal yang sama. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DIY setahun adalah Rp141 triliun dan 10%-nya disumbangkan oleh sektor pariwisata secara langsung yaitu akomodasi dan makanan padahal dalam industri pariwisata terdapat pula sektor tidak langsung seperti UMKM penyedia kerajinan tangan, transportasi lokal, dan sebagainya. Sehingga dampak ikutan dari pandemi ini diperkirakan mencapai 25% dari PDRB (Sucayyo, 2021). ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*/Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia) DIY juga menyampaikan bahwa perusahaan perjalanan wisata di DIY mengalami kerugian sekitar Rp 75 miliar, 7 dari 161 anggotanya harus tutup permanen sedangkan sisanya mati suri, dan 1200 orang harus dirumahkan tanpa gaji (Sucayyo, 2021).

Untuk menyelamatkan sektor pariwisata dan perekonomian di Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) menyebutkan tiga fase yang harus dilalui yaitu (1) Fase Tanggap Darurat, (2) Fase Pemulihan, dan (3) Fase Normalisasi. Fase Tanggap Darurat menitikberatkan pada kesehatan dan keselamatan, seperti mendorong kreativitas dan produktivitas saat WFH, melakukan koordinasi krisis pariwisata dengan daerah pariwisata, serta melakukan persiapan pemulihian. Pada Fase Pemulihan fokus ada pada pembukaan tempat wisata secara bertahap dan dukungan pada aktivitas *MICE* (*Meeting, Incentive, Conference, Event*) dengan menerapkan protokol *CHSE* (*Cleanliness, Healthy, Safety, and Environmental Sustainability*). Pada Fase Normalisasi yang telah dimulai sejak triwulan III 2020 dilaksanakan persiapan destinasi dengan protokol CHSE, meningkatkan minat pasar melalui *Travel Fair* ataupun diskon untuk paket wisata dan *MICE*.

Berdasarkan pada arahan Kemenparekraf/Baparekraf di tersebut maka pemulihian sektor pariwisata di DIY ada pada tahap normalisasi. Upaya yang harus segera adalah dengan mengimplementasikan strategi adaptasi, inovasi, dan kolaborasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021) karena pandemi telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan wisata. Salah satu contohnya adalah kecenderungan untuk berlibur tanpa bertemu banyak orang sehingga masyarakat lebih memilih untuk berlibur dalam kelompok kecil. Bahkan perubahan gaya liburan secara ekslusif ataupun dalam kelompok kecil ini tidak hanya terjadi di masa sekarang namun hingga nanti pasca pandemi karena kita semua tidak lagi berada pada situasi normal namun *new normal*. Hal ini harus diantisipasi oleh para pelaku industri pariwisata khususnya penyedia perjalanan wisata dan pengelola destinasi wisata agar wisatawan merasa lebih aman.

Wiwitan dilaksanakan sebelum memanen padi yang mencerminkan rasa syukur karena masa panen telah datang setelah selama beberapa bulan berjuang merawat sawah agar dapat memberikan hasil yang memuaskan. Sama halnya dengan apa yang dirasakan umat manusia karena pandemi global. Selama dua tahun seluruh bangsa di dunia telah berjuang melawan pandemi hingga sampai pada fase normalisasi. Rasa syukur tentunya dirasakan semua orang karena puncak pandemi terlewati. Oleh karena itu Wiwitan dipilih karena relevan dengan pengalaman umat manusia selama pandemi yaitu menjadi simbol rasa syukur setelah melewati perjuangan yang berat.

