

Eksplorasi Pengelolaan UMKM dan Destinasi Wisata Berbasis *Experiential Learning* melalui *Company Visit*

**Ni Putu Liana Putri ^{1*}, Dewa Ayu Alit Trisna Paramytaulis ², Clodiya Azzahra
Juniya Putri ³**

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: niputulianaputri@gmail.com^{1*}, trisanparamyta@gmail.com², raraclodiya@gmail.com³

Diajukan 25-08-2026	Direvisi 28-08-2026	Diterima 28-08-2026
------------------------	------------------------	------------------------

ABSTRACT

Company visits offer participants the opportunity to observe and experience firsthand how a business and a tourism destination are managed. This activity aims to foster an understanding of MSME and tourism destination management through experiential learning. The visits took place at Bakpia Juwara Satoe and the Merapi Lava Tour in Yogyakarta, employing a descriptive qualitative approach based on observation and direct experience. At Bakpia Juwara Satoe, participants observed the *bakpia* making process and engaged in hands-on practice of several production stages. Through these activities, participants gained insight into the importance of skill, hygiene, precision, and consistency in producing high-quality goods. They were also introduced to various *bakpia* flavors developed to meet consumer demands. Subsequently, at the Merapi Lava Tour, participants took a jeep tour visiting several sites, such as the Sisa Harta Museum, Kaliadem Bunker, Alien Rock, and Kali Kuning. This experience provided insight into how Mount Merapi's natural and historical assets are developed into tourist attractions. Despite limitations regarding visit duration and access to certain data, the activity helped participants bridge the gap between learned concepts and real-world conditions. Thus, company visits serve as a valuable learning experience, enabling participants to gain a more tangible understanding of MSME and tourism destination management.

Keywords: MSME, Tourism Destination, Experiential Learning, Company Visit

ABSTRAK

Company visit memberikan kesempatan bagi peserta untuk melihat dan merasakan secara langsung bagaimana suatu usaha dan destinasi wisata dikelola. Kegiatan ini bertujuan untuk memahami pengelolaan UMKM dan destinasi wisata melalui pembelajaran berbasis pengalaman. Kegiatan dilakukan di Bakpia Juwara Satoe dan Lava Tour Merapi, Yogyakarta, dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi dan pengalaman langsung selama kunjungan. Di Bakpia Juwara Satoe, peserta melihat proses pembuatan bakpia dan ikut mempraktikkan beberapa tahapan produksi. Dari kegiatan tersebut, peserta memahami pentingnya keterampilan, kebersihan, ketelitian, serta konsistensi dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Peserta juga mengenal berbagai varian bakpia yang dikembangkan untuk mengikuti kebutuhan konsumen. Selanjutnya, di Lava Tour Merapi, peserta mengikuti perjalanan menggunakan jeep melalui beberapa lokasi wisata, seperti Museum Sisa Harta, Bunker Kaliadem, Batu Alien, dan Kali Kuning. Pengalaman tersebut memberikan pengalaman mengenai bagaimana potensi alam dan sejarah Merapi dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Meskipun waktu kunjungan dan akses terhadap beberapa data masih terbatas, kegiatan ini membantu peserta menghubungkan materi yang dipelajari dengan kondisi nyata di lapangan. Dengan demikian, company visit dapat menjadi pengalaman belajar yang membantu peserta memahami pengelolaan UMKM dan destinasi wisata secara lebih nyata.

Kata Kunci: UMKM, Destinasi Wisata, Experiential Learning, Company Visit.

