

PENGUATAN DESA WISATA PANGSAN MELALUI PEMBUATAN INFORMASI UPACARA KEAGAMAAN BERBAHASA INGGRIS

I Putu Arya Dharmayasa¹, A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika², Komang Krisna Heryanda³, M. Rudi Irwansyah⁴

^{1,4}Jurusan Ekonomi dan Akuntansi FE UNDIKSHA; ^{2,3}Jurusan Manajemen FE UNDIKSHA

Email: alamat email penulis pertama (contoh: Email: arya.dharmayasa@undiksha.ac.id)

ABSTRACT

The objectives of this service activity are: (1) creating information related to Pangsan Village religious ceremonies as a tourist attraction; (2) Produce a pocket book related to information on religious ceremonies; (3) Increasing tourist visits through creating information as a tourist attraction; and (4) generate a positive response from the community to get involved in the development of the Pangsan Village Tourism Village. The method in this service uses three stages, namely the first is providing socialization and technical guidance related to making information media in English, the second is providing assistance in making information in English including how to package the information so that it is interesting to read by tourists, the third is the evaluation stage, namely describing space for the community to get involved in making improvements to the information that has been compiled and making improvements. The results of the first activity found that in Pangsan village there were several religious ceremonies which were tourist attractions and there was already information about these events but it had not been packaged properly and was still in Indonesian which was still in draft form. The second activity is when the mentoring process is going well, but when creating interesting information, mentoring is still needed. The third activity went well as shown by the good response from the community to evaluate what had been made and our service team and management made improvements based on input from the community.

Keywords: *tourist villages, information, religious ceremonies*

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: (1) pembuatan informasi terkait dengan upacara agama Desa Pangsan sebagai daya tarik wisata; (2) Menghasilkan buku saku terkait informasi upacara keagamaan; (3) Peningkatan kunjungan wisatawan melalui pembuatan informasi sebagai daya tarik wisata; dan (4) membangkitkan respon positif masyarakat untuk ikut terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Desa Pangsan. Adapun metode dalam pengabdian ini menggunakan tiga tahap yakni yang pertama melakukan sosialisasi dan bimbingan teknis terkait dengan pembuatan media informasi berbahasa inggris, kedua adalah pendampingan pembuatan informasi berbahasa inggris termasuk bagaimana mengemas informasi agar menjadi menarik dibaca oleh para wisatawan, yang ketiga adalah tahap evaluasi yakni memerikan ruang bagi masyarakat untuk ikut terlibat dalam melakukan pembenahan pada informasi yang sudah disusun dan melakukan perbaikan-perbaikan. Hasil dari kegiatan pertama ditemukan bahwa di desa Pangsan terdapat beberapa upacara keagamaan yang menjadi daya tarik wisata dan sudah ada informasi tentang acara tersebut namun belum di kemas dengan baik dan masih berbahasa indonesia yang masih berupa draft. Kegiatan kedua pada saat proses pendampingan sudah berjalan dengan baik namun saat pembuatan informasi yang menarik masih perlu dilakukan pendampingan. Kegiatan ketiga berjalan dengan baik yang ditunjukkan dengan respon baik dari masyarakat untuk melakukan evaluasi terhadap apa yang sudah buat dan kami tim pengabdian dan pihak pengelola melakukan perbaikan berdasarkan masukan dari masyarakat.

Kata kunci: *desa wisata, informasi, upacara keagamaan*

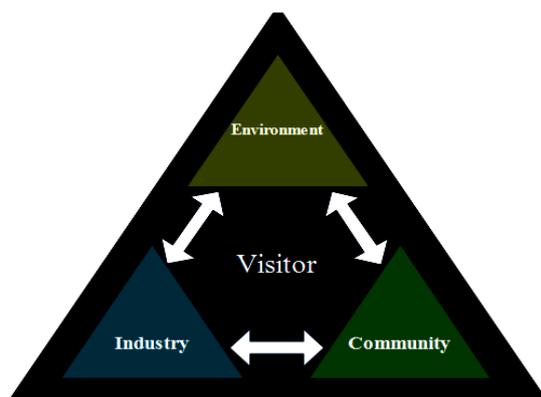
PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan aktivitas bertemunya penduduk lokal dan wisatawan asing. Desa wisata akan berhasil menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan, apabila pembentukan pendapatan yang bersumber dari wisatawan asing sebagai pemicu kesempatan kerja dan pembentukan pendapatan bagi penduduk lokal,

