

## **Perencanaan Anggaran Paket Wisata dalam Persiapan Pembukaan Pasar Tradisi Lembah Merapi di Desa Wisata Banyubiru, Kabupaten Magelang**

**Aneke Rahmawati<sup>1</sup>, Muhammad Zumar Rahafuna<sup>2</sup>**

*Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia*

<sup>1</sup>anekeramawati@stipram.ac.id

<sup>2</sup>zumarahafuna@stipram.ac.id

**Abstract :** *Banyubiru Tourism Village, situated in Magelang, Central Java, offers picturesque mountain landscapes and renowned temples, along with diverse range of attractions, including natural, cultural and man-made features. This study presents a budget plan for living tour packages in Banyubiru Villages, aimed at preparing for the reopening Pasar Tradisi Lembah Merapi. The primary objective of this research is to design a budget plan for tourist packages in Banyubiru Tourism Villages, focusing on three key factors: (1) something to see; (2) something to do, and (3) something to buy. The costs are computed based on fix cost, variable cost, overhead cost, and profit margin, subsequently divided by the number of participants. The research considers 150 tourists for four tour visits, resulting in a calculated cost of IDR 69,080,000 divided by 150 tourists, making the price per pax IDR 460,533 or approximately rounded up to IDR 465,000/person*

**Keywords :** *Banyubiru Village, Tour Package Budget, Tourism Village*

Article Information: Submission: 08 November 2023, Accepted: 26 Desember 2023, Published: 31 Desember 2023

DOI: 10.53691/jpi.v19i2.388



Copyright © 2023 by the author(s). This article is published by Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to the original publication and author(s). The full terms of this license may be seen at <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## PENDAHULUAN

Desa Wisata Banyubiru memiliki posisi strategis karena terletak diantara Gunung Merapi dan Kawasan Wisata Candi Borobudur di Kabupaten Magelang. Desa ini memiliki berbagai sumber daya wisata budaya, kuliner, agrowisata maupun berbagai produk UMKM. Salah satu ikon wisata di desa ini adalah keberadaan Bukit Gununggono. Di Bukit ini, menyimpan peninggalan sejarah dari berbagai era; Patung Ganesha dari Mataram-Hindu, makam Kyai Mukri yang terkait dengan Mataram Islam hingga bekas pos pengamatan Gunung Merapi dari era Belanda.

Pemerintah Desa Wisata Banyubiru menginisiasi Pasar Tradisi Lembah Merapi yang di kelola oleh Bumdes Nirmala Biru dan Pokdarwis Tirta Biru sejak tahun 2019. Pasar Tradisi Lembah Merapi menyajikan berbagai makanan khas tradisional serta pentas budaya. Kegiatan pasar ini sementara terhenti sejak adanya pandemi covid-19 dan saat ini sedang dilakukan proses penataan ulang kawasan. Menyambut rencana pembukaan kembali Pasar Tradisi Lembah Merapi pada pertengahan bulan Desember 2023, salah satu tantangan terbesar dalam proses pengelolaan kegiatan wisata di Desa Wisata Banyubiru adalah kapasitas SDM pengelola.

Desa Wisata Banyubiru sudah memiliki rancangan rencana paket tour desa yang dibuat oleh pengelola, namun paket tour tersebut belum memiliki anggaran biaya yang sesuai dan disepakati bersama. Sehingga dalam penelitian ini Pemerintah Desa Wisata Banyubiru mengadakan kegiatan Pelatihan Peningkatan Kapasitas SDM Pengelola. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah dengan pelatihan pembuatan anggaran paket wisata di Desa Wisata Banyubiru.

## LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, landasan teori digunakan untuk megacu pada teori dan konsep yang berkaitan dengan

permasalahan yang sedang diselidiki. Teori dan konsep yang digunakan meliputi : destinasi wisata, faktor pengembangan destinasi wisata, paket wisata, kriteria paket wisata dan perencanaan pembuatan Anggaran paket wisata.

### Destinasi Wisata

Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata harus memenuhi 4A komponen pariwisata, yaitu : Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari (Sugiama, 2014). Setiap komponen tersebut harus memenuhi kualitas dan variasi dari yang memadai. (Sugiama, 2013). Cooper (2005) berpendapat bahwa ada empat komponen utama yang harus dimiliki oleh objek daya tarik wisata, yang sering disebut sebagai kerangka kerja 4A. Komponen-komponen ini mencakup atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansilari.