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi ekonomi yang kuat melalui sektor pariwisata, industri kreatif, UMKM, serta kuliner. Produk kuliner yang menjadi bagian dari identitas kuliner khas Yogyakarta adalah bakpia. Salah satu produk bakpia yang sangat dikenal adalah PT Bakpia Juwara Satoe yang berlokasi di Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, yang mengembangkan bakpia sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta. Bakpia Juwara Satoe merupakan salah satu UMKM kuliner yang mengembangkan

produknya melalui penerapan teknologi, inovasi varian rasa, serta penggunaan kemasan modern untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan daya saing produk, sitasi (Susila et al 2025). Perkembangan tersebut dapat dilihat dari hadirnya bakpia kering, bakpia basah, dan bakpia crispy dengan berbagai pilihan rasa yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan pasar, (Susila et al. 2025). Selain aspek produksi dan inovasi, kualitas pelayanan juga mempengaruhi dalam pengelolaan usaha kuliner karena dapat mempengaruhi kualitas pelanggan. Penelitian mengenai bakpia juwara satoe menunjukkan adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Ahniah, 2024). Di sisi lain, Lava Tour Merapi terletak di Desa Kepuharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, dengan memanfaatkan potensi alam dan sejarah dari hasil letusan Gunung Merapi sebagai daya tarik wisata (Noprianti & Putranto, 2019). Para pengunjung dapat menikmati panorama Merapi dan mengikuti perjalanan menggunakan jeep menuju sejumlah lokasi yang terdampak erupsi, seperti Museum Sisa Harta, Bunker Kaliadem, Batu Alien, dan Kali Kuning. Kedua sektor tersebut berperan penting dalam menggerakkan ekonomi lokal dan dapat memberikan pengalaman kepada mahasiswa melalui pembelajaran berbasis pengalaman pengelolaan usaha, kreativitas, pelayanan, serta pemanfaatan potensi lokal (*experiential learning*).

Di balik semua potensi tersebut, pengelolaan UMKM dan destinasi wisata tentu saja tetap memiliki berbagai tantangan yang harus diperhatikan. Pada sektor UMKM kuliner Bakpia Juwara Satoe, perubahan selera konsumen dan perkembangan teknologi mendorong inovasi produk, efisiensi produksi, serta strategi pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen. Sementara itu, Lava Tour Merapi menghadapi kendala pengembangan pariwisata seperti kualitas SDM, fasilitas wisata, keterbatasan dana, akses telekomunikasi, serta kawasan yang memiliki risiko bencana. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan usaha dan destinasi wisata tidak hanya berkaitan dengan menghasilkan produk dan menarik wisatawan, tetapi juga sangat membutuhkan pengelolaan yang baik serta keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan potensi wisata dan produk lokal

Kegiatan *company visit* dapat memberikan pengalaman tersebut kepada para peserta yang mengikutinya. *Company visit* memberikan kesempatan kepada peserta untuk melihat secara langsung kegiatan yang sebelumnya hanya diketahui melalui materi pembelajaran. Pada kunjungan Bakpia Juwara Satoe, peserta dapat melihat secara langsung proses produksi, pengembangan produk, pengemasan, serta dapat mencoba secara langsung proses pembuatan bakpia secara manual tanpa menggunakan mesin. Sementara itu, kunjungan ke Lava Tour Merapi memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami bagaimana sebuah tempat wisata dikelola, mulai dari daya tarik wisata, fasilitas yang tersedia, aksesibilitas, hingga pelayanan kepada para pengunjung. Melalui pengalaman tersebut, para peserta diharapkan mampu menghubungkan materi yang telah dipelajari dengan kondisi nyata yang ditemukan selama kegiatan berlangsung.

Kegiatan ini juga didukung oleh hasil penelitian dan pengabdian terdahulu yang menunjukkan pentingnya inovasi dan pengelolaan yang adaptif dalam pengembangan UMKM maupun destinasi wisata. Penelitian mengenai PT Bakpia Juwara Satoe menunjukkan bahwa integrasi teknologi produksi, inovasi produk, dan strategi pemasaran dapat meningkatkan efisiensi, kualitas, serta daya saing UMKM tanpa menghilangkan identitas kuliner lokal (Susila et al 2025). Sementara itu, penelitian mengenai Lava Tour Merapi menunjukkan bahwa pengembangan destinasi perlu memperhatikan aspek atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan serta memperkuat kerja sama antara masyarakat dan pemerintah (Noprianti & Putranto, 2019). Penelitian terdahulu tersebut umumnya berfokus pada pengembangan UMKM atau strategi pengelolaan destinasi

