

TATA KELOLA DESA WISATA INKLUSIF: PENGUATAN KAPASITAS PEREMPUAN MELALUI KOMUNIKASI WISATA DI DESA LEBIH GIANYAR

I Putu Adi Permana Putra^{1*}, Radha Andhra Swari², Ni Kadek Tasya Pranawa Dewi³

Program Studi Administrasi Publik, FISIP, Universitas Warmadewa^{1,3}

Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Warmadewa²

*Corresponding author: permanaputra@warmadewa.ac.id

ARTICLE INFO

Submitted:

July 18, 2026

Review:

August 11, 2026

Accepted:

August, 27, 2026

Available online:

September 30, 2026

Sitasi Artikel (APA) :

Putra, I., Swari, R., & Dewi, N. (2026). TATA KELOLA DESA WISATA INKLUSIF: PENGUATAN KAPASITAS PEREMPUAN MELALUI KOMUNIKASI WISATA DI DESA LEBIH GIANYAR.

Aktivasi: Jurnal

Pemberdayaan Masyarakat, 8(1), 30-45.

<https://doi.org/10.37858/aktivasi.v8i1.767>

DOI:

<https://doi.org/10.37858/aktivasi.v8i1.767>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

ABSTRAK

Pengembangan desa wisata yang inklusif dan berkelanjutan tidak hanya mengandalkan potensi alam, melainkan membutuhkan kesiapan sumber daya manusia, khususnya kelompok perempuan yang dalam pengambilan keputusan dan tata kelola manajerial. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mewujudkan kemandirian mitra perempuan di desa dalam mengelola desa wisata yang inklusif, komunikatif, dan berdaya saing. Secara spesifik, kegiatan difokuskan pada peningkatan keterampilan komunikasi wisata dan optimalisasi pemasaran digital. Metode pelaksanaan yang diterapkan menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning System* (PALS), di mana kelompok mitra dilibatkan secara aktif sebagai subjek mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi akhir. Intervensi solusi secara langsung dilakukan melalui pelatihan komunikasi wisata dalam bahasa Inggris, simulasi pelayanan publik, sosialisasi digital, dan pendampingan pengelolaan konten media sosial. Evaluasi keberhasilan program diukur secara sistematis menggunakan Model Kirkpatrick pada level pembelajaran dan level perilaku. Hasil kegiatan yang telah dilaksanakan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas praktis yang cukup signifikan. Walaupun evaluasi kognitif tertulis menunjukkan hasil yang cenderung stagnan dengan nilai rata-rata *pre-test* 82,77 dan *post-test* 84,44 akibat durasi pelaksanaan yang singkat, namun evaluasi psikomotorik peserta menunjukkan perubahan perilaku yang sangat positif. Tingkat partisipasi kelompok perempuan dan remaja sangat antusias dalam mempraktikkan keterampilan komunikasi pelayanan prima dan memproduksi konten promosi wisata secara mandiri. Program PkM ini menjadi fondasi awal bagi kemandirian Desa Lebih yang berdampak luas pada peningkatan produktivitas sosial, ekonomi, maupun kelembagaan.

Kata Kunci: Desa Wisata, Komunikasi Wisata, Penguatan Kapasitas, Pemberdayaan Perempuan

ABSTRACT

The development of inclusive and sustainable tourism villages relies not only on natural potential but also requires the readiness of human resources, particularly women's groups, in decision-making and managerial governance. This Community Service (PkM) program aims to foster the independence of female partners in the village in managing an inclusive, communicative, and competitive tourism village. Specifically, the activities focused on enhancing tourism communication skills and optimizing digital marketing. The implementation method applied the *Participatory Action Learning System*

(PALS) approach, in which partner groups were actively involved as subjects from the planning and implementation stages through to the final evaluation. Direct solution interventions were conducted through English tourism communication training, public service simulations, digital socialization, and mentoring in social media content management. The success of the program was systematically evaluated using the Kirkpatrick Model at the learning and behavioral levels. The results of the implemented activities indicated a significant improvement in practical capacity. Although the written cognitive evaluation showed relatively stagnant results with an average pre-test score of 82.77 and a post-test score of 84.44 due to the brief implementation duration the participants' psychomotor evaluation demonstrated highly positive behavioral changes. The participation level of the women and youth groups was highly enthusiastic in practicing excellent service communication skills and independently producing tourism promotional content. This PkM program serves as an initial foundation for the independence of Lebih Village, yielding a broad impact on enhancing social, economic, and institutional productivity.

Keywords: *Tourism Village, Tourism Communication, Capacity Building, Women's Empowerment*

Pendahuluan

Dinamika perkembangan pariwisata melahirkan desa wisata menjadi entitas strategis dalam pembangunan ekonomi lokal maupun nasional. Fenomena ini mencerminkan transisi paradigma pariwisata nasional dari model massal menuju pendekatan berbasis komunitas yang menekankan pada keberlanjutan serta pelestarian kearifan lokal (Nurohman et al., 2021). Pergeseran minat wisatawan ini didorong oleh keinginan untuk mendapatkan pengalaman autentik yang tidak ditemukan pada destinasi wisata konvensional, sehingga memperkuat posisi desa wisata sebagai instrumen vital dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat perdesaan (Wirawan et al., 2022). Tren ini sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam revitalisasi kawasan perdesaan sebagai strategi pemulihan ekonomi nasional yang mengedepankan aspek ekowisata dan pelestarian budaya (Mukarromah, 2022).

Dalam konteks ini, Desa Lebih, Kabupaten Gianyar, memiliki posisi vital sebagai penyangga pariwisata Bali dengan keunggulan komparatif pada bentang alam pesisir dan kekayaan kuliner lokal olahan hasil laut dan pertaniannya. Desa ini memiliki daya tarik yang mencakup potensi wisata bahari, kekayaan budaya, serta sumber daya hutan desa yang belum tergarap secara optimal untuk menunjang sektor pariwisata (Sumitapradja & Anom, 2020). Namun, pengembangan desa wisata yang berkelanjutan tidak cukup hanya mengandalkan potensi alam, melainkan menuntut kesiapan sumber daya manusia (SDM) dalam tata kelola dan komunikasi pelayanan (Damanik, 2013). Memiliki beragam potensi dan keunggulan sebagai desa wisata, dalam praktiknya masih dijumpai sejumlah kendala yang perlu mendapat perhatian. Berdasarkan hasil observasi lapangan serta diskusi dengan pemerintah desa, teridentifikasi bahwa tantangan utama yang dihadapi berkaitan dengan aspek tata kelola pariwisata. Kondisi ini muncul seiring dengan upaya Desa Lebih yang saat ini tengah memprioritaskan penataan dan pengelolaan potensi pariwisata yang dimiliki sebagai langkah menuju penguatan posisi desa sebagai destinasi wisata. Pengelolaan yang terstruktur dan terarah sangat krusial untuk memastikan setiap destinasi mampu bersaing secara global sekaligus menjaga kelestarian aset yang ada (Maulidiya & Hayati, 2020).

