

PAPER NAME

Jurnal Kajian Pariwisata.pdf

WORD COUNT

2788 Words

CHARACTER COUNT

17616 Characters

PAGE COUNT

7 Pages

FILE SIZE

136.6KB

SUBMISSION DATE

Aug 21, 2024 9:20 AM GMT+7

REPORT DATE

Aug 21, 2024 9:21 AM GMT+7

● 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 7% Internet database
- 0% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)
- Manually excluded text blocks



Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Agro di Desa Nglingo Kabupaten Kulon Progo

Edouard Aryadi Supriyadi¹, Emanuela Agra Sarika Kurnia Dewi²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

² Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Email: edouardas@stipram.ac.id

ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal luas oleh masyarakat Indonesia sebagai daerah yang masih banyak memiliki kawasan tidak terjamah pembangunan kompleks-kompleks mutakhir. Jenis wisata ini menjadi gaya berlibur paling mengikuti perkembangan zaman dan populer di mata masyarakat saat ini setelah beberapa tahun merasakan terbatasnya aktifitas akibat pandemi COVID-19. Hal ini mengakibatkan munculnya jenis wisata minat khusus yaitu wisata alternatif yang disebut dengan Desa Wisata. Desa Wisata Dusun Nglingo berkembang perlahan dari mulut ke mulut dan mampu menggerakkan masyarakat Dusun setempat secara mandiri berperan aktif dalam memanfaatkan semua sektor yang dapat dijadikan objek wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, studi Pustaka dan wawancara dengan beberapa narasumber. Digunakannya analisis SWOT dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis yang bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan desa wisata agro kebun teh Nglingo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat strategi seperti, SO, WO, ST, WT, untuk mengembangkan sebuah desa wisata, di Yogyakarta, Nglingo dalam peluangnya agar dapat mengembangkan desa wisata hingga mencapai puncak keberhasilannya.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Desa Wisata, Wisata Agro

ABSTRACT

The Special Region of Yogyakarta is widely known by the people of Indonesia as an area that still has many unspoiled areas for the construction of cutting-edge complexes. This type of tourism has become the most time-keeping vacation style and is popular in the eyes of the public today after several years of experiencing limited activities due to the COVID-19 pandemic. This has resulted in the emergence of a type of special interest tourism, namely alternative tourism called Tourism Village. Nglingo Hamlet Tourism Village develops slowly through word of mouth and is able to move the local Hamlet community independently to play an active role in utilizing all sectors that can be used as tourist attractions. The method used in this study is descriptive qualitative. Data collection techniques use observation, literature studies and interviews with several speakers. The use of SWOT analysis in this study is to systematically identify various factors aimed at formulating a strategy for developing the Nglingo tea garden agro-tourism village. The results of this study show that there

are strategies such as, SO, WO, ST, WT, to develop a tourist village, in Yogyakarta, Nglinggo in its opportunity to develop a tourist village to reach the peak of its success.

Keywords: Development Strategy, Tourism Village, Agro Tourism

PENDAHULUAN

Dunia pariwisata bukan hanya menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal. Kini peminatnya sudah merambah ke sebagian besar masyarakat Indonesia bahkan dunia. Dibutuhkannya pariwisata bagi Sebagian besar penduduk dunia membuat kegiatan berwisata menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Melalui sebuah wawancara di [1] Radio Sonora, Wakil Ketua Bidang Investasi Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Riyan Momod mengatakan bahwa, industri pariwisata kini mulai pulih akibat pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia. Sebelumnya, berwisata mengunjungi suatu kawasan di luar dari rutinitas sehari-hari merupakan cara untuk menghilangkan kejenuhan akibat rutinitas yang monoton dan melelahkan. Namun, saat pandemi COVID-19 melanda kini, masyarakat kembali berwisata sebagai bentuk dari kesenangan dan penyembuhan diri. Berdasarkan data yang dimilikinya, pada periode Januari-Desember 2021 terjadi kenaikan pada industri pariwisata sebesar 20 persen.

Meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata ini membawa angin segar pada industri pariwisata yang sempat terpuruk akibat pandemi COVID-19 yang melanda dunia. Tempat-tempat wisata yang sebelumnya sepi pengunjung, kini kembali diramaikan oleh masyarakat yang merindukan kebebasan beraktivitas tanpa pembatasan ruang. Pariwisata berasal dari Bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata, yaitu “pari” berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata “wisata” yang bermakna perjalanan. [2] pariwisata mengandung tiga unsur antara lain: manusia, yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata. Tempat, yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri, Waktu yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan.