Propinsi DIY memiliki 438 desa (Biro Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, 2020) dan dari jumlah tersebut hanya ada 31 desa wisata yang masuk kategori maju sementara 39 desa dianggap sebagai desa wisata berkembang dan 75 desa adalah desa wisata tumbuh/embrio (Bappeda Daerah Istimewa Yogyakarta, 2022). Data dari Bappeda DIY tersebut menunjukkan sebagian besar desa di DIY belum dikembangkan menjadi desa wisata. Bahkan dari desa wisata yang ada, yang termasuk ke dalam kategori maju hanya 31 desa. Hal ini sangat disayangkan mengingat potensi yang dimiliki desa-desa tersebut dapat menjadi sumber mata pencarian masyarakat desa yang dapat membantu mereka lebih berdaya dalam jangka pendek (pada masa pandemi ini) maupun dalam jangka panjang (pasca pandemi). Maka tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini selain untuk menumbuhkan potensi pedesaan menjadi desa wisata juga untuk mengoptimalkan desa wisata yang telah

berkategori maju untuk menjadi lebih baik lagi.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, kegiatan ini akan menitikberatkan pada upaya normalisasi industri pariwisata di DIY dengan berlandaskan pada tiga aspek yaitu adaptasi, inovasi, dan kolaborasi. Mengingat DIY merupakan destinasi wisata budaya yang populer di Indonesia maka kegiatan ini akan fokus pada wisata budaya terutama kepada pengembangan potensi kawasan pedesaan di DIY agar dapat menjadi desa wisata yang menonjolkan wisata budaya lokal, khususnya upacara adat “Wiwitan”.

Agar tepat sasaran, kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan desa wisata berkategori maju yaitu Kalurahan Bangunjiwo yang terletak di Kabupaten Bantul, DIY. Kalurahan ini memiliki pengalaman melaksanakan upacara Wiwitan untuk tujuan wisata namun berlangsung secara massal untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang hadir dalam rombongan yang besar padahal di fase normalisasi ini wisatawan cenderung datang dalam kelompok kecil. Hal lain yang juga penting adalah kebutuhan akan rasa aman dari virus yang menyebabkan kepatuhan terhadap protokol kesehatan menjadi hal yang wajib sehingga akan menyebabkan modifikasi dalam pelaksanaan upacara adat Wiwitan. Tanpa adanya upaya inovasi dan adaptasi maka akan sulit bagi desa wisata untuk bertahan. Kegiatan ini juga mengundang pengurus desa wisata yang masih berkategori tumbuh/embrio di Kabupaten Bantul agar desa wisata yang berkategori tumbuh/embrio dapat mengembangkan potensi budaya yang dimilikinya.

Mengingat kegiatan pengabdian masyarakat ini juga bertujuan untuk membangun kolaborasi antara desa wisata dengan pihak yang langsung terkait maka Dewan Perwakilan Daerah Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata DIY atau *Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies* (DPD ASITA DIY) dilibatkan. ASITA yang berhubungan langsung dengan para wisatawan untuk menawarkan paket wisata telah memiliki sumberdaya yang andal dalam pengelolaan perjalanan wisata dan telah berjejaring kuat dengan Kemenparekraf/Baparekraf selama puluhan tahun. Oleh karena itu kolaborasi antara ASITA dan desa wisata perlu dilakukan agar adaptasi dan inovasi dalam paket wisata dapat terwujud.

Peserta kegiatan ini berjumlah 40 orang yang terdiri dari perwakilan desa wisata yang telah maju yaitu Bangunjiwo dan desa wisata tumbuh yaitu desa wisata Muntuk. Kedua desa wisata tersebut berlokasi di Kabupaten Bantul. Selain itu peserta juga berasal dari perwakilan ASITA yang merupakan para pemilik perusahaan perjalanan wisata. Narasumber dari kegiatan ini adalah Rob Prabowo yang merupakan perwakilan dari DPD ASITA DIY serta pakar dalam penyusunan paket wisata dan Mahatma Primandaru yang merupakan pelaku pariwisata yang telah memanfaatkan upacara Wiwitan sebagai daya tarik wisata pada usaha kuliner dan *ecotourism*-nya yaitu *Mahaloka Paradise*.

