



Revitalisasi Pengembangan Desa Wisata Yehembang Kangin, Mendoyo, Jembrana, Bali Pasca Pandemi

I Gusti Putu Bagus Sasrawan Mananda, Yohanes Kristianto, I Wayan Darsana, Citra Juwitasari

Universitas Udayana, Indonesia

Email: gusmananda@unud.ac.id

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Sosialisasi Desa Wisata, Revitalisasi Usaha Pariwisata, Digital Marketing

ABSTRAK

Desa Wisata Yehembang Kangin memiliki potensi dalam bidang wisata alam dan budaya yang beragam, tetapi menghadapi beberapa tantangan yang memerlukan penanganan. Potensi wisata tersebut mencakup Green Cliff dengan pemandangan alam yang memukau, River Tubing Taman Legon Samatra, Hiking Track melintasi hutan hujan, camping ground dengan nuansa asri, Batu Relief dan Batu Gong di tepi sungai Yeh Sumbul, Air Terjun Bangli, Offroad Adventure, Cycling Tour, Pura Rambut Siwi, dan Anjungan Cerdas Rambut Siwi sebagai Minapolitan pariwisata. Selain itu, seni dan budaya juga menjadi daya tarik, seperti Jegog (alat musik bambu), Barong Dance, dan atraksi membajak sawah yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Buana Kanti, Desa Yehembang Kangin, Kecamatan Mendoyo, Jembrana, Bali yang diketuai oleh I Gede Sidentra yang memberikan informasi terkait beberapa kendala yang perlu diatasi dan memerlukan bantuan dari Dr. I Gusti Putu Bagus Sasrawan Mananda, S.ST.Par., M.M yang memiliki kompetensi dalam bidang kependudukan wisata, homestay dan digital marketing. Kendala yang dihadapi oleh Pokdarwis Buana Kanti antara lain: perlu dilakukan sosialisasi kembali tentang pentingnya mengembangkan desa wisata pasca pandemi, dengan menghidupkan kembali usaha-usaha pariwisata sebelumnya. Pembinaan berkelanjutan diperlukan bagi pemandu wisata guna meningkatkan kualitas layanan dan informasi kepada wisatawan. Ketersediaan homestay yang terbatas perlu ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan penginapan wisatawan, begitu juga dengan perlengkapan kamar dan dapur guna meningkatkan kenyamanan dan fasilitas kuliner. Terbatasnya dana menjadi hambatan, sehingga perlu perencanaan keuangan yang lebih baik atau pencarian sumber pendanaan tambahan. Kurangnya promosi melalui media digital menunjukkan perlunya strategi pemasaran online yang lebih agresif guna meningkatkan popularitas Desa Wisata Yehembang Kangin.

Keywords:

Socialization of Tourism Villages, Revitalization of Tourism Businesses, Digital Marketing

ABSTRACT

Yehembang Kangin Tourism Village has potential in the field of diverse natural and cultural tourism but faces several challenges that require handling. These tourism potentials include Green Cliff with stunning natural scenery, River Tubing Legon Samatra Park, Hiking Track through the rainforest, camping ground with beautiful nuances, Relief Stone and Gong Stone on the banks of the Yeh Sumbul river, Bangli Waterfall, Offroad Adventure,

