



PENINGKATAN KOMPETENSI POKDARWIS MELALUI PELATIHAN WISATA (STUDI KASUS: SELO AJI CAMP DAN WATERPARK)

Sigit Prastowo¹, Ahmad Haris Rasidi^{2*}, Andhika Surya Pratama³, Dilayatul Mukarromah⁴, Dinda Inggar Fahrani⁵, Dita Fauziah Nugraheni⁶, Firdaus Putra Maulidyanu⁷, Nurika Handayani³, Raffly Pandapotan Sitio⁸, Septian Tri Cahyo Bagaskara⁹, Yoga Surya Pratama², Yudistira Dwi Anggara⁷, Zulfan Riski Darusalam⁷

¹Program Studi Proteksi Tanaman, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

²Program Studi Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Jember

³Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Jember

⁴Program Studi Ilmu Keperawatan, Fakultas Keperawatan, Universitas Jember

⁵Program Studi Teknologi Hasil Pangan, Fakultas Teknik Pertanian, Universitas Jember

⁶Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

⁷Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

⁸Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

⁹Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Email: 211810201053@mail.unej.ac.id

Abstract

Indonesia, with its rich cultural diversity, has a significant tourism sector that needs to be managed optimally to attract both local and international tourists. Village-based tourism development, such as Selo Aji Camp dan Waterpark in Kaligondo Village, Banyuwangi, East Java, is increasingly popular due to its focus on cultural and environmental interaction. A community service program by KKN UMD 313 from the University of Jember aimed to enhance the digital marketing skills of the local tourism awareness group (Pokdarwis) to improve the promotion and management of Selo Aji Camp dan Waterpark. The program included collaboration with the village's BUMDes, in-depth interviews, and digital marketing strategy training. This program was held in Selo Aji Camp and Waterpark Auditorium, Selorejo hamlet. The program showed up on Tuesday, July 30, 2024. The method used in the training program was a discussion each audience or focus group discussion (FGD). The training was successful, with participants showing great interest and beginning to apply their new skills, particularly in social media management to increase the waterpark's visibility. The program also strengthened social networks among stakeholders and was expected to increase visitor numbers and improve the welfare of the Kaligondo community.

Keywords: digital marketing; Selo aji camp; tourism; waterpark

Abstrak

Indonesia, dengan keragaman budaya yang kaya, memiliki sektor pariwisata yang penting dan perlu dikelola secara optimal untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Pengembangan pariwisata berbasis desa, seperti Selo Aji Camp and Waterpark di Desa Kaligondo, Banyuwangi, Jawa Timur, semakin diminati karena fokus pada interaksi budaya dan lingkungan. Program pengabdian masyarakat dari KKN UMD 313 Universitas Jember bertujuan meningkatkan keterampilan pemasaran digital kelompok sadar wisata (Pokdarwis) setempat untuk memperbaiki promosi dan pengelolaan Selo Aji Camp and Waterpark. Program ini mencakup kolaborasi dengan BUMDes desa, wawancara mendalam, dan pelatihan strategi pemasaran digital. Program tersebut dilaksanakan di lokasi wisata yaitu di aula Selo Aji Camp and Waterpark, Dusun Selorejo. Waktu kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, 30 Juli 2024. Metode yang digunakan pada program pelatihan adalah diskusi atau focus group discussion (FGD). Pelatihan ini berhasil, dengan peserta menunjukkan minat besar dan mulai menerapkan keterampilan baru mereka, terutama dalam manajemen media



sosial untuk meningkatkan visibilitas waterpark. Program ini juga memperkuat jaringan sosial antar pemangku kepentingan dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta kesejahteraan masyarakat Kaligondo.

