

Motivasi dan Pembelajaran sebagai Cara Meningkatkan Potensi Kampung Wisata Durimanis Masyarakat

Dorothea Wahyu Ariani^{1*}, Djaelani Susanto², Yetti Lutiyan Suprpto³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*e-mail korespondensi: dorothea.w@mercubuana-yogya.ac.id

Abstract

Realizing a tourist village is a challenging goal. There are many things that need to be prepared, done, and developed. Motivation and involvement of all parties are absolutely necessary. Introduction of potential, personal branding of the tourist village, integrated management, and online and offline promotion are absolutely necessary. Various self-development efforts by learning from business partners are steps that need to be taken. However, all of this needs to be supported by an unyielding spirit to take a long, continuous journey. Training on motivation needs to be done. In addition, digital marketing skills also need to be continuously developed. The administrators together with the residents of the tourist village must not get tired of posting the tourist village with various activities and tour packages offered. The results of this activity are the increasing interest and motivation of residents to develop the Durimanis Tourism Village and the increasing number of residents who are willing to do marketing on their social media.

Keywords: *tourism village; motivation; learning; digital marketing; comparative study*

Abstrak

Mewujudkan kampung wisata merupakan cita-cita yang menantang. Banyak yang perlu disiapkan, dilakukan, dan dikembangkan. Motivasi dan keterlibatan semua pihak mutlak diperlukan. Pengenalan potensi, *personal branding* kampung wisata, pengelolaan secara terintegrasi, dan promosi secara *online* dan *offline* mutlak perlu dilakukan. Berbagai usaha pengembangan diri dengan belajar dari mitra bisnis merupakan langkah yang perlu dilakukan. Namun semuanya perlu ditopang oleh semangat pantang menyerah untuk menempuh perjalanan panjang yang berkesinambungan. Pelatihan mengenai motivasi perlu dilakukan. Selain itu, keterampilan digital marketing juga perlu selalu dikembangkan. Pengurus bersama warga kampung wisata tidak boleh bosan memposting kampung wisata dengan berbagai aktivitas dan paket wisata yang ditawarkan. Hasil kegiatan ini adalah semakin meningkatnya minat dan motivasi warga untuk mengembangkan Kampung Wisata Sawah Durimanis dan semakin banyak warga yang bersedia melakukan pemasaran di media sosial mereka.

Kata Kunci: desa wisata; motivasi; pembelajaran; pemasaran digital; studi banding

Accepted: 2024-08-07

Published: 2025-01-02

PENDAHULUAN

Bisnis pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang berkembang sangat pesat di Yogyakarta. Sebagai kota pelajar dan budaya, Yogyakarta dikenal dengan kota yang "murah" biaya hidupnya. Hal ini dibuktikan dengan UMK Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang berada pada kisaran 2,3 juta yang menunjukkan bahwa tinggal di Yogyakarta tidak mahal. Kondisi ini mendasari meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk mengunjungi Yogyakarta di waktu liburan. Hal ini semakin memperkuat sebutan Yogyakarta sebagai kota wisata. Yogyakarta juga masih dikenal masyarakat sebagai kota "tradisional" yang masih mempertahankan tradisi kehidupan di desa.

Di sisi lain, masyarakat di kota besar yang kesehariannya sarat dengan kehidupan di tengah kota yang sibuk, berada di gedung-gedung yang menjulang tinggi dan penuh dengan kemacetan, kebisingan, dan polusi udara. Kebutuhan akan suasana perdesaan yang hijau dan bebas dari kemacetan, kebisingan, dan polusi telah menggugah para pebisnis pariwisata untuk mengembangkan bisnis tersebut. Yogyakarta yang dikenal sebagai sebutan kota budaya dengan mempertahankan tradisinya sebagai kearifan lokal telah menjadikannya untuk tetap mengembangkan dirinya sebagai kota wisata dan budaya (Nugraha et al., 2023).

