

**PENGUATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK INDUSTRI PARIWISATA UNTUK
MENGHADAPI ASEAN *ECONOMIC COMMUNITY* (AEC) DI DESA PELAGA
KABUPATEN BADUNG**

I.K. Suwena¹, I.G.N. Widyatmaja², I.B.K. Astina³, P.R. Pertiwi⁴, N.T. Sutaguna⁵

ABSTRACT

Community service which carried out in Pelaga village, Petang, Badung aims to provide a wide space for local people to organizes and improves the system of management of eco tourism and to increases the participation of local communities in tourism development in Pelaga village through the well – packaging of eco tourism. In order to increase the income of local communities in Pelaga village, it is important to held this community empowerment through the utilization of its potencies, and then package it, as a valuable tourism product as well as to improve the finance and the power sources of those communities, also as a support of the tourism development in Badung. The targets of the activities of community service are the ecotourism manager and the young generations of Pelaga village. The approaching models are: 1. Participatory Rural Appraisal (PRA) Model, (2) Entrepreneurship Capacity Building (ECB) Model, (3) Knowledge/Technology Transfer Model. Some activities have been done in KKN – PPM program in Pelaga village, in order to address the various problems of eco – tourism faced by the local communities of Pelaga village, such as: Setting – up a sort of a foundation to manage the eco – tourism in Pelaga village, tour guide training for the local communities, packaging training in how to package the coffee processed products into tourism products, English for tourism courses, and provide the local communities houses as home stays for the tourists

Keywords : *community service, empowerment, eco-tourism, community, tourism*

1. PENDAHULUAN

Banjar Kiadan Desa Pelaga merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Badung tergabung dalam jaringan ekowisata desa (JED). Banjar Kiadan Desa Pelaga bergabung pada jaringan ekowisata yaitu pada tahun 1999. Adapun tujuan jaringan ekowisata desa di Banjar Kiadan Desa Pelaga yaitu ingin menciptakan kehidupan masyarakat lokal yang kuat dan berdaya sehingga mampu berperan aktif dalam pengambilan keputusan tentang tata ruang dan kebijakan sumber daya dalam upaya mewujudkan pelestarian dan pemanfaatan lingkungan, budaya, sosial dan ekonomi

¹ Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Unud, Denpasar, Telp/Fax : (0361) 223798, Email : suwena-ketut@yahoo.com

^{2,3,4,5} Program Studi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Unud, Denpasar

berbasis masyarakat. Pengembangan ekowisata di Banjar Kiadan Desa Pelaga memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan pariwisata di Badung Utara. Pernyataan tersebut diperkuat melalui hasil penelitian Hibah Bersaing Tahun 2013 yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Widyatmaja melalui hasil wawancara dengan Bapak Made Japa (Ketua Kelompok Ekowisata Kiadan) yang mengatakan:

“Ekowisata yang ditawarkan Kiadan tak mengubah pola hidup masyarakatnya. Kegelisahan masyarakat mengenai siapa sesungguhnya yang diuntungkan atas gemerlap dunia pariwisata tak terjadi di sini. Kami tak memiliki investor. Pemilik dan pengelola pariwisata di Kiadan tak lain seluruh warga kami, sehingga mereka tak beramai-ramai menjual tanah milik mereka seperti yang banyak terjadi di Badung Selatan. Kiadan tak punya *waterbom* atau lobi hotel plus pelayan yang siap menjamu tamu yang baru datang dengan segelas jus jeruk. Kiadan hanya punya kandang sapi, sawah bertingkat, kebun kopi, dan wantilan Subak Abian Sari Boga. Di wantilan milik masyarakat ini, para turis yang datang dijamu *welcome drink* secangkir kopi loak yang dimasak di tungku berbahan baku tanah liat, tepat di pintu masuk wantilan”.

