BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 4 No 4, 2023, pp. 2948-2955
DOI: https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6732

e-ISSN 2721-9135
p-ISSN 2716-442X

Pendampingan Pengembangan Potensi Wisata dan Pelatihan Digital Marketing di Desa Aan, Klungkung

Muhamad Nova[1]*, Sang Nyoman Bagus Satya Wira[2], I Made Budiasa[3], I Nyoman Meirejeki[4]
[1,2,3,4]Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia
*e-mail korespondensi: muhamadnova@pnb.ac.id

Abstract
Aan Village is one of the villages that has been named a tourist village in Klungkung Regency, Bali. However, the lack of knowledge of the village and Pokdarwis regarding tourism village management, especially in mapping and preparing tourist packages that can attract tourists, and the use of technological media in disseminating information related to tourist destinations in Aan village are also not yet optimal, which are the main obstacles faced by the apparatus. Aan village in developing a tourist village. The Tourist Travel Business Study Program, Department of Tourism, Bali State Polytechnic, offers two applicable solutions, namely (1) providing assistance and training to Aan tourist village managers in developing the tourism potential of Aan village, and preparing Aan Village tourism packages, and (2) providing training digital marketing to tourist destination managers in Aan Village, especially the use of websites and social media. These two solutions have been successfully applied and resulted in a high average level of partner satisfaction; in the preparation aspect it was very satisfied, in the implementation aspect it was very satisfied, and in the evaluation aspect it was very satisfied. The results show the level of conformity between the problems faced by partners and the solutions applied by the team implementing community service activities.
Keywords: *Aan village; assistance; digital tourism training; tourism potential development*

Abstrak
Desa Aan merupakan salah satu desa yang dinobatkan sebagai desa wisata di Kabupaten Klungkung, Bali. Namun, minimnya pengetahuan pihak desa dan pokdarwis terkait pengelolaan desa wisata, khususnya dalam pemetaan dan penyusunan paket wisata yang dapat menarik wisatawan, dan penggunaan media teknologi dalam penyebaran informasi terkait destinasi-destinasi wisata di desa Aan juga belum optimal menjadi kendala utama yang dihadapi oleh perangkat desa Aan dalam mengembangkan desa wisata. Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, menawarkan dua solusi aplikatif yaitu (1) memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pengelola desa wisata Aan dalam pengembangan potensi wisata desa Aan, dan penyusunan paket wisata Desa Aan, dan (2) memberikan pelatihan digital marketing kepada para pengelola destinasi wisata di Desa Aan, khususnya penggunaan website dan media sosial. Dua solusi tersebut telah berhasil diaplikasikan dan menghasilkan rerata tingkat kepuasan mitra yang tinggi; dalam aspek persiapan sangat puas, dalam aspek pelaksanaan sangat puas, dan dalam aspek evaluasi sangat puas. Hal ini menunjukkan tingkat kesesuaian antara masalah yang dihadapi oleh mitra dengan solusi yang diaplikasikan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
Kata Kunci: desa Aan, pelatihan digital marketing, pendampingan, pengembangan potensi wisata

Accepted: 2023-09-10 Published: 2023-10-05

PENDAHULUAN

Desa Aan merupakan salah satu desa wisata di provinsi Bali yang terletak di kecamatan Banjarangkan, Kabupaten Klungkung. Wilayah ini dibatasi oleh perbukitan dan sungai dan mayoritas area di desa ini merupakan kawasan perkebunan dan pertanian (Putrayasa, Astuti, Ayuni, & Adiaksa, 2020). Oleh karenanya, Desa Aan memiliki beragam potensi alam yang dapat memikat wisatawan untuk dapat berkunjung, di antaranya perbukitan yang memiliki pemandangan

yang hijau, aliran sungai yang menjadi sumber air bagi warga, dan hamparan ladang dan persawahan yang produktif (Dewi, Susila, & Wirya, 2022; Pancane, Mustika, & Supranartha, 2023). Di sisi lain, desa Aan juga dinobatkan sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Klungkung sejak tanggal 6 Juni 2021. Sebagai sebuah desa wisata, desa Aan memiliki ragam atraksi wisata alam (Gorda, Prayoga, & Anggreswari, 2021; Mertha, Santhyasa, & Wirawan, 2019), dan ragam kuliner lokal (Abdi, Suprapto, Sarja, & Sarja, 2022) dan telah dikelola oleh BUMDes. Daya tarik wisata yang dimiliki oleh desa wisata Aan diantaranya Aan Secret Waterfall, Air Terjun Celek Celek, Bukit Kembar, Jungle Trekking, Ekowisata Patepan Park, River Tubing, Budidaya Lebah Madu Kella, dan Tirta Pelukatan.

Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan Perbekel Desa Aan, saat ini terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi pihak desa dalam pengembangan potensi wisata di Desa Aan. Kendala tersebut berupa minimnya pengetahuan pihak desa dan pokdarwis terkait pengelolaan desa wisata, khususnya dalam pemetaan dan penyusunan paket wisata yang dapat menarik wisatawan, baik lokal, domestik, maupun mancanegara. Di samping itu, penggunaan media teknologi dalam penyebaran informasi terkait destinasi-destinasi wisata di desa Aan juga belum optimal. Website yang dikembangkan dan dikelola oleh pihak Desa Aan hanya terbatas dalam penyebaran informasi terkait dengan pengelolaan administrasi dan kegiatan desa, dan belum dioptimalkan untuk mempromosikan desa wisata. Para pengelola daya tarik wisata juga masih belum optimal dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan daya tarik wisata yang dimiliki.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, terdapat dua buah solusi aplikatif yang ditawarkan oleh Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, yaitu (1) memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pengelola desa wisata Aan dalam pengembangan potensi wisata desa Aan, dan penyusunan paket wisata Desa Aan, dan (2) memberikan pelatihan digital marketing kepada para pengelola destinasi wisata di Desa Aan, khususnya penggunaan website dan media sosial. Sejalan dengan hal tersebut, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1) Bagaimana proses pendampingan dan pelatihan kepada pengelola desa wisata Aan dalam pengembangan potensi wisata desa Aan, dan penyusunan paket wisata Desa Aan?
2) Bagaimana proses pelatihan digital marketing kepada para pengelola destinasi wisata di Desa Aan, khususnya penggunaan website dan media sosial?
3) Bagaimana tingkat kepuasan mitra terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat?

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi atas tiga tahapan, yaitu tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan ini dimulai dari tahap persiapan yaitu persiapan narasumber, peserta dan materi atau bahan pelatihan. Narasumber yang ditunjuk dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah para dosen Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Peserta kegiatan akan melibatkan stakeholder Desa Aan, diantaranya perbekel, kelian adat, ketua teruna teruni, pengelola atraksi wisata, perangkat desa, perangkat BUMDes, LPM, PKK, dan pengelola Desa Wisata Aan. Materi yang akan dipaparkan adalah pendampingan dan pelatihan kepada pengelola desa wisata Aan dalam pengembangan potensi wisata desa Aan, dan penyusunan paket wisata Desa Aan, serta pelatihan digital marketing kepada para pengelola destinasi wisata di Desa Aan, khususnya penggunaan website dan media sosial.

Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari sosialisasi kegiatan, pendampingan pengembangan potensi wisata, dan pelatihan digital marketing. Dalam kegiatan sosialisasi, tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bal melakukan penjajakan ke Desa Aan, Klungkung guna mendiskusikan solusi-solusi yang ditawarkan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). Kemudian, dalam pelaksanaan pendampingan pengembangan potensi wisata, penyusunan paket wisata, dan pelatihan digital marketing, metode yang digunakan adalah tatap muka dalam pemberian materi dan praktek langsung bersama narasumber. Para peserta menerima materi yang diberikan, kemudian mereka dapat melakukan diskusi dan tanya jawab dengan para narasumber, serta dilanjutkan dengan kegiatan praktek langsung, dimana peserta mencoba untuk menyusun paket wisata dan dan pembuatan konten untuk digital marketing.

Tahapan terakhir adalah tahap evaluasi pelatihan untuk mengukur kepuasan mitra terhadap kegiatan yang dilakukan, dimana tim panitia kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan menyebarkan angket evaluasi yang akan diisi oleh para peserta pelatihan dan pendampingan. Angket ini terdiri atas tiga komponen penilaian, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dari tiga komponen tersebut, terdapat total lima belas pernyataan yang perlu dievaluasi oleh mitra terkait tingkat kepuasan mereka terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat; tiga pernyataan untuk penilaian perencanaan, enam pernyataan untuk penilaian pelaksanaan, dan enam pernyataan untuk penilaian evaluasi. Masing-masing pernyataan ini diukur menggunakan 4-likert scale, yaitu tidak puas (1), kurang puas (2), puas (3), dan sangat puas (4). Kemudian, hasil dari angket ini dianalisis menggunakan deskriptif statistik guna menghitung rerata tingkat kepuasan mitra terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan mengkategorikannya berdasarkan interval tingkat kepuasan.