Cycling Tour, Rambut Siwi Temple, and Rambut Siwi Smart Platform as Minapolitan tourism. In addition, art and culture are also attractions, such as Jegog (bamboo musical instruments), Barong Dance, and rice field ploughing attractions managed by the Buana Kanti Tourism Awareness Group (Pokdarwis), Yehembang Kangin Village, Mendoyo District, Jembrana, Bali chaired by I Gede Sidentra who provides information related to several obstacles that need to be overcome and require assistance from Dr. I Gusti Putu Bagus Sasrawan Mananda, S.ST. Par., M.M who has competence in the field of tour guides, homestays and digital marketing. The obstacles faced by Pokdarwis Buana Kanti include: it is necessary to re-socialize the importance of developing post-pandemic tourism villages, by reviving previous tourism efforts. Continuous coaching is needed for tour guides to improve the quality of services and information to tourists. The limited availability of homestays needs to be increased to meet the needs of tourist lodging, as well as room and kitchen equipment to improve comfort and culinary facilities. Limited funds are an obstacle, so it is necessary to have better financial planning or find additional sources of funding. The lack of promotion through digital media shows the need for a more aggressive online marketing strategy to increase the popularity of Yehembang Kangin Tourism Village.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Sektor pariwisata dalam konteks ekonomi merupakan motor penggerak masyarakat yang diharapkan dapat mencapai keberlanjutan melalui pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Menurut Hadiwijoyo (2012), untuk mencapai pembangunan pariwisata berkelanjutan, diperlukan suatu strategi yang fokus pada menciptakan daya tarik wisata melalui pendekatan wisata berbasis masyarakat, yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, melestarikan budaya, dan mengadopsi sistem kepariwisataan yang ramah lingkungan. Sebagai contoh, aktivitas pariwisata dimulai dengan membentuk desa wisata yang memiliki karakteristik kawasan wisata pedesaan sebagai daya tarik utama.

Desa Yehembang Kangin memiliki jumlah Kepala Keluarga yaitu 1.333KK dengan jumlah warga miskin yaitu 51KK dimana 50 % masyarakatnya adalah petani dan buruh, Desa Yehembang Kangin termasuk dalam sejumlah desa wisata di Kabupaten Jembrana yang memiliki potensi wisata yang sangat menarik untuk dikembangkan, baik dari aspek potensi alam maupun budaya. Desa Wisata Yehembang Kangin menampilkan keunikan dan ciri khas yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, seperti seni budaya Jegog.

Keistimewaan Desa Yehembang Kangin tercermin dalam pertunjukan seni jegog yang mencerminkan kekayaan budaya Jembrana, serta keagungan Pura Dang Kahyangan Rambut Siwi yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan dan menjadi tempat singgah bagi mereka yang melakukan perjalanan jauh. Selain itu, Desa Wisata Yehembang Kangin juga memiliki potensi alam yang melibatkan pantai, sungai, dan

hutan sebagai satu kesatuan wilayah di dalam Desa Wisata. Sebagai contoh, desa ini sedang mengembangkan keindahan alam sungai dan perbukitan dengan pemandangan yang menarik, serta menyediakan fasilitas penunjang dengan berbagai atraksi wisata seperti trekking dan river tubing yang ditawarkan oleh Pokdarwis Desa Wisata Yehembang Kangin sebagai pengelola.

Masyarakat lokal Desa Yehembang Kangin turut serta dalam upaya pengembangan Desa Wisata dan membentuk sebuah kelompok masyarakat yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Jembrana melalui Surat Keputusan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jembrana Nomor 19/PR/DISPARBUD/2017 tentang pengukuhan kelompok sadar wisata di Kabupaten Jembrana. Saat ini, pengembangan Desa Wisata Yehembang Kangin menghadapi beberapa kendala yang menghambat perkembangan desa wisata tersebut. Beberapa masalah yang dihadapi Desa Wisata Yehembang Kangin mencakup kurang optimalnya pengembangan desa wisata dalam memanfaatkan potensi yang ada di Desa Yehembang Kangin dan minimnya informasi terkait daya tarik wisata yang tersedia di Desa Wisata Yehembang Kangin.

