



Pengabdian Kepada Masyarakat: Peningkatan Digitalisasi Marketing untuk Pengembangan Desa Wisata Kemetul

Community Service: Improvement of Marketing Digitalization for the Development of Kemetul Tourism Village

Angga Prastiyo^{1*}, Dwi Nurrahmawati²

^{1,2} STIE AMA Salatiga, Indonesia

Email : angga.prastyo@stieama.ac.id¹, 2022105007@student.stieama.ac.id²

Korespondensi penulis : angga.prastyo@stieama.ac.id*

Article History:

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Juli 18, 2024;

Accepted: August 27, 2024;

Online Available: August 29, 2024;

Keywords: Village, Tourism, Social Media, Digitalization

Abstract: The Village Government & managers of Kemetul Tourism Village do not understand much about digitization transformation, digitization opportunities, and technological innovation in the tourism sector. Observation preparation is the first step to dig deeper into the existing problems. Training for the Village Government & Management of Kemetul Tourism Village to understand the challenges and opportunities of digitalization marketing in the tourism sector. Practice and apply digitalization marketing for the development of tourism villages. With the understanding and training digitalization has the potential to drastically change the tourism industry, allowing better knowledge management, faster innovation, and better data security while reducing operational time. In addition to providing understanding, there is also a need for training in tourism service technology innovation. Many types of tourism service technology make it easier for managers such as the use of social media and websites that can be accessed in the form of websites and smartphone applications.

Abstrak

Pemerintah Desa & pengurus Desa Wisata Kemetul belum banyak memahami tentang transformasi digitalisasi, peluang digitalisasi, serta inovasi teknologi pada bidang pariwisata. Persiapan observasi merupakan langkah awal untuk menggali lebih dalam permasalahan yang ada. Pelatihan kepada Pemerintah Desa & Pengurus Desa Wisata Kemetul untuk memahami tentang tantangan dan peluang digitalisasi marketing pada sektor wisata. Praktek dan menerapkan digitalisasi marketing untuk pengembangan desa wisata. Dengan adanya pemahaman dan pelatihan digitalisasi memiliki potensi untuk mengubah industri pariwisata secara drastis, memungkinkan manajemen pengetahuan yang lebih baik, inovasi yang lebih cepat, dan keamanan data yang lebih baik sekaligus mengurangi waktu operasional. Selain memberikan pemahaman juga perlu adanya pelatihan dalam inovasi teknologi layanan wisata. Banyak jenis teknologi layanan wisata yang memudahkan para pengurus seperti pemanfaatan media sosial dan website yang dapat diakses dalam bentuk website maupun aplikasi smartphone.

Kata Kunci: Desa, Wisata, Media Sosial, Digitalisasi

1. PENDAHULUAN

Desa Kemetul berada di bagian paling utara Kecamatan Susukan dan merupakan batas antara Kecamatan Susukan dan Kecamatan Suruh. Desa ini juga dibatasi oleh dua sungai, dengan potensi alam yang luar biasa dan kearifan lokal yang kuat. Objek wisata utama di tempat ini adalah pemandangan persawahan hijau yang luas. Kualitas udara di desa Kemetul ini cukup segar dan bebas polusi karena masyarakat setempat sangat menjaga kebersihan dan keasrian. Selain itu, wisatawan dapat menikmati indahnya pemandangan matahari terbit dan

matahari terbenam di desa ini, terutama dari atas menara bambu, yang akan menawarkan pemandangan yang indah.

Desa wisata mengacu pada konsep pengembangan desa yang berfokus pada pariwisata berbasis komunitas dan kearifan lokal, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengembangan potensi wisata yang ada di desa, baik buatan maupun alam. Wisata pedesaan mengacu pada masyarakat pedesaan yang memiliki tradisi, warisan seni, gaya hidup, lokasi, dan nilai-nilai yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Ketika wisatawan berkunjung ke daerah pedesaan, mereka akan mendapatkan informasi tentang budaya dan pengalaman melalui cerita rakyat, adat istiadat, dan pemandangan (Gautama, Yulawati, Nurhayati, Fitriyani, & Pratiwi, 2020).