Komponen 4A menurut cooper (2005) dijabarkan sebagai berikut :

1. Atraksi (*Attraction*), merupakan komponen utama menarik perhatian wisatawan
2. Aksesibilitas (*Accessibility*), sarana serta infrastruktur atau akses untuk menuju destinasi.
3. Amenitas (*Amenity*), melibatkan semua fasilitas pendukung yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan
4. Ansilari (*Ancillary*), fasilitas yang berkaitan dengan ketersediaan sebuah lembaga yang bermanfaat bagi wisatawan di sekitar destinasi wisata.

### Faktor Pengembangan Destinasi Wisata

Pengembangan destinasi wisata harus memasukkan tiga elemen utama, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985).

1. *Something to see*, mencakup atraksi yang dapat dimikmati oleh pengunjung atau wisatawan di

destinasi pariwisata. Dengan kata lain, destinasi wisata harus memiliki daya tarik khusus yang bisa memikat minat wisatawan.

2. *Something to do*, terkait dengan kegiatan yang dapat diikuti oleh wisatawan di lokasi wisata. *Something to do* mencakup beragam aktivitas wisata yang memberikan pengalaman bahagia, kesenangan dan kegembiraan, seperti fasilitas rekreasi. Fasilitas rekreasi dapat mencakup tempat bermain, tempat penjualan makanan khas, kegiatan seperti memetik buah, berinteraksi dengan penduduk sekitar, dan sebagainya
3. *Something to buy*, berhubungan dengan barang-barang yang dapat dibeli oleh wisatawan, termasuk souvenir atau produk khas di destinasi wisata. *something to buy*, mencakup fasilitas belanja yang disediakan bagi wisatawan, yang seringkali mencerminkan ciri khas daerah tersebut.

Dalam konteks ini, pengembangan destinasi pariwisata dapat berhasil apabila terdapat objek yang menarik dan kegiatan yang menciptakan daya tarik bagi wisatawan, sekaligus menceminkan unsur khas dari daerah tersebut. Namun, dari segi pelaksanaan, hal ini perlu sejalan dengan aspek ekonomi kreatif yang melibatkan aktifitas belanja atau pembelian yang berperan dalam peningkatan ekonomi.

### **Paket Wisata**

Paket wisata adalah rangkaian perjalanan wisata yang dilakukan ke satu atau beberapa tujuan wisata. kemudian dirangkai menjadi satu program perjalanan yang sudah ditentukan, dan ditawarkan dengan satu harga keseluruhan yang mencakup semua komponen perjalanan wisata (Utama, 2014).

Senada dengan hal tersebut, menurut Camilleri (2019), paket wisata adalah sebuah paket yang mencakup semua layanan, seperti pengaturan

akomodasi dan transportasi yang dipesan dalam satu harga. Karakter dari paket wisata ini melibatkan pengaturan yang telah disiapkan sebelumnya, baik itu dalam bentuk kombinasi produk atau program wisata yang lengkap.

Keunggulan dari paket wisata adalah harga yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan dengan pembelian tiket per-destinasi wisata tujuan secara terpisah. Selain itu, kenyamanan wisata selama liburan juga diperoleh wisatawan dari layanan paket wisata yang ditawarkan.

### **Kriteria Paket Wisata**

Sebuah paket wisata yang baik adalah paket yang dibuat dengan perencanaan yang baik dan fleksibel, artinya dapat dikembangkan berdasarkan kebutuhan dari tamu yang akan datang. Menurut Suyitno (2006) paket wisata dapat dikelompokkan dalam 3 kriteria, yaitu :