Kata Kunci: pariwisata; pemasaran digital; Selo aji camp; waterpark

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sektor pariwisata yang besar dan beragam, dikarenakan Indonesia merupakan negara yang kaya akan suku dan adat istiadatnya. Sektor pariwisata di Indonesia perlu dikelola dengan optimal agar menarik banyak wisatawan, baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara. Jika banyak wisatawan yang datang ke tempat-tempat wisata di daerah tersebut, maka secara tidak langsung pendapatan awal daerah itu sendiri dapat meningkat. Selain itu, masyarakat sekitar tempat wisata juga dapat memperoleh manfaat dari lapangan kerja yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Saat ini, pariwisata alternatif sedang menjadi tren di kalangan wisatawan. Pariwisata jenis ini mengusung konsep interaksi antara alam, budaya, serta masyarakat lokal. Salah satu jenis pariwisata alternatif yang banyak diminati oleh masyarakat adalah desa wisata. Desa wisata merupakan salah satu konsep dalam pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah (Mumtaz et al., 2021). Pengelolaan pariwisata yang baik pada sebuah daerah, fokusnya pada desa dapat menjadi branding yang meningkatkan kuantitas pengunjung agar tempat wisata dapat dikenal lebih luas oleh khalayak umum. Desa wisata menjadi proyek yang menjanjikan untuk memajukan daerah desa melalui wisata yang dirintis oleh desa itu sendiri.

Desa Kaligondo merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pada awalnya desa ini merupakan bagian integral dari Desa Sumbergondo Kecamatan Kalibaru yang akhirnya diusulkan untuk dilakukan pemekaran kecamatan baru yang terpisah dari Kecamatan Kalibaru, sehingga antara Kecamatan Kalibaru dan Genteng terbentuk Kecamatan Glenmore. Dari pemecahan tersebut, terbagilah 3 Desa yang dimasukkan ke dalam 3 kecamatan berbeda salah satunya Desa Kaligondo yang masuk kedalam Kecamatan Genteng. Desa Kaligondo memiliki 6 dusun antara lain Dusun Selorejo, Dusun Sumber Wadung, Dusun Jepit, Dusun Kaliwadung, Dusun Wadung Dolah dan Dusun Wadung Barat. Potensi wisata di Desa Kaligondo juga cukup menjadi perhatian pemerintah Desa Kaligondo karena berdirinya satu tempat wisata yang dirintis oleh Masyarakat Desa yang bekerja sama dengan Pemerintah Desa, yaitu Selo Aji Camp and Waterpark yang terletak di Dusun Selorejo yang diharapkan akan menjadi tempat wisata ikonik di Kabupaten Banyuwangi yang terletak di Desa Kaligondo.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat, secara langsung mengidentifikasi dan menangani permasalahan

masyarakat serta upaya meningkatkan isi dan bobot pendidikan bagi mahasiswa serta untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih besar bagi pendidikan tinggi (Kurnia et al., 2020). KKN Tematik merupakan mata kuliah yang mengarahkan mahasiswa untuk terlibat di lingkungan masyarakat secara langsung dengan orientasi pelayanan/pengabdian terfokus pada sektor tertentu sesuai dengan masalah di masyarakat sasaran. Pada konteks ini Kelompok KKN 313 UMD Universitas Jember (UNEJ) yang ditempatkan di Desa Kaligondo, Kecamatan Genteng Banyuwangi menggali beberapa potensi dan permasalahan di Desa Kaligondo dan menemukan bahwa terdapat salah satu objek wisata yang dapat meningkatkan potensi Desa Kaligondo sebagai desa wisata yaitu Selo Aji Camp and Waterpark.

Selo Aji Camp and Waterpark adalah destinasi wisata pemandian alami langsung dari sumber mata air pegunungan. Destinasi wisata yang terletak di Dusun Selorejo Desa Kaligondo ini memiliki pemandangan yang sangat indah, pengunjung bisa menikmati keindahan hutan Pinus nan mempesona membuat Selo Aji Camp and Waterpark masuk ke dalam daftar destinasi wisata yang sangat layak untuk dikunjungi Selo Aji Camp and Waterpark adalah salah satu wisata unggulan dari Desa Kaligondo, tepatnya di Dusun Selorejo. Wisata Selo Aji Camp and Waterpark menawarkan wisata dengan harga yang terjangkau, berada di kisaran harga mulai dari Rp10.000, 00.