Perkembangan pariwisata yang dilakukan di Banjar Kiadan Desa Pelaga lebih menekankan pada aspek pelestarian lingkungan. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan bahwa pemanfaatan lahan yang digunakan untuk mendukung kegiatan pariwisata sangat terbatas seperti akomodasi, restoran, serta sarana pendukung pariwisata lainnya. Pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat lokal di Banjar Kiadan Desa Pelaga lebih menekankan pada pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat lokal, hal ini bisa dilihat dari masih menjaga keaslian dari lingkungan alam dan kehidupan masyarakat lokal yang menonjolkan keaslian kehidupan masyarakat Banjar Kiadan Desa Pelaga.

Secara fisik, pemanfaatan lahan terkait dengan kegiatan pariwisata sangat terbatas, karena masyarakat lokal lebih memanfaatkan lahan mereka dalam bidang pertanian dan perkebunan. Pemanfaatan ini tentu didasarkan adanya pengembangan ekowisata yang lebih menekankan terhadap keaslian dan keindahan alam Banjar Kiadan Desa Pelaga dijadikan daya tarik wisata.

Pembangunan sarana pariwisata seperti hotel, restoran, villa maupun sarana penunjang pariwisata lainnya terutama di Banjar Kiadan Desa Pelaga belum ada nampak kearah penyediaan sarana akomodasi sekala besar karena pengembangan pariwisata di Banjar Kiadan Desa Pelaga lebih berorientasi pengembangannya skala kecil dengan menyediakan sarana pariwisata yang alami, seperti kamar-kamar penginapan yang diperuntukan kepada wisatawan sudah didesain khusus yaitu berada di lingkungan rumah penduduk (*homestay*). Desain kamar penginapan untuk wisatawan dirancang dengan memanfaatkan bambu dan kayu lokal yang berada di lingkungan Banjar Kiadan Desa Pelaga, sehingga desain kamar maupun bangunannya terlihat sangat unik dan alami. Adapun jumlah penginapan yang sudah disiapkan oleh pengelola ekowisata Banjar Kiadan Desa Pelaga sebanyak 9 penginapan yang tersebar di rumah-rumah penduduk. Penunjukkan tempat penginapan untuk wisatawan sudah mendapat persetujuan pihak desa setempat.

Dilihat dari aspek pengelolaan sampah baik padat maupun cair, masyarakat Banjar Kiadan Desa Pelaga belum merasakan dampak negatif yang dimunculkan oleh kegiatan pariwisata, hal ini disebabkan masih sedikitnya intensitas kegiatan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata. Sehingga keberadaan sampah padat maupun cair tidak terlalu banyak intensitasnya.

Perkembangan pariwisata di Banjar Kiadan Desa Pelaga mulai terlihat semenjak tahun 2002. Masyarakat lokal mulai menerima kunjungan wisatawan dan mengembangkan kegiatan ekowisata dengan memanfaatkan potensi alam dan budaya masyarakat setempat. Perkembangan wisatawan yang berkunjung ke Banjar Kiadan Desa Pelaga tidaklah sebanyak wisatawan yang mengunjungi daerah pariwisata lainnya di Bali, hal ini disebabkan oleh banyak faktor, seperti SDM, infrastruktur,

peran pemerintah, jarak, serta tidak dimasukkan dalam paket tour oleh beberapa biro perjalanan wisata. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke Banjar Kiadan Desa Pelaga bisa dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Banjar Kiadan Desa Pelaga

