

Pendampingan *English for Tourism* dan Digital Marketing bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Pandansari Kabupaten Brebes dalam Meningkatkan Wisatawan di Masa Pandemi Covid-19

Dede Nurdiawati*¹, Achmad Syauqi², Sri Rejeki Pramudyawardhani³

^{1,3}Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP Universitas Peradaban

²Program Studi Sistem Informasi, FST Universitas Peradaban

e-mail: ¹dedenurdiawati7@gmail.com, ²okysyauqi56@gmail.com,

³pramudyawardhani81@gmail.com

Abstrak

Desa wisata Pandansari Paguyangan berpeluang untuk mampu menarik wisatawan tidak hanya wisatawan lokal akan tetapi wisatawan asing sehingga daya tarik tersebut bisa lebih dikenal tidak hanya didalam negeri akan tetapi di dunia internasional sebagai salah satu pesona Indonesia. Mitra kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari dibawah binaan Kepala Desa Pandansari. Adapun permasalahan prioritas yang dihadapi kelompok mitra adalah: (1) Kurangnya pengetahuan kelompok mitra akan pentingnya penguasaan bahasa Internasional, (2) Kurangnya pengetahuan kelompok mitra akan pentingnya berbahasa Inggris untuk berkomunikasi di dunia pariwisata, 3) Minimnya motivasi dan kesadaran kelompok mitra akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris, (4) Kurangnya kemampuan berbahasa Inggris kelompok mitra, (5) Belum adanya fasilitas penyedia jasa pelatihan Bahasa Inggris, (6) Minimnya penguasaan teknologi yang dimiliki oleh SDM kelompok mitra, (7) Kurangnya promosi wisata sehingga wisata, (8) Belum memiliki akun sosial media yang update, dan (9) Kehidupan pariwisata daerah menurun dikarenakan Pandemi Covid-19. Pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan Communicative Language Teaching (CLT), serta Pelatihan & Pendampingan yang intens. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri dari 4 tahapan, yaitu: Tahap Persiapan, Tahap Pelaksanaan kegiatan pengabdian, Tahap Monitoring dan Evaluasi, serta Tahap Keberlanjutan pasca kegiatan pengabdian. Tujuan dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan pemberdayaan mitra (peningkatan kemampuan berbahasa Inggris untuk wisatawan dan membuat konten promosi wisata digital di Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

Kata Kunci: *English for Tourism; Digital Marketing; Kelompok Sadar Wisata Deswitasari; Masyarakat Pandansari; Pandemi Covid-19*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan sangat penting dalam proses pembangunan suatu daerah dalam memberikan suatu kontribusi bagi pendapatan daerah. Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara/daerah yang sangat penting dan mampu memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pembangunan. Produk wisata yang