Selo Aji Camp and Waterpark merupakan tempat wisata dengan berbagai fasilitas yang memadai. Faktor yang dapat menjadi unggulan dari wisata ini adalah pemandangan yang asri, lingkungan yang sejuk, serta air yang bersih, meskipun terdapat aspek yang perlu dilakukan pengembangan terutama pada aspek sumber daya manusianya. Selo Aji Camp and Waterpark adalah wisata yang perlu dikelola lebih lanjut dari berbagai aspek, baik dari sumber daya manusianya atau dari pemasarannya. Oleh karena itu, tim KKN 313 UMD UNEJ menginisiasi program pelatihan dengan Tema “Peningkatan Mutu, Jejaring Sosial, dan Promosi Digital Wisata Camp Selo Aji”.

METODE

Program pelatihan diadakan di Desa Kaligondo, tepatnya di lokasi wisata yaitu aula Selo Aji Camp and Waterpark, Dusun Selorejo. Waktu kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, 30 Juli 2024. Metode yang digunakan pada program pelatihan adalah diskusi dua arah antara pemateri dengan peserta atau *focus group discussion (FGD)*. Hal tersebut dapat mempengaruhi pengembangan wisata Selo Aji Camp and Waterpark ke depan. Selain itu, pengembangan wisata dapat dilihat dari keberlangsungan program yang telah dilakukan. Salah satu metode evaluasi untuk dapat melihat keberlangsungan program adalah dengan diskusi secara langsung dengan para anggota Pokdarwis Selo Aji Camp and Waterpark (Annisya, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi wisata desa Selo Aji Camp and Waterpark perlu dioptimalisasi melalui strategi pelatihan pada pelaku sadar wisata dengan tujuan meningkatkan kemampuan mereka dalam menyusun upaya promosi digital yang ideal. Digitalisasi wisata memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dengan kemudahan akses dalam rangka penyelenggaraan pemasarannya. Digitalisasi wisata dianggap dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan tentunya dapat mengurangi biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan (Mumtaz & Karmilah, 2021). Kegiatan pengabdian ini sudah selaras sesuai dengan kebutuhan pengembangan tahap wisata dikarenakan realisasi program telah dikoordinasi bersama pihak pengelola termasuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan Pokdarwis. Tahap perkembangan wisata di Selo Aji Camp and Waterpark dapat tergolong pada tahap berkembang, yakni kondisi ketika destinasi wisata telah dikunjungi banyak wisatawan namun sarana dan prasarana masih terbatas dan kesadaran masyarakat yang masih belum maksimal (Monika & Prakoso, 2023).



Gambar 1. Selo aji *camp and waterpark*

Pelatihan Peningkatan Mutu dan Jejaring Sosial serta Promosi Digital yang dilaksanakan di Wisata Selo Aji Camp and Waterpark, Desa Kaligondo, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi, telah berhasil mencapai tujuannya secara signifikan. Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas layanan, tetapi juga memberikan pengetahuan yang mendalam tentang strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi destinasi wisata tersebut. Kegiatan diskusi antara pemateri dengan peserta seperti yang terlihat pada Gambar 1. Peserta pelatihan, yang terdiri dari pengelola dan staff Selo Aji Camp and Waterpark, perangkat desa, serta anggota PKK, menunjukkan antusiasme yang luar biasa sejak awal hingga akhir kegiatan. Gambar 2 menunjukkan para peserta dan pemateri yang hadir pada kegiatan diskusi. Dari belakang kiri terdapat para

