

PENGEMBANGAN DESA PARIWISATA DI CILEMBU: STRATEGI PENGUATAN EKONOMI MIKRO KREATIF DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Mei Restiana¹, Miftahunnisa' Igriza², Riza Alrakhman³, Zulham Adamy⁴

^{1,2,3,4} Universitas Terbuka Bandung (Jawa Barat)

mei.restiana@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:
Desa Cilembu,
Desa
Pariwisata,
Ekonomi
Mikro Kreatif,
Pemberdayaa
n Masyarakat,
Pengembang
an Pariwisata.

Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan Desa Cilembu di Kecamatan Pemulihan, Kabupaten Sumedang, menjadi desa pariwisata yang dapat mendorong peningkatan pariwisata dan ekonomi mikro kreatif masyarakat setempat. Desa Cilembu memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dijadikan daya tarik wisata, namun masih membutuhkan dukungan dalam pengelolaan sumber daya dan pemberdayaan masyarakat. Dalam upaya ini, Universitas Terbuka (UT) berperan sebagai mitra pengembangan desa, melalui program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan bagi warga desa dalam mengelola potensi wisata dan meningkatkan produk ekonomi kreatif lokal. Program ini mencakup pelatihan pengelolaan wisata berbasis komunitas, pemasaran produk kreatif, serta pengembangan infrastruktur desa untuk mendukung kunjungan wisata. Diharapkan, hasil dari kegiatan ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui terciptanya peluang usaha baru dan peningkatan kunjungan wisata, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan memperkuat posisi Desa Cilembu sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Sumedang..

Abstract

Keywords:
Cilembu
Village,
Tourism
Village, Micro-
Creative
Economy,
Universitas
Terbuka,
Community
Empowerment
, Tourism
Development

This study aims to develop Cilembu Village in Pemulihan District, Sumedang Regency, into a tourist village that can boost local tourism and the creative micro-economy. Cilembu Village possesses natural and cultural potential that can be developed as a tourism attraction, yet it still requires support in resource management and community empowerment. In this effort, Universitas Terbuka (UT) plays a key role as a partner in the village's development through a community service program focused on training and mentoring local residents in managing tourism potential and enhancing local creative economic products. This program includes community-based tourism management training, creative product marketing, and village infrastructure development to support tourism visits. It is expected that the outcomes of this initiative will improve the community's welfare by creating new business opportunities and increasing tourism visits, which in turn will have a positive impact on the local economy and strengthen Cilembu Village's position as a leading tourist destination in Sumedang Regency.

A. Pendahuluan

Desa Cilembu yang terletak di Kecamatan Pemulihan, Kabupaten Sumedang, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Keindahan alam yang dimiliki desa ini, seperti perbukitan hijau yang mempesona, udara sejuk, dan pemandangan alam yang alami, menjadikannya sangat menarik bagi wisatawan. Keindahan alam yang jarang ditemukan di daerah pedesaan lainnya memberikan daya tarik tersendiri, menawarkan nuansa alam yang berbeda dari destinasi wisata urban. Salah satu daya tarik utama Desa Cilembu adalah produk lokalnya, yaitu ubi Cilembu, yang terkenal dengan rasa manis yang khas. Ubi ini tidak hanya menjadi bahan konsumsi lokal, tetapi juga dikenal luas di luar daerah dan bahkan diekspor ke berbagai negara. Potensi ini, meskipun besar, masih belum dimanfaatkan secara maksimal. Banyak faktor yang mempengaruhi potensi pariwisata desa ini, salah satunya adalah kurangnya promosi yang efektif, serta terbatasnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran.

Sebagai bagian dari pengembangan desa, Kampung Wisata Panjugjungan di Desa Cilembu menawarkan berbagai jenis wisata, seperti permainan *outbound* yang menggabungkan wisata alam dan kegiatan budaya. Wisatawan yang mengunjungi desa ini dapat menikmati berbagai kegiatan yang memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi keindahan alam, mencicipi kuliner lokal, dan ikut serta dalam acara budaya yang diselenggarakan oleh masyarakat setempat. Meskipun memiliki potensi wisata yang cukup besar, Desa Cilembu dan Kampung Wisata Panjugjungan mengalami penurunan jumlah wisatawan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah kurangnya strategi pemasaran dan promosi yang efektif, terutama dalam memanfaatkan potensi media sosial dan platform online yang dapat memperkenalkan desa ini ke pasar yang lebih luas.