Wisata massal (mass tourism) telah berkembang menjadi wisata alternatif (alternative tourism), yang berfokus pada wisata alam atau budaya lokal dengan tujuan petualangan dan pembelajaran. Jenis wisata alternatif ini termasuk wisata petualangan (adventure tourism), mendaki gunung (hiking), berjalan (trekking), dan juga wisata yang menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan. Desa wisata dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kriteria berikut (*Pedoman Desa Wisata*, 2021) yaitu mempunyai daya tarik wisata seperti alam, buatan maupun budaya, mempunyai kelompok masyarakat yang solid, mempunyai SDM untuk pengembangan desa wisata, mempunyai peluang pasar wisatawan.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Pariwisata, destinasi wisata didefinisikan sebagai wilayah geografis yang terletak dalam satu atau lebih wilayah administratif di mana terdapat tempat wisata, fasilitas wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat yang saling terkait yang melengkapi fungsi pariwisata (Indonesia, 2009)

Ketika tempat wisata dapat memberikan kepuasan maksimal kepada pengunjungnya, itu akan menjadi dasar yang baik bagi mereka untuk kembali dan menceritakan hal-hal positif kepada orang lain. Selain fasilitas wisata, kepuasan pengunjung juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Ridwan & Sukriadi, 2022)

Digitalisasi industri pariwisata adalah salah satu langkah yang tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital untuk memenuhi kebutuhan wisata. Salah satu upaya untuk mewujudkan digitalisasi industri pariwisata adalah dengan menggunakan TIK. TIK telah digunakan dalam tingkat operasional, struktural, strategi, dan pemasaran untuk membantu produsen, perhotelan, dan pelanggan untuk berinteraksi di seluruh dunia (Mumtaz & Karmilah, 2021).

Menurut Luo et al. 2022 dalam (Afnarius et al., 2024) ,teknologi informasi telah menjadi kekuatan produktif yang kuat di era digital saat ini dan telah merambah semua aspek kehidupan manusia, termasuk pariwisata. Sektor pariwisata, layanan dan strategi pemasarannya sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan Industri 4.0.

Ada kemungkinan bahwa pariwisata digital akan menjadi kemajuan besar bagi industri pariwisata dan kreatif Indonesia. Karena wisata digital secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk menjadi lebih cerdas dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Karena gaya hidup masyarakat cenderung cepat dan bersentuhan langsung dengan internet, itu pasti bukan masalah yang besar (Kemenparekraf, 2021).

Terbukti bahwa digitalisasi pariwisata adalah strategi penting untuk mempromosikan pariwisata. Digitalisasi pariwisata menggunakan metode digital yang berdampak pada pengembangan potensi pariwisata di desa wisata (Mumtaz & Karmilah, 2021). Sarana pendukung objek wisata dapat berupa sistem informasi pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna akan informasi tentang destinasi pariwisata. Selain itu, sistem ini juga dapat digunakan untuk mempromosikan daerah tujuan wisata secara keseluruhan (Utami, 2016).

Berdasarkan Deklarasi ASEAN, negara anggota diminta untuk melakukan transformasi pariwisata secara digital dan mengembangkan kebijakan, infrastruktur, dan sumber daya pariwisata dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi. ASEAN Tourism Forum (ATF) 2023, yang berlangsung di Yogyakarta pada 3–5 Februari 2023, bertemakan ASEAN Empower Talents, Embrace Technology, Recover Tourism. Salah satu tujuan dari Forum tersebut adalah untuk mendorong penggunaan teknologi digital dan inovasi (Kartika, 2023).

