



## Pengembangan Produk Wisata Berbasis Pengalaman Berkesan di Kampung Wisata Sawah Durimanis

Dorothea Wahyu Ariani<sup>1\*</sup>, Yetti Lutiyan Suprpto<sup>2</sup>, Rina Dwiarti<sup>3</sup>, Sabilla Saberina<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Manajemen, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Manajemen, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, Indonesia

\*Correspondence Email : [ariani1338@gmail.com](mailto:ariani1338@gmail.com)

### Abstract

#### ARTICLE INFO

##### Article History:

Received : November 24, 2025

Reviewed : December 3, 2025

Revised : January 19, 2026

Accepted : January 21, 2026

Available online : January 22,  
2026

##### Keywords:

*Memorable tourism  
experience; Z Generation;  
Tourism village*

*Tourism villages have become a major source of economic growth in a region. Various local businesses, assisted by the government, have been competing to beautify themselves and brand themselves to gain greater recognition and acceptance from the public. Sawah Durimanis Tourism Village is a tourism village in Bantul, Yogyakarta, striving to develop itself. Many mentoring, training, and workshops have been conducted to promote the tourism village. The involvement of external parties, such as influencers, is still needed to further promote the village's reputation. To advance, online marketing is important, keeping pace with technological developments and lifestyles. Assistance activities in the management of the tourism village, including training and workshops, social media updates, and the involvement of Generation Z, are expected to increase the number of visits and the number of tourists who come and participate, providing memorable experience of the village.*

### Abstrak

#### INFO ARTIKEL

##### Proses Artikel:

Submit : 24 November 2025

Review : 3 Desember 2025

Revisi : 19 Januari 2026

Diterima : 21 Januari 2026

Terbit Online : 22 Januari 2026

##### Kata Kunci :

**Wisata berbasis  
pengalaman berkesan;  
Generasi Z; Kampung  
wisata**

Kampung wisata telah menjadi bisnis pariwisata yang menjadi satu sumber peningkatan kegiatan perekonomian suatu daerah. Berbagai usaha dari daerah setempat yang dibantu pemerintah telah berlomba-lomba mempercantik diri dan membranding diri untuk lebih dikenal dan diterima masyarakat. Kampung Wisata Sawah Durimanis merupakan satu kampung wisata di daerah Bantul, Yogyakarta yang berupaya untuk mengembangkan diri. Pendampingan, pelatihan, dan lokakarya untuk mengangkat kampung wisata tersebut telah banyak dilakukan. Keterlibatan pihak eksternal seperti *influencer* masih diperlukan untuk lebih mengangkat nama kampung wisata tersebut. Untuk naik tingkat, pemasaran online memang sangat diperlukan sesuai dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat. Kegiatan pendampingan dalam pengelolaan kampung wisata tersebut berupa pemberian pelatihan dan

lokakarya, pembaruan media sosial, dan keterlibatan Generasi Z diharapkan dapat meningkatkan banyaknya kunjungan dan banyaknya wisatawan yang datang dan terlibat untuk memberikan kesan menarik dan mendalam terhadap kampung wisata tersebut.

---

## 1. PENDAHULUAN

Destinasi wisata yang disukai Generasi Z hampir selalu menjadi *trend* dan menggerakkan industri pariwisata daerah tersebut (Kurniasari *et al.*, 2024). Hal ini tidak terlepas dari kebiasaan generasi tersebut yang terkenal melek teknologi selalu mengunggah aktivitasnya di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih menyukai destinasi wisata alam dengan kenyamanan dan kebersihan yang menjadi faktor yang diperhatikan, dan tentu saja *instagrammable* (Ikhwan *et al.*, 2023). Destinasi wisata memang harus menyajikan pengalaman yang unik dan berkesan. *Memorable Tourism Experiences* (MTE) merupakan konsep pengalaman wisata yang berkesan yaitu pengalaman berwisata yang selalu diingat secara positif oleh para wisatawan (Hosany *et al.*, 2022). Pariwisata memang merupakan penciptakan pengalaman yang merupakan evaluasi subyektif baik secara afektif, kognitif, dan perilaku, baik sebelum, selama, dan setelah perjalanan berwisata. Walaupun pengalaman wisata yang berkesan sangat luas, namun para pelaku wisata perlu menggunakan konsep tersebut agar meningkatkan kedatangan kembali para wisatawan di tempat tersebut (Coelho & Gosling, 2018).