Bisnis pariwisata merupakan bidang bisnis yang didukung oleh pemerintah dengan memberikan berbagai fasilitas serta sarana dan prasarana telah mendorong geliat ekonomi masyarakat (Sugiyarto & Amaruli, 2018). Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya minat kunjungan wisawa ke Yogyakarta baik sebelum maupun setelah Pandemi COVID-19. Wisata alam dengan pemandangan desa yang penuh dengan adat dan tradisi telah memancing para wisatawan datang ke Yogyakarta. Kondisi ini juga didukung dengan keinginan masyarakat kota-kota besar di Indonesia yang merindukan suasana perdesaan. Pada umumnya, wisatawan datang karena daya tarik alam yang tidak ditemuinya di tempat tinggal mereka (Yulianto, 2017). Yogyakarta yang sudah lebih dulu dikenal sebagai kota pelajar dan kota wisata budaya juga telah berkembang sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia memang sudah selayaknya mengembangkan wisata edukasi, budaya, dan pengalaman dengan menyuguhkan berbagai keunikan daerahnya.

Kampung Wisata Durimanis yang terletak di Desa Dukuh Kelurahan Imogiri, Kabupaten Bantul merupakan satu dari sekian banyak desa atau kampung wisata yang ingin menjadikan dirinya sebagai tujuan wisata edukasi, budaya, dan pengalaman. Berawal dari banyaknya warga desa yang beternak ikan di kolam pribadinya yang hasilnya cukup banyak, namun tidak dikembangkan ke arah bisnis, kegiatan peternakan dan perikanan ini dikembangkan ke arah bisnis kuliner. Tahun 2019 beberapa pengurus dan pegiat kampung menggerakkan warga untuk lebih meningkatkan usahanya dengan semakin mengembangkan bisnis perikanan ke arah kuliner ikan dan bisnis lainnya.

Kampung atau desa wisata merupakan destinasi wisata yang banyak digemari dalam sepuluh tahun terakhir ini (Abka & Murdana, 2023). Dengan semakin menjamurnya desa atau kampung wisata yang berlatar wisata alam, Durimanis juga berkembang ke arah kampung wisata yang menamakan dirinya Wisata Kampung Sawah. Ada berbagai kegiatan wisata yang ditawarkan di Durimanis, yaitu tanam padi, meme gabah, tanam sayur, tumbuk padi, wisata sepeda, memberi makan ternak (sapi, kambing, ikan), membuat jamu, dan arung selokan. Semua kegiatan dilakukan di Desa Wisata Durimanis dengan suasana dan pemandangan, serta makanan ala perdesaan.

Permasalahan yang timbul dari pengembangan desa wisata tersebut adalah bagaimana melibatkan kaum muda untuk mengembangkan Kampung Wisata Sawah Durimanis. Pengurus kampung wisata tersebut menghendaki kegiatan pemasaran baik secara *offline* maupun *online*. Mereka meyakini bahwa pemasaran merupakan ujung tombak kegiatan bisnis agar berjalan dengan baik dan mendatangkan banyak pengunjung. Namun demikian, ketakutan dan kekhawatiran akan keberlanjutan kegiatan tersebut yang mendorong keinginan para pengurus Kampung Wisata Sawah Durimanis untuk melakukan studi banding ke mitra usaha wisata yaitu Kampung Wisata Ledok Sambi yang telah lebih dulu menyajikan wisata alam dan telah dikelola secara profesional dengan manajemen yang kuat sehingga telah banyak meraup keuntungan.

METODE

Permasalahan utama yang dihadapi Kampung Wisata Sawah Durimanis adalah motivasi dan kepercayaan diri pengurus dan warga masyarakat dalam mengembangkan kampung wisata tersebut. Para pengurus kampung wisata masih belum menemukan cara yang paling tepat untuk meyakinkan warga untuk terlibat dalam mengembangkan kampungnya menjadi sumber perekonomian yang menguntungkan semua pihak.