Digital tourism dapat menjadi alat strategis untuk meningkatkan reputasi Indonesia di mata dunia dalam perspektif politik tahun 2024, yang penting bagi Indonesia. Kekayaan warisan dan keindahan alam Indonesia dapat dipromosikan secara luas melalui media digital. Dengan melakukannya, para pemimpin dapat menggandeng pasar turis domestik dan internasional untuk meningkatkan persepsi positif tentang industri pariwisata, yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi negara. Keikutsertaan dalam Generasi Pesona Indonesia (GenPI) adalah kemajuan besar dalam industri pariwisata digital Indonesia (Yunita, 2024).

Era teknologi yang terus berkembang, industri pariwisata harus tetap inovatif dan adaptif. Industri pariwisata telah mengalami transformasi besar selama era internet. Namun, industri pariwisata masih dapat mengambil keuntungan dari era ini dan terus menarik wisatawan ke destinasi mereka dengan memanfaatkan tren dan teknologi terbaru. Cara orang melihat dunia telah berubah karena pemasaran digital, pengetahuan wisatawan yang lebih baik,

dan pemesanan online yang sangat mudah. Namun, persaingan yang ketat, peraturan yang berkembang, dampak pada lingkungan, dan keamanan data juga harus dipertimbangkan. Agar industri pariwisata dapat bertahan di era teknologi saat ini, Desa Wisata Kemetul harus berinovasi dan bekerja sama untuk mengatasi tantangan ini.

2. METODE

Persiapan

Pada fase ini, ada beberapa hal yang dilakukan, antara lain: pengurusan ijin PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) kepada Kepala Desa Kemetul, observasi untuk menggali lebih dalam permasalahan yang ada, interview dengan Pemerintah Desa & Pengurus Desa Wisata Kemetul.

Pelatihan

Setelah melakukan fase persiapan, fase selanjutnya adalah melakukan pelatihan. Adapun materi yang diberikan yaitu :

- Memberikan Pemahaman konsep transformasi digitalisasi pelayanan pariwisata agar dapat dipahami oleh Pemerintah Desa & Pengurus Desa Wisata Kemetul.
- Menjelaskan kepada Pemerintah Desa & Pengurus Desa Wisata Kemetul untuk memahami tentang tantangan dan peluang digitalisasi marketing pada sektor wisata.
- Memberikan pelatihan terkait inovasi teknologi di bidang wisata yang sedang berkembang (pemanfaatan media sosial)



Gambar 1. Menjelaskan Peluang Digital

Praktek

Fase terakhir dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pemerintah Desa & Pengurus Desa Wisata Kemetul mampu memahami, mempraktekkan dan menerapkan digitalisasi marketing untuk pengembangan desa wisata.

Sasaran

Sasaran dalam kegiatan ini adalah Pemerintah Desa & Pengurus Desa wisata Kemetul, dengan Kepala Desa nya bapak Agus Sudibyو beserta kurang lebih 20 orang anggotanya. Kegiatan pengabdian ini dilakukan secara mandiri dari ketua tim dan dibantu anggota tim yang merupakan mahasiswa STIE AMA Salatiga.



Gambar 2. Foto bersama dengan Pengurus Desa Wisata Kemetul setelah acara.

3. HASIL & DISKUSI KEGIATAN

Materi pelatihan digitalisasi marketing pengembangan Desa Wisata Kemetul di mulai pada bulan Agustus 2024. Kegiatan dilaksanakan pada 14 Agustus 2024. Beberapa program pelatihan yang dilaksanakan dalam kegiatan PKM Digitalisasi Marketing Desa Wisata yaitu, Pemahaman Konsep transformasi digitalisasi pelayanan pariwisata agar dapat dipahami oleh Pemerintah Desa & pengurus Desa Wisata Kemetul, Penjelasan kepada Pemerintah Desa & Pengurus Desa Wisata Kemetul untuk memahami tentang tantangan dan peluang digitalisasi marketing pada sektor wisata, serta terkait inovasi teknologi di bidang wisata yang sedang berkembang pemanfaatan media sosial dan website (pembuatan konten media sosial & pemanfaatan fitur tools akun bisnis).