1. Sudut pandang penyusunan paket berdasarkan permintaan, paket dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu *tailor made* dan *ready package*. *tailor made* berorientasi pada permintaan wisatawan yang menginginkan sebuah paket yang menyesuaikan keinginan wisatawan. Sedangkan, *Ready package* merupakan paket yang langsung siap jual karena sudah dibuat dan direncanakan kegiatan dan harga jualnya.
2. Sudut pandang area perjalananan, jika perjalanan dilaksanakan dari dalam ke luar negeri maka perjalanan tersebut disebut sebagai perjalanan *outbound*. Perjalanan *inbound* jika wisatawan datang langsung dari luar negeri. Sedangkan, sebuah paket dapat dikatakan domestik jika wisatawan

berasal dari negara asal dan tidak keluar dari negara asalnya

3. Sudut pandang pelayanan, pelayanan dapat mencakup seluruh kebutuhan wisatawan saat berada di lokasi kegiatan sampai hanya menyediakan satu atau beberapa kebutuhan yang dibutuhkan oleh wisatawan

### **Perencanaan Pembuatan Anggaran Paket Wisata**

Dalam pembuatan paket wisata perlu di pertimbangkan beberapa hal yang harus dilakukan, seperti : (1) Mengidentifikasi mengapa orang melakukan perjalanan wisata; (2) Kapan waktu yang tepat untuk melakukan perjalanan wisata dari masing-masing tempat; (3) Apa yang mejadi motivasi wisatawan dalam memilih destinasi liburan, terumata di daerah tersebut, (Camilleri, 2019).

Menurut Suyono (2008), dalam menyusun anggaran paket wisata langkah pertama adalah mengidentifikasi jenis biaya yang akan di tanggung oleh klien. Jenis biaya ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu :

1. *Fixed Cost* (Biaya Tetap), merupakan biaya yang ditanggung oleh seluruh jumlah wisatawan secara bersama-sama. seperti: biaya transportasi, biaya pemandu wisata, biaya parkir dan retribusi, biaya penginapan serta biaya konsumsi
2. *Variable Cost* (Biaya Variabel), merupakan biaya yang dikenakan kepada setiap peserta wisata. Jenis biaya ini telah disepakati dan ditanggung per-individu oleh penyedia layanan yang termasuk dalam paket wisata yang disusun oleh agen perjalanan, seperti :

biaya kegiatan, biaya penginapan, biaya asuransi hingga biaya makan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, menganalisis data dan menyajikan hasil temuan penelitian. Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Lembah Merapi, Desa Wisata Banyubiru, Kabupaten Magelang.

Forum Group Discussion (FGD) dilakukan bersama pemerintah Desa Wisata Banyubiru untuk kegiatan Pelatihan Peningkatan Kapasitas SDM Pengelola Desa Wisata Banyubiru. Selama proses FDG terjadi kesepakatan dalam pembuatan paket wisata difokuskan pada perencanaan biaya paket wisata. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pengelola dalam menjual paket wisata kepada wisatawan mendatang.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan penggabungan *fix cost* dan *variable cost*, lalu ditambah dengan *overhead cost* dan *margin*. Hasil dari total biaya kemudian dibagi dengan jumlah peserta dalam paket wisata. Dalam penelitian ini, terdapat sebanyak 150 sampel yang diikutsertakan. Mereka mengalami empat kali kunjungan wisata yang melibatkan *something to see* (sesuatu yang dapat dilihat), *something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), dan *something to see* (barang atau layanan yang dapat dibeli. Harga dihitung dengan menggunakan rumus berikut :  $(fix\ cost + variable\ cost + overhead\ cost + margin)/pax$ .

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desa Wisata Banyubiru memiliki beragam

atraksi wisata yang ditawarkan. Atraksi tersebut berupa :

1. Agrowisata. Desa Wisata Banyubiru, terdapat tiga jenis agrowisata, yaitu : Agrowisata kebun Salak, Agrowisata kebun Jambu Kristal dan Agrowisata perikanan.
2. Wisata Alam. Atraksi wisata alam di Desa Wisata Banyubiru yaitu : Bukit Gununggono dan Pasar Tradisi Lembah Merapi
3. UMKM. Desa Wisata Banyubiru memiliki 52 UMKM yang sebagian besar pada bidang olahan makanan tradisional yang dikelola oleh masyarakat setempat.
4. Kesenian. Terdapat 3 kesenian di Desa Wisata Banyubiru, yaitu : kesenian Campur, Kubro Siswo dan Topeng ireng.

Pembuatan anggaran paket wisata di Desa Wisata Banyubiru menggunakan teori pengembangan destinasi wisata yang melihat dari 3 faktor, yaitu *something to see, something to do dan something to buy*. Ketiga faktor tersebut disesuaikan dengan atraksi wisata yang ada di Desa Wisata Banyubiru.

