



PENYULUHAN AGROWISATA BAGI KELOMPOK SADAR WISATA UNTUK PENGEMBANGAN DESA WISATA KUWUM KECAMATAN MENGWI KABUPATEN BADUNG

I Made Bayu Wisnawa
Universitas Triatma Mulya

Informasi Artikel	ABSTRAK
Sejarah Artikel: Diterima 10 Januari 2024 Revisi 11 Maret 2024 Disetujui 19 Maret 2024 Kata Kunci: Pemasaran Wisata Agrowisata Kelompok Sadar Wisata	Kegiatan pengabdian masyarakat dengan fokus pada "Pemasaran Agrowisata di Desa Kuwum, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung" dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan diskusi untuk menyampaikan materi yang mencakup potensi agrowisata di Desa Kuwum, strategi pengembangan produk wisata, serta teknik promosi dan pemasaran. Presentasi ini memberikan wawasan tentang bagaimana agrowisata dapat menjadi daya tarik utama di desa ini, meliputi aspek atraksi, akses, amenities, ancillary, dan keterlibatan komunitas. Produk wisata unik yang dikembangkan, seperti oleh-oleh khas dari produk pertanian lokal, ditekankan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Pentingnya pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat desa dalam menyediakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan juga dibahas secara rinci. Respon peserta terhadap materi pelatihan diukur melalui metode pretest dan posttest, mencerminkan peningkatan pemahaman dan kesiapan mereka dalam mengembangkan agrowisata di Desa Kuwum. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui pengetahuan yang dibagi, menginspirasi pengembangan lebih lanjut dari Desa Wisata Kuwum.
E-mail Penulis: kerjabayu@gmail.com	

PENDAHULUAN

Desa Kuwum, yang terletak di Kabupaten Badung, Bali, memiliki potensi besar dalam agrowisata. Keindahan alam dan kekayaan budaya menjadi daya tarik utama desa ini (Prayogi et al., 2023). Pertanian tradisional, yang merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat setempat, menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan (I Made Bayu Wisnawa, Prayogi, et al., 2021). Akan tetapi, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran agrowisata (Prayogi et al., 2023). Hal ini menunjukkan pentingnya intervensi untuk mengembangkan sektor ini sebagai sumber pendapatan dan pelestarian budaya.

Meski memiliki keunikan yang dapat menarik minat wisatawan, Desa Kuwum masih menghadapi kendala dalam memasarkan potensi agrowisatanya. Kurangnya promosi dan strategi pemasaran yang efektif menjadi salah satu masalah utama (Prayogi et al., 2023). Keadaan ini berdampak pada minimnya kunjungan wisatawan yang berpotensi meningkatkan perekonomian desa. Oleh karena itu, diperlukan upaya

terstruktur untuk meningkatkan keterampilan masyarakat lokal, khususnya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dalam memasarkan agrowisata.

Urgensi pengembangan agrowisata di Desa Kuwum bukan hanya terletak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan lingkungan. Agrowisata memberikan kesempatan untuk memperkenalkan cara hidup dan kearifan lokal kepada dunia luar. Ini juga merupakan langkah strategis dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan yang menghargai sumber daya alam dan sosial. Dengan demikian, pengembangan agrowisata di Desa Kuwum menjadi penting, tidak hanya sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya dan lingkungan.

Pentingnya penyuluhan dalam pengembangan agrowisata di Desa Kuwum tidak dapat diabaikan. Kegiatan penyuluhan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) mengenai aspek-aspek penting dalam pemasaran agrowisata. Melalui penyuluhan, diharapkan masyarakat lokal dapat mengidentifikasi nilai unik yang mereka tawarkan dan bagaimana cara efektif untuk mempromosikannya kepada wisatawan (I Made Bayu Wisnawa, Saharjo, et al., 2021). Penyuluhan ini juga menjadi sarana untuk memperkuat jaringan antara anggota komunitas, yang merupakan kunci dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (I Made Bayu Wisnawa, Sutapa, et al., 2019).

Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat desa dalam aspek pemasaran. Melalui pendekatan ini, diharapkan terjadi peningkatan kemandirian dan kemampuan berinovasi dalam promosi agrowisata. Dengan demikian, Desa Kuwum dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang tidak hanya menarik dari segi alam dan budaya, tetapi juga dikelola dan dipromosikan secara profesional oleh masyarakatnya sendiri. Pendekatan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi pengetahuan lokal dengan strategi pemasaran modern (I Made Bayu Wisnawa et al., 2022).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Kuwum dalam pemasaran agrowisata. Kegiatan ini dirancang untuk memberi wawasan dan teknik-teknik pemasaran yang efektif, sehingga Pokdarwis dapat memanfaatkan potensi agrowisata secara maksimal. Selain itu, tujuan ini juga mencakup pemberdayaan masyarakat desa agar dapat secara aktif berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mempertahankan keunikan budaya lokal.

Kegiatan penyuluhan ini tidak hanya fokus pada peningkatan kemampuan teknis dalam pemasaran, tetapi juga bertujuan untuk menginspirasi inovasi dalam pengembangan produk wisata desa. Dengan meningkatkan kreativitas dan inisiatif masyarakat lokal, diharapkan akan timbul ide-ide baru yang dapat menambah nilai pada atraksi wisata di Desa Kuwum. Selanjutnya, melalui pendekatan yang holistik ini, kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kuwum berupaya menciptakan model pengembangan wisata yang berkelanjutan dan memberi manfaat jangka panjang bagi masyarakat setempat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan tujuan utama memberikan penyuluhan tentang pemasaran agrowisata kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Kuwum. Materi penyuluhan disusun dengan cermat untuk menjangkau aspek-aspek esensial dari pemasaran agrowisata, termasuk strategi promosi dan pendekatan pemasaran yang efektif. Penyusunan materi ini mempertimbangkan kebutuhan spesifik dan potensi unik Desa Kuwum. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa isi penyuluhan relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat setempat.

Penyuluhan dijadwalkan di lokasi yang mudah diakses oleh anggota Pokdarwis, dengan mempertimbangkan kenyamanan dan ketersediaan mereka. Penjadwalan dan pemilihan tempat ini diatur untuk memaksimalkan partisipasi dari kelompok sasaran. Proses ini melibatkan koordinasi dengan pemimpin komunitas lokal untuk memastikan kehadiran anggota komunitas yang relevan. Fokus kegiatan ini adalah menyediakan forum interaktif yang mendukung pertukaran ide dan pembelajaran kolektif tentang pemasaran agrowisata di Desa Kuwum.

Pemilihan responden untuk kegiatan penyuluhan ini difokuskan pada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Kuwum. Penentuan kelompok ini berdasarkan peran mereka sebagai pemangku kepentingan utama dalam pengembangan agrowisata desa. Kriteria pemilihan meliputi anggota komunitas yang aktif terlibat dalam kegiatan pariwisata dan memiliki minat tinggi untuk mengembangkan potensi agrowisata. Pendekatan ini memastikan bahwa informasi dan pelatihan yang diberikan tepat sasaran dan efektif dalam meningkatkan keterampilan pemasaran agrowisata.

Selain melibatkan Pokdarwis, kegiatan ini juga terbuka untuk masyarakat luas Desa Kuwum yang berkeinginan memperdalam pengetahuan tentang agrowisata. Hal ini bertujuan untuk menciptakan dampak yang lebih luas dan inklusif dalam pengembangan pariwisata desa. Penyebaran informasi mengenai kegiatan penyuluhan dilakukan melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk pengumuman di balai desa dan media sosial. Upaya ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memotivasi partisipasi aktif dari berbagai lapisan masyarakat.