Gambar 3. Sambutan & arahan dari Kepala Desa Kemetul

Pemahaman Konsep Transformasi Digitalisasi Pelayanan Pariwisata

Acara Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dimulai dengan sambutan Kepala Desa Kemetul, beliau menyampaikan pentingnya inovasi dan beradaptasi dengan digitalisasi dalam pelayanan desa wisata (gambar 2). Tim PKM menjelaskan serta memberi contoh kasus tentang pemahaman konsep transformasi digitalisasi marketing Desa Wisata. Digitalisasi wisata adalah istilah yang diterapkan untuk menggambarkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran desa wisata, pada generasi Y dan Z penggunaan pemasaran digital sangat penting untuk mempromosikan destinasi wisata, terutama di era industri 4.0. Baik disadari maupun tidak, digital marketing adalah bagian penting dari promosi pariwisata (Mumtaz & Karmilah, 2021). Pariwisata saat sangat bergantung pada teknologi. Sejak tahun 1980-an, negara-negara telah mencoba menggunakan teknologi informasi untuk mempromosikan destinasi wisata mereka. Saat ini, pariwisata telah berkembang menjadi salah satu dari empat pilar aplikasi e-commerce, bersama dengan keuangan, perangkat lunak, dan publikasi (Luo, Jiang, Pu, Li, & Yang, 2022).

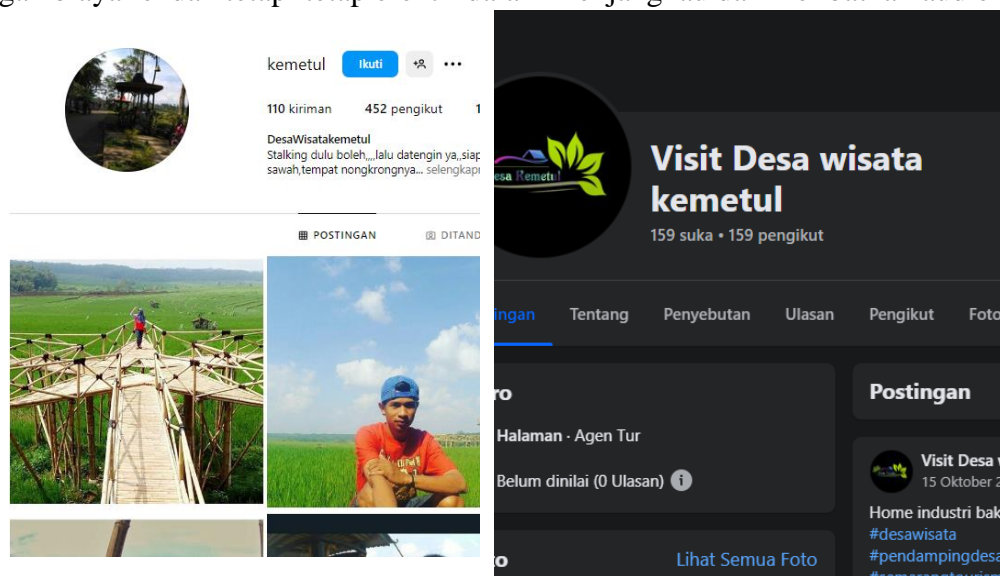
Penjelasan Tentang Tantangan Dan Peluang Digitalisasi Marketing Pada Sektor Wisata

Selain itu, tim PKM memberikan materi tentang kelebihan digitalisasi pemasaran desa wisata. Sektor pariwisata memerlukan teknologi digital yang sangat membantu dalam menanggapi kecepatan dan inovasi atau cara baru yang menggantikan cara lama berbagai pihak yang ada. Disrupsi yang menggantikan cara lama memberikan peluang dalam layanan digitalisasi marketing desa wisata antara lain (Rahmah et al., 2023):