Selanjutnya, kebiasaan para Generasi Z adalah mencoba sesuatu yang baru berdasarkan ulasan (Rasulong *et al.*, 2024). Pengalaman wisata di perdesaan yang unik dan berkesan bagi Generasi Z yang tinggal di perkotaan menjadi *starting point* pengembangan Kampung Wisata Sawah Durimanis. Pengalaman wisatawan merupakan masukan bagi mereka untuk mengambil destinasi wisata termasuk *hidden gem* atau lokasi destinasi wisata belum banyak dikunjungi (Hayati, 2023). Hal inilah yang mendorong strategi *branding* berbasis pengalaman wisata yang berkesan diperlukan dalam mengembangkan pemasaran produk maupun layanan. Bagi Generasi Z, pariwisata merupakan bisnis layanan yang menawarkan pengalaman yang berkesan yang dituangkan dalam ulasan di media sosial, seperti *Instagram* dan *Tiktok* (Fibri & Ernawati *et al.*, 2025). Generasi Z dinilai sadar terhadap pengelolaan yang selaras dengan lingkungan (Kurniasari *et al.*, 2024). Oleh karena itu keputusan berwisata generasi tersebut cukup kompleks dan menggunakan pengalaman orang lain sebagai pertimbangan.

Pengembangan pariwisata berbasis pengalaman wisata yang berkesan merupakan strategi *branding* di sektor pariwisata. Pengalaman berwisata tersebut bisa meliputi wisata alam, wisata budaya dan tradisi masyarakat setempat, wisata edukasi dan keterampilan, wisata kuliner, wisata religi, dan masih banyak lagi. Pengalaman berwisata yang berkesan ini diharapkan menimbulkan dampak jangka panjang baik pada lingkungan, kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya (Jannah & Riana, 2024). Wisata berbasis pengalaman yang berkesan ini perlu banyak melibatkan masyarakat secara luas untuk bersama-sama mengembangkan destinasi wisata yang unik dan menarik (Normayasari *et al.*, 2025). Untuk menawarkan produk wisata berbasis pengalaman wisata yang berkesan harus dilakukan segmentasi wisatawan (Kusumawati *et al.*, 2025). Selain itu, pengelola destinasi wisata perlu menciptakan citra positif untuk mewujudkan pengalaman yang mengesankan (Abrian *et al.*, 2023).

Kampung Wisata Sawah Durimanis adalah sebuah tempat wisata yang dirancang untuk menyajikan pengalaman berkesan bagi para pengunjung atau wisatawan dengan berkegiatan di sebuah kampung di Yogyakarta. Bertempat di dusun Dukuh, Imogiri, Bantul, Yogyakarta, usaha wisata yang pada tahun ini menginjak tahun ke-4 dalam menjalankan bisnisnya ini masih terus berproses dalam mencari bentuk-bentuk produk yang sesuai dengan preferensi pasar maupun sumberdaya mereka. Berbagai macam kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen seperti membuat jamu tradisional, memberi makan ternak, menanam padi, *outbound*, sewa tempat untuk *gathering* dan *camping* telah dijalankan, namun penjualan masih belum sesuai harapan.