juga disertai dengan peningkatan ketahanan budaya lokal atas intervensi budaya asing yang dibawa serta wisatawan. Desa wisata sebagai destinasi wisata erat kaitannya dengan pengembangan wisata pedesaan, sebagaimana telah diatur Perda Bali No. 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya Bali pada Pasal 26 dinyatakan bahwa, desa pakraman dan

lembaga tradisional mempunyai hak untuk mengembangkan wisata pedesaan sesuai dengan potensi setempat. Lebih lanjut, diatur pada Pasal 2 bahwa penyelenggaraan kepariwisataan budaya Bali dilaksanakan berdasarkan pada asas manfaat, kemandirian, keseimbangan, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan.

Pariwisata telah semakin disadari sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi dan peluang perluasan lapangan kerja di berbagai negara berkembang. Bahkan di sejumlah negara berkembang di kawasan Afrika terbukti kehadiran pariwisata telah berkontribusi kepada penurunan angka kemiskinan (Steiner, 2006). Meskipun demikian, bahwa keberhasilan pengembangan sektor pariwisata lebih banyak ditentukan oleh peran kebijakan pemerintah yang ikut serta secara aktif membangun regulasi untuk pengembangan kepariwisataan (Jeffries, 2001). Dalam rangka memahami peran kelembagaan pada pengembangan pariwisata, UNWTO (2002) mengembangkan pilar segitiga meliputi *environment*, *community* dan *industry* sebagaimana disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Pilar Pembangunan Pariwisata Sumber: UNWTO (2002)

Thomas Mun seorang merkantilisme dalam bukunya *Navigation Act* menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan kegiatan yang sangat penting sebagai sumber penerimaan bagi pengusaha yang menyediakan jasa perjalanan, termasuk penginapan dan rumah makan sejak tahun 1960 (Spiegel, 1991).

Lebih lanjut Kodhyat (1998), menyatakan pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan

kebahagian dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sementara itu, Murphy (1985), mendefinisikan sektor pariwisata sebagai keseluruhan dari elemen yang terkait dengan wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain-lain, yang merupakan akibat dari perjalanan wisatawan ke daerah tujuan wisata sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen. Pengertian senada diberikan oleh Fennell (1999), yang menyatakan bahwa pariwisata adalah sebagai suatu sistem yang memasukkan wisatawan dan pelayanan yang disediakan (berupa fasilitas, atraksi, transportasi, dan akomodasi) untuk memuaskan dan mendukung perjalanan mereka. Lebih lanjut Marpaung (2002), mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan rutinnnya, atau juga dari tempat kediamannya. Berkaitan dengan hal tersebut, Soekadijo (2000) mengatakan bahwa sektor pariwisata adalah segala kegiatan masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Karena pariwisata terdiri atas berbagai kegiatan organisasi yang menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan, seperti angkutan wisata, akomodasi, atraksi manusia dan daya tarik alam, jasa perseorangan dan jasa pemerintah, perantara seperti pedagang serta agen perjalanan, maka sektor pariwisata sering disebut industri pariwisata (Bull, 1991).

Pengertian pariwisata modern oleh Freuler dalam bukunya yang berjudul *Handbuch des Schwizerichen Volkswirtschaft* (dalam Pendit, 1999) merumuskan bahwa pariwisata dalam arti modern adalah merupakan gejala jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian suasana, penilaian yang sadar terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada kekhususannya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan antar bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan perniagaan, serta penyempurnaan alat-alat pengangkutan. Lebih teknis, pengertian pariwisata dikemukakan oleh Hunzeiker dan Kraft (dalam Yoeti, 2001), yang dimaksud dengan pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dari perjalanan orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan perjalanan tersebut tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara itu.