sangat konvensional mulai banyak ditinggalkan dan wisatawan beralih kepada produk wisata yang lebih menghargai lingkungan, alam, budaya dan atraksi secara spesial. Lebih tepatnya dimasa yang akan datang konsep pariwisata pedesaan (rural tourism) dengan cirinya produk yang unik, khas serta ramah lingkungan akan menjadi solusi baru bagi pengembangan kepariwisataan di dunia [1]. Selain itu dari hasil penelitian mereka bahwa wisatawan yang datang ke desa wisata akan menikmati alam pedesaan yang masih natural. Kepuasan wisatawan tidak hanya didasarkan pada fasilitas modern pariwisata akan tetapi juga pada keleluasaan dan intensitas interaksi dengan lingkungan dan masyarakat lokal. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Kabupaten Brebes memiliki banyak potensi wisata daerah, yaitu Agrowisata Kaligua Desa Pandansari, Pemandian Air Panas Desa Pakujati, Perkebunan Kentang di Desa Dawuan, Ranto Canyon di Salem, Waduk Petuguran di Desa Winduaji, Desa Santri di Benda, Home Industry Rebana di Desa Kaliwadas, Home Industry Telur Asin di Desa Karangjungkeng, Budaya Pasundan di Desa Jipang, Candi Pangkuan di Desa Cilibur. Desa Pandansari adalah salah satu desa di Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah. Terletak kurang lebih sekitar 14 kilometer dari arah timur Kecamatan Paguyangan. Sebagai kawasan sejuk di lereng Gunung Slamet, Desa Pandansari memiliki keindahan alam pegunungan dan danau yang potensial sebagai desa wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Kunjungan wisata ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa untuk mendukung penghasilan masyarakat setempat. Sebagai salah satu daerah tujuan wisata di wilayah Brebes bagian selatan yang berada di Desa Pandansari adalah kebun teh Kaligua. Kawasan wisata Kaligua memberikan banyak pilihan untuk wisata. Disamping kebun teh, terdapat beberapa situs wisata menarik yang berada di seputar Kaligua. Misalnya Gua Jepang, Tuk Bening, Gua Angin serta makam pendiri kebun teh Van De Jong. Adapun paket wisata yang ditawarkan adalah wisata edukasi/ilmiah, wisata rekreasi keluarga (Family Gathering), wisata histori/budaya, wisata petualangan, wisata bisnis, wisata kebun dan wisata olahraga dan cagar alam Telaga Ranjeng.

Wisata agro merupakan salah satu jenis wisata yang memanfaatkan usah pertanian (agro) sebagai objek wisata dan memadukan antara kegiatan pertanian dan kegiatan pariwisata. Selain itu, dalam hasil penelitiannya bahwa terbentuknya kegiatan pariwisata di kebun teh Kaligua mengalami proses sejarah dan perkembangan yang panjang, dan cenderung mengarah pada pergeseran nilai yang dilakukan oleh masyarakat dalam memproduksi dan mendistribusikan dalam upaya memenuhi permintaan pasar [2]. Dampak kegiatan pariwisata kebun teh Kaligua sebagai daya tarik wisata Kaligua sangat berpengaruh pada aspek sosial dan ekonomi. Dampak terhadap kehidupan sosial budaya cenderung negatif karena terkontaminasinya nilai-nilai budaya setempat dengan adanya kedatangan pengaruh budaya luar daerah yang dibawa oleh wisatawan. Sedangkan dampak terhadap aspek ekonomi cenderung positif, yaitu dapat meningkatkan taraf kesejahteraan kehidupan masyarakat desa Pandansari.

Kegiatan Kaligua *Culture Festival* secara otomatis akan menarik para wisatawan untuk melihat festival tersebut dan tentunya menikmati pesona lain seperti agrowisata kaligua. Dalam kegiatan Kaligua *Culture Festival* yang mengusung acara inti meruwat mesin uap kebun teh Kaligua. Pabrik yang didirikan pada 1880 oleh Cultur Onderneming dari Belanda yang pengelolaannya dilakukan langsung oleh Van De Joeng (Pemilik Kebun) dengan luas total mencapai 600 Hektare, ditinggikan sekitar antara 1.500 – 2.050 m dpl dengan suhu sekitar 20 derajat Celcius dan kebanyakan masyarakat Pandansari bergantung dan bekerja sebagai pemetik teh di kebun tersebut. Kegiatan lainnya dalam Kaligua *Culture Festival* adalah napak tilas budaya, kirab budaya, upacara adat, musik kebun teh, pameran karya

komunitas, *Creative Sharing*, sarasehan budaya, pesta seribu Obor. Selain Kaligua *Culture Festival* ada kegiatan lain seperti Pandansari Ratiban *Festival* yang mana diselenggarakan pada bulan September merupakan kirab tumpeng yang diusung dari balai di Desa Pandansari hingga Cagar Alam Telaga Ranjeng yang diakhiri dengan makan tumpeng bersama diiringi kesenian Ronggeng dan penampilan kesenian tradisional lainnya.



Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan Kaligua *Culture Festival*

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik yang spesifik untuk menjadi daerah tujuan wisata masyarakat [3]. Partisipasi masyarakat menjadi sangat penting dalam pengembangan desa wisata. Pengembangan desa wisata adalah salah satu pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan [4]. Adanya permasalahan Covid-19 di awal tahun 2020, sangat mempengaruhi sektor wisata daerah khususnya wisata lokal. Banyak sekali dampak yang dirasakan oleh para pengelola wisata daerah dengan adanya pandemi tersebut. Untuk menjaga keberlangsungan keberadaan wisata daerah, perlu dibuatkan promosi wisata secara digital. Pemasaran menjadi faktor yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata. Strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat menaikkan kunjungan wisata. Promosi wisata digital juga dapat menggunakan media website, media sosial, dan berbagai aplikasi lainnya untuk mengenalkan, menawarkan, dan menjual destinasi wisata tersebut. Yang diharapkan oleh pengusul bahwa walaupun kondisi pandemi Covid-19 akan tetapi promosi wisata harus terus dilakukan khususnya promosi wisata digital sehingga masyarakat luas yang tidak atau belum tau potensi wisata daerah Desa Pandansari akan tertarik dan berkunjung suatu hari setelah pandemi ini berakhir, atau bisa segera melihat keindahan potensi daerah wisata tersebut secara langsung dengan mematuhi protokoler kesehatan yang berlaku di kawasan desa wisata tersebut.

Pemilihan mitra didasarkan kepada kekuatan sumber daya alam yang ada di Desa Pandansari yang bisa lebih dikembangkan menjadi desa tujuan wisata. Untuk menjadi sebuah desa wisata yang berkembang, masyarakat harus berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan berbahasa Inggris. Kemampuan berbahasa asing yang rendah menjadi kendala utama dalam pengembangan sebuah desa wisata dan minimnya promosi digital menyebabkan kurang terkesposnya keindahan wisata daerah [5]. Dari beberapa kendala yang dihadapi masyarakat mitra dari analisis situasi diatas, adapun permasalahan prioritas yang dihadapi mitra, adalah: (1) kurangnya pengetahuan kelompok mitra akan pentingnya penguasaan bahasa Internasional sebagai bahasa penunjang di kawasan wisata. Karena mayoritas masyarakat setempat lebih memilih bekerja daripada meneruskan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Adapun generasi muda yang melanjutkan ke jenjang lebih tinggi masih bisa dihitung jadi dan jurusan pun bukan bahasa Inggris, melainkan mayoritas memilih jurusan kesehatan. (2) kurangnya pengetahuan kelompok

mitra akan pentingnya berbahasa Inggris untuk berkomunikasi dalam dunia pariwisata sehingga perlu ditingkatkan. (3) minimnya motivasi dan kesadaran kelompok mitra akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris. Mereka belum tergugah untuk menguasai bahasa Inggris, kebanyakan kelompok mitra dan pemandu wisata masih menggunakan bahasa daerah dan bahasa Indonesia. (4) kurangnya kemampuan berbahasa Inggris kelompok mitra, sehingga sulit untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing yang menikmati kawasan wisata setempat. (5) belum adanya fasilitas penyedia jasa pelatihan Bahasa Inggris. Maka dari itu masyarakat masih kesulitan bagaimana caranya untuk belajar Bahasa Inggris, karena jumlah sekolah di Desa Pandansari tersebut masih minim. Di desa tersebut belum terdapat Sekolah Menengah Atas, satuan pendidikan di desa tersebut baru mencapai Sekolah Menengah Pertama (SMP), sehingga potensi masyarakat untuk mendapatkan pembelajaran bahasa Inggris masih sangat minim. (6) minimnya penguasaan teknologi yang dimiliki oleh SDM kelompok mitra. (7) kurangnya promosi wisata sehingga wisata daerah yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari masih belum terekspos maksimal. (8) belum memiliki akun sosial yang update. (9) kondisi Pandemi Covid-19 membawa dampak yang sangat besar dalam kehidupan pariwisata daerah sehingga jumlah intensitas pengunjung menurun.

