

Strengthening the Potential of Bongan Tourism Village through Community Engagement

I Wayan Adi Pratama¹, Ni Desak Made Santi Diwyarthi^{2*}

¹Politeknik Internasional Bali,

²Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Ni Desak Made Santi Diwyarthi

santidiwyarthi@yahoo.com

ARTICLE INFO

Keywords: Community, Development, Service, Sustainability, Tourism, Village

Received : 23, January

Revised : 24, February

Accepted: 25, March

©2024 Pratama, Diwyarthi: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The development of tourist villages in Bali is a primary focus in efforts to advance the tourism industry. The potential of tourist villages encompasses natural beauty, culture, and traditions as tourism destination potentials. Community service plays a crucial role in the development of tourist villages in Bali. The method of community participation approach in sustainable tourism development was applied to 20 young participants in this program in August 2023. The use of training and skill development methods in the field of digital communication technology is highly relevant in the implementation of this community service. This method enables young people in Bongan Tourist Village to improve the promotion of their village. It helps them identify issues, explore their potential, analyze the resources they have, and determine strategic steps for the long-term management of the Tourist Village and how to promote it effectively.

Penguatan Potensi Desa Wisata Bongan Melalui Keterlibatan Masyarakat

I Wayan Adi Pratama¹, Ni Desak Made Santi Diwyarthi²

¹Politeknik Internasional Bali,

²Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Ni Desak Made Santi Diwyarthi

santidiwyarthi@yahoo.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Berkelanjutan, Desa, Masyarakat, Pengabdian, Pengembangan, Wisata

Received : 23, January

Revised : 24, February

Accepted: 25, March

©2024 Pratama, Diwyarthi: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Pengembangan desa wisata di Bali merupakan fokus utama dalam upaya memajukan industri pariwisata. Potensi desa wisata mencakup keindahan alam, budaya dan tradisi sebagai potensi destinasi pariwisata. Pengabdian kepada masyarakat memiliki peranan penting dalam pengembangan desa wisata di Bali. Metode pendekatan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan diterapkan pada 20 pemuda yang mengikuti program ini pada bulan Agustus 2023. Penggunaan metode pelatihan dan pengembangan ketrampilan dalam teknologi komunikasi digital sangat penting dalam program pengabdian masyarakat ini. Dengan metode ini, pemuda di Desa Wisata Bongan dapat memperbaiki promosi desa mereka. Ini membantu mereka mengidentifikasi masalah, menggali potensi, menganalisis sumber daya yang mereka miliki, dan merencanakan langkah-langkah strategis untuk mengelola Desa Wisata secara berkelanjutan serta memasarkan destinasi tersebut secara efektif

PENDAHULUAN

Desa wisata memiliki dampak yang signifikan pada perekonomian suatu wilayah, termasuk pemerataan peluang pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat, dan peningkatan pendapatan daerah. Prinsip ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang mengakui bahwa alam, flora, fauna, serta warisan sejarah, seni, dan budaya Indonesia adalah sumber daya untuk pembangunan pariwisata guna meningkatkan kesejahteraan rakyat, sejalan dengan nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (Edison & Kartika, 2023).

Salah satu inisiatif yang mewakili pembangunan pariwisata berbasis masyarakat adalah konsep Desa Wisata. Dalam upaya untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat, Kementerian Pariwisata bersinergi dengan perguruan tinggi dalam program pemberdayaan masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan program yang lebih efisien dan efektif dalam mendukung pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata yang berkelanjutan (Putra & Sutaguna, 2021).

Pengembangan Desa Wisata didasari oleh beberapa tujuan. Tujuan pertama adalah menciptakan konsep destinasi wisata yang unik di setiap desa, sehingga setiap desa memiliki produk unggulannya sendiri. Tujuan kedua adalah memanfaatkan produk unggulan dari setiap desa sebagai sarana untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat (Dinar Sukma Pramesti, 2022). Di sisi lain, perencanaan dan pengelolaan obyek pariwisata alam di Indonesia masih banyak bergantung pada pemerintah dan sektor swasta. Namun, manfaat ekonomi dari pariwisata ini lebih sering dinikmati oleh pemerintah pusat dan swasta, sedangkan masyarakat lokal di sekitar obyek ekowisata seringkali belum merasakan peningkatan ekonomi yang signifikan (Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020).