Pada aspek pemasarannya, produk-produk Kampung Wisata Sawah Durimanis juga belum terwujud dalam paket-paket penjualan yang dapat menarik konsumen. Tim PKM FE UMBY juga menilai belum adanya konsistensi maupun kemajuan dalam inisiatif pemasarannya. Merujuk dari situasi tersebut, tim PKM UMBY memberikan lokakarya pengembangan produk bagi Kampung Wisata Sawah Durimanis. Pada lokakarya pengembangan produk ini tim PKM FE UMBY bersama dengan tim pengurus Kampung Wisata Sawah Durimanis melihat kembali sumber daya yang ada baik sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan sosial yang kemudian disesuaikan dengan preferensi konsumen kegiatan rekreatif saat ini untuk dijadikan bahan pengembangan produk-produk Kampung Wisata Sawah Durimanis yang siap jual. Pengembangan produk yang akan dilakukan adalah menggunakan kerangka *Memorable Tourism Experiences* atau pengalaman wisata berkesan, yaitu pendekatan dalam manajemen pariwisata dengan tujuan menciptakan pengalaman wisata yang diingat secara positif (Kim, 2014). Pengembangan produk ini kemudian akan disambung dengan pelatihan dan lokakarya usaha pemasarannya. Tujuan dari PKM ini adalah untuk memperbarui produk-produk Kampung Wisata Sawah Durimanis menyesuaikannya dengan preferensi konsumen wisata berbasis eksperiensial saat ini berikut inisiatif pemasarannya.

Pengembangan kampung wisata berbasis pengalaman berkesan memang perlu dibangun dengan melibatkan hexa-helix seperti akademisi dan praktisi pariwisata (Yuda et al., 2024). Pengalaman berkesan ini merupakan kegiatan *branding* yang tidak terlepas dari teknologi seperti internet dan media sosial (Yuanita, 2024). Pengembangan wisata berbasis pengalaman yang berkesan juga perlu melibatkan seluruh warga masyarakat dan kolaborasi dengan destinasi wisata lain. Sebagai contoh, satu destinasi wisata yang hanya mampu menawarkan wisata alam. Bila pengelola destinasi wisata tersebut ingin menawarkan wisata budaya dan kesenian karena permintaan dari wisatawan, maka perlu berkolaborasi dengan pengelola wisata lain untuk memberikan layanan yang menarik sesuai kebutuhan wisatawan. Kegiatan PKM FE UMBY ini dilakukan di Kampung Wisata Sawah Durimanis yang merupakan kampung wisata di Yogyakarta. Kampung wisata ini dikelola oleh warga setempat dan menawarkan wisata alam, budaya atau tradisi, edukasi, dan kuliner. Walaupun perlahan dan belum sesuai harapan, namun Kampung Wisata Sawah Durimanis dirasakan perlu dikembangkan oleh masyarakat.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kampung wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta masih menjadi salah satu andalan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta, baik wisatawan mancanegara maupun domestik. Menikmati suasana alam atau sekadar melihat-lihat pembuatan kerajinan dan acara-acara pementasan kesenian secara langsung menjadi alasan wisatawan mancanegara maupun domestik memilih kampung wisata sebagai destinasi pilihan. Kampung Wisata Sawah Durimanis di Desa Dukuh, Imogiri memiliki potensi alam perdesaan yang khas dan suasananya masih kental dengan suasana perdesaan di Imogiri. Kampung Wisata Sawah Durimanis dijalankan oleh sekelompok kecil warga setempat. Peningkatan wisatawan alam perdesaan di Yogyakarta menjadi salah satu faktor yang memotivasi warga Desa Dukuh untuk berusaha meningkatkan pendapatan masyarakat dengan menghidupkan kembali suasana persawahan melalui wisata alam yang dimulai sejak tahun 2021.

### Mitra Pengembangan Kampung Wisata

Wisata alam perdesaan bertujuan tidak hanya untuk membawa harapan dari segi ekonomi dan sosial, tetapi juga untuk mengaktifkan kembali kelompok-kelompok masyarakat kecil yang ada di dusun Dukuh, yaitu Karang Taruna, Kelompok Ikan Gayam Mina, Kelompok Wanita Tani, Kelompok Herbal Asman Toga dan Kelompok Tani Sedyo Maju. Kampung Wisata Sawah Durimanis dirancang untuk menyajikan pengalaman kegiatan di perdesaan seperti membuat jamu, memberi makan ternak, tanam padi, *outbound*, dan lain-lain. Pengalaman merupakan aspek yang penting dan fundamental dalam pariwisata yang secara lebih spesifik terkait dengan sebuah konsep yang dalam kajian pariwisata dikenal sebagai *memorable tourism experiences* (MTE) atau pengalaman wisata

berkesan (Hakim, 2024). Pengalaman wisata yang berkesan ini dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali dan berpengaruh positif pada *word of mouth* (WOM) (Hakim, 2024).