2. METODE

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, kegiatan pengabdian masyarakat, yang dilaksanakan selama dua hari yaitu pada tanggal 10 dan 11 Juni 2022 ini menggunakan metode pelatihan dengan pendekatan sebagai berikut:

1. Ceramah dan Diskusi

Ceramah dari para narasumber membahas mengenai konsep wisata budaya dan strategi penyusunan paket wisata budaya yang inovatif, adaptif, dan kolaboratif. Selain itu narasumber juga berbagi praktik baik (*best practice*) menjadikan upacara Wiwitan sebagai produk wisata yang secara rutin dijual kepada para wisatawan. Pada bagian ini peserta juga mendapat kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi terkait materi yang disajikan oleh narasumber.

2. Praktek Langsung

Pada sesi ini peserta praktek langsung merancang paket wisata budaya upacara Wiwitan sesuai dengan arahan dari narasumber. Dalam sesi ini peserta perwakilan desa yang memiliki pengetahuan budaya dan potensi wilayahnya dan perwakilan ASITA yang memiliki ilmu dalam bidang pariwisata khususnya perancangan paket wisata bersinergi dalam menyusun paket wisata budaya upacara Wiwitan yang adaptif, inovatif, dan kolaboratif.

3. Simulasi Upacara Adat Wiwitan

Kegiatan simulasi dilakukan di desa wisata Bangunjiwo tepatnya di Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Bangunjiwo yang bernama Sekar Mataram. Lokasi ini terletak di tepi sawah sehingga sesuai sebagai lokasi simulasi. Simulasi dilaksanakan untuk menunjukkan kepada peserta bagaimana upacara adat Wiwitan dapat diadaptasi agar menjadi lebih berterima dan memiliki nilai jual untuk Fase Normalisasi dan Pasca Pandemi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari pertama kegiatan ini dilaksanakan pelatihan di Hotel KJ Yogyakarta. Pada sesi pertama pelatihan, narasumber yaitu Rob Prabowo memaparkan teori dasar paket wisata, strategi penyusunannya, dan bagaimana membuat paket wisata budaya upacara adat Wiwitan yang menarik agar terjadi sinergi antara pelaku desa wisata dengan pihak terkait khususnya asosiasi perusahaan perjalanan wisata (ASITA). Sinergi ini diperlukan agar pelaku wisata budaya dapat menawarkan paket wisata yang sesuai untuk masyarakat saat ini.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Paket Wisata

Paket wisata merupakan alat penting untuk memasarkan atraksi wisata suatu wilayah. Paket wisata juga membantu meminimalkan keraguan wisatawan yang berasal dari tempat dan/atau budaya yang berbeda akan apa yang akan mereka alami di destinasi wisata karena hal-hal yang wisatawan inginkan telah jelas tersedia di dalam paket (Cohen, 1972). Dari sisi pengelola desa wisata dan pengusaha perjalanan wisata, sistem pemaketan ini akan menghemat biaya (Nalebuff, 2004). Bagi konsumen, paket wisata selain secara finansial lebih menarik, juga lebih efektif, efisien, nyaman, dan dapat diandalkan karena konsumen tidak perlu memikirkan semua urusan perjalanan wisatanya sendiri (Sharma, 2008). Bahkan penyusunan paket wisata pun dapat melibatkan si konsumen sehingga paket yang disusun sesuai dengan permintaan si konsumen tersebut.

Berdasarkan pada biaya, paket wisata terbagi menjadi dua jenis yaitu inklusif dan eksklusif. Paket wisata inklusif merupakan paket wisata yang seluruh biaya yang diperlukan baik untuk transportasi, akomodasi, maupun segala jenis tiket masuk, dan lain-lain telah termasuk dalam harga paket. Sedangkan paket wisata eksklusif merupakan paket wisata yang hanya memasukkan unsur-unsur biaya tertentu namun biaya lain tidak termasuk dalam harga paket, misalnya harga tiket masuk objek wisata tidak termasuk dalam harga paket. Jenis inklusif atau ekslusif ini perlu ditentukan di awal agar pengelola paket wisata dapat menentukan berapa margin keuntungan yang diharapkan.