Berada sekitar 54 km dari pusat kota Yogyakarta, keberadaan Desa Nglinggo dapat ditempuh dalam waktu dua jam perjalanan. Desa Wisata Nglinggo merupakan desa yang memiliki ketinggian rata-rata 800—1000 mdpl. Tidak heran bila dengan ketinggian tersebut, dari desa Nglinggo wisatawan dapat melihat panorama indah sembilan puncak gunung yang terbentang sepanjang mata memandang. Kesembilan gunung yang dapat dilihat dari puncak Desa Wisata Kebun Teh Nglinggo antara lain, G. Merapi, G. Merbabu, G. Sindoro, G. Sumbing, G. Tidar, dan beberapa gunung kecil di sekitarnya. Desa Wisata Nglinggo adalah satu padukuhan yang berada di kawasan Desa Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Di bagian utara, desa ini berbatasan langsung dengan Kecamatan Salaman di Kabupaten Magelang sementara bagian selatan desa berbatasan dengan Dukuh Plono dan Dukuh Ngemplak. Sementara itu, bagian timur Desa Wisata Nglinggo berbatasan dengan Dukuh Ngargosari dan di bagian barat berbatasan dengan Kecamatan Loano di Kabupaten Purworejo.

Desa Wisata Nglinggo telah menyatakan diri sebagai desa wisata berbasis wisata alam dan edukasi sejak tahun 2004. Terbentuknya Desa Wisata Nglinggo Barat tidak terlepas dari peran masyarakat lokal dan pemuda desa Nglinggo. Namun, desa wisata ini sempat terhenti selama beberapa tahun. Bangkit kembalinya Nglinggo terjadi karena terbentuknya Pokdarwis pada tahun 2012. Secara aktif dan berkelanjutan, Desa Wisata Nglinggo mengembangkan potensi desa melalui berbagai paket dan kegiatan wisata yang dapat dinikmati oleh seluruh anggota keluarga.

Objek-objek pariwisata di Yogyakarta menjadi salah satu daya tarik wisatawan nusantara. dari data laporan kunjungan pariwisata di Yogyakarta, pada tahun 2016-2020 (tabel 1.), menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara selama kurun waktu 2 tahun dari 2019 – 2021 mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu diatas 1000%. Hal tersebut tidak terlepas dari pandemi covid-19.

Tabel 1. Laporan jumlah kunjungan wisata DIY

Tahun	Wisatawan
2016	4.194.261
2017	4.831.347
2018	5.272.718
2019	6.116.354
2020	1.778.580
2021	588.228

Kulon Progo merupakan salah satu destinasi wisata di DIY. Berdasarkan data dari dinas pariwisata Kulon Progo yang tersaji pada tabel 2. Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kulon Progo mengalami penurunan pada tahun 2019-2021 sebesar 153,54 %. Penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan tidak terlepas dari adanya pandemi COVID-19.

Tabel 2. Laporan jumlah kunjungan wisata Kulon Progo

Tahun	Wisatawan
2016	716.390
2017	723.302
2018	845.459
2019	887.039
2020	590.965
2021	577.732

Berkembangnya potensi Wisata Kebun Teh Nglinggo memerlukan beberapa faktor pendukung. Tidak hanya mengandalkan lokasi desa wisata yang strategis dan banyaknya objek wisata yang dapat dijadikan anjungan wisata, Nglinggo perlu melibatkan stake holder sebagai salah satu strategi dalam menarik wisatawan lebih maksimal.

Wisata merupakan bagian dari pariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang mengunjungi tempat tertentu, dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara [3]. [4] Destinasi merupakan suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung dimana dia dapat tinggal selama waktu tertentu. Kata destinasi dapat digunakan untuk suatu kawasan terencana, yang sebagian atau seluruhnya dengan amenities dan pelayanan produk wisata, fasilitas rekreasi, restoran, hotel, atraksi, toko pengecer yang dibutuhkan pengunjung.

