

ANALISIS PENGARUH EDU-VOLUNTOURISM CO-CREATIVE TERHADAP PEMASARAN DESA WISATA (Studi Kasus: Desa Wisata Hariara Pohan)

Ezra Dosma Lamtiur Siregar¹, Mariana Simanjuntak²

siregarezra268@gmail.com¹, anna@del.ac.id²

Institut Teknologi Del

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh program *Edu-Voluntourism Co-Creative* dalam pembangunan pengetahuan masyarakat Desa Hariara Pohan terhadap pengelola desa wisata, mengukur pengaruhnya terhadap peningkatan visitor, dan mengetahui faktor keberhasilan program dalam mendukung pengembangan desa wisata berkelanjutan. Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *Smart Partial Least Square* (PLS). Analisis hipotesis menunjukkan bahwa *Edu-Voluntourism Co-Creative* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penambah pengetahuan (*Knowledgeable*) masyarakat Desa Hariara Pohan serta penambah jumlah pengunjung (*Visitor-Oriented*). *Edu-Voluntourism Co-Creative* juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan desa wisata (*Tourism-Focused*). Namun, ditemukan bahwa *Knowledgeable* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Tourism-Focused*, dan *Visitor-Oriented* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Tourism-Focused*. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa penerapan *Edu-Voluntourism Co-Creative* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata pedesaan berkelanjutan dalam bentuk peningkatan pengetahuan masyarakat, peningkatan kunjungan wisatawan, dan faktor pendukung yang strategis.

Kata Kunci: Marketing, Schedule, Performance, Engagement, VCCC.

Abstract

This study aims to evaluate the influence of the Edu-Voluntourism Co-Creative program in building the knowledge of the Hariara Pohan Village community towards tourism village managers, measure its influence on increasing visitors, and determine the success factors of the program in supporting the development of sustainable tourism villages. The research method used is quantitative with the Structural Equation Modeling (SEM) approach using Smart Partial Least Square (PLS). Hypothesis analysis shows that Edu-Voluntourism Co-Creative has a positive and significant influence on increasing the knowledge (Knowledgeable) of the Hariara Pohan Village community and increasing the number of visitors (Visitor-Oriented). Edu-Voluntourism Co-Creative also has a positive and significant influence on the development of tourism villages (Tourism-Focused). However, it was found that Knowledgeable did not have a significant influence on Tourism-Focused, and Visitor-Oriented had a significant influence on Tourism-Focused. This conclusion shows that the implementation of Edu-Voluntourism Co-Creative provides a significant contribution to the development of sustainable rural tourism in the form of increasing community knowledge, increasing tourist visits, and strategic supporting factors.

Keywords: *Edu-Voluntourism Co-Creative, Knowledgeable, Tourism Focused, Visitor-Oriented, Village Tourism Marketing.*

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pariwisata di Indonesia semakin diakui sebagai pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Dalam upaya meningkatkan kontribusi sektor ini, pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terus mendorong pengembangan desa wisata. Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi lokal dan memberikan pengalaman wisata yang lebih autentik serta berkelanjutan bagi para pengunjung.

Salah satu inisiatif yang mendapat perhatian adalah konsep Edu-Voluntourism Co-Creative. Konsep ini mengintegrasikan pendidikan, pariwisata, dan keterlibatan masyarakat dalam mempromosikan potensi lokal. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat lokal, memperkuat kesadaran budaya, dan mendorong pengembangan berkelanjutan di daerah-daerah wisata, termasuk Desa Wisata Hariara Pohan.

Desa Wisata Hariara Pohan merupakan salah satu desa wisata yang terletak di kawasan Danau Toba. Masyarakat desa ini masih menghadapi tantangan dalam memahami potensi pariwisata yang ada, sehingga pendidikan dan pelatihan terkait pengembangan desa wisata sangat diperlukan. Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat pariwisata, diharapkan partisipasi mereka dalam pengelolaan desa wisata dapat meningkat.