perangkat desa yang diwakili oleh kepala dusun yang menggunakan pakaian dinas dan ibu-ibu PKK yang menggunakan pakaian berwarna biru. Peserta yang menggunakan pakaian berwarna kuning merupakan pokdarwis dari Seloaji. Pakaian kuning merupakan salah satu pakaian pekerjaan dari pokdarws Seloaji. Ujung kiri merupakan pihak perwakilan dari BUMDes dan di sebelahnya yang menggunakan kacamata merupakan pemateri. Arah depan merupakan panitia yang berasal dari Tim KKN 313 UMD UNEJ. Mereka terlibat secara aktif dalam berbagai sesi diskusi, pretest maupun posttest, memperlihatkan semangat untuk menerapkan pengetahuan baru yang mereka peroleh. Pelatihan ini juga menjadi sarana untuk membangun jejaring sosial yang lebih kuat di antara para peserta, memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman dan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik wisata lokal.



Gambar 2. Peserta dan Pemateri acara

Tahap pertama dari rangkaian kegiatan ini, tim KKN 313 UMD UNEJ di Kaligondo memulai dengan menjalin kolaborasi strategis bersama BUMDes Kaligondo. Langkah awal ini diambil untuk merancang dan melaksanakan program yang menasar pada penguatan sektor pariwisata di desa tersebut. BUMDes Kaligondo sebagai mitra utama dalam program ini memiliki peran penting dalam mengidentifikasi dan mengumpulkan Pokdarwis serta para kepala dusun dari berbagai wilayah yang terkait dengan pengembangan wisata. Optimisme untuk mencapai tujuan tersebut, Tim KKN 313 UMD UNEJ bekerja keras untuk menyelenggarakan serangkaian pelatihan yang komprehensif dan mendalam. Pelatihan ini tidak hanya sekedar memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga praktik-praktik terbaik yang bisa diimplementasikan langsung di lapangan. Topik yang dibahas mencakup peningkatan mutu destinasi wisata, yang menekankan pada standar kualitas pelayanan dan fasilitas yang harus dimiliki oleh objek wisata lokal



agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Selanjutnya, pada tahap kedua dari rangkaian kegiatan ini, dilakukan wawancara mendalam dengan pihak BUMDes dan Pokdarwis. Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam berbagai pandangan, gagasan, dan harapan dari kedua pihak tersebut, sehingga dapat ditemukan kesepahaman yang kuat mengenai visi dan misi bersama dalam pengembangan wisata Selo Aji Camp dan Waterpark. Proses wawancara ini tidak hanya berfokus pada aspek-aspek teknis, tetapi juga menyentuh dimensi strategis dan sosial, dengan harapan dapat menyelaraskan berbagai kepentingan dan aspirasi yang ada. Oleh karena itu, tujuan akhir yang ingin dicapai dalam pengembangan wisata Selo Aji Camp dan Waterpark dapat diwujudkan secara efektif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat optimal bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat setempat, pelaku usaha, pemberi modal, dan pemerintah desa.

Tahapan ketiga, kegiatan pelatihan dilaksanakan di Aula Selo Aji Camp dan Waterpark guna memaksimalkan observasi atau identifikasi terhadap wisata. Pelatihan ini disampaikan oleh narasumber berpengalaman, yakni Bapak Pandu Satriya Utama, S.ST.Par., M.Sc. selaku dosen Pariwisata di UNEJ. Sesi diskusi berlangsung dengan baik yang mana adanya respons positif dari Kepala Dusun Selorejo yang menyampaikan potensial wisata Selo Aji Camp and Waterpark sehingga dapat ditarik diagnosis masalah sebagai topik diskusi keberlanjutan. Pembahasan terkait paket wisata menjadi topik utama pengembangan mutu desa wisata. Paket wisata yang dapat ditawarkan terdiri dari aspek transportasi, atraksi wisata, kuliner, akomodasi, jasa tour guide (Partama et al, 2022). Beberapa opsi yang disampaikan oleh pemateri seperti adanya paket homestay, menanam padi, proses produksi mentah hingga siap konsumsi suatu produk khas desa, buku tamu dalam upaya meningkatkan kesempatan untuk menyebarluaskan pamflet promosi dan kalender kegiatan yang ada di Selo Aji Camp and Waterpark.

