

## **Program Pengabdian Desa Mitra Desa Wisata Pelaga Menuju Terbentuknya Rantai Pasokan Pariwisata (Tourism Supply Chain)**

**Nyoman Indah Kusuma Dewi<sup>1</sup>, I Ketut Suarja<sup>2</sup>, I Gusti Agung Bagus Mataram<sup>3</sup>,  
I Gusti Agung Istri Mas Pertiwi<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

<sup>2,3</sup>Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

<sup>4</sup>Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

<sup>1</sup>ikdewi@pnb.ac.id

**Abstrak:** Keberhasilan desa wisata untuk mendatangkan wisatawan tergantung kepada jaringan distributor pariwisata seperti perusahaan *transport*, *tour operator*, dan *travel agent* yang dikenal sebagai rantai pasokan pariwisata (*Tourism Supply Chain-TSC*). Sebelum mempunyai jaringan TSC maka persyaratan utama suatu desa wisata harus terpenuhi yaitu adanya atraksi, *amenities*, dan akomodasi. Desa Wisata Pelaga adalah desa wisata yang terletak di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung yang terkenal dengan keindahan alamnya. Permasalahan yang dihadapi oleh Desa Wisata Pelaga adalah belum ada akomodasi dan *amenities*, sedangkan atraksi wisata (keindahan alam dan agrowisata) telah siap sebagai produk wisata. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memperbaiki *amenities* dan mempersiapkan akomodasi untuk mewujudkan TSC di Desa Wisata Pelaga. Terkait hal tersebut maka perbaikan *amenities* dilakukan dengan pelatihan Bahasa Inggris dan kuliner kepada pemuda desa, pembuatan brosur, *website* dan papan penunjuk arah. Dua buah kamar di dua keluarga dijadikan percontohan *homestay* untuk akomodasi.

**Kata kunci:** Desa Wisata Pelaga, *community based tourism*, *tourism supply chain*

**Abstract:** *The success of the tourism village to invite tourists depends on the network with tourism distributors such as transportation companies, tour operators, and travel agents known as tourism supply chains (TSC). The success of a tourism village to invite tourists depends on tourist distributor networks such as transportation companies, tour operators, and travel agents which known as tourism supply chains (TSC). Prior having a TSC network, the main requirement of a tourism village must be fulfilled, that is the existence of attractions, amenities, and accommodation. Pelaga Tourism Village is a tourism village located in Petang District, Badung Regency which is famous for its natural beauty. The problem faced by Pelaga Tourism Village is that there is no accommodation and amenities while tourist attractions (natural beauty and agro-tourism) are ready as tourism products. The goal of this community service is to improve amenities and prepare accommodation to established TSC in Pelaga Tourism Village. With this regards, the improvement of the amenities was carried out with English and culinary training for the youth, designing brochures, websites and signposts. Two rooms in two households were used as model homestays for accommodation.*