Hal ini terjadi karena pemerintah masih merasa bahwa sumber daya manusia di masyarakat lokal belum cukup mampu untuk mengelola pariwisata alam secara mandiri dan profesional. Akibatnya, upaya pemberdayaan masyarakat lokal terkesan belum maksimal. Pemerintah senantiasa berupaya melibatkan masyarakat lokal untuk berpartisipasi aktif dalam industri pariwisata, baik dengan memulai program pembinaan, penyuluhan, pendampingan, dan bimbingan bagi masyarakat (Wardhani et al., 2022) dan (Yanti & Chasanah, 2022) Masyarakat lokal harus memiliki kesempatan untuk terlibat dalam usaha jasa wisata serta berpartisipasi dalam perencanaan dan pengelolaannya. Dan salah satu upaya pengentasan kemiskinan serta percepatan pembangunan adalah dengan keterlibatan tenaga ahli, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Artikel ini menyajikan salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada salah satu desa wisata yang ada di Bali. Desa wisata Bongan menjadi pilihan sasaran lokasi pengabdian kepada masyarakat karena program pengabdian ini merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang berkelanjutan dari program yang sudah terlaksana sebelumnya.

Masyarakat desa yang baru membuka diri terhadap pariwisata, memulai usaha dengan beragam produk dan jasa wisata, cenderung memiliki beberapa kekurangan. Kekurangan tersebut mulai dari keterbatasan ketrampilan sumber daya manusia, kurang siapnya destinasi wisata, dan variasi produk yang ada, hingga promosi dan media sosial yang terbatas. Beberapa penelitian membuktikan hal ini. Kurangnya pemahaman di kalangan para pelaku desa wisata telah diidentifikasi dalam beberapa penelitian sebelumnya. Sharpley (Suherlan et al., 2022) dan (Cemagi et al., 2022) mengungkapkan bahwa jumlah pelaku pariwisata pedesaan semakin meningkat seiring dengan penurunan aktivitas pertanian. Petani dalam masyarakat kemudian mulai mengembangkan usaha wisata yang terkait dengan pertanian sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa dan mengdiversifikasi sumber penghasilan di wilayah desa. Namun, salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha pariwisata desa adalah kurangnya pelatihan dan pengetahuan di kalangan para pelaku usaha pariwisata pertanian. Salvatore, Chiodo, & Fantini (Pratama, 2023b) dan (Pratama & Ramadhan, 2022) juga menggarisbawahi bahwa tantangan utama dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat terkait dengan keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan rasa percaya diri masyarakat lokal dalam mengelola sumber daya di daerah mereka.

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menghadirkan aspek-aspek keaslian seperti budaya, tradisi, kehidupan sehari-hari, arsitektur tradisional, dan tata ruang desa yang menggabungkan berbagai elemen pariwisata seperti atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung dalam satu kesatuan (Woda et al., 2021), (Agustina & Yosintha, 2021) dan (N. D. M. S. Diwyarthi, 2022). Untuk mengembangkan desa wisata, ada beberapa komponen pendukung yang diperlukan, sesuai dengan yang dijelaskan oleh Zakaria & Suprihardjo (Prabawati et al., 2022)

Desa wisata baru berjalan lancar bila desa tersebut memiliki potensi dalam bidang pariwisata, seni, dan budaya yang unik untuk wilayah setempat. Lokasi desa harus berada dalam wilayah pengembangan pariwisata atau setidaknya berada dalam jalur perjalanan wisata yang sudah ada. Adanya tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku pariwisata, seni, dan budaya yang terlatih dan tersedia. Infrastruktur dan aksesibilitas yang mendukung program Desa Wisata harus sudah tersedia. Dan, Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan di desa tersebut. Dengan memenuhi komponen-komponen ini, pembangunan desa wisata dapat berjalan dengan lebih efektif dan berkelanjutan. Langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah dan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kualitas potensi desa wisata, sehingga dapat menciptakan berbagai peluang dalam menarik minat kunjungan wisatawan (Desak & Santi, 2023) dan (Pratama, 2023a).