Perkembangan *tourism destination* sebagai sajian produk yang menjanjikan peluang kesejahteraan di suatu negara tidak lagi sekedar sebagai batas wilayah geografik, melainkan pengkombinasian aneka produk, pelayanan dan sumber daya dan pengelolaan informasi yang berfungsi menggerakkan wisatawan menuju wilayah destinasi tertentu (Leiper, 1995). Dengan demikian, destinasi wisata dan produk pelayanan adalah satu kesatuan yang tidak terpisahkan (Keller, 2000). Dengan demikian, keputusan wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata dan melakukan kunjungan berulang adalah persepsi yang terbentuk dari kedua faktor pembentuknya yaitu lokasi geografik dan pelayanan jasa wisata (Leiper, 1995).

Menurut Cooper et al. (1995) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: (1) Atraksi (attraction), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan; (2) Aksesibilitas (accessibilities) seperti transportasi lokal dan adanya terminal; (3) Amenitas atau fasilitas (amenities) seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan; (4) Ancillary services yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata seperti destination marketing management organization, conventional and visitor bureau. Selain itu ada beberapa alternatif yang bisa dilakukan ketika melakukan pengembangan pariwisata. Pariwisata alternatif secara luas didefinisikan oleh Valene (1992), adalah sebagai bentuk dari kepariwisataan yang konsisten dengan alam, sosial, dan masyarakat serta yang memungkinkan interaksi dan berbagai pengalaman antara wisatawan dengan masyarakat serta yang memungkinkan interaksi dan berbagi pengalaman antara wisatawan dengan masyarakat lokal.

Oleh Koslowski dan Travis (1985) dalam Smith (2001) pariwisata alternatif merupakan suatu kegiatan kepariwisataan yang tidak merusak lingkungan, berpihak pada ekologi dan menghindari dari dampak negatif dari pembangunan pariwisata berskala besar yang dijalankan pada suatu area yang tidak terlalu cepat pembangunannya. Selain itu menurut Saglio (1979), Bilsen (1987) dan Gonsalven (1984) dalam Smith (2001), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif adalah kegiatan kepariwisataan yang memiliki gagasan yang

mengandung arti sebagai suatu pembangunan yang berskala kecil atau juga sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang disuguhkan kepada wisatawan, dimana segala aktivitasnya turut melibatkan masyarakat.

Middleton (1998) dalam Smith (2001), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif merupakan suatu bentuk produk pariwisata yang mempertimbangkan bahkan menuntut lebih akrab lingkungan dan tidak merusak budaya. Archer dan Cooper (1993), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif merupakan suatu pergerakan yang memiliki jalan keluar untuk “mengobati sakit” dari pariwisata massal (*Mass Tourism*). Cohen (1987) dan Gartner (1996) dalam Smith (2001), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif bersumber dari dua pandangan ideologi yang sejaman, yaitu bahwa pariwisata alternatif merupakan reaksi atas konsumerisme modern, dan pariwisata alternatif merupakan reaksi dari eksploitasi yang dilakukan negara berkembang. *Alternatif Tourism is a process which promotion a just farm of travel between members of differet communities, it seeks to achieve mutual understanding, solidarity and equality amongst participants* (Holden, 1984 dalam Valene, 2001).

Sebagai upaya untuk mengoptimalkan potensi wisata di desa wisata, maka mutlak diperlukan informasi untuk para wisatawan asing guna menarik minat mereka untuk berkunjung ke Desa Wisata. Informasi adalah data yang telah diolah dan diinterpretasikan sehingga memiliki arti atau makna bagi penerima. Informasi dapat berupa fakta, pengetahuan, atau pesan yang dapat membantu orang untuk memahami sesuatu atau mengambil keputusan. Informasi dapat disampaikan melalui berbagai media, seperti lisan, tulisan, atau media digital. Dalam era digital, informasi sering dianggap sebagai salah satu aset penting karena dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang tepat dan mempengaruhi hasil dari kegiatan dan bisnis. Namun, informasi yang tidak benar atau tidak akurat dapat berdampak negatif pada individu dan masyarakat. Oleh karena itu pembuatan informasi yang tepat dan benar sangat diperlukan guna untuk mempromosikan sebuah desa wisata agar lebih di kenal luas oleh masyarakat manca negara. Pulau Bali sendiri merupakan salah satu tujuan destinasi terbesar

yang ada di Indonesia oleh masyarakat manca negara.

Pulau Bali, merupakan salah satu daerah di Indonesia yang dijadikan sebagai barometer perkembangan pariwisata nasional. Pulau Bali tidak hanya terkenal di dalam negeri tetapi juga di mancanegara. Sektor pariwisata menjadi sektor andalan bukan hanya oleh pemerintah daerah, tetapi juga sebagian lapisan masyarakatnya. Wisatawan mancanegara (wisman) yang datang langsung ke Provinsi Bali Desember 2019 tercatat sebanyak 552.403 kunjungan, dengan wisman yang datang melalui bandara I Gusti Ngurah Rai sebanyak 544.726 kunjungan dan yang melalui pelabuhan laut sebanyak 7.677 kunjungan. Banyaknya kunjungan wisatawan tersebut menjadi peluang bagi masyarakat Bali khususnya bagi masyarakat Desa Pangsang untuk mempromosikan desanya sebagai Desa Wisata sehingga akan banyak turis yang berkunjung dan menyebabkan semakin bergerak pula perekonomian yang ada di Desa Pangsang.

Desa Pangsang merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Petang Kabupaten Badung. Desa tersebut memiliki potensi alam maupun budaya yang cukup menjanjikan untuk pengembangan pariwisata. kunjungan wisatawan menurun dari tahun 2019 ke tahun 2020 dengan angka 8.845 orang ke 462 orang, penurunan diakibatkan adanya pandemi covid19. Lebih menurun lagi ditahun 2021 di angka 351 orang dan meningkat ditahun 2022 di angka 3.407 orang. Atraksi wisata andalan di Desa Pangsang adalah Sungai Ayung yang terkenal dengan arusnya yang menantang. Sungai sepanjang ± 68 km ini memisahkan antara Kecamatan Ubud di Kabupaten Gianyar dan Kecamatan Petang di Kabupaten Badung. Sejak tahun 1997 sungai ini telah dimanfaatkan untuk melakukan olah raga arung jeram. Selain itu, hamparan sawah dan perkebunan yang terbentang hampir di setiap banjar merupakan atraksi pariwisata yang sudah semakin sulit ditemukan di daerah perkotaan.

Desa Pangsang juga memiliki Subak, Subak merupakan organisasi tradisional di bidang tata guna air dan atau tata tanaman di tingkat usahatani pada masyarakat adat Bali yang bersifat sosioagraris, religius, dan ekonomis yang secara historis terus tumbuh dan berkembang (Perda Provinsi Bali No. 9, 2012).

Keyakinan anggota subak yang mengkonsepsikan tanah sebagai Ibu Pertiwi, air sebagai simbol Dewa Wisnu dan padi sebagai Dewi Sri memperkuat eksistensi kearifan kultural subak yang bernafaskan agama Hindu seperti yang dinyatakan oleh (Windia, 2010). Siklus ritual/yadnya terhadap tanaman padi sejalan dengan upacara siklus hidup manusia merupakan refleksi humanisasi dan penghormatan petani terhadap tanaman, hewan dan aneka sumberdaya alam. Kitab Bhagavadgita, IX: 22 bahwa Yadnya yaitu “Mereka yang memuja aku sendiri, merenungkan aku senantiasa, kepada mereka aku bawakan apa yang mereka perlukan dan aku lindungi apa yang mereka miliki”. Ritual/yadnya yang dilaksanakan secara tulus ikhlas kepada Ida Hyang Widhi maka Ida Hyang Widhi akan memberikan segala apa yang diinginkan manusia dan sekaligus melindungi apa yang dimilikinya.