#### ***Something to see (Sesuatu yang dilihat)***

Kegiatan wisata yang dilakukan untuk melihat di Desa Wisata Banyubiru adalah wisata alam di Bukit Gununggono. Bukit Gununggono dahulunya merupakan kawasan yang dikenal sebagai tempat ritual penyembahan berhala patung archa Ganesha dan Lingga Yoni. Namun, pada akhirnya, ajaran islam masuk yang di pimpin oleh Kiayi Muhammad Mukri. Kiayi Mukri merupakan orang pertama yang menyebarkan ajaran Islam di Desa Banyubiru.

Keunikan pada Bukit Gununggono yaitu wisatawan dapat melihat Archa

Ganesha dan Patung Lingga Yoni berdekatan dengan Makam Kiayi Muhammad Mukri dalam satu kawasan. Selain itu, wisatawan dapat melihat langsung puncak guung Merapi di bukit Gununggono, terlebih saat *sunset* atau *sunrice* terlihat lebih indah.

Bukit Gununggono juga menjadi lokasi Pasar Tradisi Lembah Merapi, sehingga pada hari minggu ketika wisatawan menikmati keindahan Bukit Gununggono dapat langsung menuju Pasar Tradisi Lembah Merapi.

Wisatawan juga dapat melihat kesenian asli Desa Wisata Banyubiru, seperti Kesenian Campur, Kubro Siswo dan Topeng Ireng. Kesenian Campur merupakan pementasan dari beberapa aliran kesenian jawa yang disatukan menjadi alur cerita kehidupan tokoh-tokoh terdahulu. kesenian campur dusun gadingan bernama Krida Budaya.

Topeng Ireng atau disebut juga Dayakan merupakan kesenian yang sampai sekarang masih dirawat dan dilestarikan oleh masyarakat setempat. Kesenian ini dapat dijumpai pada acara-acara besar yang diselenggarakan di Desa Banyubiru. Pementasan Topeng Ireng terdiri dari tiga variasi tarian dengan mengenakan kostum yang berbeda, yaitu (1) Menggunakan Kostum Suku pedalaman, (2) Kostum Adat Jawa; (3) Kostum berbetuk hewan.

#### ***Something to Do (Sesuatu yang di lakukan)***

Desa Banyubiru menawarkan atraksi yang beragam terutama untuk kegiatan wisata, seperti : Agrowisata memetik Salak dan Jambu Kristal, Agrowisata Perikanan, dan rumah produksi pembuatan makanan tradisional yang tergabung dalam UMKM.

Agrowisata kebun Salak merupakan atraksi wisata didalam kebun Salak. Atraksi tersebut mengajak wisatawan untuk melihat langsung perawatan pohon salak hingga pemanenan buah Salak. Wisatawan juga dapat memetik buah Salak secara langsung. Agrowisata kebun salak di Desa Wisata Banyubiru dibagi menjadi dua jenis buah Salak, yaitu: Salak Pondok Super dan Salak Madu.

Agrowisata Jambu Kristal di Desa Wisata Banyubiru berasal dari Taiwan dan dibudidayakan melalui metode cangkok. Perkebunan Jambu Kristal ini paling banyak berada di dusun Salaman. Sejak tahun 2017, Perkebunan Jambu Kristal sudah dijadikan wisata petik buah.

Tarif Masuk kebun sebesar Rp. 15.000/orang, pengunjung diperbolehkan menikmati Jambu Kristal sebanyak mungkin. Jika ingin dijadikan oleh-oleh, Jambu Krstal di jual dengan harga Rp. 10.000/Kg.

Desa Wisata Banyubiru juga memiliki Agrowisata Perikanan. Masyarakat Banyubiru mayoritas memiliki kolam ikan di area sekitar rumahnya. Selain sebagai peliharaan, Ikan-ikan ini juga sebagai sumber penghasilan. Terdapat berbagai macam jenis ikan yang dikelola, seperti : Ikan Nila, Ikan Bawal, Ikan Braskap, Ikan Koi, Ikan Lele, dsb.

Dengan berjalannya waktu, kolam ikan milik masyarakat ini dijadikan wisata edukasi yang dikelola oleh perorangan. Wisata ini bertujuan untuk mengedukasi para pengunjung dari segi pembibitan Ikan, Porsi makan, sampai masa panen.