**Keywords:** *Pelaga Tourism Village, community based tourism, tourism supply chain*

## I. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak negara, sektor swasta, dan individu yang tinggal di daerah tujuan wisata (FaladeObalade dkk., 2014; The UNCTAD Secretariat, 2013; Ranasinghe dkk., 2018). Pariwisata memiliki efek ganda bagi ekonomi dan kemampuan kerja masyarakat setempat. Pariwisata adalah sumber terbesar pendapatan asing Indonesia pada tahun 2018 yaitu sekitar USD 20 juta (Statistics Indonesia, 2019). Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia pada 2018 adalah 15.810.305, meningkat dari 14.039.799 pada 2017 (Statistik Indonesia, 2019). Angka ini menunjukkan perkembangan pariwisata yang menjanjikan di Indonesia yang sebagian besar wisatawan datang ke Indonesia melalui Bandara Internasional Bali I Gusti Ngurah Rai. Bali adalah sebuah pulau di Indonesia yang menjadi tujuan wisata favorit. Keindahan alam Bali terkenal di kalangan wisatawan di seluruh dunia. Bali juga dikenal dengan budaya yang unik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain (Dewi dkk., 2018; Arismayanti, 2017). Data pengunjung asing ke Bali melalui bandara dan pelabuhan selama tiga tahun terakhir yaitu 2016 sejumlah 4.927.937 wisatawan, 2017 sejumlah 5.697.739 wisatawan, dan 2018 sejumlah 6.070.473 wisatawan (*Statistics of Bali Province*, 2019). Namun, untuk menghindari dampak negatif dari globalisasi dan pariwisata massal, Bali melindungi masyarakat dan lingkungannya dengan memberdayakan masyarakat, melestarikan budaya mereka, dan melestarikan lingkungan, berkat konsep pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) yang diperkenalkan pada 2018. CBT sejalan dengan pengembangan dan perencanaan pariwisata Bali dalam hal meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal di daerah pedesaan yang telah ditetapkan sebagai desa wisata (*The Minister of Tourism*, 2019). Bali mengembangkan desa wisata sebagai implementasi dari konsep CBT. Pemerintah Provinsi Bali menargetkan akan menetapkan 100 desa wisata yang akan dimulai dari 2015-2018 (*The Bali Times*, 2014). Saat ini ada 104 desa wisata di Bali, sehingga 4 di atas target yang telah ditetapkan (*The Jakarta Post*, 2017). Sehubungan dengan situasi saat ini, beberapa masalah muncul seperti bagaimana mengundang para wisatawan untuk datang ke desa-desa ini dan bagaimana memberikan layanan yang lebih baik kepada mereka. Salah satu yang harus lebih diperhatikan pada rantai pasokan pariwisata (*Tourism Supply Chain*) dari sisi wisatawan sebagai konsumen yang menerima layanan, dan sisi masyarakat lokal sebagai penyedia layanan.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, CBT adalah suatu bentuk pariwisata yang bertujuan untuk melibatkan dan menguntungkan masyarakat lokal, terutama penduduk asli di sebuah desa dimana penduduk desa mengelola sendiri potensi pariwisatanya dengan pengelolaan bersama dan pembagian keuntungan bersama (Amir dkk., 2015). Karakteristik CBT adalah: (1) keuntungan dinikmati oleh masyarakat lokal; (2) infrastruktur milik bersama; (3) pemerataan dalam menerima manfaat; (4) adanya inisiatif melindungi lingkungan; (5) perusahaan dari luar dapat membentuk *joint ventures* dengan masyarakat lokal; (6) masyarakat memiliki dan mengelola sendiri perusahaan; (7) walaupun perusahaan dimiliki oleh swasta tetapi keuntungan bagi masyarakat lokal; (8) pengembangan jejaring untuk produk pariwisata; (9) koperasi; dan (10) pengembangan sektor swasta di dalam

pemberdayaan potensi desa. Sedangkan TSC adalah keseluruhan kegiatan dengan tujuan untuk melakukan kerjasama di bidang sumber daya, penghematan biaya dan pencapaian nilai pelanggan di dunia bisnis pariwisata termasuk didalamnya produk (barang maupun jasa), uang dan aliran informasi yang berpengaruh terhadap produk dan pengalaman wisatawan (Buyukkeklik dkk., 2014). Song (2012) mendefinisikan TSC sebagai sebuah jaringan dari organisasi pariwisata yang memasok komponen berbeda dari produk atau *service* pariwisata untuk pendistribusian dan pemasaran dari produk pariwisata pada sebuah daerah tujuan wisata yang melibatkan peserta dari sektor pemerintah maupun swasta. TSC terdiri dari perusahaan akomodasi, perusahaan angkutan, perusahaan makanan dan minuman, perusahaan rekreasi, perusahaan retail, operator tur, dan agen travel (Tigu dkk., 2013; Buyukkeklik dkk., 2014). Desa wisata adalah merupakan pengembangan dari suatu desa dalam bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung (*amenities*) yang disajikan dalam struktur kehidupan masyarakat (Artana dkk., 2013; Sukariyanto, 2015). Alasan perlunya pengembangan desa wisata adalah: (1) merupakan salah satu cara yang relevan untuk menjaring wisatawan yang berorientasi pada budaya, kemanusiaan dan peduli terhadap masalah lingkungan; (2) meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dengan membuka peluang mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi; dan (3) pengembangan desa wisata dapat merangsang pembangunan desa.