Tabel 1. Interval Tingkat Kepuasan

Nilai Rerata	Tingkat Kepuasan
1.00 - 1.75	Tidak Puas
1.75 - 2.50	Kurang Puas
2. 50 - 3.25	Puas
3.25 - 4.00	Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan awal dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali adalah kegiatan sosialisasi. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk mendiskusikan solusi-solusi yang ditawarkan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta memberikan gambaran kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan selama Pengabdian kepada Masyarakat berlangsung.

Gambar 2. Diskusi dan Sosialisasi Kegiatan dengan *Stakeholders* Desa Aan

1. Pendampingan Pengembangan Potensi Wisata Desa Aan

Kegiatan pendampingan pengembangan potensi wisata desa Aan merupakan agenda utama dari serangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pihak desa dan pokdarwis dalam mengembangkan potensi wisata, serta pengetahuan pihak desa dan pokdarwis dalam menyusun paket wisata. Kegiatan pendampingan ini diselenggarakan dengan metode *focus group discussion* (FGD) dimana dua orang dosen yang bertugas di Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali bersama perangkat desa Aan, pengelola atraksi wisata, dan ketua pokdarwis berdiskusi untuk memetakan potensi wisata yang ada di desa Aan dan merancang elemen-elemen dan aspek-aspek yang berpengaruh dalam menyusun sebuah paket wisata untuk wisatawan, seperti *itinerary*, destinasi wisata, souvenir, harga, dan akomodasi. Kegiatan ini diselenggarakan di taman baca Petapan park dan menghasilkan luaran berupa sebuah paket tour perjalanan wisata di desa Aan. kegiatan ini diikuti oleh stakeholders desa Aan, diantaranya perbekel desa Aan, ketua BUMdes, ketua pokdarwis, pengelola homestay, dan pengelola atraksi wisata.

Gambar 3. FGD dalam Pemetaan Potensi Wisata dan Penyusunan Paket Wisata

2. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan *Digital Marketing* ini merupakan salah satu program dalam serangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Kegiatan pelatihan Digital Marketing merupakan agenda literasi digital yang diperuntukkan bagi para pengelola atraksi wisata. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pihak desa, pengelola atraksi wisata, dan warga desa dalam penggunaan aplikasi digital dan media sosial untuk melakukan promosi. Pelatihan ini diikuti oleh stakeholders desa Aan, diantaranya pengelola atraksi wisata, anggota BUMdes, anggota pokdarwis, anggota PKK, anggota sekaa teruna teruni (karang taruna), anggota LPM, anggota LPD, dan perangkat desa. Dalam pelatihan ini, materi terkait digital marketing dibagi menjadi dua pokok bahasan, yaitu *digital content creator* dan *digital marketing*.

Gambar 4. Peserta Pelatihan *Digital Marketing*

Materi pertama yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah *digital content creator*. Materi *digital content creator* dibawakan oleh seorang dosen IT yang juga sebagai pengampu mata kuliah *web design* dan *digital content creator*. Pemaparan materi berlangsung selama 45 menit. Dalam pelatihan ini, pemateri memutarkan beberapa produk konten digital sebagai contoh konten digital yang informatif dan kreatif dan menekankan bahwa terdapat beberapa aspek penting dalam membuat sebuah konten untuk promosi, yaitu *target market,* media promosi, dan *copywriting*.

Gambar 5. Pemaparan Materi terkait *Digital Content Creator*

Materi pelatihan yang kedua adalah *digital marketing* yang dibawakan oleh seorang dosen bidang ilmu manajemen yang juga sebagai pengampu mata kuliah *digital marketing, business and entrepreneurship,* dan *business creation*. Pemaparan materi berlangsung selama 45 menit. Dalam pelatihan ini, ditekankan bahwa *digital marketing* tidak akan dapat berjalan tanpa adanya *brand awareness*. Sehingga, kegiatan *branding* menjadi dasar terwujudnya pemasaran yang kompetibel dan berpengaruh terhadap daya minat pembeli.