Dalam konsep *shared memory* dikemukakan oleh Wood dan Kinnunen (2020) dinyatakan bahwa “kenangan” adalah “komoditas paling berharga” yang dapat ditawarkan oleh industri pariwisata. Menginjak tahun ke-4 usaha Kampung Wisata Sawah Durimanis belum menunjukkan adanya peningkatan penjualan produk-produk wisatanya. Saat ini usaha Kampung Wisata Sawah Durimanis telah memiliki saluran-saluran pemasaran digital yaitu *website* dan media sosial beserta pelatihan teknis pemasaran *digital* dari Tim PKM Dosen FE UMBY sebelumnya.

### **Tahapan dan Teknik Pelaksanaan Kegiatan**

Pengamatan pada *website* maupun media sosial Kampung Wisata Sawah Durimanis belum menunjukkan adanya pengemasan produk-produk wisata pengalaman berkegiatan di kampung atau desa beserta bentuk-bentuk usaha pemasarannya agar dapat lebih menarik minat konsumen. Merujuk pada situasi ini, tim Tim PKM FE UMBY mengadakan lokakarya dan pelatihan pengembangan produk-produk wisata berbasis pengalaman berkesan dalam berkegiatan di perdesaan, beserta usaha pemasarannya. Lokakarya dan pelatihan ini bertujuan untuk membuat berbagai paket kegiatan wisata kampung atau desa yang disesuaikan dengan sumber daya yang ada, berbasis pengalaman wisata yang berkesan, sekaligus merancang usaha dalam memasarkan paket-paket kegiatan tersebut dengan tujuan untuk menarik wisatawan berkunjung ke Kampung Wisata Durimanis.

Wisata berbasis pengalaman berkesan merupakan jenis kegiatan wisata yang tidak sekedar melakukan kunjungan, namun justru menekankan pada keterlibatan wisatawan dalam aktivitas di tempat wisata. Wisatawan bukan sekedar berkunjung dan mengamati, namun berkegiatan secara aktif. Yang perlu menjadi pertanyaan awal adalah bagaimana menciptakan kegiatan berkesan bagi tamu? Wisata berbasis pengalaman berkesan adalah wisata yang mengajak para wisatawan ikut dalam aktifitas sehari-hari. Kegiatan yang dilakukan antara lain melakukan diskusi dengan pengurus kampung wisata, memperkuat media sosial dengan melakukan *update* berbagai kegiatan menarik dan ditampilkan secara menarik, menentukan segmentasi pasar, dan memperkuat paket wisata yang ditawarkan kepada para wisatawan.

Dalam kegiatan pelatihan dan lokakarya, beberapa langkah dilakukan bersama dengan pengurus Kampung Wisata Sawah Durimanis. Langkah pertama adalah menentukan segmen pasar. Langkah ini dilakukan dengan menentukan siapakah tamu atau wisatawan yang akan berkunjung ke Kampung Wisata Sawah Durimanis. Hal ini dilakukan untuk dapat menentukan suguhan acara atau kegiatan yang berkesan. Kampung Wisata Sawah Durimanis mempunyai berbagai basis wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Selama ini wisatawan terbesar adalah wisatawan sekolah (Sekolah Dasar, Sekolah Menengah, dan Perguruan Tinggi). Pada umumnya wisatawan ini datang secara rombongan dengan dikoordinir sekolah mereka. Tujuan kedatangan wisatawan ini hampir selalu terkait dengan tugas di sekolah seperti *outbound* dan kuliah kerja nyata (KKN). Kegiatan yang dilakukan wisatawan ini berbasis edukasi dan budaya atau tradisi. Oleh karena itu, aktivitas yang bisa dilakukan adalah belajar menanam padi, belajar menyiangi taman padi, belajar membajak sawah dengan alat tradisional, belajar memanen padi, dan belajar memberi makan ternak dan ikan.