Pada saat ini belum semua desa wisata yang telah ditetapkan pemerintah dapat berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan belum adanya desa wisata yang termasuk di dalam kategori emas (*gold*) pada saat adanya penilaian desa wisata yang diselenggarakan oleh Forum Komunikasi Desa Wisata tahun 2017. Kunjungan ke desa wisata dengan waktu yang lebih dari sehari juga tidak banyak. Hal ini dikarenakan banyak desa wisata yang belum memiliki minimal tiga karakteristik sebuah desa wisata (atraksi, akomodasi dan *amenities*) sebagai syarat dapat dikatakan sebagai desa wisata. Selain itu jaringan dengan pelaku wisata lain untuk memasarkan desa wisata belum berjalan dengan baik. Sehingga dalam rangka untuk mempersiapkan sebuah desa wisata dari segi atraksi, *amenities* dan akomodasi agar mempunyai jaringan (*networking*) yang kuat dengan pihak pemasok pariwisata (perusahaan *transport*, *tour operator*, dan *travel agent*) maka pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Desa Wisata Pelaga yang terletak di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Pokok permasalahan penelitian ini adalah bagaimanakah keadaan syarat utama (atraksi, akomodasi dan *amenities*) sebagai dasar pembentukan jaringan rantai pasokan pariwisata (*tourism supply chain*) di Desa Wisata Pelaga Kecamatan Petang, Kabupaten Badung.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **A. Objek Pengabdian Kepada Masyarakat**

Objek pengabdian kepada masyarakat ini adalah perbaikan sarana *amenities* dan pembentukan percontohan *homestay* sebagai persyaratan utama sebuah desa wisata menuju pembentukan jaringan rantai pasokan pariwisata (*Tourism Supply Chain*) antara Desa Wisata Pelaga dan rantai pasokan pariwisata dilihat dari saluran distribusi wisatawan.

Kegiatan pengabdian dilakukan dari bulan april hingga november 2020. Pengabdian tahun 2020 ini adalah pengabdian tahun pertama dari pengabdian yang direncanakan tiga tahun.

### **B. Survey Pendahuluan**

Survey pendahuluan dilakukan untuk mengetahui keadaan Desa Wisata Pelaga saat ini sehingga dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahannya sebagai sebuah desa wisata. Survey pendahuluan dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan yang diwawancara adalah 30% dari pihak pengelola Desa Wisata Pelaga yaitu sejumlah 10 orang dari 32 orang pengurus. Observasi dengan mengamati keadaan Desa Wisata Pelaga terutama terkait dengan atraksi wisata, *amenities* dan akomodasi. Dokumentasi dilakukan dengan mempelajari dokumentasi di media *online* maupun *offline* terkait kegiatan pariwisata di Desa Wisata Pelaga.

### **C. Sosialisasi**

Sosialisasi sehubungan dengan pengabdian ini dilakukan dengan mendatangi rumah penduduk yang terkait langsung dengan program yang dilaksanakan. Hal ini dikarenakan adanya protokol kesehatan Covid-19 yang membatasi jumlah orang berkumpul dalam suatu tempat.

### **D. Pelatihan**

Metode pelatihan juga digunakan untuk kegiatan meningkatkan kompetensi dan keterampilan pemuda-pemudi Desa Wisata Pelaga seperti pelatihan Bahasa Inggris untuk pemuda desa agar bisa menjadi pemandu wisata ke air terjun Tukad Bangkung. Peningkatan keterampilan kuliner untuk membuat jajan dengan menggunakan bahan baku hasil pertanian Desa Wisata Pelaga juga dilakukan dengan cara pelatihan. Pelatihan juga dilakukan dengan memperhatikan protokol kesehatan Covid-19.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil**

Secara administratif Desa Wisata Pelaga termasuk dalam Wilayah Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Desa ini terletak sekitar 47 km sebelah utara Denpasar dengan ketinggian mulai 650-1.110 meter di atas permukaan laut, dengan luas 3.545 ha. Desa Wisata Pelaga adalah daerah dataran tinggi dengan curah hujan rata-rata 2135 mm per tahun. Desa Wisata Pelaga adalah desa yang cukup lembab, dengan suhu rata-rata dari 20° C hingga 30° C. Desa Wisata Pelaga saat ini memiliki sembilan banjar seperti Pelaga, Tinggan, Semanik, Tiyingan, Bukian, Kiadan, Nungnung, Auman, dan Bukit Munduk Tiying. Populasi Pelaga hingga akhir 2009 adalah tercatat 5.885 orang.