Edu-Voluntourism Co-Creative diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi desa wisata, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan masyarakat tentang pelestarian budaya dan lingkungan. Program ini juga mendorong wisatawan untuk berperan aktif dalam membantu mengembangkan potensi Desa Hariara Pohan, sehingga tercipta sinergi antara masyarakat lokal dan pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap pemasaran Desa Wisata Hariara Pohan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pengelola desa wisata dan pemerintah daerah untuk mengembangkan program ini sebagai strategi dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan pariwisata di kawasan Danau Toba. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

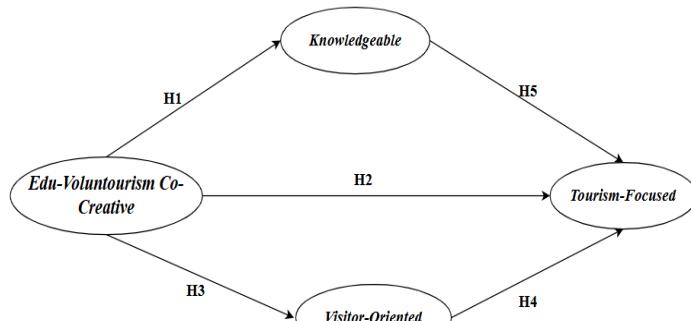
Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) sebagai alat analisis utama (Lubis et al., 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Edu-Voluntourism Co-Creative* terhadap pemasaran Desa Wisata Hariara Pohan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dirancang khusus untuk mengukur variabel-variabel yang relevan, termasuk pengetahuan masyarakat, jumlah kunjungan wisatawan, dan pengembangan desa wisata. Kuesioner tersebut disebarluaskan kepada wisatawan yang telah mengunjungi Desa Wisata Hariara Pohan, baik secara online maupun offline, untuk memastikan partisipasi yang luas dan representatif.

Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu wisatawan yang telah berkunjung ke desa tersebut dalam satu tahun terakhir. Jumlah sampel yang ditargetkan adalah 100 responden, yang dianggap cukup untuk memberikan data yang valid dan reliabel. Sebelum kuesioner disebarluaskan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan *software Smart Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hubungan antar variabel. Proses analisis mencakup evaluasi model luar (outer model) untuk menilai validitas dan reliabilitas variabel, serta evaluasi model dalam (inner model) untuk menguji hubungan kausal antara variabel (Trenggonowati & Kulsum, 2018). Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode bootstrapping untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil dari analisis SEM diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap pemasaran Desa Wisata Hariara Pohan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan kontribusi akademis, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola desa wisata dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.



Gambar 1 Model Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Outer Model

Validitas Konvergen (Convergent Validity): Semua indikator memiliki nilai loading factor di atas 0.7, menunjukkan validitas konvergen yang baik. Average Variance Extracted (AVE): Semua variabel memiliki nilai AVE di atas 0.5, membuktikan bahwa sebagian besar varians indikator dapat dijelaskan oleh variabel. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha: Semua variabel menunjukkan nilai di atas 0.7, menandakan bahwa variabel bersifat reliabel.

Evaluasi Inner Model

R-Squared (R^2):

Tabel 1. Hasil Uji R-Square

| | R-square | R-square adjusted |
|------------------|----------|-------------------|
| Knowledgeable | 0.620 | 0.616 |
| Tourism Focuss | 0.685 | 0.675 |
| Visitor Oriented | 0.721 | 0.718 |

Berdasarkan Tabel 1. mengenai hasil uji R-Square, dapat dijelaskan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap variabel-variabel endogen. Nilai R-square menunjukkan seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model structural (Susanti & Dharma, 2021). Dalam hal ini, nilai R-square untuk variabel Visitor Oriented adalah sebesar 0.721, untuk Tourism Focused sebesar 0.685, dan untuk Knowledgeable sebesar 0.620. Ketiga nilai tersebut berada dalam rentang 0.50 hingga 0.75, yang menurut kategori interpretasi R-square termasuk dalam kategori sedang hingga kuat.

Nilai R-square tertinggi terdapat pada variabel Visitor Oriented, yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan variasi yang cukup besar dalam variabel ini. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan atau peningkatan pada variabel Visitor Oriented dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel eksogen, terutama Edu Voluntourism Co-Creative. Sementara itu, variabel Tourism Focused yang memiliki nilai R-square sebesar 0.685 juga menunjukkan pengaruh yang cukup kuat dari variabel eksogen. Begitu pula dengan variabel Knowledgeable, meskipun memiliki nilai R-square paling rendah dibanding dua lainnya (0.620), namun nilainya tetap berada dalam batas yang dapat diterima dan menunjukkan kekuatan prediktif yang memadai.