Salah satu aspek penting dalam pengelolaan desa wisata yang sukses adalah pemahaman yang mendalam tentang manajemen sumber daya manusia, pemasaran digital, dan kewirausahaan. Generasi muda memiliki peran kunci dalam memajukan desa wisata, dan penggunaan teknologi digital merupakan alat yang penting dalam promosi dan pengembangan produk wisata. Hal ini

sejalan dengan pemikiran bahwa perkembangan multimedia dan teknologi digital dapat memberikan dampak positif dalam mengubah cara berkomunikasi, bekerja, dan berbisnis (Seebaluck et al., 2015) dan (Viglia et al., 2016). Dengan memanfaatkan multimedia dan teknologi digital, desa wisata dapat memperkenalkan potensinya kepada masyarakat luas dan berpotensi mengembangkan sektor ekonomi lainnya, seperti pertanian, perkebunan, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Antari, 2021). Semua ini merupakan upaya untuk menciptakan konsep desa wisata yang terintegrasi dengan teknologi dan multimedia, sejalan dengan pandangan dari Pambudi dkk (Pratama, 2023a).

Menurut Jimmu (Suandewi, 2018), pengembangan masyarakat mengacu pada perkembangan yang terjadi dalam lingkup masyarakat itu sendiri. Dalam konteks pengembangan Desa Wisata, penting bagi pembangunan tersebut untuk mencerminkan tindakan dan kesadaran masyarakat terhadap identitas desa mereka. Jimmu menjelaskan bahwa pengembangan masyarakat ini tidak selalu terbatas pada aspek ekonomi, teknis, atau infrastruktur. Melalui kegiatan pengabdian seperti yang terjadi dalam program ini, proses pengembangan Desa Wisata melibatkan pelatihan yang diberikan oleh pihak eksternal desa, dalam hal ini tim yang menjalankan program pengabdian masyarakat. Mereka menyampaikan konsep kompetensi pemasaran kepada masyarakat Desa yang merupakan pihak yang mengelola Desa Wisata. Masyarakat tersebut juga berperan sebagai agen pembangunan desa yang memiliki pemahaman mendalam tentang karakteristik dan sistem yang berlaku di desa mereka (Suandewi, 2018).

Relevansi Pentingnya Pengabdian kepada Masyarakat adalah pemberdayaan lokal, pelestarian budaya dan lingkungan, pengembangan kewirausahaan, dan peningkatan pemasaran digital. Pemberdayaan Lokal: Pengembangan desa wisata yang sukses memerlukan partisipasi aktif dari masyarakat setempat. Pengabdian kepada masyarakat memungkinkan pelibatan langsung masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran destinasi mereka sendiri. Ini membantu membangun rasa memiliki dan keterlibatan masyarakat, yang esensial untuk menjaga keberlanjutan dan keberhasilan desa wisata (N. D. M. S. D. Diwyarthi et al., 2022) dan (Astuti, 2018).

Pelestarian Budaya dan Lingkungan: Bali terkenal dengan kekayaan budaya dan alamnya. Pengabdian kepada masyarakat dapat membantu masyarakat setempat memahami pentingnya pelestarian budaya mereka dan lingkungan alam. Ini menciptakan kesadaran kolektif untuk menjaga warisan budaya dan sumber daya alam yang berharga bagi pariwisata. **Pengembangan Kewirausahaan:** Pengabdian kepada masyarakat dapat melibatkan pelatihan dan pendampingan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Ini memungkinkan masyarakat untuk menciptakan usaha-usaha lokal yang dapat mendukung ekonomi desa wisata dan mengurangi ketergantungan pada pihak eksternal.