Dalam penyusunan sebuah paket wisata, harus ada fitur yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membelinya (Rosentraub & Joo, 2009). Dalam pengabdian masyarakat ini, upacara adat Wiwitan-lah yang menjadi bintang utama dalam paket wisata yang akan disusun. Walaupun demikian, ada fitur-fitur lain yang tetap dapat mendampingi fitur utama. Maka penyusun paket wisata harus memahami bahwa paket wisata memiliki karakteristik yang kolaboratif (Wang dkk., 2006). Maksudnya adalah sebuah paket wisata pasti akan melibatkan berbagai pihak, seperti pemilik sawah, masyarakat desa setempat, perusahaan perjalanan wisata lokal, restoran, toko cendera mata, persewaan baju daerah, dan sebagainya agar dapat mengoptimalkan daya tarik fitur utama maupun fitur pendamping.

Aspek kolaborasi tersebut merupakan hal yang penting dalam penyusunan paket wisata upacara Wiwitan ini. Hal ini terungkap dalam sesi kedua pelatihan yang berisi *sharing* praktek baik pemasaran paket Wisata dengan fitur utama upacara Wiwitan. Ada dua hal utama dalam paket wisata ini yaitu pelestarian tradisi dan kolaborasi dengan masyarakat setempat untuk pelaksanaan upacara Wiwitan. Terkait pelestarian tradisi, pelaksanaan upacara Wiwitan melibatkan prosesi yang sudah baku sesuai tradisi. Sebelum upacara dimulai, masyarakat desa berkumpul dan berjalan dalam arak-arakan menuju sawah dengan mengenakan pakaian tradisional Jawa. Mereka membawa *uborampe* atau perlengkapan berupa makanan khas Wiwitan yang terdiri dari tumpeng, ayam ingkung, nasi gurih, sambal gepeng, ikan asin, telur rebus, pelas lilin, sayur nangka muda, rempeyek teri, dan tempe bacem. Setelah itu upacara diawali dengan pemotongan beberapa untai padi dengan alat pemotong padi tradisional yaitu *ani-ani* oleh sesepuh desa. Selain itu bunga mawar dan kemenyan yang dibakar pun menjadi bagian dari *uborampe* Wiwitan. Setelah beberapa tangkai padi dipotong, sesepuh desa kemudian memimpin doa bersama. Setelah itu makanan khas Wiwitan tersebut dimakan bersama-sama oleh warga yang hadir.

Di jaman modern ini, pelaksanaan upacara Wiwitan harus menghadapi tantangan hal yaitu (1) makin berkurangnya lahan persawahan, (2) kondisi pasca pandemi yang mengharuskan pelaku pariwisata mematuhi protokol Kesehatan walaupun kasus penyebaran Covid-19 makin menurun, dan (3) pelaksanaan upacara Wiwitan yang hanya dilakukan pada masa panen. Oleh karena itu untuk tetap dapat menjual paket wisata Wiwitan yang menarik, penyusunan paket wisata harus mampu memodifikasi dan membuat pembaharuan agar upacara ini memiliki nilai jual tinggi. Berangkat dari ketiga tantangan tersebut, para peserta melakukan praktik penyusunan paket wisata dengan menerapkan teori penyusunan paket wisata yang baik. Tugas dari narasumber adalah menyusun paket wisata upacara Wiwitan dengan memperhatikan kondisi pasca pandemi dan berkurangnya area persawahan di pedesaan serta mempertimbangkan kolaborasi dengan berbagai pihak. Paket wisata yang telah selesai dibuat harus dipresentasikan agar mendapat umpan balik dari para narasumber.