Tahap keempat, setelah menyelesaikan sesi pelatihan, anggota Pokdarwis mulai mengimplementasikan keterampilan yang telah mereka pelajari dalam sesi sebelumnya. Fokus utama dari tahap ini adalah pada pengembangan jejaring sosial dan promosi digital, di mana para peserta menerapkan teknik pemasaran yang telah dipelajari untuk mempromosikan Selo Aji Camp dan Waterpark. Mereka mulai mengelola akun media sosial khusus, yang dirancang untuk menarik minat wisatawan melalui konten yang menarik. Konten ini dibuat dengan tujuan untuk memperkuat citra destinasi dan meningkatkan interaksi dengan calon pengunjung. Pelatihan yang dilakukan berfokus pada penilaian terhadap peningkatan keterampilan peserta dalam mengelola dan mempromosikan destinasi wisata melalui media digital, serta bagaimana hasil dari implementasi ini dapat terus ditingkatkan untuk mencapai tujuan jangka panjang, yaitu peningkatan jumlah pengunjung dan kesejahteraan masyarakat di sekitar Selo Aji Camp dan Waterpark.

Tahap kelima, dalam aspek peningkatan mutu yang dipaparkan pemateri, peserta mendapatkan wawasan baru tentang standar pelayanan wisata yang



berkualitas, termasuk pengelolaan fasilitas, keamanan pengunjung, dan pelayanan prima. Materi yang disampaikan mencakup pentingnya kebersihan lingkungan, perawatan wahana air, serta peningkatan keterampilan komunikasi staf dalam melayani pengunjung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu memahami dan berencana menerapkan pengetahuan baru ini untuk meningkatkan pengalaman wisatawan di Selo Aji Camp dan Waterpark.

Sesi jejaringan sosial memfokuskan pada strategi membangun dan memperluas koneksi dengan berbagai pemangku kepentingan di industri pariwisata. Pentingnya strategi promosi dan pengembangan destinasi wisata dalam konteks industri pariwisata tidak bisa diabaikan (Subroto, et al., 2023). Peserta belajar tentang pentingnya kolaborasi dengan agen perjalanan, komunitas traveling, dan bisnis lokal untuk menciptakan paket wisata yang menarik dan saling menguntungkan. Diskusi interaktif menghasilkan beberapa ide kreatif untuk program kemitraan yang berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan ke Selo Aji Camp dan Waterpark.

Aspek promosi digital menjadi *highlight* pelatihan, mengingat kurangnya minat pengunjung pada bulan - bulan tertentu. Maka dengan itu, pesatnya perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen dalam mencari informasi wisata menjadi teknik promosi ini efektif. Peserta diperkenalkan dengan berbagai platform media sosial dan teknik pembuatan konten untuk meningkatkan visibilitas online Selo Aji Camp dan Waterpark termasuk kuantitas dan kualitas konten yang di upload. Praktik langsung membuat konten menarik dan merancang strategi pemasaran digital memberikan peserta keterampilan praktis yang dapat segera diterapkan. Aktivitas sosial media wisata termasuk Instagram @selo_ajewaterpark dan TikTok @seloajewaterpark. Model pemasaran digital yang berdasar internet dapat menyaingi pemasaran tradisional yang menggunakan biaya pemasaran tinggi. Pemasaran digital seperti pembuatan iklan sangat memengaruhi pengembangan desa wisata dalam meningkatkan dan mengembangkan desanya (Dewi, 2022).

Evaluasi pasca pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang pentingnya kualitas layanan, networking, dan strategi promosi digital. Beberapa peserta bahkan telah mulai mengimplementasikan pengetahuan baru mereka, terlihat dari peningkatan aktivitas di akun media sosial resmi Selo Aji Camp dan Waterpark dan inisiatif baru dalam pelayanan pengunjung. Implementasi bisnis inovasi pengembangan digitalisasi ini menjadi semakin maju pesat karena mengubah perspektif relasi dengan konsumen (Parida, 2018).