Desa Wisata Banyubiru memiliki 52 UMKM yang mayoritas pada bidang makanan lokal, seperti : Basreng, Jipang, Tempe Keripik, Kembang Gula, Semprong, Tape ketan, Pothil,

Rengginang, Slondok, dan Rambak. Hampir mayoritas masyarakat yang tinggal di Banyubiru memiliki homeindustri pembuatan makanan lokal dan terbuka untuk wisatawan. Wisatawan dapat melihat langsung dan turut ikut serta dalam proses pembuatan makanan lokal di Desa Wisata Banyubiru.

### ***Something to buy (Sesuatu yang dapat dibeli)***

Pasar Tradisi Lembah Merapi adalah sebuah acara pelestarian budaya dengan nuansa “tempo doeloe” yang diadakan di Desa Wisata Banyubiru. Pasar ini menawarkan berbagai makanan dan minuman tradisional seperti Pepes Ikan, Nasi Megono, rambut Nenek, Cenil, Gethuk, Es Pisang, Es Cendol, dan sebagainya.

Transaksi penjualan di pasar ini memiliki cara yang unik, tidak seperti pasar konvensional lainnya. Pasar Tradisi Lembah Merapi menggunakan alat transaksi yang disebut “Dono” (Dolar Gono). Dono adalah potongan kayu tebal yang memiliki bentuk mirip oval, dan satu Dono setara dengan nilai Rp. 2000,00.

Di Pasar Tradisi Lembah Merapi memiliki 32 lapak yang dikelola oleh warga setempat yang terdiri dari 16 Dusun. Setiap pedagang dilarang menjual menu yang sama, menciptakan variasi yang menarik dalam penawaran makanan dan minuman tradisional.

Desa Banyubiru memiliki agrowisata kebun Jambu Kristal dan kebun Salak yang mejual hasil pertanian untuk dijadikan oleh-oleh. Tarif masuk kebun Jambu Kristal sebesar Rp.15.000/orang. Buah Jambu Kristal yang dipetik dapat dibawa pulang dengan harga Rp.10.000/Kg. Sedangkan kebun Salak di Desa Wisata Banyubiru di bagi menjadi

dua varian, yaitu Salak Pondoh Super dan Salak Madu. Berikut tarif masuk dan harga jual buah Salak di Desa Banyubiru :

Kategori	Unit	Salak Pondoh Super	Salak Madu
Tarif Masuk	Per-orang	Rp. `10.000	Rp. 25.000
Juni - Oktober	Per-KG	Rp. 5.000*	Rp. 20.000*
November - Februari	Per-KG	Rp. 3000*	Rp. 10.000*

\*Perubahan harga dipengaruhi oleh faktor perubahan musim.

Desa Wisata Banyubiru juga menjual oleh-oleh khas berupa makanan lokal yang dibuat oleh masyarakat setempat. Oleh-oleh khas tersebut adalah Basreng, Jipang, Tempe Keripik, Kembang Gula, Semprong, Tape ketan, Pothil, Rengginang, Slondok, dan Rambak. Harga oleh-oleh khas ini bervariasi, mulai dari Rp. 10.000 hingga Rp. 25.000 per-kemasan.

#### Rencana anggaran paket wisata

Pembuatan anggaran paket wisata di Pasar Lembah Merapi menggunakan jenis perjalanan domestik dan *Inbound*. Hal ini dikarenakan sebelum Pasar Lembah Merapi ditutup sementara, banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang melakukan wisata di Desa Wisata Banyubiru untuk menikmati kuliner, alam dan budayanya. Paket wisata yang ditawarkan menggunakan *Ready package* atau dapat juga menggunakan *tailor made* dengan menyesuaikan permintaan dari wisatawan.

Rencana paket yang ditawarkan untuk 150 peserta selama 3 hari dengan asumsi tamu berangkat dari Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebagai berikut :

Fix Cost				
Nama	Unit	Jml	Biaya	Subtotal
Sewa Bus	Buah	6	Rp. 2.500.000	Rp. 15.000.000
Homestay	Per-malam	60	Rp. 100.000	Rp. 6.000.000
Konsumsi	Porsi	900	Rp. 20.000	Rp.