Dari keseluruhan permasalahan prioritas yang dihadapi oleh kelompok mitra, pengusul dan Ketua mitra sepakat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Bahwa dalam rangka mengembangkan potensi desa wisata di Desa Pandansari di masa pandemi Covid-19 ini, Ketua Mitra merasa perlu diadakannya pelatihan bahasa Inggris dan *Marketing Digital* bagi mitra sebagai upaya dalam meningkatkan motivasi, kesadaran, pengetahuan dan kemampuan masyarakat mitra dalam berbahasa Inggris serta meningkatkan pengunjung melalui promosi wisata digital. Target PKMS pengabdian ini yaitu memberikan pelatihan (*English for Tourism*) dalam meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris masyarakat mitra dan pelatihan *digital marketing* untuk peningkatan promosi wisata desa untuk meningkatkan wisatawan di masa pandemi covid-19 ini. sehingga masyarakat mitra bisa lebih siap berkomunikasi secara lancar sebagai salah satu upaya mempersiapkan menjadi desa agrowisata di Kabupaten Brebes.

2. METODE

PKMS ini akan dilaksanakan berdasarkan rangkaian 4 (Empat) tahapan yang telah disusun secara sistematis, dimulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, dan keberlanjutan kegiatan. Figur dibawah ini merupakan gambaran *flow map* yang akan berjalan:



Gambar 2. Flow Map PKMS

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tahapan Persiapan

Dalam Tahap persiapan, pengusul melakukan observasi lapangan untuk mencari data awal tentang wisata yang ada di Desa Pandansari, kemudian melakukan perijinan & koordinasi dengan pemangku wilayah pemerintahan desa setempat (Kepala Desa Pandansari, Bapak Irwan Susanto, S.T) kemudian dihubungkan dengan kelompok mitra pengabdian Bapak Ki Dalang Rakim Hardono selaku ketua Kelompok Sadar Wisata Desa Deswita Sari, dan dilanjutkan dengan melakukan analisis kebutuhan pelaksanaan pengabdian. Pengusul mempersiapkan instrumen *Pre-Test (Sebelum Kegiatan Pengabdian)* & *Post-Test (Setelah Kegiatan Pengabdian)* yang akan diberikan kepada mitra pengabdian masyarakat Pandansari (Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari) sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian dan melakukan validitas instrumen test dengan validator internal (Dosen Ahli yang dianggap kompeten dalam pembuatan instrumen/evaluasi). Selanjutnya pengusul mempersiapkan materi (*Slides*) pembelajaran bahasa Inggris, modul pembelajaran dan kebutuhan ATK untuk peserta pelatihan, serta kebutuhan administrasi lainnya serta beberapa bahan pendukung yang dibutuhkan selama pelaksanaan pengabdian.