Dari praktik penyusunan paket wisata ini terkumpul beberapa ide yaitu (1) paket wisata sehari dengan upacara wiwitan, (2) paket wisata lebih dari sehari dengan fitur utama Wiwitan dan fitur pendamping wisata budaya, dan (3) paket wisata lebih dari sehari dengan fitur utama Wiwitan dan fitur pendamping wisata sportif. Pemasaran dari ketiga jenis paket tersebut bekerja sama dengan DPD ASITA DIY. Ide paket wisata pertama yaitu paket sehari didesain untuk melibatkan Bumdes setempat untuk menyediakan fasilitas upacara Wiwitan dan mengkoordinir warga untuk berpartisipasi. Konsumen disediakan baju tradisional dan mereka turut serta bergabung dengan warga mengikuti upacara ini. Dengan

mempertimbangkan kondisi pasca pandemi, seluruh kegiatan dilaksanakan dengan mengikuti protokol kesehatan walaupun penyebaran Covid-19 telah menurun drastis. Kekurangan dari ide pertama ini adalah hanya dapat dilaksanakan di masa panen sehingga tidak dapat dijual sepanjang tahun. Kelebihannya adalah prosesi lebih autentik karena mengikuti pakem upacara Wiwitan.

Ide paket wisata kedua memiliki ciri khas dapat dilakukan sepanjang tahun. Jenis kedua ini menjual simulasi upacara Wiwitan sehingga tidak perlu menunggu masa panen. Pemotongan padi dilakukan secara simbolis saat padi belum ada yang menguning karena yang diutamakan adalah mengedukasi wisatawan tentang upacara tradisional ini. Kegiatan dapat dilakukan untuk kelompok kecil karena yang diutamakan bukan gebyar dari upacara ini namun pemahaman makna filosofis tiap tahapan prosesi serta kesempatan wisatawan untuk menikmati makanan tradisional yang biasanya hanya tersedia dalam upacara Wiwitan. Walaupun simulasi, wisatawan akan merasakan seperti sedang mengikuti Wiwitan yang sebenarnya karena lokasi tetap di persawahan namun sawah yang digunakan tidak harus luas. Sawah yang kecil pun dapat dimanfaatkan karena paket ini menjual simulasi upacara Wiwitan. Pada ide kedua ini, fitur pendampingnya berupa wisata budaya yaitu belajar menari tradisional, membuat tembikar, dan membatik. Kelebihan dari ide kedua ini adalah lebih fleksibel, dapat dilakukan sepanjang tahun, dan melibatkan banyak pihak karena adanya fitur pendamping tersebut. Kekurangannya adalah terjadi modifikasi dan inovasi atas penyelenggaraan upacara Wiwitan sehingga kurang autentik.

Ide ketiga hampir sama dengan ide kedua. Perbedaannya hanyalah pada fitur pendamping yang merupakan wisata sportif. Wisatawan setelah mengikuti simulasi Wiwitan akan mendapat kesempatan untuk bersepeda keliling desa, dan olahraga lain yang sesuai dengan kondisi alam desa tersebut. Misalnya arung jeram, memancing, *jogging*, dan *hiking*. Jenis ketiga ini menyasar kepada mereka yang memiliki ketertarikan akan budaya dan hobi berolahraga luar ruang.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini di hari kedua melakukan kunjungan lapangan ke Bumdes Sekar Mataram, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul untuk pelaksanaan simulasi upacara Wiwitan agar peserta akan mendapatkan pengalaman langsung bagaimana melaksanakan upacara Wiwitan yang sesuai dengan kondisi pasca pandemi. Pada kegiatan ini para peserta yang sebagian besar belum pernah mengikuti upacara Wiwitan menjadi lebih paham tentang prosesi upacara tersebut, apa saja *uborampe* yang harus disiapkan, dan sejauh mana dapat diadaptasi pasca pandemi ini. Simulasi ini dilakukan oleh warga desa setempat, Lurah Bangunjiwo dan perangkat desa, dan narasumber. Peserta menjadi pengamat dengan merekam setiap tahapan prosesi. Setelah simulasi selesai dilaksanakan, para peserta mendapat kesempatan untuk bertanya kepada narasumber dan sesepuh desa serta Lurah mengenai makna setiap tahapan prosesi dan *uborampe* agar peserta dapat lebih memahami makna filosofis dari upacara ini sehingga ketika menjual paket wisata dengan fitur utama Wiwitan, para peserta dapat meyakinkan calon konsumen akan besarnya daya tarik Wiwitan ini.