Tahun	Jumlah Kunjungan (orang)
2008	167
2009	122
2010	137
2011	202
2012	247

Sumber : Jaringan Ekowisata Desa, 2013

Mencermati dari data jumlah kunjungan wisatawan lima tahun (2008 sampai 2012) ke Banjar Kiadan Desa Pelaga dalam menikmati produk ekowisata tentunya sangat jauh dari harapan. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri di dalam meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan mengingat besarnya potensi wisata yang dapat dikemas dan dipasarkan kepada wisatawan. Sampai saat ini kegiatan ekowisata tersebut belum berjalan secara optimal di Banjar Kiadan Desa Pelaga, mengingat masih lemahnya sumber daya manusia yang berkaitan dengan jiwa kewirausahaan, pemahaman terhadap konsep ekowisata, lemahnya keterampilan dalam mengolah hasil perkebunan menjadi produk wisata yang menarik, serta lemahnya kemampuan SDM dalam mengemas paket ekowisata dan penguasaan bahasa asing khususnya Bahasa Inggris. Dalam bidang pemasaran, juga menemui permasalahan terkait dengan promosi ekowisata yang belum terintegrasi, sehingga produksi perkebunan dan aktivitas ekowisata sulit dipasarkan karena belum tersedianya lembaga pengelola ekowisata profesional dan belum terbangunnya system distribusi pemasaran (*marketing distribution*) yang menghubungkan produsen paket ekowisata dengan konsumen/wisatawan)

Upaya peningkatan pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan daya saing produk pariwisata di Desa Pelaga masih mengalami banyak permasalahan mengingat terbatasnya SDM yang memiliki latar belakang pendidikan pariwisata sehingga potensi wisata yang dimiliki belum mampu dikemas dan dipasarkan secara maksimum kepada wisatawan. Hal ini diperkuat melalui hasil penelitian Hibah Bersaing Tahun 2015 yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Widyatmaja melalui wawancara dengan Bapak Nyoman Juta (Selaku Ketua Pengelola Ekowisata Pelaga). Sebagai satu tindak lanjut dari hasil penelitian serta memberikan solusi terhadap permasalahan dalam penguatan kapasitas sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing produk pariwisata di tengah menghadapi masyarakat Asean (Asean Economic Community) tentunya diperlukan suatu tindakan (*action*) melalui pelatihan penguatan kapasitas sumber daya manusia yang melibatkan akademisi untuk memberikan gambaran serta bekal ilmu kepada pengelola pariwisata dan ekowisata khususnya serta masyarakat Desa Pelaga umumnya di dalam meningkatkan kualitas produk yang akan dipasarkan kepada wisatawan.

2. METODE

Memperhatikan luaran/hasil kegiatan, maka metode yang akan digunakan untuk mengatasi permasalahan dilakukan dengan metode melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan yaitu pertemuan secara berkala antara pendamping dengan kelompok sasaran. Model pendekatan yang dilakukan meliputi: (1) model *participatory rural appraisal (PRA)*, (2) model *entrepreneurship capacity building (ECB)*, dan (3) model *teknologi transfer (TT)*. Adapun langkah – langkah operasional yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini diantaranya :

- 1) Pelatihan Sadar Wisata harapannya merupakan menjadi jiwa bagi masyarakat dengan pengamalan SAPTA PESONA (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah Tamah, Kenangan).
- 2) Etika Bisnis Pariwisata dengan usaha yang baik harapan masyarakat memiliki nilai-nilai seperangkat nilai kebaikan, tanggung jawab, kejujuran, keadilan, keterbukaan dan tidak memaksa wisatawan dengan cara berbisnis etis.
- 3) Menyiapkan Diri Menjadi Pemandu Wisata dengan harapan memahami betul tentang informasi yang disampaikan kepada wisatawan dan bertanggung jawab ketika menghandel wisata yang berkunjung.
- 4) Menciptakan bisnis dan strategi menyusun kerangka kegiatan
- 5) Pelatihan manajerial bagi pengelola ekowisata dan kelompok sadar wisata Desa Pelaga.
- 6) Pelatihan mengkemas paket ekowisata bagi kelompok ekowisata seperti : paket wisata tracking, paket wisata pedesaan naik sepeda (*Village Cycling Tour*).

Melatih kelompok sasaran tentang cara memasarkan yang efektif dan efisien tentang paket pariwisata Desa Pelaga yang sudah disusun.