secara terpisah. Oleh karena itu, kegiatan ini diarahkan untuk menghadirkan pengalaman belajar secara langsung melalui *company visit* dengan mengamati kedua objek tersebut, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan UMKM dan destinasi wisata, tetapi juga mampu memahami penerapan konsep tersebut melalui pengalaman nyata di lapangan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus utama pada metode observasi lapangan (Creswell & Creswell, 2018; Patton, 2015). Pendekatan kualitatif dipilih untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam fenomena pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) peserta dalam mempelajari pola pengelolaan UMKM, industri kreatif, serta tata kelola destinasi wisata secara riil di lapangan (Kolb, 2015; Sugiyono, 2019).

Prosedur pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama (Miles et al., 2014), yakni:

1. Tahap pertama diawali dengan persiapan penyusunan instrumen lembar observasi kualitatif yang mencakup kriteria penilaian tata kelola UMKM, pengelolaan destinasi wisata, serta tingkat keterlibatan aktif peserta dalam proses *experiential learning*.
2. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, tim penulis dan mahasiswa melakukan observasi partisipatif secara langsung di dua lokasi sasaran. Di lokasi pertama, yaitu *Lava Tour Merapi*, observasi difokuskan pada tata kelola operasional armada, manajemen keselamatan (*safety management*), pemetaan rute wisata, serta dinamika pelayanan wisatawan. Sementara itu, di *Bakpia Juara Satu*, observasi diarahkan pada analisis rantai pasok (*supply chain*), proses produksi berbasis higiene dan sanitasi, pengemasan produk, hingga strategi *live marketing* di lokasi toko.
3. Rangkaian pengumpulan data diakhiri dengan tahap refleksi dan evaluasi melalui pencatatan lapangan (*field notes*) serta diskusi terarah (*focus group discussion*) bersama peserta untuk memetakan perubahan pemahaman dan respons pasca-kunjungan (Kolb, 2015).

Untuk menilai tingkat ketercapaian keberhasilan program pengabdian ini, hasil kegiatan diukur secara deskriptif kualitatif (Moleong, 2017) yang mencakup tiga aspek indikator utama (Nurhayati & Setyawan, 2020). Aspek pertama adalah perubahan sikap (*attitude*), yang ditunjukkan oleh timbulnya kesadaran peserta dan pelaku usaha akan pentingnya penerapan standar pelayanan (*service excellence*) serta kepatuhan keselamatan kerja di lokasi wisata.

Aspek kedua merupakan peningkatan pemahaman (*cognitive*), yaitu tercapainya wawasan kualitatif peserta dalam mengidentifikasi model bisnis UMKM, diferensiasi produk industri kreatif, dan tata kelola destinasi wisata berbasis pengalaman. Aspek ketiga adalah dampak sosial-ekonomi (*social-economic insight*), yang diukur dari kemampuan peserta dalam merumuskan rekomendasi strategi tata letak dan pengelolaan yang relevan serta adaptif bagi pengembangan mitra lokal di masa depan.

Seluruh data kualitatif yang diperoleh dari hasil observasi tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles et al. (2014), yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data ke dalam bentuk matriks naratif dan tabel deskriptif, hingga penarikan kesimpulan secara induktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan company visit di Bakpia Juara Satoe dan Lava Tour Merapi memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam memahami pengelolaan UMKM dan destinasi wisata melalui pembelajaran berbasis pengalaman. Pada Bakpia Juwara Satoe, peserta memperoleh pengalaman langsung dalam memahami proses produksi dan pengelolaan usaha makanan khas Yogyakarta. Kegiatan dilakukan dengan mengamati proses pembuatan bakpia, serta mengikuti praktik dalam proses produksi. Adonan bakpia telah disiapkan oleh pihak perusahaan, kemudian peserta memasukkan isian kacang hijau ke dalam adonan dan membentuknya menjadi bakpia. Melalui kegiatan tersebut, peserta dapat memahami bahwa proses pembuatan bakpia membutuhkan keterampilan, ketelitian, kebersihan dan konsistensi agar menghasilkan produk dengan bentuk dan kualitas yang baik, selain proses produksi, peserta juga memperoleh gambaran mengenai pengembangan produk Bakpia Juwara Satoe yang terdiri atas bakpia kering, bakpia basah dan bakpia crispy dengan berbagai pilihan rasa (Susila, 2025). Bakpia kering memiliki masa simpan hingga lima bulan, bakpia basah sekitar 7-14 hari, sedangkan bakpia crispy sekitar 3-6 bulan (Susila, 2025). Berikut data pengunjung maupun pelanggan Bakpia Juara Satoe Kotabaru Yogyakarta dimulai dari bulan February 2022 hingga bulan Juni 2024 (Ahnia,2024) :