Desa Wisata Yehembang Kangin menawarkan beragam atraksi wisata, namun pada kenyataannya, desa wisata ini belum sepenuhnya dikenal oleh wisatawan secara luas. Kendala yang signifikan dalam upaya mengembangkan potensi wisata di Desa Wisata Yehembang Kangin melibatkan respon masyarakat yang cenderung pesimis terhadap dampak dan pembangunan pariwisata di lingkungan mereka. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi subjek penelitian yang penting dan menarik untuk mengeksplorasi topik ini serta mencari solusi yang tepat. Dengan demikian, pengelolaan Desa Wisata untuk memanfaatkan potensi yang ada di Desa Yehembang Kangin menjadi sangat krusial dalam upaya pengembangan desa wisata yang lebih optimal dari sebelumnya.

Desa Wisata Yehembang Kangin memiliki potensi wisata alam dan budaya yang beragam, namun, beberapa tantangan utama perlu ditangani untuk mengoptimalkan pengembangan dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Berikut adalah gambaran lebih rinci mengenai permasalahan yang dihadapi berdasarkan hasil interview pada tanggal 20 Desember 2023 dengan I Gede Sidentra selaku Ketua Pokdarwis Buana Kanti di Desa Wisata Yehembang Kangin dan kepakaran yang dapat membantu menyelesaikan masalah tersebut:

1) Sosialisasi Pasca Pandemi:

Permasalahan akibat dampak pandemi COVID-19 telah mengurangi minat wisatawan dan menghentikan usaha pariwisata sebelumnya. Minimnya kesadaran masyarakat dan wisatawan terhadap keamanan kunjungan pasca pandemi. Sosialisasi kembali perlu dilakukan untuk membangkitkan minat dan memulihkan kepercayaan wisatawan. Kepakaran yang dibutuhkan yaitu ahli pemasaran, public relations, dan manajemen krisis akan membantu merancang strategi komunikasi yang efektif dan mengelola persepsi masyarakat terhadap keamanan kunjungan wisata.

2) Peningkatan Layanan Pemandu Wisata

Permasalahan yang terjadi adalah kualitas layanan dan informasi wisata yang kurang memadai dari pemandu wisata, dan pembinaan berkelanjutan bagi pemandu wisata

merupakan kebutuhan yang mendesak. Kepakaran yang dibutuhkan yaitu kepakaran dalam pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, manajemen pariwisata, serta interpretasi budaya dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan.

3) Pengembangan Penginapan dan Fasilitas:

Permasalahan yang terjadi adalah ketersediaan homestay yang terbatas perlu ditingkatkan dan fasilitas penginapan yang tidak memadai, bersama dengan perlengkapan kamar dan dapur untuk meningkatkan kenyamanan dan fasilitas kuliner bagi wisatawan yang dikelola oleh Pokdarwis Buana Kanti, sedangkan kepakaran yang dibutuhkan yaitu ahli perhotelan, manajemen properti, dan perancang interior dapat membantu merancang homestay yang menarik dan memastikan fasilitas memenuhi standar kenyamanan wisatawan.

4) Pemasaran Digital:

Permasalahan yang terjadi kurangnya promosi melalui media digital menunjukkan perlunya strategi pemasaran online yang lebih agresif untuk meningkatkan popularitas Desa Wisata Yehembang Kangin sedangkan kepakaran yang dibutuhkan yaitu ahli pemasaran digital, pembuat konten online, dan analis data digital dapat membantu merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran online yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan melibatkan berbagai kepakaran di atas, Pokdarwis Buana Kanti di Desa Wisata Yehembang Kangin dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan mengembangkan potensi wisata alam dan budayanya secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali informasi mendalam mengenai pengembangan Desa Wisata Yehembang Kangin pasca pandemi COVID-19. Pendekatan ini akan membantu memahami permasalahan yang dihadapi serta solusi yang diimplementasikan.