Gambar 3. Observasi lapangan

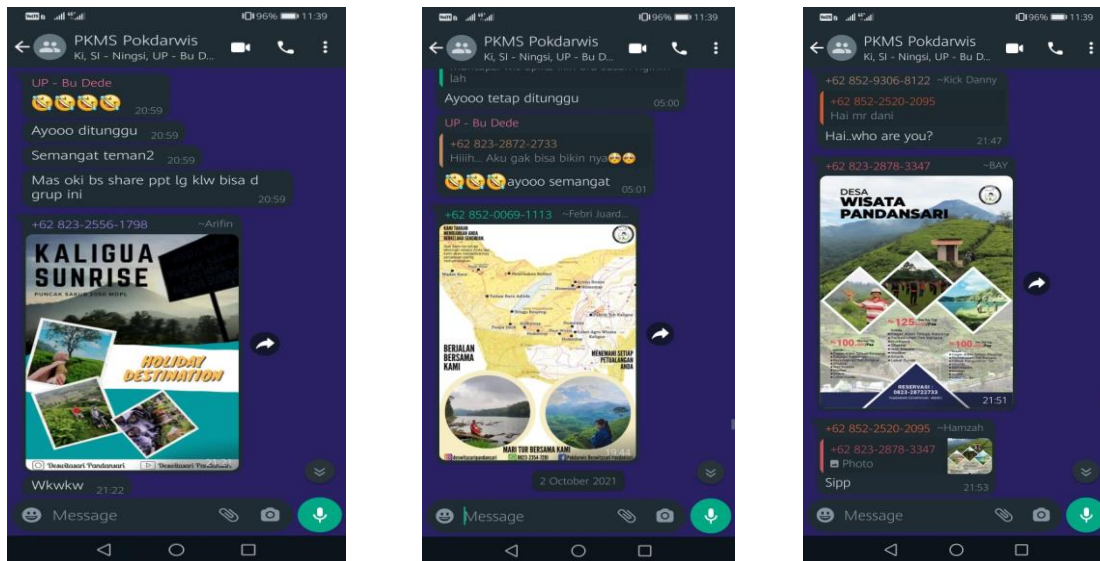
3.2 Tahap Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian menjadwalkan 6 (enam) kali kegiatan, yaitu: (1) Pelatihan dan pendampingan *English Conversation*, (2) Pelatihan dan pendampingan *Language Focus*, (3) Pelatihan dan pendampingan *Drilling (Dialogue)*, (4) Pelatihan dan pendampingan *English Role Play*, (5) Pelatihan dan pendampingan *Digital Marketing* membuat *flyer* promosi wisata), dan (6) Pelatihan dan pendampingan *Digital Marketing* membuat web sederhana dan akun promosi *update* di sosial media). Pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan *Communicative Language Teaching (CLT)*, melalui konsep interaksi, baik dalam proses maupun tujuan dari proses pembelajaran tersebut dalam pelatihan bahasa.. Pelatihan diberikan untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku, keterampilan dan pengetahuan masyarakat mitra, serta pendampingan dilakukan untuk menyertakan kelompok mitra dalam mengembangkan hasil pengabdian sehingga mencapai kualitas yang lebih baik.



Gambar 4. Pelaksanaan PKM

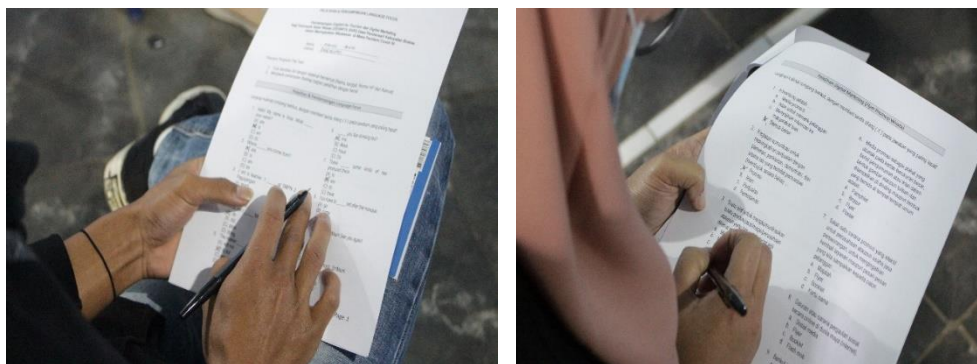
Pelaksanaan simulasi dialog dengan wisatawan yang pertama dilakukan dengan pendampingan selanjutnya diakhiri dengan simulasi secara mandiri. Topik yang akan digunakan dalam pelatihan bahasa adalah *Greeting and Saying Goodbye* (Sapaan dan salam perpisahan), *Introducing* (Perkenalan), *Asking and Offering Help* (Meminta dan Menawarkan Bantuan), *Describing Object* (Menggambarkan objek), *Describing Place* (Menggambarkan Tempat), *Giving Direction* (Memberi Arah), *Giving Instruction* (Memberi Instruksi), *Telling History* (Menceritakan Sejarah), *Apologizing* (Minta maaf), dan *Thanking* (Berterima kasih) dan materi pembuatan *flyer*, web sederhana, akun sosial dalam pelatihan pembuatan *digital marketing*. Pembuatan *video conversation*, membuat *flyer*, dan web sederhana dan beberapa akun sosial media yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari Desa Pandansari akan dilaksanakan melalui pendampingan intensif setelah pemberian materi pelatihan.