**Gambar 1. Diskusi untuk Menentukan Segmentasi Pasar**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Langkah kedua adalah mendata dan mengumpulkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Kampung Wisata Sawah Durimanis. Hal ini perlu dilakukan untuk menentukan paket wisata yang akan ditawarkan agar berkesan dan penanggung jawab setiap paket wisata tersebut. Karena keterbatasan pengurus, maka semua paket wisata menjadi tanggungjawab bersama dan dikerjakan secara bersama-sama dengan melibatkan warga. Langkah ketiga adalah menentukan paket wisata berdasarkan target pasar Kampung Wisata Sawah Durimanis. Ada berbagai rencana pengembangan terutama terkait kebersihan dan keindahan, sehingga walaupun sederhana, Kampung Wisata Sawah Durimanis mampu memberikan pengalaman yang berkesan kepada wisatawan. Langkah keempat adalah dengan secara konsisten memperbaiki tampilan media sosial yang dimiliki Kampung Wisata Sawah Durimanis dan meminta ulasan serta komentar dari para wisatawan yang pernah berwisata dan melakukan aktivitas di kampung wisata tersebut.



**Gambar 2. Sumberdaya Kampung Wisata Sawah Durimanis**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis & Google)

Selain mengadakan pelatihan dan lokakarya, Tim PKM UMBY juga menggunakan *influencer* untuk lebih mengangkat Kampung Wisata Sawah Durimanis lebih mendunia. *Influencer* tersebut menampilkan berbagai kegiatan dan keunikan kampung wisata tersebut. Beberapa kegiatan yang dilakukan influencer antara lain membuat jamu tradisional, memancing ikan di kolam pemancingan beserta memasak dan menikmati hasil pancingan, melakukan berbagai kegiatan di Tengah sawah seperti menyiangi rumput liar dan membajak sawah secara tradisional, serta belajar membuat menggunakan canting. Berbagai kegiatan tersebut dikemas secara menarik dan tidak membosankan agar menarik terutama para Generasi Z dan wisatawan secara umum.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah yang cukup sulit dalam mewujudkan pengalaman wisata yang berkesan adalah melakukan pematangan paket wisata yang ditawarkan. Untuk memberikan pengalaman berkesan pada wisatawan pelajar dan mahasiswa, maka paket wisata yang ditawarkan harus sesuai dengan selera Generasi Z. Para pengurus bersama Tim PKM FE UMBY mendata sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Wisata alam di Kampung Wisata Sawah Durimanis dapat dilakukan dengan menanam padi, memberi makan ternak dan ikan, hingga menyediakan permainan alam seperti menyusuri sungai kecil dengan perahu tradisional dan *flying fox* sederhana. Pada umumnya para pelajar dan mahasiswa datang tidak menginap. Mereka melakukan kegiatan dari pagi sampai sore. Namun demikian, kampung wisata ini sering digunakan sebagai Lokasi KKN, sehingga mereka menginap sekitar dua minggu hingga satu bulan. Pada umumnya para mahasiswa juga mempelajari tradisi dan budaya di Kampung Wisata Durimanis yang berada di Desa Dukuh, Imogiri Kabupaten Bantul yang sarat dengan Budaya Jawa.



**Gambar 3. Kegiatan Update Media Sosial Kampung Wisata Sawah Durimanis**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Wisata kuliner di Kampung Wisata Sawah Durimanis dapat dilakukan dengan memasak dengan alat tradisional seperti tungku kayu serta praktek membuat jamu tradisional dan emping mlinjo. Hasil memasak makanan tradisional maupun membuat jamu dan emping mlinjo ini dicicipi oleh para wisatawan tersebut. Wisata budaya dan kesenian tradisional bisa dilakukan dengan mengajak wisatawan belajar tarian tradisional bersama dengan para guru tari yang ada di Kampung Wisata Sawah Durimanis. Selain wisatawan dari kelompok pelajar dan mahasiswa, beberapa kantor mendatangi kampung wisata ini untuk mengadakan pertemuan dan *outbond* sederhana tanpa menginap di lokasi. Paket wisata yang ditawarkan secara unik pada umumnya bisa meliputi wisata kuliner sambil menikmati suasana perdesaan yang masih kental dengan suara ternak (sapi dan kambing) dan gemericik air sungai kecil untuk pengairan sawah.