Gambar 2. Simulasi Upacara Wiwitan

4. KESIMPULAN

Upacara Wiwitan dapat menjadi daya tarik utama dalam sebuah paket wisata namun agar memiliki nilai jual yang tinggi penyusun paket wisata hendaklah mengikuti prinsip adaptasi, kolaborasi, dan inovasi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat berdampak pada peningkatan kemampuan desa wisata yang telah berkategori maju dalam memasarkan upacara Wiwitan sebagai atraksi wisata melalui perancangan paket wisata yang matang dan diharapkan dapat menjadikannya sebagai model bagi desa-desa wisata yang berkатегорi tumbuh/embrio. Kegiatan ini diharapkan pula akan meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan khususnya yang masih belum menjadi desa wisata maju dengan memanfaatkan potensi budaya yang mereka miliki. Kebangkitan bisnis para pengelola perusahaan perjalanan wisata melalui penawaran paket wisata yang inovatif, adaptif, dan kolaboratif adalah dampak penting lain dari kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi Bandung yang telah memberikan dukungan melalui pendanaan untuk kegiatan pengabdian masyarakat Skema *Bottom-Up* 2022. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ketua DPD ASITA DIY, Bapak Hery Setyawan, dan jajarannya serta Lurah Bangunjiwo, H. Parja, S.T., M.Si., yang telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi terlaksananya kegiatan ini. Penulis menyampaikan pula apresiasi setinggi-tingginya kepada dua narasumber kegiatan ini yaitu Bapak Rob Prabowo (Penasihat pada DPD ASITA DIY) dan Bapak Mahatma Primandaru (Pemilik dan Pengelola *Mahaloka Paradise*).

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). *Aplikasi Dataku Daerah Istimewa Yogyakarta: Desa Wisata dan Pokdarwis*. Bappeda DIY.
http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/211-pariwisata
- Biro Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020). *Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta, 2019*.
<https://yogyakarta.bps.go.id/statictable/2020/06/26/114/jumlah-desa-kelurahan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-di-yogyakarta-2015-2019.html>
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164–182.
<https://www.jstor.org/stable/40970087>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021, Agustus 18). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Ragam Pariwisata.
<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Nalebuff, B. (2004). Bundling as an Entry Barrier. *Quarterly Journal of Economics*, 119(1), 159–187. <https://doi.org/10.1162/003355304772839551>
- Rosentraub, M. S., & Joo, M. (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions? *Tourism Management*, 30(5), 759–770.
<https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2008.11.014>
- Sekretariat Dewan DPRD Kota Yogyakarta. (2020, Agustus 12). *Wisata Berbasis Budaya di Jogja Kembali Bangkit*. Sekretariat Dewan DPRD Kota Yogyakarta.
<https://setwan.jogjakota.go.id/detail/index/11577>
- Sharma, J. Kumar. (2008). *Tourism product and services: development strategy and management options*. Kanishka Publishing House.
<https://www.worldcat.org/title/182848901>
- Sucayyo, N. (2021, Agustus 3). *Industri pariwisata Yogyakarta rugi Rp 10 Triliun selama pandemi*. VoA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/industri-pariwisata-yogyakarta-rugi-rp10-triliun-selama-pandemi/5988791.html>
- Wang, Y., Pfister, R. E., & Morais, D. B. (2006). Residents' attitudes toward tourism development: a case study of Washington, NC. Dalam R. Burns & K. , comps Robinson (Ed.), *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium; 2006 April 9-11; Bolton Landing, NY. Gen. Tech. Rep. NRS-P-14*. (Vol. 14, hlm. 411–419). U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northern Research Station.
<https://www.srs.fs.usda.gov/pubs/12707>