Desa Wisata Pelaga memiliki panorama alam dengan hamparan hijau daerah pegunungan yang indah dan bebas dari polusi serta memiliki berbagai potensi wisata seperti air terjun, perkebunan, pertanian, peninggalan arkeologi, upacara agama, dan festival. Potensi pariwisata terkemuka di Desa Wisata Pelaga adalah: (1) air terjun yang terdiri dari Nungnung, Tukad Bangkung, dan Biah-biah; (2) perkebunan asparagus, yang berbasis di Banjar Bukian, Kiadan, Nungnung, dan Auman, mencakup area sekitar 60 hektar yang melibatkan 65 petani; (3) Jembatan Tukad Bangkung yang tertinggi jembatan di Asia dengan

ketinggian 90 meter dan terpanjang di Bali dengan panjang 310 meter; (4) Pura seperti Puncak Mangu, Petirtan Ciwa Gangga, dan Luhur Pucak Gegelang yang merupakan tempat suci Hindu dari masa lalu; dan (5) acara (*event*), yang diadakan setiap tahun dalam bentuk festival produk pertanian, dengan berbagai kegiatan untuk diproses produk pertanian menjadi berbagai jenis makanan. Oleh sebab itu atraksi tidak menjadi permasalahan di Desa Wisata Pelaga.

Dari wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan di Desa Wisata Pelaga maka terdapat beberapa permasalahan terkait jaringan pasokan pariwisata (TSC) yaitu:

1. Permasalahan dari sisi akomodasi

Belum adanya akomodasi di Desa Wisata Pelaga merupakan permasalahan utamanya. Sesuai dengan konsep CBT akomodasi adalah dengan sistem *homestay* artinya wisatawan menginap di rumah penduduk untuk merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat. Saat ini belum ada satupun rumah penduduk yang bisa dijadikan *homestay* untuk menampung tamu yang menginap. Salah seorang informan menyatakan bahwa: "Adanya penginapan untuk wisatawan dalam jumlah yang memadai sangat diperlukan apabila akan menerapkan konsep CBT karena akan mendatangkan pendapatan ekstra. Penduduk lokal tidak hanya akan menjadi penonton di rumahnya tetapi juga akan menjadi penikmat dari adanya pariwisata di daerahnya. Hal ini juga akan merupakan nilai lebih dari sebuah Desa Wisata." (Informan 3, 2020)

2. Permasalahan dari sisi *amenities* atau fasilitas pendukung

- a. Tidak adanya *Tourist Information Center* yang merupakan hal yang sangat penting bagi wisatawan untuk menanyakan paket tour yang ada, brosur-brosur paket wisata yang ditawarkan, dan peta sederhana lokasi wisata yang ada di Desa ini.
- b. Tidak adanya papan penunjuk arah (*sign board*) di Desa Wisata ini yang memudahkan wisatawan menuju tempat atraksi wisata yang ada.
- c. Kurang memadainya fasilitas jalan sepanjang menuju air terjun Tukad Bangkung yang aman dan nyaman. Fasilitas jalan sudah ada akan tetapi kurang nyaman bagi wisatawan karena di beberapa bagian pembatas jalan sudah rusak.
- d. Tidak adanya *webpage* dan sosial media Desa Wisata Pelaga yang dikelola oleh masyarakat lokal. Saat ini di era digital hal tersebut sangat penting karena wisatawan akan mencari dan lebih percaya pada informasi tentang tujuan wisata di Internet.
- e. Kurang memadainya kemampuan bahasa inggris bagi pemandu wisata lokal. Kemampuan bahasa inggris pemandu wisata lokal sangatlah diperlukan apabila akan menargetkan wisatawan asing dan akan mendatangkan pendapatan tambahan bagi penduduk setempat.
- f. Perlunya memberikan keterampilan di bidang kuliner kepada masyarakat terutama dengan membuat makanan dari bahan baku yang ada di Desa Wisata Pelaga sehingga menjadi kuliner khas Desa Wisata Pelaga.