Selama ini paket wisata di Kampung Wisata Sawah Durimanis memang dikemas dalam durasi sehari, tidak menginap. Oleh karena itu, paket wisata sehari perlu dikemas secara padat namun tetap berkesan. Beberapa hal penting yang harus dilakukan dalam mengembangkan wisata berbasis pengalaman berkesan adalah keterlibatan aktif dalam kegiatan lokal, pengembangan budaya lokal, berpetualang, dan sebagainya. Kampung Wisata Sawah Durimanis harus unik dan tidak ditemukan di lokasi lain. Wisata sawah merupakan keunikan utama, sehingga harus mengeksplorasi berbagai kegiatan terkait sawah, seperti menanam padi, membajak sawah dengan alat tradisional, menyiangi padi, panen padi, dan memberi makan ternak atau ikan. Mayoritas kegiatan ini sudah dilaksanakan, namun keterlibatan dan interaksi dengan Masyarakat setempat masih perlu ditingkatkan. Yang perlu mendapatkan perhatian adalah pengalaman berkesan dari para wisatawan tidak hanya sekedar menyenangkan, namun harus mampu memberikan pengetahuan, pemahaman, dan penghargaan terhadap lingkungan, budaya, dan tradisi lokal.

Manfaat mengemas wisata berbasis pengalaman yang berkesan dapat dirasakan oleh banyak pihak. Bagi para wisatawan, pengalaman tersebut akan meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan ikatan emosional dengan destinasi wisata tersebut. Hal ini tentu dapat meningkatkan promosi secara tidak langsung karena wisatawan di era teknologi ini akan mengunggah pengalamannya di media sosial dan memberikan ulasan yang berkesan, Hal ini akan mendorong wisatawan lain untuk datang. Masyarakat Kampung Wisata Sawah Durimanis juga telah sedikit merasakan dampak ekonomi dan sosial dan terdorong untuk melestarikan kampung wisata yang telah dikelolanya. Kegiatan pengembangan produk wisata berbasis pengalaman yang berkesan tentu berdampak pada keberlanjutan industry pariwisata, khususnya Kampung Wisata Sawah Durimanis.



**Gambar 4. Membuat Jamu & Kegiatan di Sawah**  
(Sumber: Dokumen Penulis)

Berbagai wisata berbasis pengalaman berkesan di kampung wisata juga dapat dikembangkan. Wisata di kampung wisata berbasis pengalaman berkesan tersebut dapat berupa wisata alam, seni dan budaya, edukasi, keterampilan, kuliner, hingga berbasis religi. Wisata alam meliputi kegiatan yang menyatu dengan alam, seperti hiking, trekking, berkemah di alam, dan kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan yang menyatu dengan alam. Wisata budaya dan tradisi lokal masyarakat bisa berupa mengajak wisatawan untuk mengikuti budaya dan tradisi masyarakat setempat, seperti memasak dengan alat-alat khas atau alat masak tempo dulu (jadul), mengikuti upacara adat desa atau kampung seperti panen raya, merti desa, atau upacara adat masyarakat desa lainnya. Wisata edukasi dan keterampilan bisa berupa mengajak wisatawan membuat kerajinan tangan bersama masyarakat kampung wisata tersebut atau mengikuti kegiatan kesenian di kampung tersebut. Wisata kuliner bisa dilakukan dengan mengajak wisatawan memasak dan mencicipi makanan tradisional daerah setempat. Sementara wisata religi bisa dilakukan dengan menawarkan paket-paket religi seperti retreat dan meditasi.