Gambar 5. Diskusi lanjutan melalui grup Whatsapp

3.3 Tahap Monitoring dan Evaluasi

Dalam tahapan akhir yaitu tahap evaluasi, akan dilakukan dengan cara memonitor perkembangan program pengabdian yang akan dilaksanakan untuk mengetahui kendala ketika kegiatan pengabdian sedang berjalan, serta mengevaluasi hasil dengan membandingkan kemampuan mitra pengabdian dalam berbahasa Inggris sebelum dan sesudah diadakannya kegiatan PKMS dan peningkatan bisa dilihat dengan membandingkan hasil *Pre & Post Test* mitra pengabdian terhadap peningkatan keterampilan berbahasa dan kemampuan pembuatan *digital marketing*. Monitoring dan Evaluasi internal mengikuti jadwal dari LPPM Universitas Peradaban. Monitoring dan Evaluasi eksternal mengikuti jadwal dari Kemenristek Dikti.

Gambar 6. Pengisian *Pre & Post Test*

3.4 Tahap Keberlanjutan Kegiatan

Dalam tahapan keberlanjutan kegiatan pengabdian (PKMS), pengusul masih mendampingi dengan membuat beberapa jadwal terstruktur setelah kegiatan untuk melakukan diskusi, konsultasi tentang kesulitan atau kendala yang masih dihadapi oleh kelompok mitra (Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari) sampai kelompok tersebut bisa secara mandiri mengembangkan dan meningkatkan kemampuan mereka dalam penguasaan bahasa Inggris dan *marketing digital* untuk promosi wisata di desa mereka. Hasil evaluasi terus dikembangkan dan permasalahan tersebut (jika ada) diusulkan lagi di kegiatan pengabdian yang akan datang atau berkomunikasi dengan beberapa instansi terkait untuk membantu menyelesaikan permasalahan tersebut.



Gambar 7. Foto bersama Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari

Tim pengusul telah melaksanakan penyelesaian masalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para peserta terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Ketercapaian dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terdapat peningkatan keterampilan dari mitra pengabdian dari 6 pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian. Adapun prosentase peningkatan keterampilan mitra diperoleh dari nilai Pre-Test dan Post-Test yang diberikan kepada mitra sebelum dan sesudah pelatihan. Peningkatan keterampilan dari 22 peserta pelatihan (Mitra Pengabdian) per pelatihan rata-rata sebanyak 37,5%.

4. KESIMPULAN

Permasalahan yang dihadapi masyarakat (Mitra Pengabdian) mengenai penguasaan bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa komunikasi internasional sangat kurang begitu juga dengan fasilitas, sehingga tim berupaya untuk melakukan peningkatan kemampuan bahasa masyarakat melalui pendampingan dan pelatihan. Dari hasil pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan oleh tim, terdapat adanya peningkatan kemampuan masyarakat dalam berbahasa Inggris, sehingga mereka siap menjamu turis luar negeri yang hadir di desa Pandansari untuk menikmati wisata alam yang sangat indah. Selain itu kesadaran mitra untuk terus meningkatkan kegiatan promosi wisata lokal yang didampingi oleh Kelompok Sadar Wisata Desa Pandansari Paguyangan Brebes. Kontribusi yang baik dari masyarakat (mitra pengabdian) adalah adanya koordinasi yang baik antara tim pengabdian Universitas Peradaban dengan Peserta (Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes) yang dipimpin oleh Ki Dalang Rakim serta dukungan yang sangat luar biasa dari Pemerintahan Desa Setempat.