3. HASIL YANG DICAPAI

Dalam meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia yang berada di Desa Pelaga telah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat bagi pemuka masyarakat, generasi muda, ibu-ibu PKK dan instansi terkait dalam meningkatkan daya saing produk industry pariwisata yang diadakan pada tanggal 1,3 dan 5 Agustus 2016 di Desa Pelaga yang dapat dikatakan berhasil dari aspek indikator tujuan yang diharapkan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diawali dengan audiensi kepada Bapak Perbekel Desa Pelaga terkait maksud dan tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian tersebut. Antusiasme peserta dalam kegiatan pengabdian ini sangat tinggi terlihat dari kehadiran peserta penyuluhan dan pelatihan tepat waktu dan sesuai dengan undangan. Selain itu dapat terlihat dari antusias peserta dalam menerima kedatangan tim pengabdian (tim penyuluh) tanpa ada sikap antipati.

Dalam pelatihan dan simulasi ini, para peserta diberikan pemahaman tentang Pelatihan Sadar Wisata harapannya merupakan menjadi jiwa bagi masyarakat dengan pengamalan SAPTA PESONA (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah Tamah, Kenangan), Etika Bisnis Pariwisata dengan usaha yang baik dengan harapan masyarakat memiliki nilai-nilai seperangkat nilai kebaikan, tanggung jawab, kejujuran, keadilan, keterbukaan dan tidak memaksa wisatawan dengan cara berbisnis etis, menyiapkan diri menjadi pemandu wisata dengan harapan memahami betul tentang informasi yang disampaikan kepada wisatawan dan bertanggung jawab ketika menghandel wisata yang berkunjung, menciptakan bisnis dan strategi menyusun kerangka kegiatan, pelatihan manajerial bagi pengelola ekowisata dan kelompok sadar wisata Desa Pelaga, pelatihan mengkemas paket ekowisata bagi kelompok ekowisata seperti : paket wisata tracking, paket wisata pedesaan naik sepeda (*Village Cycling Tour*), Melatih kelompok sasaran tentang cara memasarkan yang efektif dan efisien tentang paket pariwisata Desa Pelaga yang sudah disusun.

Secara umum pemahaman masyarakat Desa Pelaga terhadap peningkatan daya saing produk wisata cukup bagus, hal ini bisa dilihat dari banyaknya pengembangan-pengembangan produk-produk pertanian sebagai pendukung pariwisata. Kecenderungan itu merupakan pertanda tingginya permintaan akan produk-produk yang mendukung pariwisata dan sekaligus membuka peluang bagi pengembangan produk-produk pariwisata, baik dalam bentuk kawasan atau produk pertanian yang mempunyai daya tarik spesifik. Hamparan areal tanaman yang luas seperti pada areal persawahan dan hortikultura, di samping menyajikan pemandangan dan udara yang segar, juga merupakan media pendidikan bagi masyarakat dalam dimensi yang sangat luas.

Objek wisata eco tidak hanya terbatas kepada objek dengan skala hamparan yang luas seperti yang dimiliki oleh areal persawahan, tetapi juga skala kecil yang karena keunikannya dapat menjadi objek wisata yang menarik. Cara memetik strawbery misalnya, juga merupakan salah satu contoh dari kegiatan yang dapat dijual kepada wisatawan di Desa Pelaga. Di samping mengandung muatan kultural dan pendidikan juga dapat menjadi media promosi, karena dipastikan pengunjung akan tertarik untuk membeli strawbery yang dihasilkan pertanian. Dengan demikian ecowisata bukan semata merupakan usaha/bisnis di bidang jasa bagi pemenuhan konsumen akan pemandangan yang indah dan udara yang segar, namun juga dapat berperan sebagai media promosi produk pertanian dan menjadi media pendidikan masyarakat maupun wisatawan.

4.1 Pengenalan Terhadap Sapta Pesona Kepada Masyarakat Desa Pelaga

Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah. Hal ini harus menciptakan suasana indah mempesona dimana saja dan kapan saja. Khususnya ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman, wisatawan akan betah tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan memberikan kenangan yang indah dalam hidupnya.