Pentingnya promosi digital dalam dunia pariwisata saat ini tidak bisa dipandang sebelah mata, mengingat pergeseran pola konsumsi informasi dan pencarian destinasi wisata melalui platform digital yang semakin berkembang (Tussyadiah et al., 2017). Dalam hal ini, Desa Cilembu belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digital untuk menarik wisatawan. Oleh karena itu,

diperlukan upaya yang lebih strategis untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, melalui pemanfaatan media sosial yang lebih optimal, pengembangan produk wisata yang beragam, dan peningkatan infrastruktur pendukung pariwisata di desa.

Salah satu strategi yang diusulkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Desa Cilembu adalah melalui kegiatan *Hiking* Rengganis. Kegiatan ini dirancang untuk menggabungkan unsur olahraga, pariwisata alam, serta aktivitas sosial dan budaya yang ada di masyarakat setempat. *Hiking* Rengganis berpotensi untuk menjadi daya tarik wisata baru yang dapat mempromosikan keindahan alam Desa Cilembu, serta memberikan pengalaman unik bagi wisatawan yang tertarik dengan kegiatan luar ruangan dan budaya lokal. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian desa melalui pengunjung yang datang untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, serta memperkenalkan kebudayaan dan kearifan lokal yang ada di desa kepada wisatawan.

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis pada potensi lokal desa ini sangat penting, mengingat potensi alam dan budaya yang melimpah. Desa Cilembu yang dikenal dengan produk lokal ubi Cilembu yang khas memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Reisinger & Mavondo, 2005). Oleh karena itu, program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Terbuka (UT) ini difokuskan pada pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata berkelanjutan, yang tidak hanya meningkatkan perekonomian desa, tetapi juga memperkenalkan potensi budaya lokal, serta memperkuat peran masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata yang mereka miliki.

Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat tercipta sinergi yang kuat antara masyarakat, pemerintah desa, dan pelaku usaha pariwisata dalam mengelola dan mempromosikan Desa Cilembu sebagai destinasi wisata unggulan. Salah satu contoh keberhasilan kegiatan ini adalah peningkatan jumlah pengunjung di Kampung Wisata Panjugugan, yang pada bulan Agustus dan September mengalami lonjakan signifikan, mencapai rata-rata 500 orang per bulan,

dibandingkan sebelumnya yang hanya 180 orang per bulan. Ini menunjukkan dampak positif dari pengembangan kegiatan pariwisata berbasis masyarakat terhadap perekonomian lokal dan sektor pariwisata desa secara keseluruhan.

B. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah Participatory Rural Appraisal (PRA), sebuah pendekatan yang sangat efektif untuk memberdayakan masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya dan pengembangan desa. PRA menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan pembangunan. Menurut Chambers (1994), PRA adalah metode yang memungkinkan masyarakat untuk terlibat langsung dalam menganalisis situasi mereka, mengidentifikasi masalah yang ada, serta merencanakan dan mengeksplorasi potensi lokal yang dapat dikembangkan. Melalui PRA, masyarakat dipandang sebagai subjek yang memiliki pengetahuan dan keahlian lokal yang sangat berharga, bukan hanya sebagai objek dari kebijakan yang diterapkan oleh pihak luar. Pendekatan ini bertujuan untuk memecahkan masalah dengan cara yang lebih inklusif, di mana masyarakat berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan yang berdampak langsung pada kehidupan mereka.

Gambar 2
Proses Sosialisasi PkM Desa Binaan



Dalam konteks pengembangan Desa Cilembu, metode PRA diterapkan dalam beberapa tahapan yang sistematis dan terstruktur. Tahap pertama adalah membangun komitmen di antara semua pihak yang terlibat, termasuk masyarakat, pemerintah desa, dan mitra pengabdian. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan, manfaat, dan peran mereka dalam proses pembangunan. Setelah itu, dilakukan perencanaan yang melibatkan masyarakat dalam merumuskan langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik itu terkait pengelolaan pariwisata, pemberdayaan ekonomi, atau pengelolaan lingkungan. Pengumpulan informasi juga menjadi bagian integral dari metode PRA, di mana data tentang potensi desa, masalah yang dihadapi, serta harapan masyarakat dikumpulkan dan dianalisis bersama. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan, di mana masyarakat terlibat langsung dalam kegiatan yang telah direncanakan, mulai dari pengelolaan destinasi wisata hingga promosi produk lokal. Partisipasi aktif masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan ini memastikan bahwa solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal. Evaluasi dilakukan secara partisipatif, dengan melibatkan masyarakat untuk menilai keberhasilan kegiatan dan mencari perbaikan untuk kegiatan berikutnya. Pendekatan evaluasi ini memastikan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan tidak hanya berdampak jangka pendek, tetapi juga memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat. Dengan demikian, PRA menjadi metode yang sangat efektif dalam memastikan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat, karena memberdayakan masyarakat untuk menjadi agen perubahan dalam pembangunan desa mereka sendiri.