Penelitian ini akan melibatkan 50 reponden, kriterianya yaitu masyarakat local 30 reponden, pemadu wisata 10 reponden, pemangku kepentingan (pemerintah dan wisata) 10 reponden. Responden akan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman relevan terkait potensi wisata di Desa Yehembang Kangin.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi: Melakukan pemantauan langsung di lokasi untuk memahami kondisi aktual dan potensi wisata yang ada.
2. Wawancara Mendalam: Melakukan wawancara semi-terstruktur dengan berbagai pihak yang terlibat, seperti perwakilan pemerintah desa, ketua Pokdarwis, dan pemandu wisata.
3. Studi Kepustakaan: Menelusuri dokumen dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pariwisata dan pengembangan desa.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui langkah-langkah berikut:

1. Reduksi Data: Mengidentifikasi informasi kunci dari hasil observasi dan wawancara yang relevan dengan penelitian.
2. Penyajian Data: Menyusun informasi dalam bentuk naratif untuk menggambarkan temuan penelitian, termasuk potensi wisata dan solusi yang diusulkan.
3. Penarikan Kesimpulan: Menyusun kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan Desa Wisata Yehembang Kangin.

Monitoring dan Evaluasi

1. Indikator Kinerja: Menetapkan indikator untuk menilai efektivitas program-program yang diimplementasikan, seperti tingkat kepuasan pengunjung dan peningkatan jumlah wisatawan.
2. Evaluasi Rutin: Mengadakan evaluasi berkala dengan melibatkan pemangku kepentingan untuk mengevaluasi progres dan dampak dari setiap program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Revitalisasi Desa Wisata Yehembang Kangin

1. Program Pembuatan Peta Wisata dan Plang Informasi

Memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses tentang atraksi wisata Desa Yehembang Kangin. Peta wisata digital dan fisik membantu wisatawan memahami lokasi, rute, dan fasilitas yang tersedia. Implementasi program ini menghasilkan peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 15%. Hal ini menunjukkan bahwa akses informasi yang mudah meningkatkan minat wisatawan untuk menjelajahi lebih banyak lokasi di desa. Selain jumlah wisatawan yang meningkat, survei kepuasan menunjukkan wisatawan merasa lebih percaya diri dalam menjelajahi desa tanpa takut tersesat. Akses ke peta digital juga menarik wisatawan yang lebih muda yang mengandalkan teknologi dalam perencanaan perjalanan mereka. Rekomendasi: Mengintegrasikan fitur interaktif seperti augmented reality (AR) pada peta digital untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih menarik dan menyediakan QR Code pada plang informasi untuk akses langsung ke peta digital dan ulasan wisatawan.

2. Peningkatan Homestay dan Fasilitas

Terdapat penambahan lima unit homestay baru dalam satu tahun dengan peningkatan standar pelayanan dan kebersihan menunjukkan adanya perhatian terhadap kebutuhan wisatawan modern. Homestay yang lebih nyaman juga mendukung wisatawan dengan durasi tinggal yang lebih lama. Survei menunjukkan kenaikan kepuasan wisatawan dari 70% menjadi 85%. Wisatawan mencatat bahwa perbaikan ini tidak hanya mencakup kenyamanan fisik, tetapi juga keramahan dan keterlibatan tuan rumah dalam memberikan pengalaman lokal. Rekomendasi: Mengadopsi standar ramah lingkungan dalam pengelolaan homestay untuk menarik wisatawan

yang peduli pada keberlanjutan dan melakukan pelatihan tambahan bagi pengelola homestay untuk meningkatkan keterampilan dalam hospitality dan komunikasi lintas budaya.

3. Promosi Digital dan Sosialisasi

Video promosi "The Journey of Cacao" menjadi salah satu strategi digital yang berhasil dengan 10.000 penayangan dalam satu bulan. Video ini memperkenalkan proses pembuatan kakao lokal, memberikan daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman unik dan autentik. Kampanye ini meningkatkan persepsi keamanan pengunjung hingga 80%, yang penting untuk memulihkan kepercayaan wisatawan pasca-pandemi. Rekomendasi: Memperluas kampanye ke platform media sosial lainnya seperti TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan membuat konten serial video yang menyoroti kisah-kisah lokal untuk memperkuat keterikatan emosional wisatawan dengan desa.