Hasil ini memperkuat dugaan bahwa variabel Edu Voluntourism Co-Creative memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketiga variabel endogen tersebut. Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa model struktural yang dibangun memiliki kualitas yang baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel, serta dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan pengembangan strategi dalam konteks pengelolaan wisata edukatif berbasis kolaboratif dan partisipatif.

Nilai Path Coefficients

Tabel 2. Hasil Path Coefficient

| | <i>Knowledgeable</i> | <i>Tourism Focused</i> | <i>Visitor Oriented</i> |
|-------------------------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative</i> | 0.787 | 0.306 | 0.849 |
| <i>Knowledgeable</i> | | 0.241 | |
| <i>Visitor Oriented</i> | | 0.334 | |

Path coefficients merupakan parameter dalam analisis jalur yang sering digunakan untuk mengetahui keberlakuan dan besarnya hubungan antar variabel dalam suatu model, baik hubungan arah atau kebalikannya dan antar variabel berbeda (Tenau, 2024). Koefisien jalur atau path coefficient memiliki rentang nilai dari -1 hingga +1. Nilai positif menunjukkan adanya hubungan searah sedangkan nilai negatif menunjukkan adanya hubungan lawan dan nol menandakan tidak adanya hubungan. Hasil koefisien menunjukkan bahwa variabel Edu-Voluntourism Co-Creative memiliki pengaruh langsung yang cukup tinggi terhadap tiga variabel endogen, yaitu:

- Terhadap *Knowledgeable* sebesar 0.787
- Terhadap *Tourism Focused* sebesar 0.306
- Terhadap *Visitor Oriented* sebesar 0.849

Koefisien sebesar 0.849 menunjukkan bahwa hubungan antara Edu-Voluntourism Co-Creative dan *Visitor Oriented* adalah yang paling kuat di antara seluruh jalur dalam model. Artinya, semakin tinggi pengalaman dan keterlibatan dalam kegiatan edu-voluntourism, maka semakin tinggi orientasi pengunjung terhadap destinasi wisata yang bersangkutan. Sementara itu, pengaruh Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap *Knowledgeable* juga sangat kuat (0.787), yang menunjukkan bahwa kegiatan voluntourism mampu meningkatkan pengetahuan individu, baik dari segi budaya, lingkungan, maupun sosial. Pengaruh terhadap *Tourism Focused* meskipun tidak sebesar dua sebelumnya, namun dengan nilai 0.306 tetap menunjukkan hubungan positif yang signifikan.

Variabel *Knowledgeable* juga memiliki pengaruh terhadap *Tourism Focused* dengan nilai koefisien 0.241, dan *Visitor Oriented* berpengaruh terhadap *Tourism Focused* dengan nilai 0.334. Ini menunjukkan bahwa semakin seseorang memiliki pengetahuan yang baik serta orientasi terhadap pengalaman berwisata, maka kecenderungan untuk fokus terhadap pengembangan pariwisata juga semakin besar.

Secara keseluruhan, hasil path coefficient dalam model ini menunjukkan bahwa semua hubungan antar variabel bersifat positif dan signifikan, dengan variabel Edu-Voluntourism Co-Creative sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi variabel lain dalam kerangka penelitian. Ini memperkuat bahwa model yang dibangun memiliki arah hubungan yang kuat, relevan, dan saling mendukung.

F-square

Tabel 3. Hasil Uji R-Square

| Variabel | f-square | Keterangan |
|---|----------|------------|
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative</i> → <i>Knowledgeable</i> | 1.360 | Besar |
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative</i> → <i>Tourism Focused</i> | 0.320 | Medium |
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative</i> → <i>Visitor Oriented</i> | 2.587 | Besar |
| <i>Knowledgeable</i> → <i>Tourism Focused</i> | 0.281 | Medium |
| <i>Visitor Oriented</i> → <i>Tourism Focused</i> | 0.076 | Kecil |

F-Square digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel endogen terhadap variabel eksogen (Tiran et al., 2024). Kriteria penilaian F-Square menurut Henseler et al., (2009) adalah sebagai berikut: $0,02 \leq f \leq 0,15$ = efek kecil, $0,15 \leq f \leq 0,35$ = efek medium, $f \geq 0,35$ = efek besar.

Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

| | <i>Original sample</i> | <i>T statistics</i> | <i>P values</i> | Ket |
|--|------------------------|---------------------|-----------------|----------|
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative ® Knowledgeable</i> | 0.775 | 22.945 | 0.000 | Diterima |
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative ® Tourism Focused</i> | 0.290 | 2.093 | 0.036 | Diterima |
| <i>Edu-Voluntourism Co-Creative ® Visitor Oriented</i> | 0.843 | 18.533 | 0.000 | Diterima |
| <i>Knowledgeable ® Tourism Focused</i> | 0.219 | 1.720 | 0.085 | Ditolak |
| <i>Visitor Oriented ® Tourism Focused</i> | 0.360 | 2.039 | 0.042 | Diterima |

Tabel tersebut menunjukkan nilai-nilai P-value yang mengindikasi bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Uji hipotesis variabel Edu-Voluntourism Co-Creative berpengaruh terhadap peningkatan Knowledgeable

Berdasarkan output path coefficients, diperoleh nilai T statistics variabel Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Knowledgeable sebesar $22.945 > T$ statistics (1.96). Diperoleh juga nilai p-value dibawah 0.50 sebesar 0.000. Arah hubungan antara variabel Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Knowledgeable adalah positif karena nilai original sample estimate yang dihasilkan bernilai positif sebesar 0.775. Oleh karena itu, H1 diterima yang artinya variabel laten Edu-Voluntourism Co-Creative dengan indikator-indikator yang digunakan pada variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel peningkatan Knowledgeable.

2. Uji hipotesis variabel Edu-Voluntourism Co-Creative berpengaruh terhadap peningkatan Tourism Focused.

Berdasarkan output path coefficients, diperoleh nilai T statistics variabel Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Tourism Focused sebesar $2.093 > T$ statistics (1.96). Diperoleh juga nilai p-value dibawah 0.05 sebesar 0.036. Arah hubungan antara variabel Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Tourism Focused yang dihasilkan bernilai positif sebesar 0.290. Oleh karena itu H2 diterima yang artinya variabel laten Edu-Voluntourism Co-Creative dengan indikator-indikator yang digunakan pada variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel peningkatan Tourism Focused.

3. Uji hipotesis variabel Edu-Voluntourism Co-Creative berpengaruh terhadap peningkatan Visitor Oriented.

Berdasarkan output path coefficients, diperoleh nilai T statistics variabel Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Visitor Oriented sebesar $18.533 > T$ statistics (1.96). Diperoleh juga nilai p-value dibawah 0.05 sebesar 0.000 dan arah hubungannya bernilai positif karena nilai original sample estimate yang dihasilkan sebesar 0.843. Oleh karena itu H3 diterima yang artinya variabel laten Edu-Voluntourism Co-Creative dengan indikator-indikator yang digunakan pada variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel peningkatan Visitor Oriented.

4. Uji hipotesis variabel Knowledgeable tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan Tourism Focused.

Berdasarkan output path coefficients, diperoleh nilai T-statistik variabel Knowledgeable terhadap Tourism Focused sebesar $1.720 < 1.96$. Diperoleh juga nilai p-value dibawah 0.05 sebesar 0.085 dan arah hubungannya positif karena nilai original sample estimate yang dihasilkan bernilai positif sebesar 0.219. Dengan demikian H4 ditolak yang artinya variabel laten Knowledgeable dengan indikator-indikator yang digunakan pada variabel ini tidak berpengaruh variabel Tourism Focused.

5. Uji hipotesis variabel Visitor Oriented berpengaruh terhadap peningkatan Tourism Focused.

Berdasarkan output path coefficients, diperoleh nilai T-statistik variabel Visitor Oriented terhadap Tourism Focused sebesar $2.039 < 1.96$. Diperoleh juga nilai p-value dibawah 0.05 sebesar 0.042 dan arah hubungannya positif karena nilai original sample estimate yang dihasilkan bernilai positif sebesar 0.360. Dengan demikian H5 diterima yang artinya variabel Visitor Oriented dengan indikator-indikator yang digunakan pada variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tourism Focused.