Bahan dan alat yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan agrowisata di Desa Kuwum meliputi materi penyuluhan yang telah disiapkan secara khusus. Materi ini mencakup berbagai aspek penting dalam pemasaran agrowisata, termasuk strategi promosi dan pengembangan produk wisata desa. Pelatihan agrowisata di Desa Kuwum dimulai dengan pengenalan konsep agrowisata dan pentingnya bagi desa. Agrowisata di Bali, termasuk di Desa Kuwum, menawarkan kombinasi unik antara pertanian dan pariwisata, yang memungkinkan wisatawan mengalami kehidupan pertanian yang asli. Kegiatan ini tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Potensi Desa Kuwum sebagai tujuan agrowisata sangat besar, mengingat kekayaan alam dan budaya yang ada. Pelatihan menggarisbawahi pentingnya memanfaatkan sumber daya ini secara berkelanjutan. Atraksi utama, seperti pertanian padi dan perkebunan vanili, serta kegiatan budaya seperti tari tradisional, dipaparkan sebagai daya tarik utama. Pengembangan produk wisata (Wisnawa et al., 2023) merupakan aspek penting dalam materi pelatihan. Diskusi difokuskan pada cara mengidentifikasi dan mengembangkan produk wisata yang unik dan menarik bagi wisatawan. Hal ini termasuk menciptakan pengalaman yang autentik dan mengingat bahwa produk wisata tidak hanya harus menarik tetapi juga harus berkualitas dan berkesan. Aspek promosi dan pemasaran dalam agrowisata (Wisnawa et al., 2020) tidak kalah pentingnya dan menjadi fokus dalam sesi pelatihan. Peserta diajarkan berbagai strategi untuk menarik wisatawan, termasuk melalui media sosial dan kerjasama dengan agen perjalanan (Wisnawa et al., 2023). Penekanan khusus diberikan pada komunikasi yang efektif dan penciptaan hubungan jangka panjang dengan wisatawan (Arini et al., 2023). penekanan pada pentingnya pelatihan dan pendidikan berkelanjutan bagi masyarakat desa. Hal ini dianggap krusial untuk memastikan bahwa masyarakat desa dapat memberikan layanan yang memuaskan dan mempertahankan kualitas agrowisata yang tinggi (Wisnawa, Wijayanti, et al., 2019). Peserta didorong untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan mereka dalam melayani dan memasarkan agrowisata. Selain itu, alat bantu visual seperti slide presentasi dan leaflet informasi turut digunakan untuk mempermudah penyampaian informasi. Penggunaan alat bantu ini bertujuan untuk memastikan peserta dapat memahami materi dengan lebih baik.

Desain alat dalam kegiatan penyuluhan difokuskan pada efektivitas dalam menyampaikan materi. Presentasi visual dibuat menarik dan informatif, dengan tujuan meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta. Diskusi interaktif juga menjadi bagian penting dari kegiatan ini, memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya dan berbagi pengalaman. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas kegiatan penyuluhan, dengan hasil akhir berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemasaran agrowisata.

Penggunaan alat presentasi dalam kegiatan penyuluhan agrowisata di Desa Kuwum merupakan aspek kunci untuk menyampaikan materi secara efektif. Presentasi yang didesain dengan baik membantu dalam menjelaskan konsep-konsep kompleks dan strategi pemasaran dengan cara yang mudah dipahami. Alat bantu visual seperti slide presentasi, diagram, dan grafik digunakan untuk memperjelas poin-poin penting. Interaksi visual ini tidak hanya memudahkan peserta dalam memahami materi, tetapi juga membantu pembicara untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif (Ana Merliana Sari, 2021).

Selain presentasi, diskusi interaktif menjadi bagian penting dalam metode penyuluhan. Diskusi ini memberi kesempatan kepada peserta untuk bertanya, berbagi pengalaman, dan memberikan masukan. Interaksi ini meningkatkan keterlibatan peserta dan memperdalam pemahaman mereka tentang materi. Diskusi juga membantu dalam mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi oleh peserta dan memungkinkan pembicara untuk menyesuaikan penjelasan serta memberikan solusi yang relevan. Melalui pendekatan ini, produktivitas kegiatan penyuluhan dapat ditingkatkan secara signifikan.