4. Pelatihan dan Pendidikan

Pelatihan ini memberikan manfaat ganda: meningkatkan kemampuan bahasa anak-anak SD dan melibatkan mereka sebagai duta kecil pariwisata melalui konten digital sederhana seperti video sapaan untuk wisatawan asing. Pelatihan Digital Marketing dilakukan dengan partisipasi masyarakat, terutama remaja, membantu menciptakan generasi pelaku usaha lokal yang mampu memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar internasional. Sebagai hasilnya, 10 akun usaha lokal berhasil menjangkau audiens internasional, membuka peluang ekspor produk lokal. Rekomendasi: Melakukan pelatihan lanjutan untuk fokus pada analitik data digital sehingga pelaku usaha dapat mengevaluasi efektivitas kampanye dan mengadakan lomba konten kreatif untuk melibatkan lebih banyak peserta dalam mempromosikan desa.

5. Peningkatan Kesadaran Kesehatan

Dengan tingkat implementasi protokol kebersihan mencapai 90%, wisatawan merasa lebih nyaman dan aman saat mengunjungi restoran dan rumah makan lokal. Program ini meningkatkan daya tarik kuliner sebagai bagian dari pengalaman wisata serta penurunan prevalensi stunting sebesar 5% menunjukkan keberhasilan program ini dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa. Program ini juga menarik wisatawan yang peduli pada aspek tanggung jawab sosial. Rekomendasi: Mengintegrasikan konsep pariwisata kesehatan (health tourism) dengan promosi kuliner sehat yang menggunakan bahan local dan mengembangkan program edukasi kesehatan berkelanjutan yang melibatkan wisatawan sebagai peserta aktif, seperti lokakarya memasak makanan sehat khas desa.

6. Pentingnya Pengembangan Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial berfokus pada menciptakan dampak sosial positif melalui kegiatan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam konteks pariwisata, kewirausahaan sosial dapat berkontribusi pada pelestarian budaya, pengurangan kemiskinan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Contohnya adalah pendirian homestay berbasis masyarakat di Desa Wisata Yehembang Kangin, yang memungkinkan

penduduk lokal memperoleh pendapatan langsung dari wisatawan sesuai menurut Mananda, I. G. S., & Dewi, N. G. A. S. (2024); Mananda, P. B. S., & Gusti, I. (2023).

Contoh Kasus: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Buana Kanti di Desa Yehembang Kangin memanfaatkan atraksi lokal seperti Jegog, Barong Dance, dan kegiatan membajak sawah untuk menarik wisatawan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat tetapi juga melestarikan budaya lokal.

7. Even-even Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Even-even pariwisata dapat menjadi daya tarik besar bagi wisatawan, baik domestik maupun internasional. Mereka menciptakan alasan khusus bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi, memperpanjang durasi kunjungan, dan meningkatkan pengeluaran wisatawan di daerah tersebut sesuai menurut Mananda, IGPBS (2017;2021)

Contoh Even Pariwisata:

1. **Festival Jegog:** Festival ini dapat menampilkan alat musik tradisional Jegog dan pertunjukan seni budaya lainnya, menarik wisatawan yang tertarik pada seni dan budaya khas Jembrana.
2. **Festival Cokelat “Journey of Cacao”:** Even ini mempromosikan potensi lokal melalui pameran cokelat dan produk-produk turunannya. Wisatawan dapat mengikuti tur kebun kakao, belajar tentang proses pembuatan cokelat, dan berpartisipasi dalam lokakarya.
3. **Parade Off-road Adventure:** Sebuah kompetisi off-road di sekitar Green Cliff dan hutan Desa Yehembang Kangin dapat menarik wisatawan pecinta alam dan olahraga ekstrem.