Gambar 1. Kampung Wisata Sawah Durimanis

Kegiatan pengembangan Kampung Wisata Sawah Durimanis sudah dimulai sejak satu tahun yang lalu. Kegiatan banyak dilakukan dengan berdiskusi dan meninjau lokasi kampung wisata untuk menentukan peta pengembangan yang perlu dilakukan. Berdasarkan kajian permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan dan mengelola Kampung Wisata Sawah Durimanis, maka beberapa metode berikut ini dilakukan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

1. Pelatihan Pengelolaan dan Pengenalan Potensi Kampung Wisata

Pengelolaan atau manajemen kampung wisata merupakan metode yang harus dipahami dalam mengelola kampung wisata. Sebagai tempat destinasi para wisatawan, kampung wisata harus mampu menyajikan berbagai potensi alam untuk ditawarkan. Pelatihan mengenai pengelolaan dan pengenalan potensi kampung wisata dilakukan oleh beberapa dosen. Sementara itu, peserta pelatihan adalah pengurus dan warga Kampung Wisata Sawah Durimanis. Pelatihan dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024 di kantor pengurus kampung wisata tersebut dan tanggal 3 Agustus 2024 di Kampung Wisata Ledok Sambi bersamaan dengan studi banding.

2. Pelatihan dan *Digital Marketing*

Selain pelatihan mengenai pengelolaan dan pengenalan potensi, pengurus dan warga juga diberi pelatihan mengenai penggunaan media sosial sebagai cara promosi paling ampuh. Bagaimana membuat konten dan bagaimana memposting berbagai kegiatan di Kampung Wisata Sawah Durimanis. Pelatihan juga dilakukan di kantor pengurus kampung sawah tersebut pada tanggal 7 Juli 2024 secara *hybrid* karena ada pembicara yang berada di luar kota. Berikut adalah link berita studi banding tersebut: <https://koranbernas.id/pengelola-desa-wisata-durimanis-belajar-cara-memanfaatkan-media-digital>.

3. Studi Banding

Studi banding dilakukan untuk lebih meyakinkan pengurus dan warga Kampung Wisata Sawah Durimanis agar lebih memahami pengelolaan kampung wisata. Pengelolaan tersebut meliputi cara mengajak warga untuk terlibat secara aktif, pembagian pengelolaan dan keuntungan, bagaimana menghadapi tamu atau wisatawan, bagaimana menyediakan *catering*, dan masih banyak lagi. Studi banding dilakukan di Kampung Wisata Ledok Sambi pada tanggal 3 Agustus 2024. Pada kegiatan studi banding ini narasumber berasal dari pengelola Kampung Wisata Ledok Sambi, baik manajemen maupun para karyawan dan warga sekitar yang secara langsung terlibat dalam penanganan kegiatan Kampung Wisata Ledok Sambi. Berikut adalah link berita studi banding

tersebut: <https://ltdikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/tambah-wawasan-tim-pkm-fe-umby-dampingi-desa-wisata-durimanis-studi-banding>.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memulai bisnis memang merupakan suatu keputusan besar yang memerlukan dukungan dari banyak pihak. Dari diri sendiri selalu dimulai dari motivasi, kepercayaan diri, dan keberanian, serta tidak takut gagal. Kegagalan dalam bisnis adalah hal yang biasa, namun harus diantisipasi agar tidak terlalu menjadikan berat. Bisnis yang dikembangkan bersama-sama dengan orang lain barangkali lebih terasa ringan karena usaha, keberhasilan, dan kegagalannya akan menjadi tanggung jawab Bersama dan akan dipikul bersama. Namun permasalahan koordinasi dan kesamaan tujuan ini perlu dibicarakan, didiskusikan, dan diputuskan secara bersama-sama (Hailuddin et al., 2020). Menyatukan tujuan merupakan langkah kedua setelah motivasi, kepercayaan diri, dan keberanian berbisnis.