Setelah dilakukan beberapa kegiatan yang dimulai dari diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi dan sumber daya yang dimiliki kampung wisata tersebut, menyusun *website* sekaligus memberikan pelatihan bagaimana mengoperasikan dan merawatnya, lokakarya mengenai kegiatan pemasaran baik secara langsung maupun melalui media sosial, dan melibatkan *influencer*, beberapa peningkatan mulai dirasakan. Sekolah, perguruan tinggi, dan institusi mulai menggunakan Kampung Wisata Sawah Durimanis sebagai tempat melakukan *outdoor activities* atau *outbound*. Mulai dari sekolah yang terdekat, institusi daerah, dan beberapa kelompok orang muda menggunakan kampung wisata tersebut dengan durasi waktu antara tiga hingga lima jam. Belum ada aktivitas menginap.

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kampung Wisata Sawah Durimanis memang masih belum sesuai harapan. Berbagai kegiatan telah dan terus dilakukan dengan pendampingan Tim PKM UMBY. Berbagai pelatihan dan lokakarya telah dilaksanakan setiap tahun untuk membangun promosi secara *online* dan lebih meningkatkan keragaman wisata yang bisa ditawarkan. Keberadaan *influencer* saat ini memang selalu membawa dampak yang cukup signifikan, terutama bagi Generasi

Z. Oleh karena itu kegiatan PKM UMBY juga melibatkan influencer untuk mengangkat Kampung Wisata Sawah Durimanis untuk lebih dikenal baik secara nasional maupun internasional. Ke depan diharapkan para remaja dan orang muda di Kampung Wisata Sawah Durimanis lebih terlibat dalam pengembangan berbagai kegiatan dan program yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Keterlibatan semua pihak diharapkan mampu memetakan wisatawan yang menjadi pasar sasaran. Selain itu, perlunya selalu *update* semua kegiatan yang telah di *posting* di media sosial Kampung Wisata Sawah Durimanis.