Gambar 6. Pemaparan Materi terkait *Digital Marketing*

3. Tingkat Kepuasan Mitra terhadap Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Dalam penghitungan tingkat kepuasan mitra terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, terdapat tiga komponen penilaian, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dari tiga komponen tersebut, terdapat total lima belas pernyataan yang perlu dievaluasi oleh mitra terkait tingkat kepuasan mereka terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan hasil dari angket ini dianalisis menggunakan deskriptif statistik guna menghitung rerata tingkat kepuasan mitra terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan mengkategorikannya berdasarkan interval tingkat kepuasan. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terdapat total 20 peserta yang mengisi angket kepuasan mitra.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan pada Indikator Perencanaan

Indikator Perencanaan	Nilai	Rerata	Tingkat Kepuasan
Sosialisasi kegiatan membantu mitra memahami Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang ingin dilaksanakan oleh tim pelaksana	68	3.40	Sangat Puas
Materi sosialisasi kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	69	3.45	Sangat Puas
Penjajakan & identifikasi masalah dilaksanakan sebelum dirumuskan kegiatan PkM telah sesuai dengan kebutuhan mitra, bukan berdasarkan keinginan tim pelaksana	69	3.45	Sangat Puas

Pada tabel 2, dapat dilihat bahwa terdapat tiga pernyataan dalam penilaian indikator perencanaan. Pada indikator pertama, mitra menilai bahwa sosialisasi kegiatan membantu mitra memahami program pengabdian kepada masyarakat yang ingin dilaksanakan oleh tim pelaksana dengan nilai rerata 3.40, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". pada indikator kedua, mitra menilai bahwa materi sosialisasi kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami dengan nilai rerata 3.45, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator ketiga, mitra menilai bahwa kegiatan penjajakan dan identifikasi masalah dilaksanakan sebelum dirumuskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah sesuai dengan kebutuhan mitra, dan bukan berdasarkan keinginan tim pelaksana, dengan nilai rerata 3.45, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Merujuk pada ketiga indikator tersebut, dapat dilihat bahwa mitra sangat puas akan kegiatan perencanaan dari program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan pada Indikator Pelaksanaan

Indikator Pelaksanaan	Nilai	Rerata	Tingkat Kepuasan
Tim pelaksana memberikan pelayanan atau program sesuai dengan kebutuhan mitra	70	3.50	Sangat Puas
Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan dapat ditindaklanjuti dengan baik oleh tim pelaksana	69	3.45	Sangat Puas
Aspek Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diberikan pelaksana memberikan solusi dan meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk mitra	68	3.40	Sangat Puas
Pelaksanaan pengabdian telah dilakukan sesuai standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)	68	3.40	Sangat Puas
Materi pengabdian/pelatihan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami	70	3.50	Sangat Puas
Tim pelaksana melakukan kunjungan lapangan secara bertahap dan berkesinambungan	67	3.35	Sangat Puas

Pada tabel 3, dapat dilihat bahwa terdapat enam pernyataan dalam penilaian indikator pelaksanaan. Pada indikator pertama, mitra menilai tim pelaksana memberikan pelayanan atau program sesuai dengan kebutuhan mitra dengan nilai rerata 3.50, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator kedua, mitra menilai bahwa setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan dapat ditindaklanjuti dengan baik oleh tim pelaksana dengan nilai rerata 3.45, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator ketiga, mitra menilai bahwa aspek Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diberikan pelaksana memberikan solusi dan meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk mitra dengan nilai rerata 3.40, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator keempat, mitra menilai bahwa pelaksanaan pengabdian telah dilakukan sesuai standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) dengan nilai rerata 3.40, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator kelima, mitra menilai bahwa materi pengabdian/pelatihan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami dengan nilai rerata 3.50, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator keenam, mitra menilai bahwa tim pelaksana melakukan kunjungan lapangan secara bertahap dan berkesinambungan dengan nilai rerata 3.35, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Merujuk pada keenam indikator tersebut, dapat dilihat bahwa mitra sangat puas akan kegiatan pelaksanaan dari program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan.

Tabel 4. Tingkat Kepuasan pada Indikator Evaluasi

Indikator Evaluasi	**Nilai**	**Rerata**	**Tingkat Kepuasan**
Setiap hal yang direncanakan dan disampaikan oleh tim pelaksana telah dilaksanakan secara keseluruhan	67	3.35	Sangat Puas
Hasil pengabdian sesuai dengan solusi yang diharapkan oleh mitra	67	3.35	Sangat Puas
Kegiatan PkM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra	65	3.25	Puas
Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat	68	3.40	Sangat Puas
Evaluasi program PkM setelah kegiatan PkM dilaksanakan	64	3.20	Puas
Keberlanjutan program berupa penggunaan alat TTG atau materi tetap digunakan/dilaksanakan meskipun kegiatan pengabdian sudah selesai	68	3.40	Sangat Puas