C. Hasil dan Pembahasan

Peningkatan Jumlah Pengunjung

Desa Cilembu mengalami lonjakan signifikan dalam jumlah pengunjung pada bulan Agustus dan September 2024. Sebelumnya, jumlah pengunjung rata-rata hanya mencapai 180 orang per bulan, namun setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan pengembangan pariwisata, jumlah pengunjung meningkat drastis menjadi 500 orang per bulan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan, baik melalui program

pariwisata maupun pemberdayaan masyarakat, memberikan dampak positif terhadap daya tarik wisata desa.

Gambar 2
Kunjungan Wisatawan setiap bulannya terus meningkat



Para pengunjung datang dari berbagai daerah, termasuk Bandung, Jakarta, serta sejumlah komunitas lain yang tertarik untuk berkunjung, seperti IGTKI Kecamatan Batununggal, Kota Bandung, yang turut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Berikut adalah tabel yang menunjukkan perbandingan jumlah pengunjung sebelum dan sesudah kegiatan pengembangan pariwisata di Desa Cilembu:

Table 1. Peningkatan Jumlah Pengunjung Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Bulan	Jumlah Pengunjung Sebelumnya	Jumlah Pengunjung Setelah Kegiatan	Sumber Pengunjung
Januari - Juli 2024	180 orang/bulan	-	-
Agustus 2024	180 orang/bulan	500 orang/bulan	Pengunjung dari Bandung, Jakarta, dan IGTKI
September 2024	180 orang/bulan	500 orang/bulan	Pengunjung dari Bandung, Jakarta, dan IGTKI

Tabel di atas menunjukkan lonjakan signifikan yang terjadi pada bulan Agustus dan September, di mana rata-rata pengunjung meningkat lebih dari dua kali lipat setelah kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan. Peningkatan jumlah pengunjung ini juga memberikan dampak positif pada

perekonomian lokal, di mana banyak wisatawan yang menghabiskan waktu di Desa Cilembu dengan membeli produk lokal dan menikmati kuliner khas, seperti keripik ubi Cilembu.

Dampak Ekonomi Lokal

Peningkatan jumlah pengunjung yang datang ke Desa Cilembu memberikan dampak yang signifikan terhadap sektor ekonomi lokal. Sebagai bagian dari program pariwisata, produk-produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) lokal yang sebelumnya dikenal terbatas di pasar lokal, kini mendapatkan perhatian lebih luas. Salah satu produk yang mengalami peningkatan permintaan adalah keripik ubi Cilembu, yang sudah menjadi ikon kuliner desa. Sejak kegiatan wisata dimulai, penjualan keripik ubi Cilembu menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan, yang sebelumnya hanya dipasarkan di pasar tradisional desa kini mampu menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wilayah luar Kabupaten Sumedang, bahkan hingga ke kota-kota besar seperti Bandung dan Jakarta. Produk ini, yang dikenal dengan rasa manisnya yang khas, kini mulai masuk ke toko oleh-oleh dan pasar modern di berbagai daerah.

Gambar 3
Promisi Wisata dan Produk Hasil Binaan Melalui Sosial Media



Selain keripik ubi, produk lokal lainnya, seperti kerajinan tangan, makanan khas desa, dan produk tekstil, juga mendapatkan tempat di hati wisatawan. Peningkatan jumlah pengunjung yang datang untuk menikmati keindahan alam Desa Cilembu, yang ditambah dengan adanya pameran produk

UMKM lokal di sepanjang jalur wisata, menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk-produk tersebut. Sebagai contoh, stand pameran yang disediakan di berbagai pos sepanjang rute wisata, memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk membeli oleh-oleh khas yang mereka nikmati selama kunjungan. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro tetapi juga memperkenalkan keanekaragaman produk lokal kepada pasar yang lebih luas.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan peningkatan penjualan produk UMKM lokal sebelum dan setelah kegiatan pariwisata dimulai:

Produk UMKM	Penjualan Sebelum Kegiatan (Rata-rata/bulan)	Penjualan Setelah Kegiatan (Rata-rata/bulan)	Keterangan
Keripik Ubi Cilembu	Rp 5.000.000	Rp 15.000.000	Peningkatan penjualan berkat pemasaran yang lebih luas
Kerajinan Tangan	Rp 3.000.000	Rp 7.000.000	Penjualan meningkat dengan adanya pameran produk
Produk Makanan Lokal	Rp 2.500.000	Rp 5.500.000	Peningkatan karena wisatawan tertarik membeli oleh-oleh
Produk Tekstil	Rp 1.000.000	Rp 3.500.000	Penjualan produk tekstil mulai merambah pasar luar daerah

Tabel di atas menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang signifikan dalam beberapa kategori produk UMKM setelah kegiatan wisata dimulai. Keripik ubi Cilembu, yang sebelumnya hanya dipasarkan secara lokal di pasar desa, kini dapat menjangkau pasar lebih luas, bahkan beberapa produk telah didistribusikan ke pasar luar daerah, termasuk toko oleh-oleh di kota-kota besar seperti Bandung dan Jakarta. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa kegiatan pariwisata memberikan efek multiplier yang positif pada sektor ekonomi desa, di mana lebih banyak produk lokal dapat dipasarkan dan diterima oleh konsumen dari berbagai daerah.

Selain itu, kehadiran stand pameran produk lokal yang terintegrasi dengan kegiatan pariwisata juga menjadi salah satu faktor pendukung utama dalam

meningkatkan visibilitas produk-produk UMKM lokal. Keberadaan pameran di sepanjang jalur wisata memberikan pengunjung kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan produsen dan membeli produk yang mereka nikmati selama perjalanan. Hal ini memfasilitasi hubungan langsung antara produsen dan konsumen, yang pada gilirannya mendukung pendapatan pelaku usaha mikro dan memperkenalkan produk desa kepada audiens yang lebih luas.

Selain itu, strategi pemasaran yang melibatkan promosi secara langsung dan penggunaan media sosial untuk memperkenalkan produk UMKM lokal turut membantu memperluas jangkauan pasar. Wisatawan yang telah mengenal produk lokal melalui kunjungan langsung cenderung menjadi agen promosi informal dengan membagikan pengalaman mereka di media sosial, yang memberikan dampak positif terhadap peningkatan permintaan.

Peningkatan jumlah wisatawan juga memberikan manfaat tidak hanya bagi pelaku UMKM yang terlibat dalam produk wisata, tetapi juga bagi sektor pendukung pariwisata lainnya, seperti akomodasi, restoran, dan jasa transportasi. Dengan adanya sinergi antara sektor pariwisata dan ekonomi mikro kreatif, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan langsung dari produk-produk lokal, tetapi juga memperkuat sektor-sektor ekonomi lainnya yang bergantung pada kedatangan wisatawan.

Dengan demikian, peningkatan jumlah wisatawan di Desa Cilembu membawa dampak positif yang berkelanjutan terhadap ekonomi lokal, mengarah pada terciptanya peluang bisnis baru, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Keberhasilan pengembangan pariwisata desa ini memberikan contoh yang baik tentang bagaimana potensi alam dan budaya lokal dapat dijadikan pendorong utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Peningkatan Keterlibatan Masyarakat

Keterlibatan masyarakat Desa Cilembu dalam kegiatan pengembangan pariwisata ini sangat signifikan, baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan. Sebanyak 35 warga desa aktif terlibat dalam berbagai tahap kegiatan, dimulai dari perencanaan hingga penyelenggaraan acara. Pada tahap awal, warga desa bersama dengan tim pengabdian masyarakat mengadakan diskusi kelompok dan musyawarah mufakat untuk merancang kegiatan yang sesuai dengan potensi desa dan kebutuhan wisatawan. Proses perencanaan ini melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait rute wisata, pemilihan lokasi pameran produk lokal, serta pengelolaan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung kenyamanan wisatawan.