- Promosi yang lebih efektif

Digitalisasi memungkinkan desa wisata untuk menjangkau audiens yang lebih besar daripada strategi pemasaran konvensional. Promosi desa wisata dapat diakses dari seluruh dunia melalui platform online seperti media sosial, website, dan email. Desa wisata dapat menarik minat wisatawan internasional yang mungkin tidak tahu keberadaan mereka tanpa promosi digital. Selain itu, digitalisasi memungkinkan segmentasi pasar yang lebih tepat, dengan desa wisata dapat menargetkan promosi mereka berdasarkan demografi, minat, dan perilaku calon wisatawan, sehingga kampanye promosi menjadi lebih efektif dan efisien. Desa wisata Kemetul mempunyai akun media sosial instagram yang bernama @DesaWisatakemetul, akan tetapi akun ini tidak aktif sejak 7 juli 2017 karena dianggap media ini hanya sebatas berbagai foto. Pengurus belum sadar akan penting nya media sosial ini sehingga dianggap dipandang sebelah mata.

Dibandingkan dengan metode tradisional seperti iklan cetak atau televisi, promosi digital memiliki biaya yang lebih rendah, yang merupakan salah satu keuntungan utamanya. Desa wisata dapat mengatur anggaran kampanye mereka dengan platform iklan digital seperti Google Ads dan Facebook Ads. Selain itu, desa wisata memiliki kemampuan untuk mengukur secara akurat hasil kampanye, yang memungkinkan mereka untuk mengevaluasi apakah investasi mereka menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Konten organik seperti postingan di media sosial atau blog juga dapat dibuat dengan biaya rendah tetapi tetap efektif dalam menjangkau dan melibatkan audiens.



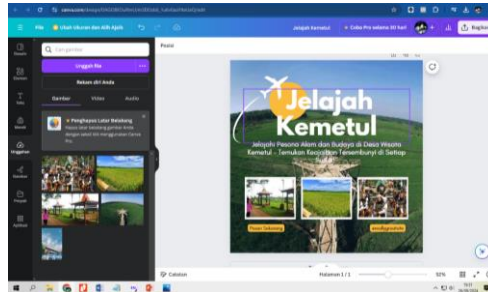
Gambar 4. Media sosial desa wisata Kemetul

- Manajemen yang lebih baik

Digitalisasi marketing memungkinkan untuk mengukur dan menganalisis secara menyeluruh hasil dari setiap kampanye pemasaran. Desa wisata dapat melacak metrik seperti jumlah pengunjung pada media sosial, jenis kelamin pengunjung serta usia pengunjung. Data ini memungkinkan desa wisata untuk mengevaluasi seberapa efektif kampanye promosi mereka dan melakukan perubahan untuk meningkatkan hasil berikutnya. Potensi untuk menjadi viral adalah salah satu kekuatan besar dari promosi digital. Tanpa biaya tambahan, konten yang menarik, relevan, dan emosional dapat dengan cepat menyebar ke pengguna media sosial. Ini dapat meningkatkan eksposur desa wisata dan menarik wisatawan dari seluruh dunia. Rekomendasi sosial, yang ditunjukkan oleh testimoni dan komentar dari pelanggan sebelumnya, juga sangat berpengaruh.

Pelatihan Terkait Inovasi Teknologi Di Bidang Wisata Yang Sedang Berkembang

Pelatihan terkait inovasi teknologi di bidang wisata yang sedang berkembang yaitu tools pembuatan konten & pembuatan akun bisnis media sosial. Tim PKM memberikan tutorial pembuatan konten yang menarik menggunakan https://www.canva.com/id_id/ . Adapun tahapan menggunakan tool dari canva.com antara lain:



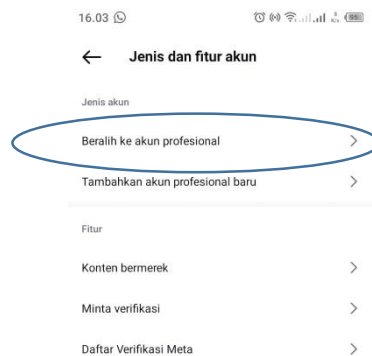
Gambar 4. Pelatihan pembuatan desain

- Kunjungi situs web Canva: buka canva.com dengan browser seperti google chrome dan modzila. Daftar atau Masuk: Klik "Mendaftar" untuk mendaftar menggunakan email, akun Google, atau akun Facebook jika belum memiliki akun. Jika sudah memiliki akun, klik "Masuk" dan masukkan detail akun.
- Cari Template di halaman utama Canva, Anda akan melihat berbagai kategori template, seperti "Social Media", "Presentasi", dan sebagainya. Pilih kategori yang dibutuhkan atau gunakan kotak pencarian untuk mencari template tertentu.
- Mengedit teks yang ada di template, klik dua kali padanya. Toolbar di atas memungkinkan untuk mengubah font, ukuran, warna, dan format teks. Pilih gambar yang ingin diganti, lalu pilih "Ganti" untuk menggantinya dengan gambar dari koleksi Canva, atau klik "Uploads" untuk mengunggah gambar. Menambah Elemen sesuai kebutuhan dengan cara menu "Elemen" di sisi kiri, yang mengandung berbagai elemen seperti bentuk, garis, ikon, ilustrasi, dll. Drag (seret) komponen yang diinginkan ke dalam desain dan sesuaikan posisinya.
- Setelah menyelesaikan desain, klik "Share" di sudut kanan atas dan pilih "Download". Sebelum mengunduh, pilih format file (PNG, JPG, PDF, dll.) dan resolusi.

Selanjutnya pelatihan terkait pembuatan akun bisnis pada media sosial khususnya instagram. Membuat akun Instagram untuk bisnis memiliki banyak manfaat, terutama jika ingin menggunakan platform untuk tujuan komersial atau profesional. Faktor utamanya adalah akses ke Instagram Insights, sebuah fitur analitik yang memungkinkan untuk memantau metrik

penting seperti jumlah tayangan, jangkauan, interaksi, dan demografi pengikut. Data ini membantu dalam memahami audiens yang lebih baik dan mengoptimalkan strategi konten untuk lebih sesuai dengan target pasar (Instagram, 2024). Adapun langkah – langkah dalam pembuatan akun instagram profesional sebagai berikut :

- Klik di sudut kanan atas dan pilih Pengaturan dan privasi. Kemudian, klik Jenis dan fitur akun dan pilih "Beralih ke akun profesional."
- Pilih kategori yang paling cocok untuk menggambarkan bisnis Anda, kemudian pilih "Bisnis".
- Penyiapan sudah selesai dan sekarang memiliki akun Instagram untuk bisnis.



Gambar 5. Peralihan ke akun bisnis

Acara ini ditutup dengan tanya jawab terkait penggunaan tools pembuatan konten t serta tanya jawab mengenai penggunaan kalimat terkait digitalisasi marketing desa wisata. Peserta sangat antusias dengan tanya jawab karena mendapat paparan materi secara detail dari tim PKM dan terlihat peningkatan pengetahuan peserta baik terkait materi

4. KESIMPULAN

Pemerintah Desa & pengurus Desa Wisata Kemetul belum banyak memahami tentang transformasi digitalisasi, peluang digitalisasi, serta inovasi teknologi pada bidang pariwisata. Maka dari itu, pelaksana PKM memberikan solusi atas masalah yang terjadi pada Desa Wisata Kemetul. Tim PKM mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan, setelah persiapan dianggap selesai Tim PKM merealisasikan solusi yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu melakukan program kemitraan masyarakat.