Bisnis pariwisata memang merupakan bisnis yang menjanjikan pasca Pandemi COVID-19. Seolah-olah setelah tidak ada lagi pembatasan sosial berskala besar, "balas dendam" masyarakat terhadap pembatasan tersebut tidak berkesudahan. *Healing* merupakan istilah yang selalu digaungkan oleh semua generasi tanpa terkecuali. Selain itu, wisata alam akhir-akhir ini menjadi favorit masyarakat dalam melepas kepenatan setelah sepekan bekerja (Nain et al., 2018). Masyarakat kota besar telah menjadikan alam sebagai sarana *refreshing* paling ampuh dalam mengisi liburan mereka.

Akhir-akhir ini kampung wisata merupakan salah satu destinasi wisata yang banyak diminati. Pada umumnya kampung wisata menawarkan berbagai potensi alam yang dipadu dengan adat dan tata cara tradisional yang hamper dilupakan terutama masyarakat perkotaan. Untuk itulah kampung wisata perlu menggali potensi dirinya sehingga menarik untuk ditawarkan. Kampung Wisata Sawah Durimanis telah merintis kampung wisata sejak tahun 2019. Walaupun belum mendapatkan bantuan dana pemerintah, namun para perintis kampung wisata yaitu Pak Eko dan teman-temannya telah bertekad membangun dan mengembangkan kampung wisata tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu pengembangan kampung wisata ini telah berjalan sejak tahun 2020. Kegiatan yang dilakukan bersama dengan para perintis, pengurus, dan warga Kampung Wisata Sawah Durimanis telah membuahkan hasil dengan kedatangan tamu yang melaksanakan kegiatan outbond di kampung tersebut. Pada umumnya tamu datang secara rombongan di hari Sabtu dan Minggu. Walaupun ada wisatawan atau tamu yang datang, namun aktivitas kampung wisata masih belum optimal. Masih banyak yang harus dikembangkan agar kampung wisata ini lebih dapat dirasakan kemafaatannya dalam peningkatan perekonomian warga kampung tersebut.

Potensi kampung wisata Durimanis yang bisa dilibatkan dalam pengembangan adalah dengan menyediakan *homestay* bagi wisatawan yang berkunjung dan ingin bermalam di kampung wisata tersebut. Syarat *homestay* adalah bersih, nyaman, dan ketersediaan makanan yang memenuhi kecukupan gizi bagi para wisatawan. Penyediaan *homestay* bukan merupakan persoalan yang mudah mengingat warga masyarakat menyediakan sebagian rumahnya untuk penginapan bagi para tamu. Selain itu, perlu adanya pengelolaan *homestay* dengan baik dan memerlukan keahlian. Kampung wisata harus dikelola secara baik dan profesional sehingga wisatawan merasa nyaman, aman, tidak mendapatkan kesulitan, dan tentu saja betah berada di kampung wisata tersebut (Puspita & Malik, 2024).

Potensi lain adalah mengembangkan keunggulan kampung wisata sawah seperti usaha terkait perikanan menjadi bisnis wisata pemancingan, kuliner terkait ikan, atau memberi makan ikan. Selain itu, di Kampung Wisata Sawah Durimanis terdapat industri pembuatan jamu tradisional baik dalam bentuk padat atau bubuk (*instant*) dan cair (botol). Pembuatan jamu tradisional ini bisa dikembangkan menjadi wisata praktek pembuatan jamu bagi para wisatawan yang datang. Hal

yang paling penting dalam pengembangan potensi kampung wisata adalah tetap menjaga kelestarian lingkungan sekitarnya (Tjilen et al., 2023).