### 3. Permasalahan dari sisi saluran distribusi

Belum ada mekanisme yang baik untuk mengelola Desa Wisata Pelaga terkait dengan hubungan atau *network* dengan pihak lain seperti perusahaan *transport*, *tour operator*, dan *travel agent* untuk mendatangkan wisatawan sehingga TSC dapat berjalan dengan baik. Informan 6 menyatakan bahwa: “Permasalahan utama yang dihadapi oleh Desa Wisata Pelaga dalam meningkatkan kunjungan wisatawan adalah belum adanya *homestay* dan jaringan atau hubungan yang baik dengan pihak luar terutama perusahaan *transport*, *tour operator*, dan *travel agent* yang memegang peranan penting dalam mempromosikan atraksi di sebuah Desa Wisata kepada wisatawan terutama wisatawan mancanegara.” (Informan 6, 2020). Beberapa permasalahan yang ditemui di Desa Wisata Pelaga tersebut di atas dicari solusinya untuk kesejahteraan masyarakat desa.

## B. Pembahasan

Adapun solusi untuk menyelesaikan permasalahan di atas adalah:

### 1. Solusi permasalahan dari sisi akomodasi

Masyarakat lokal diberikan penyuluhan mengenai konsep *homestay* yang baik, termasuk di dalamnya mengenai kebersihan lingkungan rumah dan sekitarnya. Mengajarkan masyarakat lokal tentang kebersihan adalah merupakan tantangan tersendiri. Pemakaian sesedikit mungkin bahan plastik juga sudah disampaikan kepada masyarakat untuk menjaga kelestarian alam (*go green*). Masyarakat lokal perlu diberikan pelatihan mengenai *homestay* yang aman dan nyaman bagi wisatawan dan tidak terlepas dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Pemilik *homestay* juga diberikan bantuan kebutuhan standar untuk sebuah kamar seperti tempat tidur, meja rias, dan kursi. Pada pengabdian kali ini bantuan di berikan kepada 2 keluarga yang salah satu kamarnya digunakan sebagai penginapan. Penjelasan mengenai protokol kesehatan COVID 19 dalam pelaksanaan tatanan kehidupan baru (*new normal*) juga diberikan kepada masyarakat terutama pada penduduk yang rumahnya akan dijadikan *homestay* dijelaskan cara mencuci tangan dengan 5 langkah, menggunakan masker yang baik, dan selalu menjaga jarak. Tempat cuci tangan di sediakan di depan pintu masuk rumah warga yang rumahnya dijadikan penginapan.

### 2. Solusi permasalahan dari sisi *amenities* atau fasilitas pendukung

a. Terkait tidak adanya *Tourist Information Center* maka pihak Desa harus membuat *Tourist Information Center* di ujung Desa sehingga mudah dilihat oleh wisatawan yang memasuki Desa Wisata Pelaga. *Tourist Information Center* harus dilengkapi dengan brosur dan *flyer* tentang paket tour yang ditawarkan beserta harganya. Pada pengabdian kali ini brosur mengenai atraksi Desa Wisata Pelaga akan dibuat dan dicetak dikertas dengan kualitas yang baik sehingga wisatawan akan mendapatkan informasi yang cukup mengenai hal tersebut. Brosur mengenai atraksi Desa Wisata Pelaga ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Brosur atraksi desa wisata pelaga