Setelah evaluasi, fokus beralih ke pengembangan lanjutan. Berdasarkan temuan dari tahap evaluasi, Tim KKN 313 UNEJ bersama Pokdarwis dan BUMDes merancang sejumlah rencana aksi untuk meningkatkan efektivitas program yang telah berjalan. Rencana ini mencakup penyempurnaan metode promosi digital. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan perencanaan penjajakan untuk kerja sama dengan pihak eksternal, seperti agen perjalanan, media pariwisata, dan platform



booking online, dan media partner besar sebagai upaya promosi wisata dalam memperluas jangkauan promosi wisata Selo Aji Camp and Waterpark ke pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Peningkatan promosi wisata desa Selo Aji Camp and Waterpark harus dioptimalkan melalui pelatihan akan pelaku sadar wisata dengan maksud tujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam merancang usaha promosi digital dengan baik. Adapun pelatihan yang dilaksanakan di Wisata Selo Aji Camp dan Waterpark sebagai upaya Peningkatan Mutu dan Jejaring Sosial serta Promosi Digital dinilai berhasil dalam penyelenggaraannya. Berpatok dari program ini bukan cuma bertitik pada peningkatan kualitas layanan, namun juga memberi ilmu secara luas akan strategi pemasaran digital yang baik dalam usaha memperluas jangkauan promosi destinasi wisata tersebut. Rangkaian persiapan kegiatan promosi mulai dari kelompok KKN 313 UMD UNEJ di Kaligondo yang melakukan kerjasama kepada pihak BUMDes Kaligondo, selanjutnya melakukan wawancara lebih dalam dengan tujuan memperoleh wawasan terkait pengembangan Selo Aji Camp dan Waterpark, serta pelaksanaan dari kegiatan pelatihan tersebut dapat dinilai sukses dan mendatangkan beberapa masyarakat dan tokoh penting yang ada di Desa Kaligondo. Maka dari itu, melalui pelatihan ini harapannya dapat terus memberikan pengaruh yang baik dalam peningkatan promosi dari Wisata Selo Aji Camp dan Waterpark.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisya, Prastiwi, L. F., & Dwiputri, I. N. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata dalam Upaya Meningkatkan Kemandirian Desa. *PANRITA ABDI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7(2): 320-332.
- Dewi, I. C. (2020). Pengaruh Strategi *Digital Marketing* Desa Wisata (DESWITA) di Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 6(2): 335-350.
- Kurnia, M., Jaya, I., Jalil, A. R., & Arya, N. (2020). KKN Tematik Pemberdayaan Masyarakat melalui Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat Di Kecamatan Pulau Sembilan Kabupaten Sinjai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin (JPMH)*. 1(1):1-9.
- Monika, T., & Prakoso, A. A. (2023). Evaluasi pengembangan desa wisata, studi kasus pada desa wisata Pacarejo Gunungkidul. *Journal of Tourism and Economic*. 6(1): 11-26.
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*. 1(1): 1-15.
- Parida, V. (2018). *Digitalization in Addressing Societal Challenges*. Sweden: Luleå University of Technology.
- Partama, I. G. Y., Pandawana, I. D. G. A., Kumara, D. G. A. G., Puspitawati, N. M. D., Andriyani, A. A. A. D., & Wijaya, I. M. W. (2022). PKM: Penyusunan Paket Wisata Lintas Desa Dalam Mewujudkan Desa Wisata Kerambitan Terintegrasi. *Jurnal*



Tunas. 4(1): 45-51.

Subroto, B. K., Fardenias, R. R., Apriliana, N. H., Firdaus, M. B., Setyawan, I. B., Mikaela, M., Janah, A. M. (2023). Pengembangan potensi desa wisata: revitalisasi sebagai destinasi wisata unggulan di Desa Dilem, Gondang, Mojokerto. *Prosiding Patriot Mengabdi*. 2 (1): 1-21.