Kegiatan pengembangan Kampung Wisata Sawah Durimanis diawali dengan keinginan meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat. Keinginan ini dapat menggerakkan atau memotivasi warga untuk menggali potensi wisata sawah dan wisata alam di Durimanis. Namun demikian, keinginan tersebut seringkali terhalang oleh ketidakpercayaan diri dan keraguan warga masyarakat untuk secara bersama-sama mengembangkan kampung wisata tersebut. Menurut Benabou dan Tirole (2002), *self-motivation* dan *self-confidence* merupakan dua syarat terlaksananya kegiatan dan tercapainya kinerja yang optimal. Hal ini didukung oleh Satriawan et al. (2024) yang menemukan bahwa kedua faktor tersebut berkorelasi untuk mencapai kinerja yang diharapkan.

Masyarakat masih banyak yang belum memiliki rasa memiliki kampung wisata Durimanis tersebut juga merupakan kendala yang perlu diatasi. Para pemuda juga masih belum banyak yang terlibat dalam pengembangan kampung wisata Durimanis karena belum jelas prospek ke depannya. Oleh karena itu, kegiatan yang pertama dilakukan adalah memberikan motivasi dan membangkitkan rasa percaya diri warga kampung wisata tersebut untuk mengembangkan daerahnya.

Sumberdaya manusia di kampung wisata perlu diberikan pemahaman mengenai keunikan kehidupan di desa, seperti menanam padi atau aneka sayuran, memanen padi, memberi makan ternak yang dimiliki masyarakat, membuat makanan-makanan tradisional seperti jamu dan kue-kue tradisional. Keterlibatan masyarakat mulai dari penyediaan *homestay*, kegiatan unik di lokasi, kuliner, hingga menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan merupakan tugas dan tanggung jawab bersama. Masyarakat sekitar perlu dilibatkan secara total. Untuk membangkitkan motivasi dan keterlibatannya, masyarakat perlu diberikan pemahaman dan pengetahuan (Ritonga et al., 2022) mengenai kampung wisata secara keseluruhan. Oleh karena itu, kegiatan melakukan studi banding perlu dilakukan.

Kualitas dan harga merupakan pertimbangan utama dalam memilih destinasi wisata alam. Informasi mengenai destinasi wisata alam termasuk kampung wisata diburu melalui media sosial (Prasetyo et al., 2023). Sumber informasi mereka adalah media sosial dengan berbagai komentar warganet selalu ditunggu untuk bekal mengambil keputusan ke mana akan berlibur. Komentar warganet yang positif dan berbintang banyak tentu menjadikan nilai lebih warganet untuk memilih destinasi melepas kepenatan mereka. Saat ini teknologi merupakan impian banyak orang untuk dapat mengeksplorasi potensi yang dimiliki dan memamerkannya dengan cara yang paling mudah dan murah (Zainal et al., 2023). Warga Kampung Wisata Sawah Durimanis juga perlu diyakinkan bahwa teknologi yang mereka miliki sudah dapat digunakan untuk memasarkan kampung wisatanya. Yang perlu ditingkatkan adalah Tingkat keseringan posting semua kegiatan dan hal-hal positif tentang Kampung Wisata Sawah Durimanis.

Selanjutnya, kegiatan pemasaran yang diyakini paling efektif dan efisien adalah digital marketing (Pratama, 2023). Para pengurus kampung sawah Durimanis. Permasalahan yang dihadapi para warga terutama kaum muda adalah keraguan dengan teknologi yang dimiliki. Ketidakpercayaan diri kaum muda inilah yang perlu diatasi dengan melakukan studi banding ke kampung wisata lain yang sejenis, terutama dalam pengelolaan. Semua warga masyarakat harus melakukan posting mengenai Kampung wisata sawah Durimanis. Semua warga harus dimotivasi untuk melakukan promosi secara online melalui media sosial. Kegiatan *posting* dan *re-posting* dan komentar-komentar di media sosial merupakan cara promosi paling efektif. Selain itu promosi secara langsung juga perlu dilakukan dengan menyebarkan brosur atau memasukkan proposal kegiatan di berbagai institusi.