- b. Terkait tidak adanya penunjuk arah (*sign board*) di Desa Wisata ini yang memudahkan wisatawan menuju tempat atraksi wisata dan penginapan yang ada maka telah dibuatkan petunjuk arah yang jelas yang penempatannya mudah dilihat oleh wisatawan. Kedua *homestay* juga dibuatkan papan nama bertuliskan nama yang telah diberikan pemilik yaitu NIRBANA dan PONDOK PALA SARI. Salah satu pemilik *homestay* yang juga merupakan pengelola desa wisata menyatakan bahwa: “Papan penunjuk arah sangat kami perlukan untuk mempermudah wisatawan yang datang sendiri maupun melalui *travel* menuju tempat kami karena di desa alamat rumah masih kurang tertata sehingga sering membingungkan walaupun sudah ada fasilitas *google map* tapi kadang kala sinyal internet juga kurang bagus untuk beberapa *provider* internet.” (Informan 4, 2020)
- c. Jalan menuju air terjun Tukad Bangkung telah diperbaiki agar wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan. Pegangan di pinggir tangga menuju air terjun juga telah diperbaiki.
- d. Terkait tidak adanya webpage dan sosial media Desa Wisata Pelaga yang dikelola oleh masyarakat lokal maka perlu dibuatkan hal tersebut yang dikelola oleh kelompok karang taruna yang ada di desa. Webpage dan sosial media adalah hal yang sudah menjadi hal yang paling sering diakses oleh kaum milenial dan Generasi Z sehingga dapat menjadi sarana promosi yang efektif untuk menjangkau mereka. Komunikasi dengan calon wisatawan, wisatawan yang akan dan telah berkunjung sangatlah penting untuk menjaga hubungan baik, sehingga mereka akan mempromosikan Desa Wisata Pelaga kepada teman dan keluarga baik secara *online* maupun *offline*.
- e. Terkait kurang memadainya kemampuan bahasa inggris bagi pemandu wisata lokal maka para pemuda yang punya potensi perlu untuk menjadi pemandu wisata lokal yang dapat menjelaskan kepada wisatawan mengenai produk pariwisata yang ada di Desa Wisata Pelaga sehingga konsep CBT dapat berjalan dengan baik.
- f. Keterampilan di bidang kuliner telah diberikan kepada masyarakat Desa Wisata Pelaga terutama para remaja (*Sekeha Teruna Teruni*) agar dapat memberikan pelayanan dan penyajian kuliner yang baik kepada wisatawan yang datang. Selain itu keterampilan kuliner dapat menjadi keterampilan yang dapat meningkatkan pendapatan bila wisatawan telah datang.

### 3. Solusi Permasalahan dari sisi Saluran Distribusi

Pada tahap awal untuk menjalin kerjasama yang baik dengan pihak saluran distribusi pariwisata dilakukan dengan memperbaiki atraksi, *amenities* dan akomodasi terlebih dahulu sehingga akan mudah untuk menjualnya melalui perusahaan *transport*, *tour operator*, dan *travel agent*. Atraksi dibuat menarik dan unik, *amenities* mencukupi dan demikian pula dengan akomodasi. Strategi marketing dan komunikasi untuk melakukan pendekatan dengan pihak-pihak tersebut akan dibuat dalam bentuk perjanjian formal sehingga menjamin keberlangsungan hubungan atau jaringan antar Desa Wisata Pelaga dengan pihak pasokan pariwisata (TSC).

### 4. Keberdayaan Mitra saat ini

Masyarakat Desa Wisata Pelaga khususnya di Desa Bukian telah menyadari pentingnya pariwisata dikelola dengan baik untuk mengundang wisatawan datang dan benar-benar memberikan tambahan pendapatan langsung bagi masyarakat itu sendiri. Hal ini terlihat dari keseriusan mereka dalam mendukung program pengabdian ini terlepas dari adanya pandemi Covid-19 yang mengubah tatanan kehidupan masyarakat.

## C. Foto Kegiatan

Gambar 2 menunjukkan beberapa foto kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Pelaga.