Sebagai destinasi wisata, kesiapan fasilitas sosial, fasilitas umum, sarana dan prasarana yang dapat mendukung kenyamanan pengunjung dalam menikmati tempat wisata masih sederhana. Hal ini berdampak pada keanekaragaman persepsi wisatawan tentang kesiapan Nglinggo dan kemaksimalan kinerja sebagai desa wisata. Menganalisa lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian dari perencanaan strategis. Salah satu tools yang digunakan adalah SWOT yang merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunity (O) dan Threat (T) [5].

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif kualitatif. Pada metode deskriptif kualitatif ini, upaya memahami sesuatu sebagai fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. [6] yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah, penelitian yang dilakukan dengan melukiskan keadaan obyek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk menarik/mengambil kesimpulan yang berlaku umum. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, studi Pustaka dan wawancara dengan beberapa narasumber yang ahli dalam bidangnya, yaitu kepala desa Nglinggo dan pemuda yang secara mandiri mengelola desa wisata tersebut. Teknik

analisis data menggunakan SWOT yang merupakan singkatan dari Strengths(kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) lingkungan internal dan Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis [7]. Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tabel.3 Analisis SWOT

<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESS</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampak pemandangan 9 puncak gunung lain. 2. Harga tiket masuk bukit isis Rp. 10.000.00- sudah termasuk welcome drink (teh hasil perkebunan Dusun Nglingga) 3. Memiliki kebun teh yang luas 4. Dapat memetik teh sendiri, menyangrai teh dan kopi, lalu membuat kopi sendiri 5. Terdapat beberapa kebun seperti, kebun teh, kopi, dan kolang-kaling 6. Memanfaatkan pemuda Dusun Nglingga untuk membangun pariwisata desa pada setiap lini. 7. Desa Nlinggo memiliki susu Kambing Etawa hasil peternakan sendiri. 8. Perkebunan Aren yang diolah menjadi Gula Aren lalu diperkenalkan pada wisatawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengelola Desa Wisata Nglingga agar lebih maju dari sebelumnya membutuhkan modal yang besar. 2. Dusun Nglingga walaupun sudah dikelola secara mandiri oleh pemuda dan masyarakat desa tersebut, namun masih memiliki keterbatasan SDM 3. Penduduk yang memiliki keterbatasan Bahasa seperti Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. 4. Belum memiliki pemandu wisata lepas. Pemandu wisata biasanya sepaket dengan rangkaian pariwisata yang telah ditawarkan. 5. Desa Wisata Nglingga belum dapat mengelola anjungan pariwisatanya dengan baik. Ketika desa Nglingga kehabisan anjungan wisata, wisatawan akan diarahkan ke desa wisata lain. (kehabisan anjungan) 6. Harga barang dan produk yang diproduksi oleh desa belum seragam 7. Fasilitas sinyal WIFI belum merata dan memadai
<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan dibangun jembatan high land yang mengitari Nglingga, sedangkan Highland akan menjadi Kawasan strategis pariwisata nasional. 2. Dusun Nglingga akan diadakan CSR penghijauan yaitu pohon alpukat 3. Sudah cukup diketahui oleh wisatawan local dan mancanegara. 4. Tren wisata customize di kalangan wisatawan. 5. Wisatawan dari perkotaan yang senang dengan suasana pedesaan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah banyak desa wisata di sekitar Nglingga 2. Pembangunan Highland akan mewah, bila Nglingga tidak memperbaiki bangunan dan aksesnya, Nglingga akan kalah. 3. Desa wisata lain memiliki beberapa anjungan yang lebih variatif 4. Lokasi desa wiata lain cukup dekat

Dari hasil analisis lingkungan eksternal dan internal, didapatkanlah kekuatan yang berasal dari Desa Wisata Nglingga yaitu puncak desa Nglingga yang dapat menyaksikan pemandangan Sembilan puncak gunung lain. Harga tiket masuk ke anjungan Isis, sebuah perkebunan teh luas

milik Desa Wisata Nglinggo yang dapat melihat puncak-puncak gunung lainnya ditambah segelas teh hangat hanya dibanderol sebesar Rp. 10.000.00-, kemudian di Isis pula pengunjung dapat memetic teh sendiri, menyangrainya, kemudian menyeduh hingga dapat diminum. Selain kebun teh, Nglinggo juga memiliki perkebunan kopi, gula aren, dan kolang-kaling. Pohon aren juga diperkenalkan kepada pengunjung untuk diolah hasilnya hingga menjadi gula aren. Perkebunan dan anjungan-anjungan wisata di Nglinggo dikelola secara mandiri oleh pemuda dan masyarakat setempat, dan dimaksimalkan pemanfaatan SDM tersebut pada semua lini. Selain kebun, Nglinggo memiliki kambing Etawa yang dapat diperah dan diminum susunya oleh pengunjung.