Berdasarkan evaluasi kegiatan pengabdian yang telah dilakukan pada tahun 2025, telah dilakukan inisiasi dasar mengenai sadar wisata dalam mewujudkan Desa Wisata Ramah Perempuan dan inklusif. Namun, analisis mendalam pada tahun berjalan

menunjukkan adanya kesenjangan kompetensi, kesiapan, dan tata kelola dari para perempuan setempat. Hasil kegiatan secara general menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta yang signifikan dalam menerima materi tata kelola pariwisata yang ramah perempuan serta keterampilan berbahasa Inggris (Putra et al., 2025). Hasil kegiatan ini masih membutuhkan upaya lanjutan dalam memperkuat kapasitas sumberdaya di desa khususnya perempuan, karena perempuan di Desa Lebih memegang peranan sentral dalam ekonomi mikro desa. Akan tetapi, partisipasi perempuan seringkali terbatas pada sektor domestik dan produksi, serta termarginalkan dalam ranah manajerial dan pengambilan keputusan strategis. Sebuah hasil penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa pemberdayaan perempuan dalam pariwisata adalah kunci untuk mencapai keadilan distributif ekonomi desa (Scheyvens, 2000). Temuan lapangan menunjukkan adanya urgensi untuk melakukan eskalasi program dari tahap "penyadaran" menuju "penguatan kapasitas teknis", mengingat mitra sasaran belum memiliki kompetensi komunikasi wisata yang inklusif untuk melayani segmen pasar yang lebih luas akan karakteristik wisatawan yang hadir. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah Kelompok perempuan di Desa Lebih seperti Ibu PKK, Pokdarwis, serta kelompok remaja setempat. Analisis situasi mitra dipetakan menggunakan pendekatan rantai nilai (*value chain*). Secara kuantitas, produktivitas mitra dalam perkembangan pariwisata berkembang dengan baik, namun secara kualitas tata kelola, produk wisata yang ditawarkan masih bersifat monoton (hanya kuliner) dan belum terintegrasi menjadi paket wisata edukasi atau pengalaman. Sehingga perlu adanya kerjasama dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata agar dapat menjamin keberlanjutannya (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Permasalahan fundamental terletak pada sektor hilir. Berdasarkan hasil kegiatan tahun sebelumnya bahwa mitra telah memiliki potensi keterampilan *public speaking* untuk memandu wisatawan namun perlu adanya peningkatan pemahaman mengenai "Wisata Inklusif". Mitra belum sepenuhnya mampu menyusun perencanaan tata kelola wisata inklusif, meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri dalam berkomunikasi atau memberikan pelayanan prima kepada wisatawan dari berbagai kalangan sehingga potensi pasar *niche market* ini belum sepenuhnya tergarap. Hal ini membutuhkan integrasi model penguatan tata kelola dalam kebijakan dan perencanaan masa jangka Panjang (Putra et al., 2025). Dari segi hulu–hilir ekonomi desa, terdapat kebutuhan mendesak untuk penguatan kapasitas perempuan dalam memahami manajemen produk wisata secara menyeluruh mulai dari identifikasi kebutuhan wisatawan, strategi komunikasi (termasuk digital), hingga pengukuran kepuasan wisatawan. Kesenjangan keterampilan ini juga berimplikasi pada pengelolaan sumber daya manusia lokal dan peluang perluasan jaringan pemasaran regional maupun nasional. Kondisi ini memperlihatkan pentingnya intervensi yang lebih struktural dan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan komunikasi wisata inklusif, pendampingan teknis, serta fasilitasi jejaring pemasaran yang diarahkan kepada kelompok perempuan sebagai motor penggerak perubahan sosial–ekonomi masyarakat.

Kegiatan tahun kedua ini dirancang sebagai solusi komprehensif untuk menjawab permasalahan di atas dengan tujuan utama: Mewujudkan kemandirian mitra perempuan Desa Lebih dalam mengelola desa wisata yang inklusif, komunikatif, dan berdaya saing. Secara spesifik, tujuan kegiatan ini untuk dapat meningkatkan kapasitas manajerial mitra; Meningkatkan keterampilan komunikasi persuasif dan *tour guiding* bagi perempuan desa untuk menciptakan *service excellence*; mengoptimalkan pemasaran digital wisata dengan

menonjolkan nilai inklusivitas. Urgensi dan keterkaitan kegiatan ini berfokus pada Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin ke-5 (Kesetaraan Gender) dan poin ke-8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT), kegiatan ini diharapkan memberikan dampak sistemik bagi peningkatan ekonomi masyarakat Desa Lebih secara berkelanjutan. Identifikasi Permasalahan Prioritas berdasarkan analisis kesenjangan antara kondisi eksisting dan kondisi ideal sebuah Desa Wisata Inklusif. Permasalahan prioritas mitra yaitu Desa Lebih, Kabupaten Gianyar dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) Aspek Kapasitas SDM: Kompetensi komunikasi wisata (*tourism communication*), baik verbal (bahasa asing/Indonesia baku) maupun non-verbal (pelayanan prima/hospitality) khususnya kelompok perempuan dan remaja. (2) Aspek Pemasaran: Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi naratif (*digital storytelling*). Upaya dan solusi permasalahan pada aspek tata kelola telah dilakukan pada tahun 2025 dengan melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai tata kelola Desa Wisata Ramah Perempuan. Pada tahun sebelumnya, kegiatan pengabdian ini akan terfokus pada permasalahan prioritas kedua mengenai aspek kapasitas SDM dan aspek pemasaran. Melalui kegiatan dipercaya dapat menjadi solusi dalam memperkuat kapasitas perempuan dalam pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan analisis situasi dan identifikasi permasalahan prioritas mitra di Desa Lebih, Kabupaten Gianyar, tim pengusul merumuskan pendekatan solusi yang bersifat holistik dan berkelanjutan. Jika pada tahun pertama kegiatan difokuskan pada inisiasi dan penyadaran, maka pada tahun ini solusi difokuskan pada implementasi teknis dan penguatan kelembagaan. Penguatan aspek kelembagaan lokal dan pembentukan forum komunikasi pariwisata menjadi krusial untuk mengatur distribusi manfaat serta menjamin keberlanjutan sumber daya (Sukma & Puspitasari, 2022). Penguatan struktur organisasi melalui kolaborasi strategis antara pemerintah, masyarakat, dan akademisi menjadi krusial dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan (Darsana et al., 2024). Pendekatan yang digunakan adalah *Participatory Action Learning System* (PALS), di mana mitra dilibatkan secara aktif mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Darmawan et al., 2020). Penerapan metode ini memposisikan warga setempat sebagai subjek utama yang memiliki kendali penuh atas pengambilan keputusan dan realisasi solusi berbasis potensi lokal (Febriani et al., 2021) (Khotimah et al., 2021). Pendekatan ini berfokus pada prinsip *context specific* yang memastikan setiap solusi selaras dengan kebutuhan unik wilayah tersebut serta melibatkan pakar dan pemangku kepentingan secara sinergis (Sueca & Darmayanti, 2020). Berikut merupakan uraian solusi, target luaran, dan target penyelesaian yang dilakukan dan ingin dicapai pada pengabdian ini.

Tabel 1. Uraian Solusi dan Luaran

No	Permasalahan Prioritas	Solusi yang Ditawarkan	Target Luaran (Output)	Indikator Capaian (Terukur)
1	Aspek Kapasitas SDM	1) Pelatihan <i>Tourism Communication</i>	Peningkatan <i>Skill Public Speaking & Pengetahuan Mitra</i>	1) Minimal 10 kader/peserta mampu mempraktikkan guiding dasar
		2) Simulasi <i>Service Excellence</i>		2) Peningkatan skor keterampilan komunikasi mitra dengan skor minimal 75 (skala 0-100) saat simulasi
				3) Tersedianya satu Modul Panduan Praktis Komunikasi Wisata
2	Aspek Pemasaran	1) Sosialisasi Digital Storytelling dan Forografi Produk	Aset Digital dan Konten Promosi	1) Terkelolanya akun media sosial yang aktif
		2) Pendampingan Tata Kelola Media		2) Terbentuknya konten wisata Desa Lebih melalui foto/video naratif selama pendampingan
				3) Peningkatan jangkauan pasar (<i>reach</i>) di media sosial

(Sumber: Laporan PkM penulis, 2026)

Berdasarkan pada uraian tabel di atas, ditekankan bahwa fokus pelaksanaan pengabdian ini pada dua aspek yaitu aspek kapasitas sumber daya manusia, dan aspek pemasaran. Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Lebih,

Kabupaten Gianyar, dirancang menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning System* (PALS). Pendekatan ini menekankan pada proses pembelajaran aktif di mana mitra bukan sekadar objek, melainkan subjek yang terlibat langsung dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Fokus intervensi program tahun ini diarahkan pada dua bidang strategis untuk mendukung terciptanya desa wisata inklusif. Pelaksanaan kegiatan direncanakan berlangsung dengan rincian tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan diawali dengan koordinasi antara tim pengusul PKM, mitra sasaran Desa Lebih, dan kelompok peserta kegiatan. Tujuan kegiatan ini dilakukan untuk menyamakan persepsi mengenai konsep wisata inklusif dan menyepakati jadwal kegiatan. Pada tahapan ini juga dilakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal mitra terkait komunikasi dan pemasaran digital sebelum intervensi dilakukan. Kegiatan akan dilanjutkan dengan urutan sebagai berikut:

a) Pelatihan

Pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan metode andragogi yang interaktif dan kombinasi antara teori dan praktik. Kegiatan pelatihan ini difokuskan pada: (1) Pelatihan Kapasitas SDM dengan materi mengenai peningkatan kepercayaan diri dan keterampilan verbal. Mitra dilatih teknik *Public Speaking* dasar, etika dan pelayanan yang fokus pada konteks salam, senyum, sapa serta dasar bahasa Inggris praktis untuk pariwisata. Penekanan khusus diberikan pada etika komunikasi dalam pariwisata dalam menggunakan bahasa Inggris; (2) Pelatihan Pemasaran dengan materi mencakup strategi pengelolaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube agar konten bersifat edukatif dan menarik.

b) Pendampingan

Diawali dengan kegiatan pelatihan, agenda berikutnya dilakukan pendampingan. (1) Pendampingan SDM: Tim melakukan simulasi dimana mahasiswa dan dosen (tim PKM) berperan sebagai "turis", dan mitra mempraktikkan cara memandu dan melayani. Koreksi dilakukan langsung di tempat. Pada kesempatan ini, tim akan berupaya menghadirkan beberapa mahasiswa asing dalam proses simulasi agar pendampingan menjadi lebih maksimal. (2) Pendampingan Pemasaran: Tim mendampingi mitra dalam menyusun materi konten dan mengevaluasi *engagement* dari konten yang telah diunggah.

2. Upaya Konkrit Tahap Mengatasi Permasalahan Mitra

Pendekatan ini melibatkan survei lapangan, wawancara mendalam, serta evaluasi rutin guna memastikan setiap solusi teknis dapat diadaptasi secara mandiri oleh mitra (Widyastuti et al., 2025). Mengingat mitra adalah kelompok yang tidak produktif secara ekonomi, metode pelaksanaan difokuskan pada solusi taktis di bidang SDM dan Pemasaran sebagai berikut:

a) Solusi Bidang Kapasitas SDM

Langkah konkret yang ditempuh: (1) Menyusun modul saku "Panduan Percakapan Wisata & Pelayanan Inklusif" yang berisi skrip percakapan standar dalam Bahasa Indonesia dan Inggris; (2) Melakukan *role-play* penanganan keluhan pelanggan

untuk melatih mentalitas profesional mitra; (3) Praktik langsung memandu wisatawan riil dengan mengundang wisatawan asing dan didampingi tim PkM.

b) Solusi Bidang Pemasaran

Langkah konkrit yang ditempuh: (1) Membantu mitra menyusun konten visual yang lebih segar dan mencerminkan nuansa desa wisata pesisir; (2) Produksi konten baik foto maupun video yang siap unggah untuk ketersediaan materi selama satu bulan ke depan; (3) Melakukan kampanye digital/promosi berbayar skala kecil untuk meningkatkan jangkauan pasar ke area di luar Kabupaten Gianyar.

3. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Keberhasilan program sangat bergantung pada partisipasi aktif mitra. Sinergi ini diwujudkan melalui penyediaan sumber daya, tenaga, dan waktu yang konsisten guna menjamin keberlanjutan serta efektivitas pengelolaan destinasi wisata (Imanullah et al., 2021) (Majidah et al., 2024). Adapun kontribusi mitra meliputi: (1) Partisipasi In-Cash/In-Kind dimana mitra menyediakan tempat pelatihan (balai wantilan), dan peralatan pendukung yang dimiliki desa. (2) Partisipasi Tenaga dan Waktu yang diberikan oleh anggota mitra untuk berkomitmen meluangkan waktu untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan tanpa mengganggu aktivitas produksi utama. (3) Partisipasi Manajerial dimana pengurus kelompok mitra berperan mengorganisir anggota dan berkoordinasi aktif dengan tim pelaksana terkait jadwal dan teknis lapangan.

4. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

- a) Evaluasi Program dilakukan menggunakan Model Kirkpatrick yang bertujuan untuk dapat mengetahui efektivitas pelaksanaan program pelatihan yang dilaksanakan (Nurhayati, 2018). Evaluasi dilakukan pada dua level yaitu: level pembelajaran untuk mengukur peningkatan pengetahuan melalui *pre-test* dan *post-test*; level perilaku melalui observasi perubahan sikap mitra komunikasi wisata dalam melayani pelanggan dan keterlibatan konten promosi.
- b) Keberlanjutan program pengabdian ini pasca kegiatan meliputi: 1) membantu menyusun SOP pelayanan dalam pariwisata desa dan disepakati bersama; 2) Penguatan jejaring dengan menghubungkan mitra bersama komunitas wisata untuk membuka akses pasar yang lebih luas; 3) komunikasi berkala dalam forum konsultasi yang tetap aktif meskipun periode hibah telah berakhir.

Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dan pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan fokus penguatan kapasitas perempuan dalam menunjang tata kelola desa wisata di Desa Lebih Kabupaten Gianyar telah terlaksana pada 14-15 Mei 2026. Kegiatan ini merupakan langkah konkret dari tim pengabdian dalam merespons dinamika dan kebutuhan masyarakat setempat, khususnya kaum perempuan dan remaja, dalam sektor pariwisata. Pada tahun 2025, agenda Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) juga telah dilaksanakan dengan fokus pada konteks edukasi dan pengetahuan kelompok sasaran mengenai desa

wisata. Kegiatan di tahun 2026 ini, menjadi agenda keberlanjutan atas masukan dan temuan pada hasil kegiatan di tahun sebelumnya. Berdasarkan agenda yang telah disusun, sebelum kegiatan utama ini direalisasikan, tim pengabdian telah melakukan serangkaian tahap persiapan yang matang. Pada bulan Januari hingga Februari 2026, tim kembali melakukan observasi lapangan secara langsung serta mengadakan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan tokoh masyarakat dan perangkat Desa Lebih. Diskusi tersebut bertujuan untuk memetakan secara komprehensif berbagai permasalahan serta kebutuhan mendasar yang dihadapi oleh masyarakat desa.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi yang telah dilakukan, tim pengabdian menetapkan dua fokus permasalahan utama yang harus segera dicarikan solusinya melalui program PKM ini. Kedua permasalahan yaitu: (1) kompetensi komunikasi wisata, baik secara verbal maupun non-verbal, di kalangan kelompok perempuan dan remaja setempat; dan (2) pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi naratif yang krusial dalam menunjang dan memperkenalkan potensi pariwisata di Desa Lebih kepada khalayak luas. Agenda penyelesaian masalah pada tahun ini sejatinya merupakan tindak lanjut dari hasil temuan program pengabdian pada tahun sebelumnya. Pada tahun lalu, program difokuskan pada tahap dasar, yakni pemberian edukasi serta peningkatan pengetahuan perempuan dalam hal pengelolaan dan persiapan pembentukan desa wisata. Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan pengabdian telah dapat berlangsung dengan lancar. Seluruh implementasi program berjalan sesuai dengan linimasa yang telah disusun serta disepakati bersama oleh tim pengabdian, pihak aparat desa, dan juga kelompok masyarakat penerima manfaat. Hal ini menunjukkan adanya sinergi yang baik antara akademisi dan masyarakat dalam upaya memajukan potensi desa wisata secara berkelanjutan.



Gambar 1. Kegiatan di lapangan
(Sumber: Dokumentasi Tim PkM, 2026)

Gambar di atas merupakan dokumentasi pelaksanaan PkM yang berlangsung di Desa Lebih, Kabupaten Gianyar. Sesuai dengan metode yang dipilih dalam realisasi kegiatan, agenda dibagi menjadi beberapa tahapan diantaranya sebagai berikut.

1) Tahap pelaksanaan kegiatan

Pada tahap ini, kegiatan diawali dengan mengerjakan pre-test mengenai materi pelatihan penguatan kapasitas yang diberikan oleh tim. Aktivitas ini dibantu oleh mahasiswa yang menjadi anggota pelaksanaan PkM untuk menjelaskan, mengarahkan, serta mendampingi kelompok sasaran dalam mengisi lembar jawaban. Hal ini dilakukan guna dapat memantau evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Langkah berikutnya para peserta akan mendapatkan pelatihan yang diisi langsung oleh tim secara tatap muka dengan metode andragogi yang interaktif kombinasi materi dan praktik. Materi yang difokuskan mengenai komunikasi wisata inklusif, dimana materi ini berupaya untuk peningkatan kepercayaan diri dan keterampilan verbal. Kelompok sasaran dilatih teknik *Public Speaking* dasar, serta dasar Bahasa Inggris Praktis untuk Pariwisata. Pada kesempatan ini, tim juga mengundang salah satu mahasiswa internasional yang berasal dari Prancis untuk berperan sebagai wisatawan dalam agenda simulasi *role-mode*. Kegiatan ini diberikan untuk melatih kesiapan kelompok sasaran dalam menunjang pembangunan desa serta memberikan penekanan khusus pada etika komunikasi dalam pariwisata. Agenda berikutnya diisi dengan pelatihan pemasaran dengan fokus pada strategi pengelolaan media sosial (Instagram/TikTok) sebagai bentuk promosi dan pengenalan. Pada pelaksanaan kegiatan ini, kelompok sasaran diajak untuk menyusun rencana branding wisata melalui kegiatan keseharian yang dilakukan di desa setempat seperti melalui publikasi gambar kelompok masyarakat yang sedang memanggang sate dengan memberikan tambahan redaksional pada postingan media yang menarik wisatawan. Keseluruhan agenda pelatihan ini dikemas dengan menarik serta mengikuti kebutuhan kelompok sasaran serta potensi-potensi yang dimiliki untuk dapat dimanfaatkan dengan baik.



Gambar 2. Pengisian tes dan tanya jawab
(Sumber: Dokumentasi Tim PkM, 2026)

2) Diskusi Upaya penyelesaian masalah

Pada tahap selanjutnya dilaksanakan kegiatan diskusi dan upaya konkrit yang dapat dilaksanakan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran. Mengingat mitra adalah kelompok yang tidak produktif secara ekonomi, metode pelaksanaan difokuskan pada solusi taktis di bidang SDM dan Pemasaran. Tim bersama dengan kelompok sasaran melakukan diskusi akan persoalan yang selama ini masih belum dapat diatasi. Hasil diskusi ini menunjukkan bahwa perlu adanya panduan yang

dapat dimiliki oleh kelompok sasaran mengenai pengelolaan wisata inklusif yang di dalamnya memuat hasil pelatihan yang dilaksanakan. Disamping itu juga, perlu adanya langkah konkrit dalam mendukung promosi dan pengenalan potensi desa sebagai daerah tujuan wisata dengan membentuk tim dan memiliki rencana atau jadwal terprogram untuk promosi melalui media sosial.

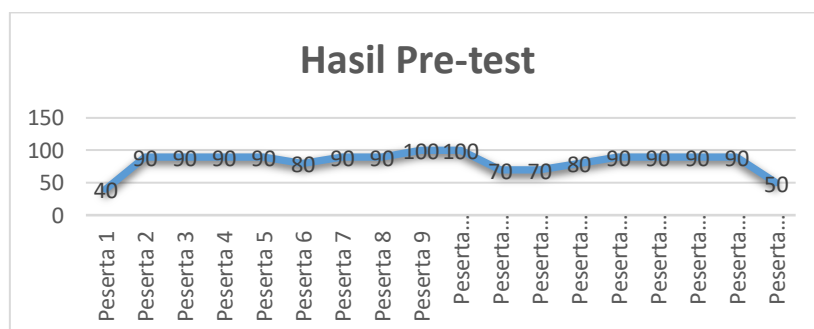
3) Evaluasi dan keberlanjutan

Model Kirkpatrick dipilih dalam melakukan evaluasi kegiatan dengan tujuan untuk apat mengetahui efektivitas pelaksanaan program pelatihan yang dilaksanakan. Evaluasi dilakukan pada dua level: 1) Level Pembelajaran (*Learning*): mengukur peningkatan pengetahuan melalui tes; dan 2) Level Perilaku (*Behavior*): Observasi perubahan sikap mitra komunikasi wisata dalam melayani pelanggan dan keterlibatan konten promosi (menggunakan rubrik ceklis observasi). Strategi keberlanjutan pasca kegiatan meliputi hasil diskusi yang didapatkan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi saat ini.

Pelaksanaan kegiatan PkM di Desa Lebih, Kabupaten Gianyar menunjukkan bahwa partisipasi aktif yang diberikan oleh kelompok sasaran, dukungan aparatur desa, serta fasilitas kegiatan baik ruangan maupun alat pendukung kegiatan yang disediakan menunjukkan bentuk komitmen yang diberikan dalam membangun desa. Kerjasama antara kelompok akademiki, pemerintahan desa, serta kelompok sasaran menjadi sebuah langkah awal dalam menunjang kemajuan dan pembangunan manusia di masa mendatang. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi di desa serta menunjang kemandirian desa melalui potensi yang dimiliki.

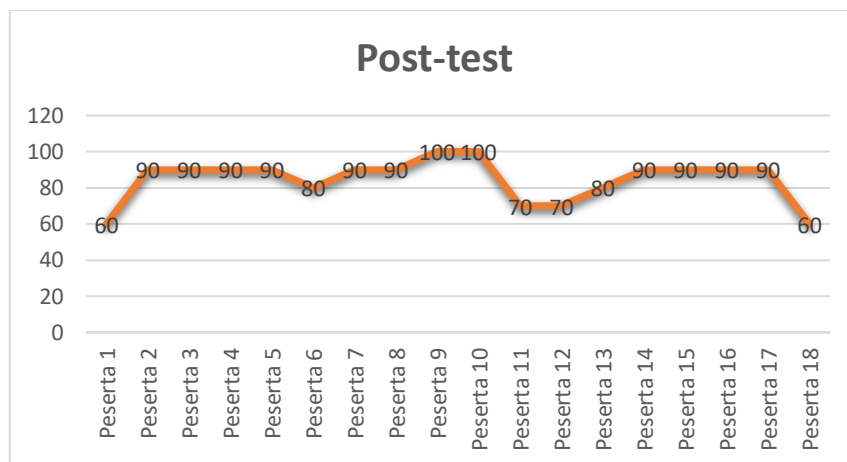
1. Pembahasan Hasil Evaluasi Kegiatan

Sebagai langkah awal sebelum memulai rangkaian sesi pelatihan dan pendampingan, tim pengabdian melaksanakan evaluasi awal (*pre-test*) kepada seluruh peserta yang terdiri dari kelompok perempuan dan remaja di Desa Lebih. Pelaksanaan *pre-test* ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan dasar dan kesiapan peserta terhadap materi-materi yang akan diberikan. Adapun instrumen penilaian dalam evaluasi ini difokuskan pada tiga kompetensi utama yang menjadi target penyelesaian masalah, yaitu pemahaman mengenai komunikasi pariwisata, penguasaan kemampuan bahasa Inggris dasar dalam konteks pelayanan wisata, serta literasi peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata desa. Adapun hasil olah data pre-tes yang dilakukan dapat dilihat pada uraian grafik berikut.