**Gambar 2.** Foto kegiatan pengabdian masyarakat

## IV. SIMPULAN

Simpulan dari pengabdian ini adalah bahwa Desa Wisata Pelaga telah memiliki satu dari 3 syarat utama untuk menjadi desa wisata yaitu potensi atraksi yang beragam dan unik

hanya terdapat disana seperti kebun asparagus. Sedangkan dua syarat yang lain yaitu *amenities* dan akomodasi masih perlu ditingkatkan sebelum dapat melaksanakan hubungan yang baik dengan pihak yang menjadi jaringan rantai pasokan pariwisata (TSC). *Amenities* harus disediakan untuk kenyamanan dan keamanan wisatawan terutama setelah adanya Covid 19. Adanya 2 buah embrio *homestay* untuk mendukung penyediaan akomodasi bagi wisatawan yang menginap. Saran untuk meningkatkan kesiapan Desa Wisata Pelaga menuju desa wisata yang baik adalah dengan terus meningkatkan kesadaran penduduk bahwa keberadaan desa wisata bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat daerah tujuan wisata dengan mengadakan pertemuan berkala. Program pengabdian selanjutnya hendaknya merencanakan dan membuat souvenir khas yang akan mengingatkan wisatawan mengenai Desa Wisata Pelaga

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana berkat bantuan hibah dari Kemristek-BRIN dengan skema Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) Desa Wisata Pelaga tahun 2020. Terimakasih kami ucapkan kepada Direktur, Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, dan Ketua Unit Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bali atas dukungannya. Serta terimakasih kepada pengelola Desa Wisata Pelaga yang telah bersedia diwawancarai saat pengumpulan data.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A., & Khairun, N. A. (2015). Sustainable tourism development: a study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 168, 116-122.
- Arismayanti, N. K. (2017). Branding strategy of tourism in Bali based on cultures and heritage. *8th International Science, Social Science, Engineering and Energy Conference*, 1-14.
- Artana, I. W. A., & Irwanti, N. K. D. (2013). Strategi pengembangan Desa Belimbing sebagai desa wisata di Kecamatan Pupuan, Tabanan–Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, 3(2), 77-91.
- Buyukkeklık, A., Ozoglu, B., & Kemer, E. (2014). Buyer-supplier relationship in tourism supply chains: a research in Cappadocia Region, Turkey. *Journal of Applied Sciences*, 14(7), 660-668.
- Dewi, N. I. K., Siwantara, I. W., Astawa, I. P., & Mataram, I. G. A. B. (2018). Business to business relationship in tourism supply chain of rural green tourism destination: Case of Pingge Village and Nyambu Village, Tabanan Regency, Bali Province, Indonesia. *1<sup>st</sup> International Conference on Social Sciences (ICSS), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 226, 519-525.
- FaladeObalade, T. A., & Dubey, S. (2014). Managing tourism as a source of revenue and foreign direct investment inflow in a developing country: The Jordanian experience. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(3), 16-42.

- 
- Ranasinghe, R., & Sugandhika, M. G. P. (2018). The contribution of tourism income for the economic growth of Sri Lanka. *Journal of Management and Tourism Research*, 1(2), 67-84.
- Song, H. (2012). *Tourism Supply Chain Management*. New York: Routledge, Taylor Francis group.
- Statistics Indonesia. (2019). *Number of Foreign Visit by Nationality and Month Arrival 2017-2018*. Denpasar: Statistics of Bali Province.
- Statistics of Bali Province. (2019). *Number of Foreign Visitor to Bali by Gate, 2009-2019*. Denpasar: Statistics of Bali Province.
- Sukariyanto, I. G. M. (2015). *Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Desa Belandian sebagai desa wisata di Kabupaten Bangli*. Badung: Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Bali.
- The Bali Times. (2014). *Bali to Give More Attention to Tourism Village*. Denpasar: The Bali Times.
- The Jakarta Post. (2017). *29 villages in Bali recognized at Tourist Village Awards 2017*. Jakarta: The Jakarta Post.
- The Minister of Tourism. (2019). *Regulation of The Minister of Tourism of The Republic of Indonesia Number 14 of 2016 on Guidelines for Sustainable Tourism Destination*. Jakarta: The Minister of Tourism.
- The UNCTAD Secretariat. (2013). Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development issues. *United Nations Conference on Trade and Development*, 1-20.
- Ŧigu, G. & Calaretu, B. (2013). Supply chain management performance in tourism continental hotels chain case. *Supply Chain Management*, 15(33), 103-115.