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan ini dilaksanakan melalui dua metode utama, yaitu pretest dan posttest. Pretest diberikan sebelum kegiatan penyuluhan dimulai untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta tentang pemasaran agrowisata. Hal ini penting untuk menentukan fokus materi dan metode penyampaian yang efektif. Posttest kemudian dilakukan setelah penyuluhan selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Perbandingan hasil pretest dan posttest ini memberikan indikasi efektivitas materi dan metode penyuluhan yang diberikan (Haryono, 2012).

Selain itu, kuesioner juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data tambahan. Kuesioner ini berisi pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh umpan balik langsung dari peserta tentang materi, penyampaian, dan aspek lain dari penyuluhan. Kuesioner ini berguna untuk menilai aspek-aspek yang mungkin perlu diperbaiki di masa mendatang dan untuk mengumpulkan saran dari peserta (Pandjaitan & Aripin, 2017). Pengumpulan data ini sangat penting untuk memastikan bahwa tujuan penyuluhan, yaitu meningkatkan kemampuan pemasaran agrowisata di kalangan Pokdarwis Desa Kuwum, tercapai secara efektif.

Dalam kegiatan ini, teknik analisis data kuantitatif diimplementasikan melalui penggunaan pretest dan posttest. Pretest dilaksanakan sebelum penyuluhan untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta mengenai pemasaran agrowisata. Setelah penyuluhan, posttest dilakukan untuk menilai peningkatan pengetahuan peserta. Data yang diperoleh dari kedua tes ini kemudian dianalisis untuk menentukan efektivitas materi penyuluhan. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan atau penyesuaian dalam program penyuluhan di masa mendatang.

Selain itu, teknik analisis data kualitatif digunakan untuk memproses respon yang diperoleh dari kuesioner. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari peserta terkait materi, penyampaian, dan manfaat penyuluhan. Analisis ini memberikan wawasan tentang persepsi dan sikap peserta, serta membantu dalam memahami kebutuhan spesifik mereka. Dengan demikian, kedua metode analisis data ini berperan penting dalam mengevaluasi kesuksesan dan dampak penyuluhan agrowisata di Desa Kuwum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Profil Peserta Pelatihan, Nilai Pretest dan Posttest

Peserta	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Asal	Nilai Pretest	Nilai Post test	Selisih
1	43	Laki-laki	SMP	Br. Balangan	40	70	30
2	33	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	80	80	0
3	52	Perempuan	SD	Br. Balangan	60	60	0
4	48	Laki-laki	SMP	Br. Nyelati	70	80	10
5	32	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	80	80	0
6	56	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	70	70	0
7	57	Laki-laki	SD	Br. Bambang	40	60	20
8	65	Laki-laki	SD	Br. Balangan	40	50	10
9	50	Laki-laki	SD	Br. Balangan	80	70	-10
10	52	Laki-laki	Sarjana	Br. Balangan	60	80	20
11	25	Laki-laki	Diploma	Br. Balangan	70	90	20
12	60	Laki-laki	SD	Br. Balangan	80	80	0
13	62	Laki-laki	SMP	Br. Balangan	60	70	10
14	40	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	50	60	10
15	45	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	50	50	0
16	52	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	80	70	-10
17	60	Laki-laki	SMP	Br. Balangan	80	80	0
18	50	Laki-laki	SMP	Br. Balangan	80	70	-10
19	55	Perempuan	SD	Br. Balangan	80	80	0
20	50	Laki-laki	SMP	Br. Balangan	80	70	-10
21	50	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	80	100	20
22	50	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	90	70	-20
23	48	Laki-laki	SD	Br. Balangan	40	70	30
24	50	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	90	90	0
25	50	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	40	50	10
26	48	Laki-laki	SMA	Br. Balangan	90	80	-10
27	63	Laki-laki	SD	Br. Balangan	50	70	20
Rata-rata					67,04	72,22	5,19