Pada tabel 4, dapat dilihat bahwa terdapat enam pernyataan dalam penilaian indikator evaluasi. Pada indikator pertama, mitra menilai bahwa setiap hal yang direncanakan dan disampaikan oleh tim pelaksana telah dilaksanakan secara keseluruhan dengan nilai rerata 3.35, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator kedua, mitra menilai bahwa hasil pengabdian sesuai dengan solusi yang diharapkan oleh mitra dengan nilai rerata 3.35, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator ketiga, mitra menilai bahwa kegiatan PkM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra dengan nilai rerata 3.25, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "puas". Pada indikator keempat, mitra menilai bahwa mitra bersedia untuk berpartisipasi/terlibat jika kegiatan ini diselenggarakan Kembali dengan nilai rerata 3.40, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Pada indikator kelima, mitra menilai bahwa evaluasi program PkM diberikan setelah kegiatan PkM dilaksanakan dengan nilai rerata 3.20, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "puas". Pada indikator keenam, mitra menilai bahwa keberlanjutan Program berupa penggunaan alat TTG atau materi tetap digunakan/dilaksanakan meskipun kegiatan pengabdian sudah selesai dengan nilai rerata 3.40, dimana nilai ini dapat dikategorikan dalam interval "sangat puas". Merujuk pada keenam indikator tersebut, terdapat empat indikator dimana mitra merasa sangat puas dan dua indikator dimana mitra merasa puas. Maka, dapat dilihat bahwa mitra

cendrung sangat puas akan kegiatan evaluasi dari program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan.

KESIMPULAN

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali telah berhasil dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Aan, Klungkung, Bali. Melalui dua program utama, yaitu memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pengelola desa wisata Aan dalam pengembangan potensi wisata desa Aan, dan penyusunan paket wisata Desa Aan, dan memberikan pelatihan digital marketing kepada para pengelola destinasi wisata di Desa Aan, khususnya penggunaan website dan media sosial, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Aan ini memperoleh tingkat kepuasan mitra dalam aspek persiapan sangat puas, dalam aspek pelaksanaan sangat puas, dan dalam aspek evaluasi sangat puas. Hal ini menunjukkan tingkat kesesuaian antara masalah yang dihadapi oleh mitra dengan solusi yang diaplikasikan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Studi Usaha Perjalanan Wisata. Sejalan hal ini, diharapkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat mengembangkan program *digital content creator*, khususnya dalam *copywriting* dan promosi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, I. N., Suprapto, P. A., Sarja, N. L. A. K. Y., & Sarja, N. K. P. G. (2022). Pengembangan Desa Wisata Aan Klungkung Melalui Potensi Desa dan Pemberdayaan Masyarakat. *Madaniya*, *3*(3), 338–347. Retrieved from https://madaniya.pustaka.my.id/journals/index.php/contents/article/view/211

Dewi, D. M. P., Susila, I. M. G. D., & Wirya, I. M. S. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Aan Kecamatan Banjarangkan Klungkung. *Journal of Tourism and Interdiciplinary Studies*, *2*(2), 90–100. https://doi.org/10.51713/jotis.v2i2.79

Gorda, A. A. N. O. S., Prayoga, K. B. S., & Anggreswari, N. P. Y. (2021). Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Aan Secret Waterfall Berbasis Digital. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *4*(1), 29–39. Retrieved from http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/1246

Mertha, I. K. Y. I. P., Santhyasa, I. K. G., & Wirawan, K. (2019). Evaluasi Keberhasilan Pelaksanaan Program Bedah Desa Aan di Kabupaten Klungkung, Bali. *Pranatacara Bhumandala: Jurnal Riset Planologi*, *3*(1), 57–66. Retrieved from https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/wd/article/view/3694

Pancane, I. W. D., Mustika, I. K., & Supranartha, A. (2023). Meningkatan Promosi Digital Di Wisata Waterfall Aan Secret Desa Aan Klungkung Bali. *JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(2), 67–72.

Putrayasa, I. M. A., Astuti, N. N. S., Ayuni, N. W. D., & Adiaksa, I. M. A. (2020). Implementasi Green Tourism dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Pengembangan Wisata Edukasi di Dusun Petapan Desa Aan Kabupaten Klungkung. *Bhakti Persada: Jurnal Aplikasi Ipteks*, *6*(1), 46–55. https://doi.org/10.31940/bp.v6i1.1861