Peningkatan Pemasaran Digital: Dalam era digital saat ini, pengabdian kepada masyarakat juga mencakup pelatihan dalam pemasaran digital.

Masyarakat setempat dapat memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan destinasi mereka, mencapai audiens yang lebih luas, dan meningkatkan visibilitas desa wisata mereka.

METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Bongan melibatkan survei lokasi, pelatihan perancangan desain wisata, serta pembuatan desain promosi produk wisata dan produk kreatif dari UMKM yang ada di Desa Wisata Bongan. Kegiatan pelatihan dan pengembangan ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2023 dan melibatkan 20 pemuda dari Desa Wisata Bongan.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelatihan berkaitan dengan konsep perancangan promosi Desa Wisata berdasarkan dua aspek utama, yakni Pembangunan Desa Wisata yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai sarana pendidikan lingkungan bagi pengunjung, dan Pembangunan yang bertujuan meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Wisata Bongan. Dengan hadirnya Desa Wisata ini, diharapkan dapat memberikan manfaat tambahan bagi desa dan penduduknya, tidak hanya sebagai potensi pariwisata tetapi juga sebagai peluang bagi penduduk setempat untuk memulai usaha di lokasi pariwisata tersebut.

PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelaksanaan berupa pendidikan dan pelatihan, partisipasi aktif masyarakat, pendampingan dan monitoring, dan pemasaran produk desa wisata melalui media sosial digital. Terdapat 20 pemuda desa wisata Bongan yang terlibat dalam program pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung pada bulan Agustus 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pertemuan pertama di bulan Agustus, berlangsung kegiatan pendidikan dan pelatihan. Kepada para pemuda desa wisata Bongan, disampaikan materi penggalan potensi desa wisata, memahami berbagai potensi yang ada, kelemahan dan kelebihan, kekuatan dan tantangan yang dihadapi oleh desa wisata Bongan. Pada pertemuan kedua di bulan Agustus, para pemuda desa diminta menentukan strategi pengembangan potensi yang dimiliki desa wisata. Para pemuda desa dibagi menjadi beberapa kelompok yang melakukan pemetaan langkah-langkah kegiatan. Kelompok yang berkaitan dengan produk usaha jasa akomodasi dan destinasi, dan kelompok yang berkaitan dengan produk UMKM desa wisata. Pada pertemuan berikutnya, para pemuda desa dibekali ketrampilan dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk usaha akomodasi dan UMKM. Peningkatan ketrampilan dilakukan dengan pengetahuan dan praktek secara langsung. Menemukan peluang dan tantangan dalam mengembangkan bisnis secara digital, dengan melakukan pemasaran secara online. Pada tahap selanjutnya

adalah pendampingan dalam menentukan dan mengembangkan digital content yang menarik untuk diunggah ke dalam media social.

Pada tahap Pelatihan dan Pendidikan, metode ini melibatkan pelatihan masyarakat dalam berbagai keterampilan, termasuk manajemen wisata, pemasaran digital, kerajinan tangan, dan bahasa asing. Pelatihan ini membantu masyarakat mengembangkan keterampilan yang relevan untuk industri pariwisata.

Berikutnya, masyarakat diajak melakukan Partisipasi dalam Perencanaan dan Pengambilan Keputusan: Masyarakat setempat harus dilibatkan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan terkait pengembangan desa wisata. Mereka harus memiliki suara dalam bagaimana destinasi mereka dikelola dan dipromosikan.

Langkah selanjutnya adalah Pendampingan dan Monitoring: Pendampingan yang berkelanjutan diperlukan untuk membantu masyarakat menerapkan keterampilan dan pengetahuan yang mereka peroleh melalui pelatihan. Selain itu, pengawasan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan bahwa program pengembangan berjalan sesuai rencana.