Tabel 1. Data Pengunjung

No	Tahun	Jumlah
1	2022	18.601
2	2023	40.847
3	2024	27.067

Sumber: Ahnia, 2024

Berdasarkan data pengunjung Bakpia Juwara Satoe Kotabaru Yogyakarta, pada tahun 2022 mencapai 18.601 orang, lalu meningkat menjadi 40.847 orang pada 2023, dan pada tahun 2024 tercatat 27.067 orang hingga bulan Juni. Jumlah keseluruhan pengunjung yang tercatat mencapai 86. 515 orang. Peningkatan jumlah pengunjung tersebut menunjukkan bahwa produk Bakpia Juwara Satoe memiliki daya tarik yang cukup tinggi bagi konsumen (Ahnia,2024). Sementara itu, pada kegiatan Company Visit di Lava Tour Merapi. Peserta melewati beberapa jalur dan titik kunjungan yang menjadi bagian dari rute Lava Tour, di antaranya Museum Sisa Harta, Bunker Kaliadem, Batu Alien, Serta Kawasan Kali Kuning. Melalui Perjalanan tersebut, peserta tidak hanya berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya, tetapi juga merasakan secara langsung karakteristik jalur wisata dan kondisi lingkungan di kawasan Merapi. Pada setiap lokasi, peserta dapat melihat jejak dan kondisi kawasan yang berkaitan dengan erupsi Merapi serta menikmati panorama alam di sekitarnya. Rute Lava Tour Merapi yang menggabungkan lokasi bersejarah, panorama alam, dan aktivitas perjalanan dengan jeep menunjukkan bagaimana kondisi alam dan sejarah kawasan Merapi dikemas menjadi kawasan wisata yang memadukan unsur edukasi, sejarah, alam, dan rekreasi. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan Lava Tour Merapi pada tahun 2018-2022 dan 2024-2025 :

Tabel 2. Data Pengunjung

No	Tahun	Jumlah
1	2018	491.522
2	2019	409.434
3	2020	408.953
4	2021	201.336
5	2022	444.586
6	2023	-
7	2024	1.504.291
8	2025	1.211.068

Sumber: Khasanah, 2026 ; Espos.id, 2024 ; Lutfiyanti, 2024

Dalam temuan data kunjungan wisatawan pada tahun 2018-2022 menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan pada Ekowisata Lava Tour Merapi mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 tercatat sebanyak 491.522 wisatawan, kemudian menurun menjadi 409.434 wisatawan pada 2019 dan 408.953 wisatawan pada 2020. Pada tahun 2021, kunjungan kembali mengalami penurunan menjadi 201.336 wisatawan, kemudian meningkat pada tahun 2022 menjadi 444.586 wisatawan (Lutfiyanti, 2024). Secara keseluruhan, jumlah kunjungan selama rentang tahun 2018-2022 mencapai 1.955.831 wisatawan. Sementara itu pada rentang tahun 2024-2025, menunjukkan bahwa Lava Tour Merapi dan kawasan sekitarnya tetap memiliki daya tarik yang cukup tinggi bagi wisatawan. Pada Tahun 2024 jumlah kunjungan ke kawasan Kaliadem yang menjadi bagian dari Lava Tour Merapi diperkirakan mencapai 1.504.291 kunjungan, berdasarkan data kunjungan wisatawan nusantara Kabupaten Sleman (Espos.id, 2024). Sementara itu, pada tahun 2025, jumlah kunjungan wisatawan di kawasan kalurahan Kepuharjo yang mencakup kawasan Lava Tour Merapi mencapai 1.211.068 wisatawan (Khasanah, 2026) . Data tersebut menunjukkan bahwa kawasan Lava Tour Merapi dan sekitarnya tetap memiliki daya tarik wisata yang tinggi bagi pengunjung (Espos.id, 2024; Khasanah, 2026). Secara keseluruhan, jumlah kunjungan selama rentang tahun 2024-2025 mencapai 2.715.359 .Sementara, pada tahun 2023, sejauh pencarian tim peneliti terhadap data kunjungan wisatawan Lava Tour Merapi yang dapat di akses secara publik secara online, tidak ditemukan data kunjungan yang dapat digunakan untuk melengkapi rangkaian data tersebut. Oleh karena itu, data tahun 2023 tidak dicantumkan di dalam tabel dan tidak digunakan sebagai dasar untuk menentukan adanya peningkatan maupun penurunan jumlah kunjungan.