				1.800.000
Total				Rp. 22.800.000

Variable Costs				
Nama	Unit	Jml	Biaya	Subtotal
Retribusi <i>Do</i>	Orang	600	Rp. 10.000	Rp. 6.000.000
Konsumsi	Orang	600	Rp. 20.000	Rp. 12.000.000
Retribusi <i>See</i>	Orang	600	Rp. 20.000	Rp. 12.000.000
Asuransi	Orang	150	Rp. 2.000	Rp. 300.000
Retribusi <i>Buy</i>	Orang	150	Rp. 20.000	Rp. 3.000.000
Operasional	Paket	1	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000
Total				Rp. 34.300.000

#### Rencana Anggaran Paket Wisata *Live In*

All Cost			
Nama	Unit	Jml	Biaya
<i>Fix Cost</i>	Paket	1	Rp. 22.800.000
<i>Variable Cost</i>	Paket	1	Rp. 34.300.000
<i>Overhead Cost</i>	Paket	10%FC+VC	Rp. 5.700.000
<i>Margin</i>	Paket	10%FC+VC+OC	Rp. 6.280.000
Total			Rp. 69.080.000

Harga jual paket *Live In* Desa Banyubiru adalah total seluruh biaya (*fix cost*, *variable cost*, *overhead cost* dan *margin*) dibagi dengan jumlah peserta, perhitungannya adalah Rp.69.080.000 dibagi 150 peserta sehingga harga per-pax adalah Rp 460.533 atau dibulatkan menjadi Rp.465.000/orang.

#### KESIMPULAN

Pembuatan rencana anggaran paket wisata di Desa Banyubiru melihat dari tiga faktor pengembangan destinasi wisata. Faktor-faktor tersebut adalah *something to see*, *something to do* dan *something to buy*. Pada *something to see*, wisatawan dapat melihat Bukit Gununggono dan kesenian asli Desa Wisata Banyubiru. Alokasi biaya

untuk masing-masing atraksi antara Rp.10.000 hingga Rp.20.000.

*Something to do* di Desa Wisata Banyubiru yaitu dengan melakukan atraksi wisata, seperti : Agrowisata Kebun Jambu dan Kebun Salak, berpartisipasi dan ikut serta dalam pembuatan makanan lokal yang menjadi home industri masyarakat setempat. Pada *something to buy*, wisatawan dapat membeli oleh-oleh khas yang berupa produk makanan lokal, dan hasil perkebunan di Desa Wisata Banyubiru.

Pada penelitian ini, jumlah sample yang digunakan adalah sebanyak 150 orang, dengan empat kali kunjungan wisata yang dapat dilihat (*something to see*) dan kegiatan wisatawan (*something to do*). Sedangkan untuk pembelian oleh-oleh (*something to buy*) hanya dilakukan satukali. Jika wisatawan ingin membeli oleh-oleh yang lebih banyak maka harus membayar tersendiri diluar paket.

Berdasarkan hasil perhitungan seluruh rancana anggaran *live in* di Desa Banyubiru adalah total seluruh biaya dibagi dengan jumlah peserta, perhitungannya adalah total biaya Rp.69.080.000 dibagi 150 peserta sehingga harga per-pax adalah Rp 460.533 atau dibulatkan menjadi Rp.465.000/orang. Sehingga dalam menyambut dibukanya kembali Pasar Tradisi Lembah Merapi, pengelola sudah memiliki rencana anggaran paket wisata *live-in* sebesar Rp.465.000/orang dengan perkiraan jumlah wisatawan sebesar 150 wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

Camilleri, Mark Anthony. (2019). *Tourism Planning and Destination Marketing*. UK: Emerald Publishing Limited.

Chris Cooper. (2005). *Worldwide Destination: The Geography of Travel and Tourism* (fourth edition). Oxford: Elisevier Butterworth Heinemann.

Sugiana. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Edisi Pertama,. Bandung: Guardaya Intimarta.

Sugiana, A Gima. (2014), *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata*, Edisi 1, Guardaya Intimarta, Bandung

Suyitno. (2006). *Perencanaan Wisata. Tour Planning*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Utama, I Gusti Bagus Rai. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.

Yoeti, Oka A. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa.