

PENGEMBANGAN AGROWISATA KAMPUNG COKLAT SENARA KABUPATEN LOMBOK UTARA MELALUI PENGUATAN DIGITAL MODAL SOSIAL

I Wayan Suadnya¹, Agus Purbathin Hadi², Eka Putri Paramita³

1,2,3 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram

wy.suadnya@gmail.com

ABSTRAK

Agrowisata Kampung Coklat Senara telah dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Lombok Utara. Dukungan sarana, prasarana dan pelatihan teknis sudah diberikan oleh berbagai instansi terkait untuk meningkatkan jumlah dan kualitas produksi. Namun kunjungan wisatawan dan pemasaran hasil produksi coklat belum mengalami stagnasi. Setelah dilakukan wawancara dengan pengelola agrowisata Kampung Coklat Senara diketahui bahwa salah satu penyebabnya adalah masih kurangnya kunjungan wisatawan yang disebabkan masih kurang dikenalnya agrowisata tersebut. Mencermatimasalah tersebut tim pengabdian Prodi Ilmu Komunikasi menawarkan solusi pemanfaatan Digital modal social untuk meningkatkan usaha agrowisata Kampung Coklat. Pengabdian dilaksanakan dengan pendekatan Pendidikan orang dewasa dan action learning. Kegiatan pengabdian diikuti oleh 19 peserta anggota kelompok Kampung Coklat. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa para peserta sebelum pelatihan telah menggunakan media social namun belum memanfaatkannya secara intensif untuk pengelolaan, pemasaran dan promosi Agrowisata Kampung Coklat Senara. Setelah mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian Prodi Ilmu Komunikasi Unram, pengelola merasa lebih konfiden dan menyatakan akan lebih mengintensifkan penggunaan media social untuk membangun jaringan dan pemasaran serta promosi produk agrowisata.

Kata kunci: modal social, digital, kampung coklat, agrowisata, Lombok.

PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan kegiatan bisnis pariwisata yang bergerak di sektor pertanian. Saputra et al (2021) menyatakan bahwa agrowisata merupakan kegiatan wisata minat khusus yang memadukan antara usaha budidaya pertanian dengan pariwisata. Kegiatan wisata ini merupakan rekayasa dari obyek pertanian untuk dijadikan sebagai obyek wisata. Agrowisata mempunyai peluang besar untuk berkembang dalam rangka meningkatkan nilai tambah usaha budidaya pertanian.

Coklat merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan di kabupaten Lombok Utara. Coklat merupakan salah satu komoditas unggulan daerah terlihat dari data (BPS) yang menyebutkan bahwa Lombok Utara sebagai penghasil buah coklat yang cukup besar. Bahkan beberapa produk coklat telah diolah dan di ekspor hingga keluar negeri (Anonim, 2016). Keberadaan buah coklat yang melimpah khususnya di Desa Senara telah direspon masyarakat dalam berbagai bentuk kegiatan. salah satunya adalah dengan mendirikan “kampung coklat Senara” di Kabupaten Lombok Utara.

Menurut Saloko et al (2018) keberadaan kampung coklat Senara belum banyak diketahui oleh wisatawan dan bahkan oleh sebagian besar masyarakat NTB. Ketidaktahuan ini disinyalir karena adanya beberapa kelemahan yang dimiliki oleh kampung coklat Senara diantaranya adalah tidak memiliki atraksi wisata, tidak memiliki SDM (sumber daya manusia) yang mampu secara berkelanjutan untuk mengelola kampung coklat agar lebih maju. Faktanya, kampung coklat ini menyuguhkan alam pedesaan dengan konsep kebun coklat dan memiliki akses jalan yang baik. Sehingga masyarakat dapat mengembangkan pariwisata coklat dengan mudah pada lokasi strategis ini.

Merujuk pada keunggulan yang dimiliki oleh kampung coklat Senara, maka pariwisata dapat dibangun dengan mengembangkan serta mengelola segala sumber daya berbasis masyarakat, bentuk pengembangan ini dikenal juga dengan sebutan pengembangan desa wisata (Priyanto dan Dyah, 2016). Menurut Maulida (2019) Kawasan desa wisata merupakan wilayah pedesaan yang keseluruhan suasananya masih asli serta khas baik dari kehidupan sosial – ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, serta memiliki potensi yang dapat dikembangkan, dalam hal ini adalah komoditas coklat.

Pada proses pengembangan desa wisata kampung coklat, diperlukan adanya komunikasi dan koordinasi serta peran dari berbagai unsur masyarakat Umam, et al (2020). Peran yang dimaksud adalah keikutsertaan seluruh unsur masyarakat dalam membangun desa wisata kampung coklat. Unsur masyarakat ini dapat digerakkan melalui penguatan modal social berbasis digital. Melalui modal social digital, masyarakat pedesaan akan dapat membangun jaringan dan Kerjasama dengan banyak pihak (Hasugian2008). Salah satunya adalah membangun jaringan dan memanfaatkan platform media social untuk membangun kerjasama dan kemitraan serta promosi (Santoso, 2021)

Kenyataannya masyarakat Kampung Coklat Senara telah memanfaatkan media social dalam kehidupan mereka sehari hari. Namun pemanfaatan media digital ini lebih banyak untuk kepentingan pribadi dibandingkan dengan bisnis agrowisata di desa mereka. Jika pemanfaatan media digital ini dapat dimaksimalkan untuk kepentingan pengembangan agrowisata kampung coklat senara maka niscaya desa wisata kampung coklat Senara akan dapat berkembang dengan baik. Artikel ini menyajikan hasil pelaksanaan pengabdian dalam mengembangkan Desa wisata kampung coklat berbasis modal sosial digital.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian pada masyarakat menggunakan pendekatan pendidikan orang dewasa (*Andragogy*) (Knowles, 1991) dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat pelaku pariwisata. Prinsip-prinsip *action learning* (Fleming dan Ferkins (2010) juga digunakan sehingga proses belajar dapat direncanakan dengan baik, kegiatan pendampingan terlaksana secara terstruktur dan sesuai kebutuhan, hasilnya dapat diobservasi serta dilakukan refleksi terhadap hasil kegiatan sehingga dapat dilakukan perbaikan (*replan*) untuk perbaikan.

Secara rinci, tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai berikut:

1. **Tahap pertama:** Pemahaman mengenai konsep penguatan modal sosial dalam masyarakat guna mendukung perkembangan daerah pariwisata Desa Gegelang.
2. **Tahap kedua:** Simulasi dan Praktik Teknik Dasar mengakses media instagram.
 - Pada tahap ini setiap peserta akan diwajibkan untuk belajar mengakses dan membuat instagram.
 - instagram yang dipilih kemudian di laporkan kepada pembimbing pelatihan untuk selanjutnya diberikan petunjuk cara penggunaan instagram tersebut.
 - Peserta mempresentasikan temuan yang mereka peroleh setelah mengaplikasikan instagram tersebut.
3. **Tahap ketiga:** Evaluasi Teknik dan Konten instagram yang telah diakses dan dibuat, Evaluasi terhadap teknik dilaksanakan berdasarkan hasil observasi dan angket yang diberikan dan diisi oleh peserta; sedangkan evaluasi konten dilakukan dengan menilai kesesuaian konten dengan konsep pemasaran pariwisata melalui media baru.
4. Untuk melaksanakan kegiatan ini dilibatkan dua orang mahasiswa untuk mendampingi para peserta dalam menggunakan media sosial dalam membangun modal sosial, pemasaran dan promosi produk wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan menggunakan cara *offline* maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Jumlah Peserta Yang Berpartisipasi

Jumlah anggota kelompok Kampung Coklat Dusun Senara Desa Gegelang yang ikut dalam pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan sebanyak 19 orang. Kurang satu orang dari jumlah yang diundang untuk mengikuti pelatihan sebanyak 20 orang. Jumlah ini dirasa sudah cukup untuk pelaksanaan pengabdian ini. Karena dari mereka yang ikut hadir mengikuti pelatihan diharapkan akan terjadi penyebaran informasi di antara masyarakat setempat. Difusi inovasi akan terjadi jika inovasi dapat diterima oleh masyarakat setempat (Herdiana, 2019). Hal ini dilakukan

karena terbatasnya kapasitas ruangan dan waktu yang tersedia untuk melaksanakan kegiatan pengabdian tersebut. Disamping masyarakat biasa ada juga Aparat Desa yang ikut sebanyak 1 orang. Serta tokoh masyarakat sebanyak 1 orang. Tokoh masyarakat dan aparat desa ini diharapkan bisa menjadi opinion leader di desa untuk penyebarluasan inovasi yang diintroduksi (Abas et al, 2022). Rata rata usia peserta masih muda berumur sekitar 20-35. Usia sseperti ini sangat cepat untuk menerima inovasi penggunaan modal sosial digital dalam pengembangan pariwisata kampung coklat (Astuti, 2013; Nasrulah, 2015).

Pengetahuan Peserta Tentang Modal Sosial

Pada saat dilakukan analisis kebutuhan, diketahui dari hasil analisis kebutuhan, diketahui bahwa anggota pokdarwis dan anggota masyarakat belum mengenal modal sosial, apalagi modal sosial digital yang berbasis media sosial. Namun demikian sesungguhnya mereka sudah memiliki dan mengaplikasikan modal sosial tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Budaya, adat istiadat, norma dan kearifan lokal lainnya sudah ada dan dilaksanakan. Demikian juga dengan wa grup, instagram dsb mereka sudah memiliki dan menggunakannya. Hanya saja istilah modal sosial dan digital modal sosial belum mereka kenal. Mereka menggunakan WA grup dan instagram untuk kegiatan sendiri bukan untuk kegiatan kelompok kampung coklat. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Gunawan et al. (2020) bahwa masyarakat kebanyakan sudah menggunakan whatsapp dan instagram hanya saja penggunaannya untuk keperluan pribadi.

Dari hasil pengamatan diketahui bahwa anggota pokdarwis dan anggota kelompok kampung coklat serta masyarakat sudah memiliki kedua modal sosial tersebut baik modal sosial konvensional dan modal sosial digital. Tim mengarahkan agar modal sosial tersebut dimanfaatkan dalam pengembangan usaha produk coklat dan pengembangan Desa Wisata. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Santoso (2020); Riske (2015).

Setelah para peserta diberikan penjelasan mengenai modal sosial konvensional dan modal sosial digital mereka baru sadar dan baru tahu bahwa tradisi, budaya, norma, kebiasaan baik dan kepercayaan serta silaturahmi yang mereka miliki ternyata merupakan modal yang bisa mereka gunakan untuk memperoleh keuntungan dari padanya. Mereka juga baru mengetahui bahwa aktif dalam media sosial merupakan kegiatan untuk menumbuhkan modal sosial digital. Menurut Burkhardt, et al (2003) modal sosial digital dapat dikembangkan melalui aktivitas di media sosial.

Pengetahuan baru peserta mengenai modal sosial digital mendorong mereka untuk mengidentifikasi modal sosial digital yang mereka miliki. Hal ini sejalan dengan temuan Stefani (2017). Mereka kemudian mulai mengidentifikasi modal sosial yang mereka miliki di desa mereka untuk kemudian bisa “dimanfaatkan” untuk memperoleh keuntungan dalam hidup mereka.

Dalam diskusi yang terjadi pada saat pelaksanaan pengabdian dapat diketahui bahwa mereka antusias untuk mengidentifikasi dan memahami modal sosial tersebut. Mereka merasa

senang bahwa dalam rangka mengembangkan pariwisata dan penjualan produk kampung coklat, mereka bisa memanfaatkan modal sosial baik yang konvensional maupun digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Ermawati (2021) dan Floresti dan Rosdiana (2020)

Setelah dijelaskan bahwa unsur utama modal sosial adalah organisasi, kepercayaan, norma dan jaringan maka mereka menjadi lebih tertarik lagi untuk memanfaatkannya dalam pengembangan pariwisata dan promosi produk coklat yang mereka hasilkan diwilayahnya sesuai dengan temuan Priyanto dan dyah (2020). Harapan mereka produk coklat yang mereka hasilkan bisa dijual melalui jejaring yang dikembangkan baik off line maupun secara online. Hal ini sejalan dengan temuan Gunawan, et al (2020).

Setelah dilakukan pelatihan, peserta menyatakan faham dan akan memupuk modal sosial tersebut dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam pengembangan pariwisata dan penjualan produk usaha kampung coklat. Hal ini sejalan dengan pendapat Widiarti (2022). Namun anggota pokdarwis, tokoh masyarakat dan staf desa yang ikut minta untuk dibimbing dan didampingi dalam memupuk dan mengembangkan serta memanfaatkan modal sosial tersebut. Secara umum mereka mengungkapkan: Baru sadar dan baru tahu kalau mereka punya modal sosial baik konvensional maupun digital. Mereka baru tahu bahwa tradisi, budaya, nilai, norma, kelompok2 masyarakat, kepercayaan dan jaringan merupakan modal yang lebih cash dari uang. Hal ini sesuai dengan pendapat Santoso (2020). Mereka menyatakan bahwa akan menumbuhkan dan mengembangkan serta memanfaatkan modal sosial untuk pengembangan pariwisata di wilayah desa Gegelang dan khususnya di kampung coklat Dusun Senara.