PEMBAHASAN

1. Program Pembuatan Peta Wisata dan Plang Informasi

Program ini menjadi fondasi penting dalam meningkatkan pengalaman wisatawan, terutama dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses. Keberhasilan program ini terlihat dari peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 15%, menunjukkan bahwa aksesibilitas informasi memegang peranan krusial dalam menarik minat wisatawan. Penggunaan peta digital menarik wisatawan yang lebih muda dan lebih melek teknologi, sedangkan plang informasi fisik menjangkau semua segmen wisatawan.

Implikasi:

- Wisatawan merasa lebih percaya diri menjelajahi lokasi tanpa takut tersesat, sehingga dapat memperpanjang durasi kunjungan mereka.
- Potensi integrasi teknologi seperti augmented reality (AR) dapat meningkatkan pengalaman wisata, menjadikan Desa Yehembang Kangin destinasi inovatif.

Rekomendasi:

- Mengembangkan peta wisata interaktif dengan fitur AR yang menunjukkan rute, atraksi, dan ulasan real-time.
- Memasang QR Code di plang informasi untuk akses mudah ke peta digital dan ulasan wisatawan.

2. Peningkatan Homestay dan Fasilitas

Penambahan lima unit homestay baru dengan standar pelayanan yang lebih baik menjadi langkah strategis dalam memenuhi kebutuhan wisatawan modern. Peningkatan kepuasan wisatawan dari 70% menjadi 85% menunjukkan dampak positif dari perbaikan ini, termasuk kenyamanan fisik dan pengalaman budaya melalui interaksi dengan tuan rumah.

Implikasi:

- Homestay yang nyaman dan ramah lingkungan menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan, khususnya mereka yang peduli pada keberlanjutan.
- Interaksi budaya dengan tuan rumah menciptakan kenangan yang meningkatkan loyalitas wisatawan.

Rekomendasi:

- Menerapkan prinsip eco-tourism dalam pengelolaan homestay untuk menarik segmen wisatawan yang peduli lingkungan.
- Melatih pengelola homestay dalam hospitality dan komunikasi lintas budaya untuk meningkatkan layanan.

3. Promosi Digital dan Sosialisasi

Video promosi "The Journey of Cacao" telah mencapai 10.000 penayangan, membuktikan efektivitas media digital dalam menarik wisatawan. Kampanye ini juga berhasil meningkatkan persepsi keamanan pengunjung hingga 80%, yang merupakan langkah penting dalam memulihkan kepercayaan wisatawan pasca-pandemi.

Implikasi:

- Video promosi yang menarik dapat memperluas jangkauan audiens secara signifikan, terutama melalui platform populer seperti TikTok dan Instagram.
- Perasaan aman mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung, meningkatkan angka kunjungan berulang.

Rekomendasi:

- Mengembangkan konten serial yang menyoroti cerita lokal, seperti kehidupan petani kakao atau seni Jegog.
- Mengintegrasikan promosi digital dengan paket wisata yang memberikan pengalaman langsung, seperti tur kakao atau atraksi budaya.

4. Pelatihan dan Pendidikan

Pelatihan bahasa Inggris untuk anak-anak SD dan pelatihan digital marketing untuk masyarakat lokal telah menciptakan dampak ganda: meningkatkan kapasitas individu sekaligus mempromosikan desa secara lebih efektif. Hasilnya, 10 akun usaha lokal berhasil menjangkau audiens internasional.

Implikasi:

- Anak-anak sebagai duta kecil pariwisata mampu memberikan daya tarik unik bagi wisatawan internasional.

- Penguasaan digital marketing membuka peluang baru untuk memasarkan produk lokal di tingkat global.

Rekomendasi:

- Melanjutkan pelatihan berbasis teknologi seperti analitik data untuk meningkatkan efektivitas pemasaran.
- Mengadakan kompetisi konten kreatif untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam promosi.

5. Peningkatan Kesadaran Kesehatan

Edukasi higiene dan sanitasi dengan tingkat implementasi protokol kebersihan 90% memberikan rasa aman bagi wisatawan saat menikmati kuliner lokal. Penurunan prevalensi stunting sebesar 5% juga menunjukkan dampak positif program ini terhadap kualitas hidup masyarakat.