Dan kemudian melakukan penerapan Pemasaran Digital dan Promosi. Pada tahap ini, Pengabdian kepada masyarakat dapat mencakup pelatihan dalam pemasaran digital, pembuatan konten media sosial, dan penggunaan platform online. Masyarakat dapat mengambil peran aktif dalam mempromosikan destinasi mereka secara online.

Penggunaan platform media sosial Instagram, dan penyusunan materi content bagi website desa wisata sebagai alat pelatihan dalam strategi promosi Desa Wisata adalah solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh desa wisata. Pada dasarnya, kegiatan pengabdian ini merupakan bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, salah satu tantangan utamanya adalah tingkat kualifikasi peserta pelatihan. Dari total 20 peserta, hanya 4 di antaranya yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi, sementara sisanya memiliki pendidikan menengah dan bahkan rendah serta kurang pengalaman profesional dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, mengacu pada Adedokun dkk (2010), penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif agar masyarakat dapat berperan aktif dalam meningkatkan promosi Desa Wisata. Untuk itu, diskusi kelompok setelah penyampaian materi tentang konsep perancangan promosi Desa Wisata menjadi penting untuk memastikan bahwa peserta pelatihan dapat mengambil manfaat maksimal dari kegiatan ini.

Uraian diatas menjelaskan bahwa Pengabdian kepada masyarakat merupakan elemen kunci dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam pengembangan desa wisata di Bali. Melalui pelibatan masyarakat, pelestarian budaya, lingkungan, dan perkembangan ekonomi dapat dicapai secara berkelanjutan. Dengan pendekatan yang terarah dan komprehensif, desa wisata Bongan dapat menjadi desa wisata yang terus berkembang dalam industri pariwisata global.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memfasilitasi pembangunan desa wisata Bongan dengan kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pemantauan. Tujuannya adalah memastikan kelancaran pariwisata, meningkatkan kapasitas lokal sebagai kontributor pariwisata, meningkatkan popularitas desa di kalangan wisatawan, menaikkan jumlah pengunjung, dan meningkatkan pendapatan komunitas. Pengabdian kepada masyarakat ini sesuai dengan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional, tentang Tri Darma Perguruan Tinggi, yakni untuk mendukung pertumbuhan Desa Bongan sebagai destinasi wisata yang mandiri.

Penggunaan metode pelatihan dan pengembangan ketrampilan dalam teknologi komunikasi digital sangat penting dalam program pengabdian masyarakat ini. Dengan metode ini, pemuda di Desa Wisata Bongan dapat memperbaiki promosi desa mereka. Ini membantu mereka mengidentifikasi masalah, menggali potensi, menganalisis sumber daya yang mereka miliki, dan merencanakan langkah-langkah strategis untuk mengelola Desa Wisata secara berkelanjutan serta memasarkan destinasi tersebut secara efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sedalamnya bagi masyarakat desa wisata Bongan yang telah memberi kesempatan dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih pula kepada manajemen Politeknik Pariwisata Bali yang telah mengizinkan para dosen dan civitas akademika melaksanakan kegiatan terkait Tri Darma Perguruan Tinggi. Semoga kegiatan ini dapat bersinergi dan berkelanjutan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. T., & Yosintha, R. (2021). The Impact of Covid-19 on Hotel Industry In Asian Countries. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 159-167. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.159-167>
- Antari, N. N. W. (2021). INNOVATIVE : Volume 1 Nomor 2 Tahun 2021 Research & Learning in Primary Education Job Insecurity Dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan Stikes Wira Medika Bali. *Journal of Social Science Research*, 1(2), 173-180.
- Astuti, N. N. S. (2018). Designing Bali tourism model through the implementation of tri hita karana and sad kertih values. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 5(1), 12-23. <https://doi.org/10.21744/ijllc.v5n1.461>
- Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355-369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Cemagi, D. T. W. P., Cemag, D., Balawista, B., Air, A., Kuta, P., Cemagi, D. T. W. P., Hindia, S., Khayangan, D., Gede, P., Ngeus, B., & Lot, T. (2022). *Pantai Cemagi Diusulkan Jadi DTW, Ini Upaya Desa Adat Senin, 18 April 2022*,

18:05 WITA. April.