Sikap Peserta Terhadap Modal Sosial Digital

Setelah diselenggarakan pelatihan oleh tim pengabdian masyarakat Prodi Ilmu Komunikasi maka dapat diketahui bahwa telah terjadi perubahan sikap pada peserta pelatihan. Perubahan sikap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: Setelah mengikuti pelatihan dan mengetahui ada modal sosial yang lebih cash dari uang mereka bersikap positif dan antusias untuk memanfaatkan modal sosial yang dimiliki untuk mendukung pengembangan usaha kampung coklat dan Desa Wisata. Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata akan muncul ketika mereka sudah tahu kekuatan atau modal yang mereka miliki (Hermawan, 2016).

Setelah mengetahui adanya modal sosial digital yang bisa digunakan untuk meningkatkan promosi dan penjualan maka mereka bersikap sangat positif dan akan memanfaatkannya untuk pengembangan usaha kampung coklat. Hal ini senada dengan temuan Widiastuti, etal (2016). Diketahui pula bahwa setelah mengikuti pelatihan sikap para peserta mulai berubah, dari kurang memperhatikan penggunaan media sosial untuk pengembangan modal sosial dan pariwisata seperti promosi menjadi mau untuk belajar dan mau untuk mencoba untuk mengakses dan menggunakan media sosial dalam pengembangan modal sosial dan promosi pariwisata.

Perubahan sikap ini terjadi setelah pelatih memberikan penjelasan dan menunjukkan beberapa contoh media sosial yang bisa digunakan untuk promosi pariwisata. Dan membangun

modal sosial. Dengan sikapnya yang baru para peserta minta untuk didampingi dalam mengakses dan memahaminya serta menggunakan media sosial tersebut.

Keterampilan Peserta dalam Mengakses Media Sosial

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial dan cara mengaksesnya diketahui telah terjadi perubahan keterampilan, terutama dalam kemampuan untuk mengakses dan menggunakan media sosial secara lebih bijak. Dari 19 orang yang dilatih semuanya sudah mempunyai kemampuan dan keterampilan untuk mengakses dan menggunakan media sosial Instagram dan WA serta facebook.

Monitoring dan Evaluasi

Setelah pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, tim kemudian melakukan monitoring hasil pelatihan serta mengevaluasi hasil dan manfaat pelatihan yang telah diberikan atau dilaksanakan. Monitoring dan evaluasi dilaksanakan seminggu setelah dilaksanakan pendampingan.

Dari hasil monitoring diketahui bahwa peserta yang mengikuti pelatihan sudah bisa mengakses dan memanfaatkan media sosial untuk promosi kegiatan dan produk wisata di wilayah mereka melalui group dan media sosial yang mereka ikuti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan di desa Kuta terhadap anggota dan pengurus pokdarwis dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Setelah mengikuti pelatihan semua anggota pokdarwis dan anggota kelompok kampung coklat yang menjadi peserta tahu dan bersikap positif terhadap media sosial sebagai media dalam pengembangan modal sosial dan sebagai modal dalam mempromosikan produk usaha kampung coklat dan atraksi wisata yang ada di Desa Gegelang. Semua peserta yang mengikuti pelatihan sudah mulai mengakses dan menggunakan media sosial untuk pengembangan modal sosial dan mempromosikan produk kampung coklat dan atraksi wisata yang ada di Dusun Senara Desa Gegelang.