Keunggulan kegiatan company visit di keduda lokasi adalah peserta dapat menghubungkan materi pembelajaran dengan nyata melalui pengalamannya secara langsung. Di Bakpia Juwara Satoe, peserta tidak hanya mengetahui bakpia sebagai makanan khas Yogyakarta, tetapi juga memahami pentingnya kualitas produk, dan penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen. Pengembangan berbagai varian produk, termasuk bakpia crispy dengan beragam rasa dan produk musiman, menjadi sala satu bentuk inovasi untuk mengikuti perkembangan pasar. Sementara itu, Lava Tour Merapi menunjukkan bagaimana potensi alam, seajrah dan pengalaman masyarakat dapat dikelola menjadi daya tarik wisata yang memiliki nilai edukasi. Namun kegiatan Company Visit juga memiliki beberapa keterbatasan. Pada Bakpia Juwara Satoe, peserta tidak dapat

mengamati seluruh rangkaian produksi secara mendalam karena sebagian proses telah dipersiapkan oleh pihak usaha, sehingga praktik peserta hanya mencakup memasukkan isian dan membentuk adonan. Selain itu belum tersedia data mengenai kapasitas produksi harian, omzet tahunan, dan jumlah penjualan setiap varian produk sehingga aspek tersebut belum dapat digunakan sebagai indikator kuantitatif. Pada Lava Tour Merapi, keterbatasan waktu kunjungan menyebabkan peserta tidak dapat mengamati seluruh aspek pengelolaan destinasi dan aktivitas masyarakat secara lebih mendalam. Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan tergolong relatif rendah karena peserta mendapatkan arahan langsung dari pihak pengelola, meskipun pada praktik pembuatan bakpia tetap di perlukan ketelitian dan pada Lava Tour peserta perlu mengikuti peraturan keselamatan pada perjalanan. Kedepan kedua objek memiliki peluang pengembangan melalui inovasi produk, pemasaran digital, dan promosi wisata berbasis pengalaman dengan tetap menjaga kualitas, keamanan, nilai sejarah, dan keterlibatan masyarakat lokal. Dengan demikian, company visit menunjukkan pentingnya pengelolaan potensi lokal, inovasi, serta pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dan wisatawan.



Gambar: Kegiatan Membuat Bakpia
 Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026



(a)



(b)



(c)

Gambar 2. (a) Bunker kaliadem, (b) Bongkahan material vulkanik, (c) Kali Kunig Merapi
 Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan company visit di Bakpia Juwara Satoe dan Lava Tour Merapi memberikan pengalaman langsung kepada peserta untuk memahami pengelolaan UMKM dan destinasi wisata melalui pembelajaran berbasis pengalaman. Di Bakpia Juwara Satoe, peserta tidak hanya melihat proses pembuatan bakpia, tetapi juga ikut mempraktikkan beberapa tahap pembuatannya. Dari kegiatan tersebut, peserta dapat memahami pentingnya keterampilan, ketelitian, kebersihan, dan konsistensi dalam menghasilkan produk yang baik. Peserta juga mengenal berbagai varian bakpia yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sementara itu, kunjungan Lava Tour Merapi memberikan pengalaman mengenai kondisi kawasan wisata dan bagaimana potensi alam serta sejarah Merapi dapat menjadi daya tarik yang memadukan unsur edukasi, sejarah, alam, dan rekreasi.