**Gambar 5. Membuatik & Memancing Ikan**  
(Sumber: Dokumen Penulis)

Saat ini hampir semua destinasi wisata menjadikan Generasi Z sebagai pasar sasaran. Hal ini disebabkan generasi tersebut unik dan menjadi penentu pengambilan keputusan dalam keluarga, bahkan mampu memengaruhi *trend* pariwisata. Keputusan mereka untuk berwisata pun banyak mendasarkan pada media sosial (Putri & Harnantyo, 2025). Oleh karena itu, keunikan destinasi wisata yang berkesan selalu diusahakan sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisata baik domestik maupun wisatawan asing. Hasil penelitian Wusko dan Khoviyah (2024) menyatakan bahwa yang mendorong wisatawan datang kembali untuk berwisata di tempat yang sama secara langsung adalah pengalaman wisata yang berkesan. Daya tarik wisata akan berpengaruh pada pengalaman berkesan tersebut yang pada akhirnya mereka memutuskan untuk datang kembali.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan serangkaian kegiatan untuk mewujudkan wisata berbasis pengalaman wisata yang berkesan, beberapa perubahan yang mulai dapat dirasakan. Media sosial yang diogunakan untuk promosi paket wisata semakin lengkap. Berbagai kegiatan wisata dikemas dengan unik berkat keterlibatan Tim PKM beserta influencer yang mampu mempromosikan kampung wisata ini dengan menarik. Pengurus Kampung Wisata Sawah Durimanis memahami bagaimana harus mewujudkan wisata yang berkesan kepada para pengunjung atau wisatawan. Keterlibatan wisatawan menjadi satu metode yang dirasakan paling baik untuk membangun kesan positif. Warga masyarakat Desa Dukuh memberikan dukungan dan bersedia berkolaborasi untuk memajukan Kampung Wisata Sawah Durimanis. Para pengurus kampung wisata bersama dengan pemuka masyarakat dan pemuda selalu berusaha mempromosikan kampung wisata tersebut baik secara tatap muka atau *door to door* ke sekolah-sekolah dan kelompok masyarakat maupun secara *online* melalui media sosial. Pengurus Kampung Wisata Sawah Durimanis membuka diri untuk bekerjasama atau berkolaborasi dengan kampung wisata lain untuk menyediakan pengalaman berwisata yang unik dan berkesan bagi para pengunjung atau wisatawan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada UMBY yang telah memberikan bantuan berupa sarana dan prasarana untuk kegiatan PKM ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrian, Y., Wardi, Y., Abror, A., Dwita, V., & Evanita, S. (2023). Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(2), 125–138. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>
- Coelho, M. F., & Gosling, M. S. (2018). Memorable Tourism Experience (MTE): a scale proposal and test. *Tourism & Management Studies*, 14(4), 15–24. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14402>
- Fibri, Y. H., & Ernawati, E. (2025). Keputusan Wisata Generasi Z: Eksplorasi Peran Media Sosial di Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(1), 13–27. <https://doi.org/10.37253/altasia.v7i1.9984>
- Hakim, B. A. N. (2024). Memorable Tourism Experience (MTE) pada Wisatawan di Perkemahan Waduk Sermo. *Tourisma: Jurnal Pariwisata*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.22146/gamajts.v5i1.93918>
- Hayati, C. (2023). Menciptakan Hype Atau Buzz Melalui Instagram Tourism Untuk Mempromosikan Destinasi Wisata “Hidden Gem.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1525–1537. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3214>
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology and Marketing*, 39(8), 1467–1486. <https://doi.org/10.1002/mar.21665>
- Ikhwan, S. W. F., Chendraningrum, D., & Karnawati, H. (2023). Analisis Pola Pergerakan Wisatawan Gen Z Di Yogyakarta yang Berkunjung Ke Candi Prambanan. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 157–165. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7850>
- Jannah, M., & Riana, M. A. (2024). Revisit intention and tourist orientation: a sustainable tourism development framework for natural and built attractions. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(2), 198–209. <https://doi.org/10.26905/jpp.v9i2.14367>
- Kim, J. H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, 44, 34–45. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.007>
- Kurniasari, K. K., Gauh Perdana, B. E., Sukaca Putra, R. A., & Iban, C. (2024). Persepsi Generasi Z Terhadap Pariwisata Berkelanjutan Pada Destinasi Budaya: Studi Kasus Borobudur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 8(1), 12. <https://doi.org/10.22146/jpt.95415>
- Kusumawati, R. A., Setiyorini, H. P. D., & Khaerani, R. (2025). Segmentasi Wisatawan Berbasis Pengalaman Wisata Di Kawasan Atraksi Wisata Alam Pegunungan Jawa Barat. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 115. <https://doi.org/10.47256/kji.v19i1.746>
- Normayasari, N., Nasrun, N., Mansy, L. O., Muh. Norsa, L. O., & Sahari, S. (2025). Pengembangan Paket Wisata Berbasis Pengalaman Di Desa Wisata Liya Togo, Wakatobi. *Journal on Education*, 7(2), 10613–10622. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i2.8085>
- Putri, E. E. & Hanartyo, E. D. (2025). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan, Dan Pengalaman Wisata Berkesan Terhadap Niat Kunjungan Kembali Wisatawan. 18(1), 364–375.

- Rasulong, I., Yuniarti, A., & Rizal, S. (2024). Generasi Z Dan Keputusan Belanja Online: Kualitas Informasi, Ulasan Pengguna, Dan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 499–514. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i2.31447>
- Wood, E. H., & Kinnunen, M. (2020). Emotion, memory and re-collective value: shared festival experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1275–1298. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2019-0488>
- Yuanita, Y. (2024). Potensi Wisata Edukasi Berbasis Experiential Learning dan Pemasarannya di Kampong Kids Kota Batu, Jawa Timur untuk Menjangkau Segmen Pasar Yang Diharapkan. *Syntax Idea*, 6(2), 527–540. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2967>
- Yuda, M. S., Kurniawan, H. G., & Kristanto, H. (2024). Strategi Branding Berbasis Pengalaman Wisata Dalam Membangun Citra Destinasi Geopark Ciletuh-Pelabuhan Ratu. *Communication & Design Journal E*, 1(1), 3089–1523.