Disarankan kepada peserta untuk meneruskan dan menyebar luaskan hasil pelatihan yang mereka ikuti kepada anggota masyarakat yang belum ikut di wilayah mereka. Disarankan juga kepada peserta untuk menggunakan media sosial secara berhati hati dan bijaksana. Mereka diharapkan mampu menumbuhkan modal sosial digital sehingga mereka mampu mempromosikan produk kampung coklat dan pariwisata dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, S. A., Halim, N., & Hanafiah, M. 2022. Exploring The Role Of Local Champion In Community-Based Rural Homestay In Malaysia: A Case Of Homestay Sungai Haji Dorani. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 7(27), 310–320. <https://doi.org/10.35631/JTHEM.727024>
- Anonim, (2016). Laporan Akhir MoU Roadmap Pengembangan Kakao di Kabupaten Lombok Utara. Kerjasama Dinas Pertanian Perkebunan Kehutanan Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lombok Utara dengan Fakultas Pertanian Universitas Mataram.
- Astuti, N.W.W. (2013). Prospek Pengembangan Agrowisata Sebagai Wisata Alternatif Di Desa Pelaga. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*. 3(3): 301 – 311.
- Burkhardt, G., Monsour, M., Valdez, G., Gunn, C., Dawson, M., Lemke, C., ... Martin, C. (2003). *enGauge 21st Century Skills: Literacy in the digital age. North Central Regional Educational Laboratory and the Metiri Group*.
- Cangara H. (2015) (*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan kedua. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ermawati, K. C. (2021). Peranan Produk Wisata Dan Brand Strategy Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di The Heritage Palace Sukoharjo. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 2(2), 146–155.
- Jenny Fleming & Lesley Ferkins. (2010). The Use of Action Learning Strategies for Cooperative Education or Work-integrated Learning Projects. *Learning and Teaching in Higher Education Journal*, 4 (1).1-4.
- Floresti, D. A., & Rosiana, M. (2020). Dampak sosial ekonomi dan strategi pengembangan desa wisata kampoeng nopia mino di Desa Pekunden Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 22(4), 501-513.
- Gunawan, Y., Suardika, I. B., & Sujianto, S. (2020). Pengaruh promotional mix terhadap tingkat penjualan “studi kasus pada PT. Kampung Coklat, Blitar”. *Jurnal Valtech*, 3(2), 118-125.
- Hasugian, J. (2008). Urgensi Literasi Informasi dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi di Perguruan Tinggi. *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan Dan Informasi*, 4(2), 34–44.
- Hayat, Raudhatul, Adhawiyah Novita Zaini. (2018). *Pencanangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan*. Intelegensia Media.Malang.
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *JUMPA Volume 6, Nomor 1, Juli 2019*
- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117.

- Knowles, M. (1991). Evaluation and achievements in a developing field of study. In John M. Peters (Ed.), *Adult Education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Maulida, L. S. Pengelola (2019). Peran Agrowisata Mengentaskan Masyarakat Pedesaan (Studi kasus di Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat). *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 2(1), 70. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v2i1.2445>
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priyanto dan Dyah. S. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*.4.(1).76-84.
- Riadi, S., Normelani, E., Bachri, A. A., Hidayah, N., & Sari, Y. P. (2020). Rancangan Atraksi Wisata Edukasi Di Kampung Hijau Kota Banjarmasin. *J- PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 7(1), 37–44. <https://doi.org/10.18860/jpips.v7i1.10364>
- Riske, Ardiansari, Dkk. (2015). Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman*.3.(5).383-390.
- Saloko, S, Santoso, B.B, Hadi, A.P., Hadi, A.P. (2018). Pengembangan Agrowisata Kampung Coklat Senara Kabupaten Lombok Utara Pra Dan Pasca Bencana Alam, Prosiding PKM-CSR Konferensi Nasional Pengabdian kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility /Ekonomi, Sosial, dan Budaya
- Santoso, T. (2020). Memahami Modal Sosial. CV Saga Jawadwipa Pustaka Saga. Kenjeran, Surabaya.
- Saputra, D. H., Ilmy, M., Muhlis, L. P., & Masyhudi, L. (2021). Pengembangan desa wisata menjadi destinasi wisata unggulan yang profesional. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, (2), 271–276.
- Stefani, S. N. B. (2017). Literasi Digital dan Pembukaan Diri: Studi Korelasi Penggunaan Media Sosial Pada Pelajar Remaja di Kota Medan. *SosioGlobal, Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*,2(1), 10–31.
- Sulaiman, A.I., Kuncoro, B., Sulistyoningih, E.D., Nuraeni, H., dan Djawahir, F.S. 2017. Pengembangan Agrowisata Berbasis Ketahanan Pangan Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran di Desa Serang Purbalingga. *Jurnal The Messenger*. 9(1): 9-25.
- Syamsu dkk. 2001. “Penerapan Etika Perencanaan pada kawasan wisata, studi kasus di kawasan Agrowisata Salak Pondoh, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta”. Jakarta: LP3M STP Tri Sakti, Jurnal Ilmiah, Vol 5. No. 3 Maret 2001.
- Umam, C., Pangesti, F.S.P., & Yuslistyari, E.I (2020). Pemberdayaan Pokdarwis TAZGK dalam Pengembangan Desa Wisata di Kaduengang. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(1), 17-22.

Widiati, I.A.P. 2022. Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa* Volume 16, Nomor 1 2022 — CC-BY-SA 4.0 License

Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.95>