Kelebihan dari kegiatan ini adalah peserta dapat melihat secara langsung kondisi yang sebelumnya hanya di pelajari melalui materi pembelajaran. Pengalaman di kedua lokasi membantu peserta memahami pengelolaan produk, inovasi, kebutuhan konsumen, serta pengelolaan daya tarik wisata. Namun kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Di Bakpia Juwara Satoe, peserta belum dapat melihat seluruh proses produksi secara mendalam karena sebagian tahapan telah dipersiapkan oleh pihak usaha. Data mengenai kapasitas produksi harian, omzet tahunan, dan jumlah penjualan setiap varian juga belum tersedia. Sementara itu, di Lava Tour Merapi, waktu kunjungan yang terbatas membuat peserta belum dapat mengamati seluruh aspek pengelolaan destinasi dan aktivitas masyarakat secara lebih mendalam.

Untuk kegiatan selanjutnya, waktu kunjungan dapat diperpanjang agar peserta memiliki kesempatan untuk mengamati proses pengelolaan di kedua lokasi dengan lebih lengkap. Pengamatan Bakpia Juwara Satoe dapat lebih di arahkan pada proses produksi, pengembangan produk, dan pemasaran, sedangkan Lava Tour Merapi dapat mencakup pengelolaan destinasi dan keterlibatan masyarakat secara lebih mendalam. Pengembangan kegiatan juga dapat di arahkan pada inovasi produk, pemasaran digital, dan promosi wisata berbasis pengalaman dengan tetap menjaga kualitas, keamanan, nilai sejarah, serta keterlibatan masyarakat lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada yang telah mendukung pelaksanaan company visit, serta kepada Bakpia Juwara Satoe dan pengelolaan Lava Tour merapi yang telah memberikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan kunjungan dan memperoleh pengalaman secara langsung. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan arahan dan membantu selama kegiatan berlangsung sehingga kegiatan company visit dapat terlaksanakan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahnia, A. A. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Juwara Satoe Kotabaru Yogyakarta* [Skripsi sarjana, STIE "Pariwisata API" Yogyakarta].
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Espos.id. (2024, December 23). Sebanyak 7,45 juta wisatawan kunjungi Sleman sepanjang 2024. *Espos.id*. <https://regional.espos.id/sebanyak-745-juta-wisatawan-kunjungi-sleman-sepanjang-2024-2040725>

-
- Khasanah, U. (2026, January 12). Kunjungan wisata lereng Merapi tembus 1,2 juta orang sepanjang 2025. *Kabar Jogja RBTv*.
<https://kabarijogja.rbtvjogja.tv/2026/01/12/kunjungan-wisata-lereng-merapi-tembus-12-juta-orang-sepanjang-2025/>
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Noprianti, R., & Putranto, A. K. D. (2019). Strategi pengembangan wisata Lava Tour Merapi Desa Kepuharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman. *Paradigma: Jurnal Ilmu Administrasi*, 8(2), 119–131.
- Nurhayati, S., & Setyawan, A. (2020). Evaluasi dampak program pengabdian masyarakat berbasis pemberdayaan UMKM lokal. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 115–124.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Suansri, P. (2019). *Community based tourism handbook*. Rest Project, 12(3), 45–58.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susila, F., Pramesti Ningsih, N. M. W., Jaya Kusuma, P. S. A., & Maha Diva, A. A. I. (2025). Pengembangan UMKM kuliner tradisional melalui proses produksi dan inovasi produk pada PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 9(2), 372–379. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v9i2.9953>
- Wardana, A., Utami, S., & Rahayu, T. (2021). Integrasi industri kreatif dan pariwisata daerah dalam mendukung keberlanjutan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–42.