Grafik 1. Hasil *pre-tes*
(Sumber: Hasil Olah Data Kegiatan, 2026)

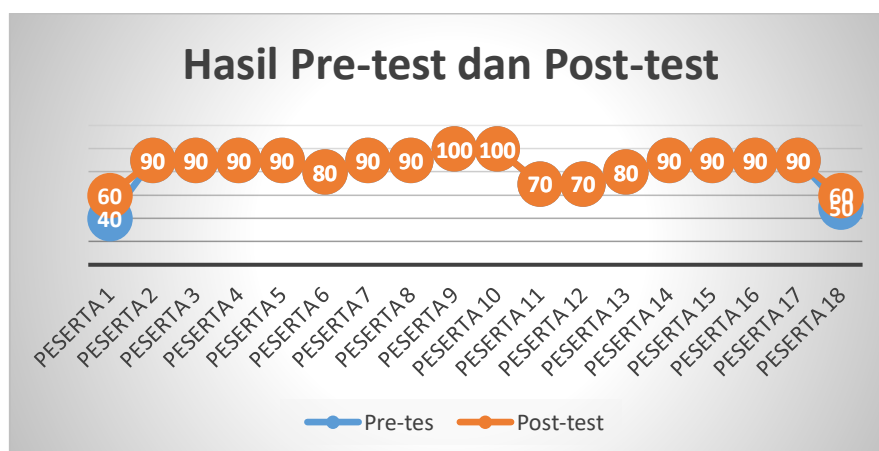
Pelaksanaan pre-tes memuat pertanyaan sebanyak 10 butir dengan materi yang berkaitan dengan komunikasi pariwisata, penguasaan kemampuan bahasa Inggris dasar dalam konteks pelayanan wisata, serta literasi peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata desa. Hasil pre-tes menunjukkan bahwa peserta pelatihan memiliki dasar pengetahuan yang cukup baik akan pertanyaan yang diberikan pada pre-tes. Secara keseluruhan, nilai rata-rata pre-tes menunjukkan angka sebesar 82,77. Kemudian, pelaksanaan dilanjutkan dengan penjelasan materi dan memberikan pelatihan pada kelompok sasaran. Hasil pelaksanaan kegiatan ini lalu diukur melalui post-tes yang dilakukan dengan jumlah dan jenis pertanyaan yang sama dengan pre-tes. Adapun hasil post-tes menunjukkan data sebagai berikut.



Grafik 2. Hasil post-tes

(Sumber: Hasil Olah Data Kegiatan, 2026)

Hasil pelaksanaan post-tes menunjukkan hasil yang stabil dari hasil pre-tes yang telah dilakukan sebelumnya. Secara keseluruhan nilai rata-rata pasca post-tes mencapai angka 84,44. Data ini menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan peningkatan akan pemahaman peserta pengabdian. Jika ditinjau secara keseluruhan Adapun tampilan hasil pelaksanaan dapat dilihat pada gambar berikut.



Grafik 3. Hasil Perbandingan Tes

(Sumber: Hasil Olah Data Kegiatan, 2026)

Berdasarkan perbandingan antara hasil evaluasi awal (*pre-test*) dan evaluasi akhir (*post-test*) yang diberikan setelah seluruh rangkaian materi selesai, diperoleh temuan data dan menjadi bahan refleksi bagi tim pengabdian. Secara kuantitatif, data menunjukkan bahwa dari total keseluruhan kelompok sasaran, hanya terdapat 2 (dua) orang peserta yang mengalami peningkatan nilai secara signifikan. Sementara itu, sebagian besar peserta lainnya memperoleh skor *post-test* yang stagnan atau berada pada angka yang sama dengan hasil *pre-test*.

Kondisi stagnasi nilai pada mayoritas peserta ini menjadi bahan evaluasi. Tim pengabdian mengidentifikasi beberapa faktor yang menjadi penyebab minimnya peningkatan nilai kognitif tersebut diantaranya: (1) durasi pelatihan yang terlalu singkat untuk menginternalisasi materi yang sifatnya aplikatif dan membutuhkan pembiasaan. Keterampilan seperti bahasa Inggris dasar dan komunikasi pariwisata merupakan *soft skill* yang menuntut repetisi, keberanian, dan jam terbang, sehingga sulit untuk diukur peningkatannya secara instan dalam hitungan hari. (2) materi terkait literasi digital dan perumusan konten naratif untuk media sosial disadari memiliki tingkat kompleksitas tersendiri bagi masyarakat desa yang kesehariannya belum terbiasa dengan algoritma atau strategi pemasaran digital tingkat menengah. Di sisi lain, dua peserta yang berhasil menunjukkan peningkatan nilai diidentifikasi sebagai individu yang memiliki antusiasme serta tingkat partisipasi paling aktif selama sesi simulasi (*role-play*). Keduanya juga diketahui memiliki modal dasar literasi digital dan perbendaharaan kosakata yang sedikit lebih baik dibandingkan peserta lainnya sebelum program dimulai, sehingga lebih mudah menyerap materi lanjutan yang diberikan oleh fasilitator.

Tim pengabdian juga menyoroti, selain faktor dari sisi peserta kelemahan pada instrumen evaluasi itu sendiri. Pendekatan *post-test* yang berbasis kognitif kurang mampu menangkap secara utuh peningkatan keterampilan praktis (psikomotorik) peserta. Meskipun nilai tes mayoritas peserta tidak meningkat secara angka, namun secara observasi kualitatif selama sesi praktik, banyak peserta yang sebenarnya mulai menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menyapa wisatawan dan mengoperasikan fitur dasar media sosial. Hasil evaluasi ini memberikan indikasi kuat bahwa program penguatan kapasitas sumber daya manusia di Desa Lebih tidak dapat berhenti pada intervensi pelatihan jangka pendek. Hasil ini menjadi dasar rekomendasi bagi tim pengabdian dan pihak desa untuk merancang program pendampingan berkelanjutan pada masa mendatang, serta menggunakan metode evaluasi berbasis praktik langsung agar peningkatan kompetensi warga dapat terukur secara lebih presisi.