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pelatihan, 2023

Dalam kegiatan Penyuluhan Agrowisata bagi Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata Kuwum, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, terdapat variasi usia peserta. Peserta termuda berumur 25 tahun, yang merupakan sekitar 3,7% dari total peserta, sedangkan peserta tertua berumur 65 tahun, dengan persentase yang sama. Dari sisi umur menandakan bahwa kegiatan ini menarik perhatian lintas usia, dengan partisipasi yang kuat dari kelompok usia dewasa madya. Kehadiran peserta dari berbagai kelompok usia menunjukkan bahwa program ini memiliki daya tarik yang luas dan relevan bagi berbagai segmen dalam masyarakat.

Sebagian besar peserta adalah laki-laki, mencakup 25 dari total 27 peserta, atau sekitar 92.59%. Hanya 2 peserta, atau 7.41%, yang merupakan perempuan. Ini menunjukkan dominasi partisipasi laki-laki dalam kegiatan tersebut. Kegiatan ini menarik minat yang tinggi dari laki-laki, sementara partisipasi perempuan relatif lebih sedikit, yang mungkin mencerminkan dinamika sosial atau minat dalam konteks penyuluhan agrowisata di Desa Wisata Kuwum.

Dari sisi pendidikan terdapat 27 peserta dengan beragam latar belakang pendidikan. 4 peserta (14,81%) memiliki pendidikan SD, menunjukkan partisipasi dasar dari komunitas. Peserta dengan pendidikan SMP berjumlah 6 orang, menyumbang 22,22% dari total, sedangkan mereka yang berpendidikan SMA merupakan kelompok terbesar dengan 11 peserta, mencapai 40,74%. Kelompok dengan pendidikan Diploma terdiri dari 1 peserta (3,70%), dan yang berpendidikan Sarjana juga 1 peserta (3,70%). Ini menandakan bahwa kebanyakan peserta memiliki pendidikan menengah, yang menggambarkan tingkat akses dan komitmen pendidikan yang cukup baik dalam komunitas tersebut.

Gambar 1. Kegiatan Penyuluhan Agrowisata bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Kuwum Mengwi Badung



Sumber : Dokumentasi Pelatihan Agrowisata Desa Kuwum, 2023

Dalam kegiatan Penyuluhan Agrowisata bagi Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata Kuwum, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, sebagian besar peserta berasal dari Banjar Balangan, yang mencerminkan tingginya partisipasi dan keterlibatan lokal dalam inisiatif ini. Dari total 27 peserta, sebanyak 25 peserta, atau sekitar 92.59%, berasal dari Banjar Balangan. Hanya 1 peserta, atau sekitar 3.7%, yang berasal dari Banjar Nyelati, menunjukkan bahwa sebagian besar peserta adalah warga lokal yang berdomisili di sekitar area kegiatan. Partisipasi ini menandakan komitmen kuat masyarakat setempat dalam mengembangkan agrowisata di daerah mereka.

Peserta menunjukkan variasi dalam nilai pretest yang dimulai dari 40 hingga 90. Sebanyak 11 dari 27 peserta, atau sekitar 40,7%, mencetak nilai 60 atau lebih, menandakan pemahaman yang baik terhadap

materi yang disampaikan. Sedangkan 16 peserta, atau sekitar 59,3%, mendapat nilai di bawah 60, menunjukkan kurangnya pemahaman. Rata-rata nilai pretest adalah 67,04, yang mengindikasikan bahwa secara umum, peserta memiliki pemahaman awal yang cukup tentang topik yang disajikan. Hasil ini menggambarkan adanya kebutuhan untuk pendekatan penyuluhan yang lebih terfokus agar dapat meningkatkan pemahaman semua peserta.

Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman materi agrowisata yang signifikan. Dari total peserta, sebagian besar memperoleh nilai post test 60 ke atas, menandakan mereka memahami materi dengan baik. Sebuah jumlah yang lebih kecil mencetak di bawah 60, menunjukkan ruang untuk peningkatan pemahaman. Rata-rata skor post test adalah 72,22, yang lebih tinggi dari skor pretest rata-rata 67,04, dengan peningkatan rata-rata 5,19 poin. Kesimpulannya, pelatihan ini efektif dalam meningkatkan pemahaman agrowisata di kalangan peserta menunjukkan hasil yang positif.

Analisis lebih lanjut terhadap data menunjukkan bahwa peserta dengan skor pretest rendah cenderung menunjukkan peningkatan paling signifikan. Contohnya, seorang peserta dengan pendidikan SD menunjukkan peningkatan skor dari 40 ke 70, sementara mereka yang telah memiliki pengetahuan dasar dengan skor pretest yang tinggi tidak menunjukkan peningkatan yang sama. Hal ini menegaskan pentingnya pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat pengetahuan awal peserta.

Di sisi lain, beberapa peserta tidak menunjukkan peningkatan yang berarti, menunjukkan kebutuhan akan metode penyuluhan yang lebih diversifikasi untuk mencapai semua anggota komunitas. Misalnya, peserta dengan pendidikan SMA yang memperoleh skor 50 pada pretest tidak menunjukkan peningkatan pada posttest. Keadaan ini memerlukan evaluasi lebih mendalam terhadap materi dan metode penyampaian untuk mengidentifikasi area yang membutuhkan penyesuaian.

Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa penyuluhan memiliki dampak positif terhadap pengetahuan agrowisata di kalangan Pokdarwis Desa Kuwum. Namun, data tersebut juga menyoroti perlunya pendekatan pelatihan yang lebih dipersonalisasi untuk memaksimalkan hasil belajar. Pembahasan ini penting sebagai dasar untuk pengembangan program pelatihan selanjutnya yang lebih efektif dan inklusif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam kegiatan penyuluhan agrowisata yang diadakan di Desa Wisata Kuwum, peningkatan pengetahuan peserta terlihat melalui hasil post test. Mayoritas peserta, dengan skor rata-rata post test yang mencapai 72,22, menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan. Peningkatan rata-rata skor dari pretest ke post test sebesar 5,19 poin menandakan efektivitas metode penyuluhan yang diterapkan. Pencapaian ini mencerminkan keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan peserta terkait agrowisata, yang dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan desa sebagai destinasi wisata. Kesimpulan ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa hampir semua peserta mencetak lebih dari 60, batas nilai yang ditetapkan untuk pemahaman yang baik.