Kelemahan yang ada pada Desa Wisata Nglinggo adalah Ketika mengelola Desa Wisata Nglinggo agar lebih maju dari sebelumnya, pelaksana membutuhkan modal yang besar. Dusun Nglinggo walaupun sudah dikelola secara mandiri oleh pemuda dan masyarakat desa tersebut, namun masih memiliki keterbatasan SDM, karena sebagian pemuda memilih untuk bekerja di kantor atau perusahaan di kota. Penduduk desa Nglinggo memiliki keterbatasan Bahasa seperti Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris, hal ini berakibat pada terhambatnya komunikasi antara sesama pelaku wisata. Desa Wisata ini belum memiliki pemandu wisata lepas. Pemandu wisata biasanya sepaket dengan rangkaian pariwisata yang telah ditawarkan. Desa Wisata Nglinggo belum dapat mengelola anjungan pariwisatanya dengan baik. Kemudian ketika desa Nglinggo kehabisan anjungan wisata, wisatawan akan diarahkan ke desa wisata lain. Terakhir, kelemahan terletak pada harga barang dan produk yang diproduksi oleh desa yang belum seragam hingga fasilitas sinyal WIFI belum merata dan memadai untuk ukuran sebuah desa wisata.

B. Pembahasan

Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) [8]. Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu desa wisata mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Kemudian penulis melakukan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang ada, dan bagaimana cara mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, menggunakan kekuatan untuk mencegah dan mengatasi ancaman dari luar, mengurangi kelemahan untuk mencegah dan mengatasi ancaman dari luar. Analisis ini menggunakan tabel matriks SWOT yang di nilai berdasarkan 4 hal berikut.

SO kekuatan dan peluang

- Membawa Desa Wisata Nglinggo mencapai kejayaan sebagai desa wisata terbaik dan ramah di saku masyarakat atau calon wisatawan (S1, S2, O1).
- Menguatkan ciri khas Nglinggo sebagai Desa Wisata berbasis agro yang diminati wisatawan perkotaan (S3, O2, O4, O5).
- Menguatkan masyarakat desa wisata Nglinggo sebagai pengelola dengan ciri khas hasil bumi yang dapat dijadikan buah tangan atau peluang besar wirausaha (S4, S5, S7, S8, O4).

WO kelemahan dan peluang

- Segenap pihak yang terkait selaku pemangku kepentingan bahu-membahu melengkapi akses menuju Desa Wisata Nglinggo, sehingga berita tentang strategisnya tempat wisata dapat tersiar keseluruh calon wisatawan (W1, O1).
- Pihak pengelola Desa Wisata Nglinggo memberikan Pendidikan dan pementapan Bahasa asing kepada pemuda atau masyarakat desa Nglinggo (W3, O3).
- Menyediakan fasilitas pemandu wisata lepas yang juga diberikan pengetahuan mengenai seluk beluk Nglinggo, juru foto lepas, maupun kendaraan khusus yang mengelilingi desa wisata tanpa

harus mengambil keseluruhan paket wisata. Hal ini perlu dipertimbangkan agar desa wisata dapat memberikan rasa nyaman pada wisatawan (W4, O3).

- Peluang anjungan baru untuk wisatawan yang dapat memetik buah dan mengelolanya hingga hasilnya dapat dibeli lalu dibawa pulang oleh wisatawan (W5, O2, O4).
- Mengatur harga barang yang sama pada semua pedagang oleh-oleh dan tiket masuk anjungan (W5, W6, O5).
- Membaca perilaku wisatawan perkotaan yang senang berswafoto lalu mengirimnya kepada teman atau sosial media, Nglingsgo dapat memasukkan akses internet gratis dan memperkuat jaringannya (W7, O5).