Implikasi:

- Pariwisata kesehatan berbasis kuliner sehat dapat menjadi daya tarik baru bagi wisatawan.
- Wisatawan yang peduli pada tanggung jawab sosial lebih cenderung memilih destinasi yang mendukung program kesehatan masyarakat.

Rekomendasi:

- Mengembangkan pariwisata kesehatan dengan mempromosikan kuliner sehat berbasis bahan lokal.
- Melibatkan wisatawan dalam program kesehatan seperti lokakarya memasak makanan sehat.

6. Pentingnya Pengembangan Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial berkontribusi besar dalam pelestarian budaya dan pengurangan kemiskinan. Contohnya, homestay berbasis masyarakat memungkinkan penduduk lokal memperoleh pendapatan langsung dari wisatawan, sekaligus melestarikan budaya lokal melalui atraksi seperti Jegog dan Barong Dance.

Implikasi:

- Kewirausahaan sosial menciptakan model ekonomi berkelanjutan yang memperkuat daya tarik destinasi.
- Interaksi langsung wisatawan dengan pelaku kewirausahaan lokal meningkatkan pengalaman autentik mereka.

Rekomendasi:

- Mengembangkan lebih banyak program berbasis kewirausahaan sosial untuk melibatkan komunitas lokal.
- Memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk lokal dan budaya unik desa.

7. Even-even Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Even-even seperti Festival Jegog, Festival Cokelat, dan Parade Off-road Adventure menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Even ini tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan tetapi juga memperpanjang durasi tinggal wisatawan.

Implikasi:

- Festival budaya dan alam menciptakan alasan kuat bagi wisatawan untuk mengunjungi desa.
- Partisipasi masyarakat dalam even memperkuat rasa memiliki terhadap pengembangan pariwisata.

Rekomendasi:

- Memadukan even pariwisata dengan pameran produk lokal untuk memperluas dampak ekonomi.
- Membuat kalender even tahunan yang dipromosikan secara luas melalui media digital.

KESIMPULAN

Revitalisasi pengembangan desa wisata Yehembang Kangin pasca-pandemi dapat dilakukan dengan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai sektor. Program-program yang dikembangkan menunjukkan keterkaitan dan saling mendukung dalam meningkatkan daya tarik wisatawan serta memaksimalkan potensi desa. Keseluruhan hasil yang diharapkan adalah peningkatan jumlah wisatawan, perbaikan ekonomi lokal, dan pelestarian budaya serta kesehatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiwijoyo, S.S. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat, Yogyakarta; Graha Ilmu,
- Karyono, Hari, 1997. Kepariwisata. Jakarta: Gramedia Widia Sarana.
- Mananda, IGPBS, 2021. Event Pariwisata: Teori dan Aplikasi, Bali: Global Aksara Pers
- Mananda, IGPBS, 2017. Pengantar Manajemen MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), Bali: Universitas Udayana
- Pendit, Nyoman. 1999. Ilmu Pariwisata. Jakarta: Akademi Pariwisata Trisakti.
- Pratiwi, K. R. I., Pascarani, N. N. D., & Winaya, I. K. (2016). Evaluasi Pelaksanaan Program One Village One Product dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung.
- Suwantoro. 1997. Dasar – Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi. Systematic Linkage. Gramedia: Jakarta.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. Motivasi wisatawan mengunjungi Desa Wisata Blimbingsari, Jembrana. Jurnal Kajian Bali.
- Mananda, I. G. S., & Dewi, N. G. A. S. (2024). Tipologi Kewirausahaan Sosial Yang Terlibat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Bali. Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online), 3(1), 306-324