Faktor penghambat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat stimulus yang kami lakukan adalah adanya kebijakan dari pemerintah berupa pembatasan kegiatan di masyarakat

(PPKM), sehingga kami banyak menjadwalkan ulang kegiatan pelaksanaan pengabdian kami. Pihak kelompok desa wisata Deswita Sari Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes sangat mendukung sepenuhnya kegiatan pengabdian ini dengan melibatkan seluruh anggota Pokdarwis untuk mengikuti kegiatan sesuai jadwal yang diberikan. Selain itu, pihak desa sangat mendukung kegiatan pengabdian ini dengan memberikan fasilitas Balai Desa sebagai tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Solusi dari permasalahan yang kami hadapi adalah kami menjadwalkan ulang kegiatan kemudian berkomunikasi dengan pihak desa dan ketua pokdarwis dikarenakan kebijakan yang berlaku di masyarakat selama pandemi Covid-19. Memotivasi pokdarwis untuk membuat tim promosi wisata dengan memberikan kesempatan peserta baru untuk menjadi admin pengelola web (digital marketing). Rencana kegiatan selanjutnya, kami tim pengabdian kepada masyarakat akan melakukan pendampingan sampai Pokdarwis siap untuk mengelola akun sendiri untuk melakukan promosi wisata menggunakan akun yang sudah dibuat sehingga banyak wisatawan lokal maupun asing yang mendatangi objek wisata Kaligua. Langkah strategis yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan komunikasi dengan pihak desa untuk membuat komitmen sehingga diharapkan kami pihak desa mampu mendampingi maksimal terhadap promosi wisata yang dilakukan oleh kelompok sadar wisata di desa setempat.

5. SARAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian berlangsung dengan lancar di setiap pelatihan yang diselenggarakan. Peserta mampu mengikuti dengan baik dari awal sampai akhir pelatihan dan pendampingan. Antusias peserta (Mitra Pengabdian) sangat baik, dilihat dari banyaknya keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung. Pihak Kelompok Sadar Wisata Deswita Sari Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes agar selalu melakukan pembaruan dan promosi budaya lokal masyarakat setempat secara kontinyu dan pihak desa harus mampu memberikan monitoring berkala sehingga kegiatan atau peningkatan keterampilan dan juga publikasi promosi online di web dapat terus berlangsung dengan baik sehingga mampu berdampak positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan banyaknya pengunjung yang tertarik untuk datang mengunjungi objek wisata Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dukungan dana hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Stimulus (PKMS). Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Pandansari dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Deswitasari Desa Pandansari yang telah ikut terlibat dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. D. Winarni and N. Latianingsih, "Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan," *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora Epigram*, vol. 11, no. 1, 2014.
- [2] E. Retnoningsih, "Dampak Pengelolaan Wisata Argo terhadap Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat. Studi Kasus: Kebun Teh Kaligua Desa Pandansari Kabupaten Brebes Jawa Tengah," *Jurnal Pariwisata dan Budaya Khasanah Ilmu*, 2013.

- [3] Kartini, Jukia, H. Marcos and Y. M. Idah, "Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Limbasari Kecamatan Bobotsari Kabupaten Purbalingga," *J-Abdipamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 2, no. 2, 2018.
- [4] A. Gorda, N. O. Suryadinatha, I. G. N. W. H. Saputra and N. P. Y. Anggeswari, "Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital (Studi pada Desa Sambangan Kabupaten Buleleng," *Ganaya Jurnal Ilmu Sosial dan HUMANIORA*, vol. 3, no. 1, 2020.
- [5] I. Mega, N. Suartini, N. Kusumawati and N. Purnawan, "Pengembangan Desa Wisata Pingge, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan - Bali," *Buletin Udayana Mengabdi*, vol. 17, no. 4, 2018.