ST kekuatan dan ancaman

- Mengiklankan atau membujuk wisatawan dengan menonjolkan ciri khas Desa Wisata Nglingsgo sebagai Desa Wisata yang dapat melihat berbagai puncak gunung dengan harga murah (S1, S2, T1).
- Dengan memanfaatkan kebun teh yang luas, kebun kopi, pohon aren, dan susu kambing etawa, sebagai anjungan baru di desa Nglingsgo, sehingga Nglingsgo tidak kehabisan tempat wisata (S2, S3, S4, S5, S7, T1, T3).

WT kelemahan dan ancaman

- Nglingsgo sebaiknya sudah mulai memperbaiki akses ke desa wisata, menambah armada yang dapat digunakan untuk mengelilingi desa hingga mendatangi setiap anjungan, memperbaiki fasilitas jaringan komunikasi, dan membekali pemuda pengurus desa wisata dengan kemampuan Bahasa yang baik juga keramah-tamahan (W2, W3, W4, W7, T1, T3, T4).

KESIMPULAN

Sebagai sebuah desa wisata di Yogyakarta, Nglingsgo memiliki peluang untuk dapat mengembangkan desanya hingga mencapai puncak kejayaannya. Melihat dari kekuatan yang dimiliki oleh Nglingsgo sebagai desa wisata, ada berbagai potensi yang dapat dikelola dengan baik. Desa wisata ini dimungkinkan dapat bertahan lama menjalankan perannya sebagai desa wisata karena memiliki banyak potensi yang besar pada setiap anjungannya. Kebun teh yang berada di puncak Isis desa Nglingsgo yang selama ini dikelola oleh pemuda desa berada pada kekuatan terbesar Nglingsgo sebagai tujuan wisata yang memiliki keotentikannya sendiri.

Dapat melihat sembilan puncak gunung dari satu titik wisata sembari memetik teh dan bersantai bersama keluarga merupakan salah satu anjungan yang dapat ditonjolkan dari desa wisata Nglingsgo. Selain berwisata di puncak Isis, wisatawan dapat pula mengelilingi kebun-kebun lain dan dapat mengolahnya hingga menjadi buah tangan. Namun, perkebunan yang dikelola secara mandiri oleh pemuda setempat inilah yang menjadi alasan mengapa desa Nglingsgo memiliki kekurangan dari segi sumber daya manusia dan Bahasa. Kelemahan ini dapat disikapi agar desa wisata yang berpotensi sukses ini tidak mengalami kemunduran.

Menyikapi banyak bermunculannya desa-desa wisata lain di Yogyakarta dapat mengakibatkan Desa Wisata Nglingsgo terancam mengalami kemunduran bila tidak memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini. Dari segi transportasi dan fasilitas umum serta akses di Desa Wisata Nglingsgo, pengelola perlu menginisiasi kendaraan umum dan keamanan akses jalan di tempat wisata. Dari segi kebutuhan hospitality atau keramah-tamahan di daerah wisata, diperlukan adanya SDM (Sumber Daya Manusia) yang memadai dan membekalinya dengan Bahasa Indonesia serta Inggris mengingat target desa wisata ini adalah memenuhi keinginan wisatawan perkotaan dan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Radio Sonora Jakarta, 7 Januari 2022. 13.00 WIB
- [2] Undang-Undang Republik Indonesia no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. Departemen Kementrian Pariwisata: Jakarta
- [3] Herdiansyah, H. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Hummaika.
- [4] Arnold, David, 2008, *Strategi Bisnis*, Jakarta, Salemba.
- [5] Hadinoto K. (1996), *Perencanaan Pengembangan Destinasi Wisata*, Jakarta: UIPress
- [6] Marzuki. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- [7] Freddy Rangkuti. 20014. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- [8] Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation

● 7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- 0% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1

jkpbp.ppj.unp.ac.id

Internet

7%

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded text blocks
- Quoted material
- Small Matches (Less than 8 words)

EXCLUDED TEXT BLOCKS

VOLUME 3 NO 3 TAHUN 2022 Available online at : <http://jkpbp.ppj.unp.ac.id/> | ISSN...
jkpbp.ppj.unp.ac.id

Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta Universitas Katolik Soegijapranata Se...
jkpbp.ppj.unp.ac.id

Tampak pemandangan 9 puncak gunung lain. Harga tiket masuk bukit isis Rp. 10.0...
jkpbp.ppj.unp.ac.id

Dari hasil analisis lingkungan eksternal dan internal, didapatkanlah kekuatan yang ...
jkpbp.ppj.unp.ac.id