- Mananda, I. G. P. B. S., & Mahadewi, N. P. E. (2023). Developing a Creative Entrepreneurship Education Model to Enhance Student's Creativity and Innovation for Successful Completion of the Independent Entrepreneurship MBKM Program. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(SpecialIssue), 62-68.
- Sudiksa, I. N., Putra, I. N. D., Sunarta, I. N., & Mananda, I. G. P. B. S. (2023). Local Hotel Innovation in Post-Covid-19 Tourism Destinations: Typology, Models and Influence on Performance. *Devotion: Journal of Research and Community Service*, 4(12), 2263-2270.
- Mananda, P. B. S., & Gusti, I. (2023). THE IMPACT OF EAST CASHEW SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ON PRO-POOR TOURISM IN KARANGASEM REGENCY. *Eduvest: Journal Of Universal Studies*, 3(11).
- Mananda, I. G. S., & Kristanto, Y. (2023). Entrepreneurship-based potential wellness tourism di Bali. *Jurnal Aisyah: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 8(3).
- Gani, R. A., Mananda, I. G. P. B. S., & Adikampana, I. M. (2024). Marine Tourism Potential of Jikomalamo Beach Ternate, North Maluku Province. *Asian Journal of Social and Humanities*, 2(10), 2260-2276.
- Putra, D. D., Adikampana, I. M., & Mananda, I. G. P. B. S. (2024). The Influence of the Role of Government and Community Participation on the Quality of Tourist Destinations in Kesiman Kertalangu Tourist Village. *Futurity Economics&Law*, 4(3), 245-260.
- Mustadin, S., Mananda, I. G. P. B. S., & Sendra, I. M. (2024). Marketing Strategy Of Tolire Lake As A Tourist Destination In Ternate City, North Maluku. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1140-1160.
- Mananda, I. G. P. B. S., & Kartimin, I. W. (2024). Behaviour of Freelance Tour Guides in Promoting Ijen Crater Packages to French Tourists. *Journal of Tourism and Economic*, 7(1), 1-11.
- Puteri, N. P. Y. A., Arismayanti, N. K., & Mananda, I. G. P. B. S. (2024). Impact of Brand Image and Quality of Service on Satisfaction and Loyalty of Tourists Visiting Atlas Beach Fest Bali. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 640-649.
- Pangaribuan, E., Mananda, I GPBS, Suwena. I.K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Ke Curug Leuwi Hejo, Bogor Pada Era New Norma. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* 9 (2), 294-299
- Mananda, I. S., Mahendra, I. B. M., & Darsana, I. W. Okproperti. Com Business Strategy For Villa Sales In Bali During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* p-ISSN, 2338, 8633
- Darayani. LPRP, Mananda. IGPBS, Dewi. LGKLLK (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Maskapai Oleh Wisatawan Domestik Milenial Ke Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* 9 (1). 134
- Kumbara, A. N., Dewi, A. S. K., Putu, N., Sasrawan, I., & Sudana, I. P. Konflik Sosial Dan Resolusinya Pada Masyarakat Multikultural Di Kotadenpasar.

- Naibaho. J, Mananda. IGPBS, Sagita.PAW (2019). Strategi Pemasaran Taksi Bandara Ngurah Rai Dengan Metode Bgc (Boston Consulting Group). Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata). 7 (2). 147-154
- Manoach, N. E., Mananda, I. S., & Sudiarta, I. N. Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengelolaan Usaha Wisata Di Kota Sentani, Kabupaten Jayapura, Papua. Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) p-ISSN, 2338, 8633.
- Yolanda. PY, Suwena.IK, Mananda. IGPBS (2020). Sikap Dan Motivasi Pramuwisata Bali Berbahasa Korea Terhadap Wisatawan Korea Selatan Ke Bali. Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) 8 (1). 62-28
- Mananda, I. G. S., & Dewi, L. G. L. K. Development Strategies Of Ubud Village As A Cultural Mice (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions) Destination In Bali. Jurnal IPTA p-ISSN, 2338, 8633.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)