- Desak, N., & Santi, M. (2023). *Accommodation Management Perspectives Towards Green Program Implementation at Baturiti District, Tabanan Residence, Bali*. 1(5), 383-388.
- Dinar Sukma Pramesti. (2022). Pendampingan Pengembangan Desa Wisata Bongan, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, 1(2), 75-90.
<https://doi.org/10.46837/binacipta.v1i2.11>
- Diwyarthi, N. D. M. S. (2022). Glamping Dalam Pandangan Wisatawan Pada Era Industry 4.0 Dan Society 5.0. *Journal of Hotel Management*, 1(1), 37-58.
- Diwyarthi, N. D. M. S. D., Ni Nyoman Sukerti, I Dewa Hendri Pramana, & I Wayan Jata. (2022). Empowering Employees With Glamping As An Alternative Accommodation In The New Normal Era In Kembang Merta Village, Tabanan Regency, Bali Province. *Community Development Journal*, 6(2), 48-51. <https://doi.org/10.33086/cdj.v6i2.3321>
- Edison, E., & Kartika, T. (2023). *Pendampingan Pengelolaan Desa Wisata Alamendah Melalui Pendekatan Regeneratif*. 5(1), 53-60.
- Prabawati, N. P. D., Wiartha, N. G. M., Diwyarthi, N. D. M. S., & Pratiwi, K. A. D. (2022). Pelatihan Pelayanan Prima dan Pemasaran untuk Mengoptimalkan Kualitas Pelayanan serta Volume Penjualan Glamping di Bedugul, Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(2), 67-72.
<https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i2.768>
- Pratama, I. W. A. (2023a). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 27-32. <https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>
- Pratama, I. W. A. (2023b). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Umkm Kube Saraswati Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, 2(1), 1-10.
<https://doi.org/10.46837/binacipta.v2i1.12>
- Pratama, I. W. A., & Ramadhan, I. (2022). Studi Netnografi: Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay di Ubud. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(1), 26-33.
<https://doi.org/10.22334/jihm.v13i1.216>
- Putra, A. M., & Sutaguna, I. N. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Dikembangkannya Desa Bongan Sebagai Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, 18(1), 34-38.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jap/article/download/75811/40462>
- Seebaluck, N. V., Munhurrun, P. R., Naidoo, P., & Rughoonauth, P. (2015). An Analysis of the Push and Pull Motives for Choosing Mauritius as "the" Wedding Destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(February), 201-209. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1192>
- Suandewi, N. P. L. (2018). Model dan Proses Pengembangan Entrepreneurship Di Kawasan Pantai Pandawa Desa Adat Kutuh. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(4), 109-126. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2284>
- Suherlan, H., Adriani, Y., Pah, D., Fauziyyah, I., Evangelin, B., Wibowo, L., Hanafi, M., & Rahmatika, C. (2022). Keterlibatan Masyarakat dalam

- Mendukung Program Desa Wisata. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(01), 99-111. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i01.623>
- Viglia, G., Werthner, H., & Buhalis, D. (2016). Disruptive innovations. *Information Technology and Tourism*, 16(4), 327-329. <https://doi.org/10.1007/s40558-016-0072-1>
- Wardhani, K., Achmad, Z. A., Permatasari, W. K., Andriani, D., Adianti, A. A. F. P., & Nisa, H. M. (2022). Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Pengembangan Desa Wisata Melalui Pembentukan Kelompok Sadar Wisata Berbasis Sapta Pesona. *Karya Unggul : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 145-151.
- Woda, B. E., Birowo, M. A., Vidiadari, I. S., & Nuswantoro, R. (2021). Pandemic Journalism: A Study of Covid-19 News Coverage on detik.com. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 235. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.906>
- Yanti, D. E. S., & Chasanah, I. N. (2022). Desa Wisata Sebagai Penguatan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Jombang Berkarakter dan Berdaya Saing. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1-5. <https://doi.org/10.38043/parta.v3i1.3594>