Tujuan diselenggarakan program Sapta Pesona adalah untuk meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat luas untuk mampu bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan sehari-hari. Logo Sapta Pesona ditetapkan dengan Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona. Logo Sapta Pesona dilambangkan dengan Matahari yang bersinar sebanyak 7 buah yang terdiri atas unsur:

1. Keamanan
2. Ketertiban
3. Kebersihan
4. Kesejukan
5. Keindahan
6. Keramahan
7. Kenangan

Uraian makna program Sapta Pesona merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan dalam program-program pembangunan kepariwisataan sebagai sektor andalan devisa nasional:

1. AMAN
 - a. Suatu kondisi lingkungan destinasi wisata yang memberi rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan wisatawan.
 - b. Daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang membuat nyaman wisatawan dalam melakukan kunjungan.
 - c. Menolong, melindungi, menjaga, memelihara, memberi dan meminimalkan resiko buruk bagi wisatawan yang berkunjung.
2. TERTIB
 - a. Destinasi yang mencerminkan sikap disiplin, teratur dan profesional, sehingga memberi kenyamanan kunjungan wisatawan.
 - b. Ikut serta memelihara lingkungan
 - c. Mewujudkan Budaya Antri
 - d. Taat aturan/ tepat waktu
 - e. Teratur, rapi dan lancar

3. BERSIH
 - a. Layanan destinasi yang mencerminkan keadaan bersih, sehat hingga memberi rasa nyaman bagi kunjungan wisatawan
 - b. Berpikiran positif pangkal hidup bersih.
 - c. Tidak asal buang sampah/ limbah
 - d. Menjaga kebersihan Obyek Wisata
 - e. Menjaga lingkungan yang bebas polusi
 - f. Menyiapkan makanan yang higienis
 - g. Berpakaian yang bersih dan rapi
4. SEJUK
 - a. Destinasi wisata yang sejuk dan teduh akan memberikan perasaan nyaman dan betah bagi kunjungan wisatawan.
 - b. Menanam pohon dan penghijauan
 - c. Memelihara penghijauan di lingkungan tempat tinggal terutama jalur wisata
 - d. Menjaga kondisi sejuk di area publik, restoran, penginapan dan sarana fasilitas wisata lain
5. INDAH
 - a. Destinasi wisata yang mencerminkan keadaan indah menarik yang memberi rasa kagum dan kesan mendalam wisatawan.
 - b. Menjaga keindahan obyek dan daya tarik wisata dalam tatanan harmonis yang alami
 - c. Lingkungan tempat tinggal yang teratur, tertib dan serasi dengan karakter serta istiadat lokal
 - d. Keindahan vegetasi dan tanaman peneduh sebagai elemen estetika lingkungan
6. RAMAH TAMAH
 - a. Sikap masyarakat yang mencerminkan suasana akrab, terbuka dan menerima hingga wisatawan betah atas kunjungannya
 - b. Jadi tuan rumah yang baik & rela membantu para wisatawan
 - c. Memberi informasi tentang adat istiadat secara spontan
 - d. Bersikap menghargai/toleran terhadap wisatawan yang datang
 - e. Menampilkan senyum dan keramah-tamahan yang tulus.
 - f. Tidak mengharapkan sesuatu atas jasa telah yang diberikan
7. KENANGAN
 - a. Kesan pengalaman di suatu destinasi wisata akan menyenangkan wisatawan dan membekas kenangan yang indah, hingga mendorong pasar kunjungan wisata ulang
 - b. Menggali dan mengangkat budaya lokal.
 - c. Menyajikan makanan/ minuman khas yang unik, bersih dan sehat.
 - d. Menyediakan cendera mata yang menarik

4.2 Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Wisata

Dalam meningkatkan pemasaran akan keberadaan produk industry pariwisata juga tidak terlepas dari media promosi yang telah dilakukan oleh pengelola. Adapun media-media yang diperkenalkan untuk meningkatkan promosi produk pariwisata dalam pengabdian masyarakat yaitu seperti:

1. Melalui brosur
Promosi dengan menggunakan brosur dimana di dalam brosur terdapat letak dan sekilas tentang paket-paket wisata yang ditawarkan serta berbagai informasi penting terkait potensi yang dimiliki oleh Desa Pelaga. Dalam kegiatan ceramah ini adapun materi yang diberikan lebih menekankan pada bagaimana di dalam mempromosikan suatu potensi melalui brosur mampu menjelaskan informasi serta menarik setiap orang yang akan membaca informasi yang berada di brosur.
2. Melalui Media Online
Menawarkan produk wisata secara online diharapkan akan memudahkan calon wisatawan untuk mencari informasi terkait dengan keberadaan potensi wisata di Desa Pelaga yang dianggap menarik oleh wisatawan itu sendiri. Dengan beragamnya destinasi serta atraksi yang ada, jelas pemasaran produk wisata online lebih efektif jika dibandingkan melalui flyer ataupun booklet, tetapi dalam kegiatan ini lebih ditekankan dalam pemasaran produk wisata secara online bahwa informasi yang disediakan adalah informasi terkini dan dapat dipercaya

Dalam kegiatan ini juga ditekankan bahwa bisnis di bidang pariwisata dan ingin memasarkan produk secara online, kita juga dituntut untuk menjadi pemikir kreatif sehingga nantinya produk yang dihasilkan akan berbeda dengan penyediaan produk lainnya. Pemasaran secara online juga efektif dari sisi biaya karena hal tersebut sangat terukur dan ditargetkan untuk orang-orang yang spesifik, peminat dan konsumen wisata mancanegara dan domestic yang sering bersentuhan dengan teknologi, dengan begitu, pemasaran online bisa meningkatkan daya saing produk jasa yang kita tawarkan. Agar nantinya pemasaran secara online kita terlihat menarik, tidak lupa kita juga harus kreatif baik dari design, penulisan, materi penulisan, foto ataupun video.

4.3 Pelatihan Teknik Memandu Wisata Bagi Generasi Muda di Desa Pelaga

Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2016 Pukul 17.00 wita di Kantor Kepala Desa pelage, Tujuan pelatihan ini untuk menambah pengetahuan para generasi muda di Desa Pelaga agar bisa memandu wisatawan yang mengikuti kegiatan wisata eco secara baik dan benar. Para peserta dididik agar dalam memandu wisatawan mampu menerapkan prinsip-prinsip dasar sebagai seorang guide yaitu : Pramuwisata harus menguasai dengan baik hal-hal yang sangat terkait dengan tugas-tugas berbicara:

- Penguasaan bahasa; bahasa daerah, bahasa ibu, bahasa asing.
- *Eye contact*; pandangan hendaknya merata ke semua wisatawan yang sedang dipandu, jangan hanya memfokuskan pandangan pada salah seorang wisatawan saja.
- *Voice*; alunan suara, tinggi rendah suara yang keluar enak di dengar, mengeluarkan suara yang ramah dan penuh simpati.
- *Enunciation & Pronunciation*; ucapan dan laval yang jelas dan benar, jangan bergumam.
- *Intonation*; intonasi atau tekanan pada kalimat-kalimat yang disampaikan, dimana titik, koma dan sebagainya.
- *Speed (Tempo)*; kecepatan dalam menyampaikan kalimat
- *Gesture*; gerakan tangan pada saat memberikan penjelasan.

Ada beberapa teknik / cara memberikan penjelasan kepada wisatawan, yang dilatih para peserta pelatihan di Desa Pelaga dalam memandu wisatawan adalah :

- a. Metode 5W – 1H
 - What : Apa, nama, asal usul maupun latar belakang sejarah suatu objek.
 - When : Kapan dibangun, dibuat atau diketemukan dan sebagainya.
 - Who : Siapa yang membangun, atas perintah siapa, siapa yang berkuasa atau memerintah saat itu.
 - Where : Dimana letak suatu objek, nama desa, kecamatan, Kabupaten ataupun propinsi.