2. Penerapan Teknologi dan Inovasi ke Masyarakat

Sebagai bagian integral dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, program ini tidak hanya fokus pada edukasi dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, tetapi juga pada penerapan produk teknologi dan inovasi sosial yang relevan dan aplikatif di tingkat desa. Penyampaian dan penerapan teknologi ini diarahkan untuk mendukung tata kelola desa wisata yang inklusif, berbasis pemberdayaan perempuan, serta adaptif terhadap perkembangan zaman.

Guna mendukung penguatan kapasitas perempuan dan remaja dalam menunjang optimalisasi tata kelola desa wisata di Desa Lebih yang inklusif, melalui kegiatan

pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan beberapa produk teknologi dan inovasi. Adapun produk yang dihasilkan dalam kegiatan ini yaitu:

1) Teknologi dan Inovasi Hard

Desai buku saku yang dapat digunakan sebagai pedoman dan acuan bagi Desa Lebih untuk dalam memaksimalkan pengembangan diri dan kapasitas perempuan dalam memberikan pelayanan wisata di Desa. Selain ini, produk yang dihasilkan berupa poster ajakan pada papan informasi edukatif di desa tentang pentingnya keterlibatan perempuan dalam pariwisata dalam membangun desa yang inklusif dan berkelanjutan.

2) Teknologi dan Inovasi Soft

Produk teknologi dan inovasi dalam bentuk soft yang diberikan pada pelaksanaan program ini diantaranya: 1) Pelatihan dan pendampingan kapasitas perempuan mengenai komunikasi wisata dalam menunjang kapasitas sdm dalam tata kelola wisata di Desa Lebih; 2) Optimalisasi potensi, keunggulan, serta pemanfaatan media digital dalam mendorong pemasaran wisata desa; 3) Keterampilan dalam menyusun rencana, mempublikasikan potensi desa, serta materi pemasaran wisata yang hendak diunggah pada media sosial.

Penerapan teknologi dan inovasi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Lebih difokuskan pada optimalisasi pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi pariwisata berbasis naratif. Inovasi ini diperkenalkan bukan sekadar sebagai alat komunikasi, melainkan sebagai instrumen strategis untuk memberdayakan kelompok perempuan dan remaja dalam mengemas potensi desa wisata secara lebih modern dan berdaya saing. Adapun relevansi inovasi tersebut serta bagaimana partisipasi masyarakat selama proses penerapannya.

1) Relevansi Inovasi dengan Kebutuhan Masyarakat

Penerapan teknologi media sosial untuk promosi wisata memiliki relevansi terhadap permasalahan nyata yang dihadapi oleh Desa Lebih. Beberapa poin relevansi tersebut meliputi: (1) Sebelum adanya intervensi, promosi wisata desa masih mengandalkan metode konvensional dari mulut ke mulut. Edukasi mengenai media digital sangat relevan untuk menjembatani kesenjangan antara potensi lokal dengan jangkauan pasar wisatawan yang kini mayoritas menggunakan internet untuk mencari destinasi wisata. (2) Integrasi dengan Kemampuan Bahasa dan Komunikasi seperti pembuatan *caption* atau konten video diintegrasikan langsung dengan materi komunikasi pariwisata dan bahasa Inggris dasar. Hal ini membuat teknologi yang diajarkan tepat guna dan langsung menjawab dua fokus permasalahan sekaligus. (3) Inovasi promosi naratif sangat relevan dengan karakteristik kelompok perempuan yang umumnya memiliki pemahaman mendalam mengenai filosofi kuliner lokal, kriya, maupun kearifan lokal desa. Teknologi ini memberikan *platform* bagi kelompok sasaran untuk menceritakan kisah desa kepada khalayak luas.

2) Partisipasi dan Keterlibatan Masyarakat

Hasil evaluasi tertulis sebelumnya menunjukkan adanya tantangan kognitif, tingkat partisipasi dan keterlibatan psikomotorik masyarakat dalam penerapan teknologi ini tergolong sangat adaptif dan antusias. Bentuk partisipasi tersebut terekam dalam beberapa aspek: (1) Terjadi kolaborasi yang positif antara kelompok remaja dan ibu-ibu. Kelompok remaja yang secara alamiah lebih melek teknologi berperan aktif membantu mendampingi kelompok ibu-ibu dalam mengoperasikan fitur-fitur dasar

pada aplikasi media sosial. (2) Antusiasme dalam Simulasi Praktik pada saat sesi praktik pembuatan konten. Masyarakat secara proaktif terlibat dalam mengambil foto dan video potensi desa, berdiskusi menentukan *angle* yang menarik, serta mencoba merangkai kalimat promosi menggunakan paduan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dasar yang telah dipelajari.

Secara keseluruhan, penerapan inovasi teknologi digital dalam program ini tidak hanya berfungsi sebagai transfer ilmu, tetapi juga menstimulasi partisipasi aktif masyarakat. Relevansi materi dengan kebutuhan zaman berupaya menumbuhkan kesadaran kolektif warga bahwa penguasaan teknologi adalah kunci utama dalam mewujudkan kemandirian pariwisata di Desa Lebih.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan keseluruhan pelaksanaan kegiatan Pengabdian di Desa Lebih, dapat disimpulkan bahwa program ini menjadi fondasi awal yang krusial bagi kemandirian desa wisata. Meskipun hasil evaluasi kognitif tertulis (*pre-test* dan *post-test*) menunjukkan tantangan terkait singkatnya durasi pelatihan dan adaptasi masyarakat terhadap materi teoretis, secara praktis dan psikomotorik kegiatan ini membuahkan hasil yang baik dalam penguatan kapasitas dan kemampuan kelompok sasaran. Tingkat partisipasi dan antusiasme kelompok sasaran juga menunjukkan keberanian mengaplikasikan komunikasi pelayanan dalam pariwisata serta berkomitmen mengoperasikan media sosial sebagai instrumen promosi wisata. Melalui langkah kerjasama ini dapat memberikan dampak nyata yang berujung pada peningkatan produktivitas masyarakat dalam tiga dimensi utama: sosial, ekonomi, dan kelembagaan. Kelompok sasaran juga diharapkan dapat bertransformasi menjadi subjek yang lebih percaya diri dan proaktif dalam melayani wisatawan, mampu memproduksi konten kreatif secara mandiri untuk mendukung visibilitas UMKM, serta menginisiasi pembentukan tim pengelola media digital yang memperkuat keterlibatan perempuan dalam tata kelola desa. Guna memastikan agar seluruh capaian produktivitas ini berkesinambungan, realisasi rencana tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan, penerapan evaluasi berbasis praktik, dan pengesahan kelembagaan tim kreatif di bawah Pokdarwis menjadi langkah strategis mutlak yang harus segera dieksekusi sebagai langkah selanjutnya dalam menunjang optimalisasi kegiatan.