Gambar 2. Pelatihan Manajemen dan Pengenalan Potensi dan Digital Marketing Kampung Wisata

Personal branding merupakan cara yang paling ampuh dalam kegiatan *marketing* (Agustiani et al, 2024). Keahlian inilah yang perlu dikembangkan oleh warga Kampung Wisata Sawah Durimanis. Warga harus melakukan *take position* usaha kampung wisata Durimanis, apa saja yang akan dikembangkan dan bagaimana mengembangkannya. Pengurus bersama warga harus mengenali potensi kampung dan memutuskan apa sajakah yang akan ditawarkan kepada para wisatawan. Kegiatan ini memerlukan partisipasi aktif dan pengorbanan semua pihak. Tetap belajar dari mitra dan tetap meningkatkan motivasi untuk mewujudkan Kampung Wisata Sawah Durimanis yang selalu ada di hati masyarakat harus selalu dilakukan dengan promosi secara *online* maupun *offline*.



Gambar 3. Pelatihan Motivasi dan Kepercayaan Diri

Kegiatan studi banding merupakan kegiatan yang diharapkan dapat memberikan pencerahan kepada pengurus dan pemuda warga Kampung Sawah Durimanis. Studi banding merupakan kegiatan yang dilakukan dengan melihat secara lansung apa saja yang dilakukan untuk dapat mencapai tujuan atau kinerja yang diharapkan (Nain, 2018). Dengan belajar dari kampung wisata lain untuk lebih meyakinkan warga bahwa bisnis kampung wisata alam ini dapat meningkatkan perekonomian warga masyarakat di sekitar kampung wisata tersebut. Kegiatan studi banding dilakukan diawali dengan berkeliling area Ledok Sambu untuk melihat kegiatan yang ada dan wisata atau wahana apa saja yang ditawarkan kepada wisatawan. Selain itu, selama berkeliling, pengelola Ledok Sambu menjelaskan bagaimana pengelolaan Kampung Wisata Alam Ledok Sambu itu dilakukan sehingga tetap *survive* selama tidak kurang dari 20 tahun.

Setelah berkeliling, pengurus dan perwakilan warga Kampung Sawah Durimanis berdiskusi dengan pelaksana langsung kegiatan wisata di Ledok Sambu. Bapak Slamet dan Ibu Rini merupakan perwakilan dari sekian banyak staf pengelola Ledok Sambu. Dalam sharing tersebut, Bapak Slamet dan Ibu Rini menekankan perlunya motivasi, rasa memiliki, kerja keras, dan kebersamaan dengan warga sekitar sehingga dapat menjelaskan kampung wisata tersebut dengan

baik. Pengelola juga menjelaskan mengenai bagaimana berdampingan dengan warga kampung wisata dan melibatkan mereka dalam semua kegiatan di kampung wisata, sehingga warga juga merasakan keuntungan dan kemanfaatan kampung wisata tersebut.



Gambar 3. Studi Banding ke Kampung Wisata Mitra

KESIMPULAN

Ulet, telaten, gigih, pantang menyerah, sabar, dan tidak mengeluh merupakan slogan-slogan yang didengungkan pengurus dan warga Kampung Wisata Sawah Durimanis setelah pelatihan dan studi banding dilaksanakan. Para peserta yang berjumlah 22 orang menjadi paham apa yang harus dilakukan untuk mencapai keinginan dan harapannya mendirikan kampung wisata yang dimiliki bersama oleh semua warga dan dapat menghasilkan manfaat dan keuntungan bersama. Pengurus dan warga yang semula belum tahu bagaimana memulai bisnis baru menjadi lebih paham. Mereka juga lebih termotivasi dalam mengembangkan Kampung Wisata Sawah Durimanis secara profesional. Pengurus menugaskan beberapa orang muda untuk membuat konten sekaligus memposting kegiatan-kegiatan di Durimanis. Mereka juga berbagi tugas menjalankan akun beberapa media sosial yang dimilikinya.