- How / Why : Bagaimana cara menuju objek tersebut, jalan kaki, naik perahu, dan sebagainya.
- b. Metode Definisi, menerangkan suatu /objek dengan mendefinisikannya. Misalnya: *cremation is to turn the dead body into ashes, etc.*
- c. Metode Natural Order, menerangkan suatu objek secara alami, apa adanya. Misalnya: menerangkan cara menanam padi yg diurut secara kronologis mulai dari memotong jerami – padi itu dipanen.
- d. Metode Descriptive (melukiskan, menggambarkan) agar wisatawan tertarik untuk berkunjung ke suatu objek wisata dengan mengatakan / melukiskan objek tersebut serba indah misalnya dengan ungkapan atau kata-kata seperti *beautiful, wonderful, excellent, unbelievable, etc.*

Para peserta yang telah mendapatkan pelatihan ini kemudian diberikan kesempatan untuk mempraktekkan langsung materi yang diperoleh dengan terjun langsung ke lapangan, dengan mempraktekkan materi yang diperoleh di kelas.

Pelatihan Bahasa Inggris Bagi Generasi Muda di Desa Pelaga

Untuk mengefisienkan waktu, sesuai kesepakatan dengan peserta, untuk pelatihan teknik memandu dan pelatihan bahasa Inggris diselenggarakan secara bersamaan, pada waktu peserta belajar menjelaskan kepada wisatawan diusahakan juga menjelaskan dengan Bahasa Inggris. Para peserta juga diperkenalkan beberapa kata penawaran atau permintaan yang diucapkan kepada wisatawan agar lebih sopan, seperti : *Excuse me sir/ madam, Would you like to have..... May I recommend you..., I would like to inform you about..., May I help you..., Could you tell me*, dan istilah-istilah lain yang berkaitan dengan daya tarik atau objek yang sering dijumpai dalam perjalanan mengikuti paket wisata eco yang telah dibuat.

4.4 Pemasaran Produk Paket Ecowisata di Desa Pelaga Melalui Kerjasama (MOU) Dengan Biro Perjalanan Wisata

Hasil kemasan produk wisata yang dibuat oleh kelompok tani ecowisata yang berupa Kemasan Paket Ecowisata Unggulan dipasarkan melalui Biro Perjalanan Wisata ataupun melalui Agen Perjalanan-Agen Perjalanan yang ada di Bali secara berkesinambungan dengan memberikan komisi atau dengan harga khusus berupa *contract rate*. Disamping itu produk paket ecowisata juga dipasarkan langsung kepada wisatawan melalui webside atau wisatawan datang langsung (*walk in guest*) ke Desa Pelaga untuk membeli paket wisata eco yang ditawarkan oleh kelompok tani ecowisata di Desa Pelaga. Kerjasama (MOU) dengan BPW yang telah berhasil dijalin ini sangat bermanfaat bagi Kelompok Tani Ecowisata di Desa Pelaga agar paket-paket ecowisata yang telah dibuat dapat dipasarkan dan diselenggarakan secara berkesinambungan. Melalui MOU dengan pihak BPW Bali Fantastico diharapkan paket wisata eco yang telah dibuat akan semakin dikenal oleh wisatawan disamping terus dilakukan promosi melalui website.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini terselesaikan tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, untuk itu kami ucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Udayana, Ketua LPPM Unud dan Dekan Fakultas Pariwisata Unud yang telah memberikan kesempatan kepada tim peneliti untuk ikut mendesiminasi hasil penelitian sebagai salah satu wujud dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2012. Badung Dalam Angka
Anonim, 2011. Pengembangan Perkebunan Kopi di Desa pelaga: Dinas Pertanian, Perkebunan dan Perhutanan, Kabupaten Badung
Kesrul M, 2003. *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.