Berdasarkan hasil analisis hipotesis tersebut, bahwasannya 5 hipotesis yang diajukan memiliki nilai signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.05$) sehingga hipotesis dapat diterima, penjelasannya sebagai berikut:

- a. H1: Edu-Voluntourism Co-Creative menunjukkan adanya hubungan positif terhadap Knowledgeable

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa variabel Edu-Voluntourism Co-Creative berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan Knowledgeable. Berdasarkan hasil Structural Equation Modelling (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) bahwa variabel Edu-Voluntourism Co-Creative secara signifikan berpengaruh positif terhadap peningkatan Knowledgeable. Dari hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SEM-PLS dihasilkan pengolah tersebut berada di atas t-tabel ($22.945 > 1.96$). Hubungan Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Knowledgeable memiliki nilai p-value dibawah 0.05 sebesar ($0.000 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Edu-Voluntourism Co-Creative secara signifikan berpengaruh positif terhadap peningkatan Knowledgeable. Dapat dilihat dari nilai t-statistik dan p-value yang dihasilkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika pengelola melakukan Edu-Voluntourism Co-Creative, hal ini mengindikasikan peningkatan Knowledgeable melalui beberapa faktor, termasuk edukasi yang diberikan kepada masyarakat lokal meningkatkan pemahaman terhadap strategi pemasaran dan pengelolaan pariwisata berkelanjutan.

- b. H2: Edu-Voluntourism Co-Creative menunjukkan adanya hubungan positif berpengaruh terhadap peningkatan Tourism Focused.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa dimensi Edu-Voluntourism Co-Creative berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan Tourism Focused. Berdasarkan hasil Structural Equation Modelling (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) bahwa variabel Edu-Voluntourism Co-Creative secara signifikan berpengaruh positif terhadap peningkatan Tourism Focused. Dari hasil pengolahan yang dilakukan menggunakan SEM-PLS dihasilkan T-tabel ($2.093 > 1.96$). Hubungan Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Tourism Focused memiliki nilai p-value dibawah 0.05 sebesar ($0.036 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan

- bahwa Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Tourism Focused memiliki pengaruh. Dapat dilihat nilai T-statistik dan P-value yang dihasilkan.
- c. H3: Edu-Voluntourism Co-Creative menunjukkan adanya hubungan positif terhadap peningkatan Visitor Oriented.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa dimensi Edu-Voluntourism Co-Creative berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan Visitor Oriented. Berdasarkan hasil Structural Equation Modelling (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) bahwa variabel Edu-Voluntourism Co-Creative secara signifikan berpengaruh positif terhadap peningkatan Visitor Oriented. Dari hasil pengolahan yang dilakukan menggunakan SEM-PLS dihasilkan T-tabel ($18.533 > 1.96$). Hubungan Edu-Voluntourism Co-Creative terhadap peningkatan Visitor Oriented memiliki nilai p-value dibawah 0.05 sebesar ($0.000 < 0.05$).

Edu-Voluntourism Co-Creative memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi wisatawan melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan komunitas. Kunjungan wisatawan yang berkualitas mampu membangun hubungan emosional antara pengunjung dan destinasi, yang pada akhirnya meningkatkan partisipasi wisatawan dalam program berbasis komunitas.

- d. Knowledgeable menunjukkan adanya hubungan positif terhadap peningkatan Tourism Focused.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa dimensi Knowledgeable tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan Tourism Focused. Berdasarkan hasil Structural Equation Modelling (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) bahwa variabel Knowledgeable secara signifikan berpengaruh positif terhadap peningkatan Tourism Focused. Dari hasil pengolahan yang dilakukan menggunakan SEM-PLS dihasilkan T-tabel ($1.720 > 1.96$). Hubungan Knowledgeable terhadap peningkatan Tourism Focused memiliki nilai p-value dibawah 0.05 sebesar ($0.085 < 0.05$). Tingkat pengetahuan masyarakat desa mengenai pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan belum tentu dapat meningkatkan pengembangan desa wisata. Pengelola desa wisata yang memiliki pemahaman luas mengenai preferensi wisatawan dapat memberikan layanan yang lebih baik serta pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung. Walaupun wisatawan kembali ke destinasi yang memiliki masyarakat dengan wawasan luas mengenai budaya dan praktik pariwisata berkelanjutan, ternyata wisatawan cenderung tidak terlalu perduli terhadap pengetahuan yang dimiliki masyarakat. Hal ini berarti pengetahuan yang dimiliki masyarakat belum tentu memengaruhi daya tarik destinasi bagi wisatawan.