Terdapat beberapa saran-saran yang dapat diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Adapun diantaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kegiatan bahwa keterampilan bahasa asing dan komunikasi wisata tidak dapat dikuasai secara instan, program pengabdian di masa depan disarankan untuk menggunakan skema pendampingan jangka panjang atau pembinaan desa mitra yang berkelanjutan.
2. Untuk mengatasi rasa kurang percaya diri dalam berkomunikasi, kelompok perempuan disarankan menyepakati satu hari khusus sebagai hari wajib menggunakan sapaan bahasa Inggris dasar di area wisata desa. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan kebiasaan yang natural.
3. Bagi Kelompok Penerima Manfaat diharapkan untuk terus mempraktikkan kosakata bahasa Inggris dan teknik komunikasi pariwisata dalam aktivitas keseharian. Tim juga

perlu mengelola media sosial dalam menjaga ritme postingan pada media sosial yang konsisten.

Daftar Pustaka

- Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia: Antara Peluang dan Tantangan* (1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Darmawan, D., Alamsyah, T. P., & Rosmilawati, I. (2020). *Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan Di Kota Serang*. 4(2), 160–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v4i2.41400>
- Darsana, I. M., Arnawa, G. M. S., Astrama, I. M., Mariani, N. W. R., Muliadisa, I. K., & Wahyu, G. E. (2024). PENGUATAN STRUKTUR ORGANISASI DAN PEMASARAN DIGITAL DALAM OPTIMALISASI DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG. *Si Kemas Jurnal Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 59–66.
- Febriani, M., Haryati, N., Yuniawan, T., & Alfatimi, N. A. (2021). *Penguatan kompetensi literasi sebagai proteksi sebaran hoaks melalui pelatihan debat dengan metode simulasi bagi santri pptqm luqman al hakim putri*. 2(1), 73–78.
- Imanullah, M., Onsardi, Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. B. (2021). *PENGENALAN WEBSITE SEKOLAH DASAR MUHAMMADIYAH 1 UNGGULAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN MUTU PEMBELAJARAN DAN PROMOSI*. 4(1), 483–492.
- Khotimah, E. P., Widiastuti, R. A., Dwiyan, Z., Devi, N. C., & Andariesta, A. V. (2021). *Edukasi Seksual pada Bimbingan Belajar Kelompok Anak Sekolah Dasar*. 3(3), 159–167.
- Majidah, R., Fathia, S. N., Octary, A. D., & Putri, W. E. E. (2024). *Pelatihan Pengolahan Selai dan Marmalade Buah Naga, Pendampingan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan di Pekon Gedung Surian Lampung Barat*. 2(1), 43–49.
- Maulidiya, L., & Hayati, M. (2020). POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PULAU MANDANGIN KABUPATEN SAMPANG. *AGRISCIENCE JOURNAL*, 1(November), 507–529.
- Mukarromah, F. (2022). Tourism Revitalization In Indonesia. *AL-AMWAL: JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, 14(1), 146–157. <https://doi.org/10.24235/amwal.v>
- Nurhayati, Y. (2018). PENERAPAN MODEL KIRKPATRICK UNTUK EVALUASI PROGRAM DIKLAT TEKNIS SUBTANTIF MATERI PERENCANAAN PEMBELAJARAN DI WILAYAH KERJA PROVINSI KEPULAUAN RIAU. *Andragogi Jurnal Diklat Teknik*, 6(2), 170–187. <https://media.neliti.com/media/publications/275133-penerapan-model-kirkpatrick-untuk-evalua-ced0cdda.pdf>
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., Ekonomi, F., & Surakarta, I. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA MENGGORO SEBAGAI WISATA HALAL Yulfan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati. *Jurnal Among Makarti*, 14(1), 1–14.
- Putra, I. P. A. P., Sumawidayani, N., & Swari, R. A. (2025). Abdimas Galuh. *Abdimas Galuh*, 7(2), 1748–1756.
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT. *Focus: Jurnal Pekerja Sosial*, 1(3), 155–165.
- Scheyvens, R. (2000). *Promoting Women ' s Empowerment Through Involvement in Ecotourism : Experiences from the Third World*. 8(3), 232–249.
- Sueca, I. N., & Darmayanti, N. W. S. (2020). *PEMBINAAN DAN PEMBIMBINGAN KEGIATAN LITERASI DASAR DALAM PEMBELAJARAN DI RUMAH SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA ANAK-ANAK BANJAR DINAS TEMUKUS, DESA BESAKIH*. 4(1), 557–561.
- Sukma, A. A., & Puspitasari, A. Y. (2022). IMPLEMENTASI KONSEP DESA WISATA HIJAU Studi kasus : Dieng Plateu , Lombok Barat , Lombok Tengah. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(2), 214–228.

- Sumitapradja, A. M., & Anom, I. P. (2020). Analisis Prioritas Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Lebih , Kecamatan Gianyar , Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(1), 92–97.
- Widyastuti, S., Sagita, Evawati, D., & Tjahjani, I. K. (2025). *Peningkatan Produktivitas dan Diversifikasi Kelompok Usaha Planet Bandeng Melalui Implementasi Energi Listrik Tenaga Surya*. 4(1), 6334–6343.
- Wirawan, P. E., Astina, I. N. G., Tunjungsari, K. R., Arianty, A. A. A. S., & Sukaarnawa, I. G. M. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA ALTERNATIF MEPANTIGAN YANG BERKELANJUTAN. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 7(2), 163–174.