Berdasarkan hasil kegiatan penyuluhan agrowisata, rekomendasi yang dapat diberikan meliputi peningkatan frekuensi dan variasi metode penyuluhan untuk mencakup lebih banyak gaya belajar. Selain itu, penyediaan materi tambahan pasca-pelatihan akan membantu peserta memperdalam pemahaman peserta secara mandiri. Penting juga untuk melakukan *follow-up* terhadap peserta untuk menilai penerapan pengetahuan dalam praktik nyata dan mengidentifikasi kebutuhan pembelajaran lebih lanjut. Akhirnya, keterlibatan dan dukungan berkelanjutan dari pemangku kepentingan lokal akan memastikan bahwa peningkatan keterampilan peserta dapat secara efektif berkontribusi pada pengembangan agrowisata di desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan atas dukungan finansial dalam pelaksanaan kegiatan ini. Program P2MD telah memungkinkan mahasiswa Prodi D3 Perhotelan untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kepemimpinan Ibu Nidya Trianingrum bersama dengan Ni Nyoman Asrihati dan rekan mahasiswa lainnya menjadi kunci sukses pelaksanaan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Merliana Sari. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Tradisional di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi tentang Strategi Komunikasi Pemasaran CV Magnet Production dalam Mempromosikan Wisata Pasar Tradisi Lembah Merapi di Tengah Pandemi Covid-19)*. 19.
- Haryono, S. (2012). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen: Teori & Aplikasi*. 1–350.
- Ni Nyoman Arini, I Made Bayu Wisnawa, Putu Guntur Pramana Putra, & I Nengah Sandi Artha Putra. (2023). Promosi Desa Wisata Penglipuran Pasca Pandemi Covid–19 Melalui Festival Budaya Studi Kasus: Penglipuran Village Festival IX. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 8(2), 176–189. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v8i2.2841>
- Pandjaitan, D. R. H., & Aripin, A. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/12007>
- Prayogi, P. A., Suardhika, I. N., & Rihayana, I. G. (2023). Strategi pengelolaan desa wisata berkelanjutan pada pokdarwis desa wisata kuwum di kabupaten badung. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat, Universitas Mahasaraswati*, 2(November), 1048–1053.
- Wisnawa, I. Made B., Subadra, I. N., Kartimin, I. W., Aristana, I. N., Arsawan, I. W. E., & Hartini, N. M. (2023). Analyzing Tourism Brand Loyalty and E-Marketing Development in Bali, Indonesia. *Qubahan Academic Journal*, 3(4), 314–331. <https://doi.org/10.58429/qaj.v3n4a190>
- Wisnawa, I Made Bayu, Aristana, I. N., Arsawan, I. W. E., & Susila, I. M. G. (2023). BRAND LOYALTY WISATAWAN NUSANTARA TERHADAP BALI BERDASARKAN BRAND EXPERIENCE YANG DIMEDIASI BRAND TRUSTDENGAN CHSE SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *JAMAS*, 5(1), 81–102.
- Wisnawa, I Made Bayu, Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). *Brand dan E-Marketing Pariwisata* (W. N. Cahyo (ed.); First). Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=NRF2EAAAQBAJ&pg=PR3&lpg=PR3&dq=brand+dan+e-marketing+pariwisata+bayu+wisnawa&source=bl&ots=DCVr1y0gmd&sig=ACfU3U1dvMKeC8uyXDlengDXP8LqgicdIQ&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi4xODXgbb5AhVWRmwGHaNoDUUQ6AF6BAgTEAM#v=onepage&q=brand>
- Wisnawa, I Made Bayu, Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2020). Brand Loyalty Model in Balinese Village as an Art and Cultural Tourism Destination in National Rural Areas, Case Study on Wanagiri Kauh Village, Tabanan. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(2), 269. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v6i2.243>
- Wisnawa, I Made Bayu, Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2021). *Manajemen Pemasaran Pariwisata- Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan* (A. Y. Wati (ed.); First).

Deepublish.

https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran_Pariwisata_Pengembangan.html?id=ezcgEAAAQBAJ&redir_esc=y

Wisnawa, I Made Bayu, Saharjo, S. A. J., Anak Agung Ratih Wijayanti, Ni Nyoman Nidya Trianingrum, Ni Wayan Mekarini, & I Made Hedy Wartana. (2021). Pendampingan Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Pada Era New Normal Di Desa Wisata Sangeh. *Synergy and Society Service*, 1(2), 56–66. <https://doi.org/10.51713/save.v1i2.49>

Wisnawa, I Made Bayu, Sutapa, I. K., & Prayogi, P. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata : Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan* (A. D. Nabila (ed.); First, Issue 1). Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Pariwisata_Model_Bra/5QTQDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=I+Made+bayu+wisnawa&pg=PR6&printsec=frontcover

Wisnawa, I Made Bayu, Wijayanti, A. A. R., & Jokosaharjo, S. (2019). Tourists Expectation and Perception Toward Sangeh Tourism Village. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(2), 218. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v5i2.158>