- e. Visitor Oriented menunjukkan tidak adanya hubungan positif terhadap peningkatan Tourism Focused.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa dimensi Knowledgeable berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan Tourism Focused. Berdasarkan hasil Structural Equation Modelling (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) bahwa variabel Visitor Oriented secara signifikan berpengaruh positif terhadap peningkatan Tourism Focused. Dari hasil pengolahan yang dilakukan menggunakan SEM-PLS dihasilkan T-tabel ($2.039 < 1.96$). Hubungan Visitor Oriented terhadap peningkatan Tourism Focused memiliki nilai p-value diatas 0.05 bukan dibawah 0.05 yaitu sebesar ($0.042 < 0.05$).

SIMPULAN

Hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Edu-Voluntourism Co-Creative* mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Hariara Pohan mengenai pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan melalui kegiatan edukatif seperti pelatihan, workshop, dan interaksi langsung dengan wisatawan. Pendekatan ini memperkuat pemahaman masyarakat terhadap strategi pengelolaan, pemasaran, dan pelestarian lingkungan serta budaya lokal, sehingga meningkatkan kapasitas mereka sebagai aktor aktif dalam pembangunan desa wisata.
2. *Edu-Voluntourism Co-Creative* secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung desa wisata, baik domestik maupun internasional. Melalui pengalaman edukatif yang autentik dan interaktif, daya tarik desa wisata meningkat, yang berkontribusi terhadap pertumbuhan kunjungan wisatawan serta pendapatan lokal. Selain itu, meningkatnya kesadaran akan keindahan dan potensi desa mampu mendorong pertumbuhan jumlah wisatawan secara berkelanjutan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan program ini meliputi partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan edukasi dan pengelolaan destinasi, tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka tentang pariwisata berkelanjutan, serta dukungan dari berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah dan sektor swasta. Selain itu, keberhasilan juga dipengaruhi oleh manajemen yang tepat, kolaborasi yang efektif, serta pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Variabel lain seperti inovasi teknologi dan pelaksanaan manajemen yang baik turut memperkuat keberhasilan program, sehingga mendukung pengembangan desa wisata secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398–413. <https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>
- Caniglia, G., Luederitz, C., von Wirth, T., Fazey, I., Martín-López, B., Hondrila, K., König, A., von Wehrden, H., Schäpke, N. A., Laubichler, M. D., & Lang, D. J. (2021). A pluralistic and integrated approach to action-oriented knowledge for sustainability. *Nature Sustainability*, 4(2), 93–100. <https://doi.org/10.1038/s41893-020-00616-z>
- Dileep Kumar, M., Govindarajo, N. S., & Khen, M. H. S. (2020). Effect of service quality on visitor satisfaction, destination image and destination loyalty – practical, theoretical and policy implications to avitourism. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 14(1), 83–101. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2019-0066>
- Dolezal, C., & Novelli, M. (2022). Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2352–2370. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1838527>
- Ivona, A. (2021). Sustainability of rural tourism and promotion of local development. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13168854>
- Kilipiri, E., Papaioannou, E., & Kotzaivazoglou, I. (2023). Social Media and Influencer Marketing for Promoting Sustainable Tourism Destinations: The Instagram Case. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su15086374>
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), 25. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>

- Susanti, M., & Dharma, U. B. (2021). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Likuiditas , Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. XII(2).
- Tenau, F. (2024). *Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Maybrat*. 2(1), 61–75.
- Tiran, E., Alexander, A., & Koten, R. A. G. (2024). Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi PT. ABC Melalui Kewenangan Pejabat Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Management and Business*, 1(1), 46-66.
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum, K. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>
- Wearing, S. L. (2015). *Volunteer Tourism*. January. <https://doi.org/10.1080/02508281.2003.11081411>