Selain itu, brosur yang mereka miliki sudah disebar dengan menawarkan berbagai paket wisata baik perorangan maupun kelompok. Sasaran utama setelah pelatihan dan studi banding adalah perguruan tinggi yang saat ini berada dalam masa awal kuliah dengan kegiatan mahasiswa baru berupa pengenalan kampus yang biasanya diakhiri malam keakraban. Brosur dan proposal segera dibuat agar dapat ditawarkan ke perguruan tinggi yang mengadakan pengenalan kampus dan diakhiri dengan malam keakraban. Namun demikian, pengurus dan warga Kampung Wisata Sawah Durimanis masih menginginkan pendampingan agar usaha yang mereka lakukan dapat membuahkan hasil positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada peserta pelatihan dan para pihak yang telah membantu terlaksananya pelatihan pengembangan kampung wisata serta kepada UMBY yang telah memberikan dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abka, R.K. & Murdana, I.M. (2023). Kajian potensi desa wisata sebagai daya tarik wisata alternatif di Lombok Tengah. *Jurnal of Mandalika Review*, 2(2), 32-37. <https://doi.org/10.55701/mandalika>.
- Agustiani, A., Syaiful, S., Maryantina, & Handayani, E. (2024). Edukasi Bahasa Inggris sebagai penunjang personal branding di Era Society 5.0 bagi masyarakat Desa Wisata Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. *Journal of Human And Education*, 4(1), 341-344. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>.

- Benabou, R. & Tirole, J. (2002). Self-confidence and personal motivation. *The Quarterly Journal of Economics*, August, 871-915.
- Hailuddin, Diswandi, Maryam, S., Fuady, H., & Suriadi, I. (2020). Pengembangan usaha dengan pola kelompok usaha Bersama (KUBE) pada pelaku usaha mikro kecil di Desa Dara Kunci Sambalia Lombok Timur. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat*, LPPM Universitas Mataram.
- Nain, U. (2018). *Wisata Pembangunan Desa: Suatu Autokritik*. Yogyakarta: Amongkarta.
- Nugraha, R.N., Mulya, M.H., Putra, E.S., Alamsyah, A.A., Jhanufa, A.B.I. (2023). Keberagaman budaya Yogyakarta sebagai destinasi wisata budaya unggulan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 771-780. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10435585>.
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran desa wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan Sosial Budaya*, 9(2), 515-521
- Pratama, I.W.A. (2023). Pelatihan digital marketing untuk pemasaran desa wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani*, 2(1), 27-32. <https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>.
- Puspita, A.N.A. & Malik, A. (2024). Analisis pengelolaan desa wisata (Studi pada Desa Nyatnyono Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah). *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(2), 90-106. <https://doi.org/10.61579/future.v2i2.99>.
- Ritonga, S.R.E., Anggraini, T., & Nawawi, Z.M. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa dalam bisnis Islam melalui motivasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2269-2280. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5874>.
- Satriawan, M., Arafat, Y., & Salmah, N.N.A. (2024). Pengaruh kepercayaan diri dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional II Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 732 – 744.
- Sugiyarto & Amaruli, R.J. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan local. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), pp. 45-52.
- Tjilen, A.P., Waas, R.F.Y., Ririhena, S.W., Tambaip, B., Syahrudin, Ohoiwutun, Y., & Prihandayani, R.D. (2023). Optimalisasi potensi desa wisata melalui manajemen pengelolaan yang berkelanjutan: Kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat lokal. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(6), 38-49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8373947>.
- Yulianto, A. (2017). Analisis objek daya Tarik wisata favorit berdasarkan jumlah pengunjung di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 15(2), 555-567.
- Zainal, M., Yanis, M., Putra, R.A., & Muksin. (2023), Peningkatan manajemen wisata berbasis teknologi informasi di Desa Iboih Kota Sabang. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 1-10. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v7i1.5452>.