Solusi atas permasalahan yang terjadi adalah dengan melakukan pelatihan dan pemahaman tentang transformasi digital yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi dunia industri, khususnya sektor pariwisata. Salah satu komponen yang mempercepat proses tersebut adalah digitalisasi, yang memungkinkan banyak operasi bisnis saat ini dilakukan dengan lebih

cepat dan efisien. Pemerintah Desa & pengurus Desa Wisata Kemetul saat ini masih banyak yang menggunakan cara konvensional. Salah satu karakteristik penting dari Pemerintah Desa & pengurus Desa adalah kemampuan beradaptasi. Sangat penting bagi Pemerintah Desa & pengurus Desa untuk dapat beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi karena industri pariwisata terus berubah dan sering mengalami perubahan yang mendadak. Dengan adanya pemahaman dan pelatihan digitalisasi memiliki potensi untuk mengubah industri pariwisata secara drastis, memungkinkan manajemen pengetahuan yang lebih baik, inovasi yang lebih cepat, dan keamanan data yang lebih baik sekaligus mengurangi waktu operasional.

Transformasi digital berupaya menghadirkan solusi pelayanan wisata khususnya pada bidang pariwisata yang inovatif dengan cara yang berkelanjutan, bertanggung jawab, dan mudah diakses sangat diperlukan agar terciptanya sinergisitas. Selain memberikan pemahaman juga perlu adanya pelatihan dalam inovasi teknologi layanan wisata. Banyak jenis teknologi layanan wisata yang memudahkan para pengurus seperti pemanfaatan media sosial dan website yang dapat diakses dalam bentuk website maupun aplikasi smartphone.

5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dibutuhkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam pelaksanaan PKM ini, termasuk Yayasan Pendidikan Salatiga, Ketua STIE AMA Salatiga, Pemerintah Desa Kemetul, Pengurus Desa Wisata Kemetul, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M). Oleh karena itu, tim PKM ingin mengucapkan terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan selama proses penyelesaian laporan ini. Tim PKM sangat mengharapkan kritik dan saran yang positif karena menyadari bahwa ada banyak kesalahan dalam penyusunan laporan ini, baik dalam hal EBI, kosa kata, tata bahasa, etika, maupun isi. Oleh karena itu, kami Tim PKM berharap laporan pengabdian ini akan dianggap sebagai gagasan atau konsep yang akan meningkatkan kekayaan intelektual negara.

DAFTAR REFERENSI

- Afnarius, S., Octaviani, L. K., Trenggana, A. F. M., Kraugusteeliana, K., Syahadat, R. M., Adriani, H., & Awaludin, D. T. (2024). *Digitalisasi tourism*. Bandung: Widina Media Utama.
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355-369.
- Instagram. (2024). *Memulai bisnis Anda di Instagram*. Retrieved from https://business.instagram.com/getting-started?locale=id_ID

- Kartika, S. D. (2023). *Pariwisata digital: Disrupsi dan pemanfaatan teknologi untuk pariwisata*. Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI.
- Kemendikbud. (2021). *Strategi digital tourism dalam menggaet wisatawan*. Retrieved from <https://www.kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>
- Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. (2021). *Pedoman desa wisata*. Retrieved from <https://jadesta.kemendikbud.go.id/getdata/file/Buku-Membangun-Desa.pdf>
- Luo, C., Jiang, S., Pu, R., Li, L., & Yang, H. (2022). Knowledge map of digital tourism: A bibliometric approach using CiteSpace. *Problems and Perspectives in Management*, 20(4), 573-587.
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1).
- Rahmah, H. R. F., Nur'Aini, S., Septia, W., Ramaida, P., Novarida, D., Aziz, S., & Febryanti, B. (2023). Pemanfaatan digital marketing bagi destinasi wisata di era new normal. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(4), 71-83.
- Ridwan, M., & Sukriadi, E. H. (2022). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(2), 201-214.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. (2009).
- Utami, A. R. (2016). Kompetensi khas di sektor pariwisata. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 75-88.
- Yunita, F. R. (2024). *Perjalanan digital mengubah wajah pariwisata Indonesia*. Universitas Airlangga.