Keterlibatan langsung masyarakat dalam merancang rute wisata, yang meliputi pemetaan jalur trekking dan tempat-tempat strategis untuk berhenti, memastikan bahwa pengelolaan destinasi wisata benar-benar sesuai dengan

kebutuhan dan kondisi lokal. Selain itu, warga desa juga berperan aktif dalam pembagian tugas selama pelaksanaan kegiatan. Tugas-tugas yang dibagikan meliputi menjadi pemandu wisata, penjaga posko, dan penyedia fasilitas seperti makanan dan minuman di sepanjang jalur wisata. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya terlibat sebagai penerima manfaat dari kegiatan ini, tetapi juga sebagai aktor utama yang memiliki rasa tanggung jawab terhadap keberlanjutan kegiatan pariwisata di desa mereka.

Gambar 3

Pembentukan tim Pengurus kampung Wisata Pangjugugan



Keterlibatan ini memberikan masyarakat kesempatan untuk memperoleh pengetahuan baru tentang pengelolaan wisata yang berkelanjutan, yang penting dalam menghadapi tantangan dan peluang pariwisata di masa depan. Program pelatihan yang diberikan kepada warga desa terkait pengelolaan destinasi wisata dan pemasaran produk lokal turut memperkaya keterampilan dan kapasitas mereka dalam mengelola kegiatan wisata secara mandiri. Hal ini sejalan dengan prinsip partisipasi aktif dalam pengembangan masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai subjek, bukan objek, dalam setiap proses pembangunan. Menurut Chambers (1994), pendekatan partisipatif seperti ini sangat penting untuk mendorong keberhasilan kegiatan pembangunan, karena masyarakat yang terlibat langsung cenderung memiliki rasa kepemilikan terhadap kegiatan dan berkomitmen untuk menjaga dan merawat hasil yang telah dicapai.

Lebih jauh lagi, partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan pariwisata ini juga berdampak pada penguatan hubungan sosial di antara warga. Proses bekerja bersama untuk mewujudkan tujuan bersama dalam mengembangkan pariwisata Desa Cilembu mempererat ikatan sosial dan memperkuat solidaritas komunitas. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ini menciptakan suasana yang lebih inklusif dan kooperatif, yang pada gilirannya meningkatkan rasa kebersamaan dan kebanggaan terhadap desa mereka. Selain itu, dengan terlibat langsung dalam pengelolaan pariwisata, masyarakat tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi dari peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang dapat digunakan untuk mengembangkan kegiatan serupa di masa depan.

Keberhasilan ini membuktikan bahwa keterlibatan masyarakat yang aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan pariwisata di desa memberikan kontribusi

yang sangat penting terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan sektor pariwisata lokal. Partisipasi ini juga menjadi kunci dalam menciptakan pariwisata yang berkelanjutan, di mana masyarakat desa merasa dihargai, memiliki kontrol atas destinasi wisata, dan berperan dalam menjaga kelestarian alam serta budaya setempat.

D. Simpulan

Kegiatan pengembangan pariwisata di Desa Cilembu melalui metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) telah memberikan dampak positif yang signifikan, baik dalam peningkatan jumlah pengunjung maupun dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke desa ini tidak hanya meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi mikro kreatif melalui produk-produk UMKM lokal, seperti keripik ubi dan kerajinan tangan. Keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan wisata menciptakan rasa kepemilikan yang tinggi, yang pada gilirannya memperkuat komitmen mereka terhadap keberlanjutan pariwisata desa. Selain itu, melalui kegiatan ini, masyarakat memperoleh pengetahuan baru terkait pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan, serta meningkatkan kapasitas mereka dalam memasarkan produk lokal. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan mitra dalam mengembangkan potensi pariwisata yang berbasis pada kekuatan lokal, yang tidak hanya berfokus pada peningkatan ekonomi tetapi juga pada pelestarian alam dan budaya.

E. Referensi

- Adimihardja, H., & Hikmat, M. (2019). *Penerapan metode Participatory Rural Appraisal (PRA) dalam pengembangan desa wisata*. Bandung: Pustaka Mandiri.
- Chambers, R. (1994). *Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of experience*. *World Development*, 22(9), 1255-1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90006-4](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90006-4)
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. T. (2005). Tourism and cultural differences. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 872-888. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.01.003>
- Tussyadiah, I. P., Park, S., & Jung, T. H. (2017). Tourists' attitudes toward sustainable and smart tourism technologies. *Sustainability*, 9(8), 1235. <https://doi.org/10.3390/su9081235>
- Yudha, A. (2019). *Membangun desa melalui partisipasi aktif masyarakat*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15(2), 45-57