Kepercayaan umat hindu di Bali, melaksanakan ritual menunjukkan rasa bhakti dan syukur kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala rahmat dan nikmat-Nya. Ritual keagamaan pada organisasi subak menjadi ciri khas pertanian di Bali yang membedakan antara sistem irigasi lokal yang biasanya diterapkan oleh petani di daerah lainnya di Indonesia. Kegiatan ritual dalam subak berfungsi sebagai penguat organisasi subak, sedangkan pura dianggap sebagai pengawas atau kontrol sosial secara alam gaib atau niskala (Sudarta dan Dharma, 2013). Aspek ritual memegang peranan penting dalam aktivitas fungsi sistem subak yang diterapkan petani secara turun temurun di Bali. Pelaksanaan ritual usahatani padi salah satu indikator yang dapat dijadikan sebagai parameter penilaian terhadap keberlanjutan organisasi subak dan pertanian Bali dinyatakan oleh (Windia, 2015).

Ritual organisasi subak yang terletak pada kawasan perkotaan tentu memiliki perbedaan pelaksanaan ritual usahatani padi sawah dengan subak yang terletak pada kawasan perdesaan. Pelaksanaan ritual usahatani padi sawah pada subak di kawasan perkotaan atau perdesaan belum diketahui secara pasti. Maka dari itu pelaksanaan dan perbedaan ritual usahatani padi sawah pada subak di kawasan perkotaan dan perdesaan perlu dikaji atau diteliti lebih lanjut. Namun untuk saat ini, kunjungan maupun hasil yang didapat dari aktivitas

pariwisata Desa Pangsan belumlah sesuai dengan harapan, sehingga belum mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat lokal secara optimal. Dipilihnya Desa Pangsan sebagai lokasi penelitian, karena secara struktur budaya Desa Pangsan memiliki struktur budaya yang agak berbeda dengan desa wisata lainnya di Kabupaten Badung. Selain adanya struktur budaya yang berbeda, masyarakat Desa Pangsan juga memiliki kreativitas dan kearifan lokal sendiri dalam mengelola desa wisata. Selain itu struktur geografis Desa Pangsan juga berbeda dengan struktur desa wisata lainnya di Kabupaten Badung. Dampak dari ditetapkannya Desa Pangsan sebagai desa wisata memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi pada desa tersebut. Akan tetapi berdasarkan data di lapangan bergeliatnya perekonomian di Desa Pangsan belum mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Pangsan secara umum.

Begitu banyaknya potensi pariwisata di Desa Pangsan yang bisa dijadikan sebagai daya tarik wisatawan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh pengabdian ditemukan bahwa masyarakat setempat belum menginventarisir kebudayaan-kebudayaan yang dimiliki sehingga perlu dilakukan hal tersebut kemudian perlu juga dialihbahasakan kedalam bahasa Inggris sehingga lebih mudah dipahami oleh wisatawan asing. Hasil dari kegiatan ini bisa dijadikan sebagai promosi dari Desa Pangsan itu sendiri. Bentuk promosi yang bisa dilaksanakan untuk sebuah destinasi wisata, termasuk desa wisata, beragam adanya. Dalam pengabdian ini, bentuk promosi diarahkan pada usaha meningkatkan pengalaman wisatawan berwisata di Desa Pangsan dengan menyuguhkan mereka cerita informatif dan unik yang berkaitan dengan daya tarik wisata di Desa Pangsan. Dengan menuturkan apa yang dilihat wisatawan, para wisatawan akan memiliki pengetahuan yang lebih dalam tentang desa ini. Pengetahuan tentang yang dilihat itu dapat meningkatkan kepuasan dan pengalaman berlibur wisatawan (tourist experience).

METODE

Program pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi aktif Pengelola Desa Wisata. Kegiatan pendampingan dipandu langsung oleh tim pelaksana dari Universitas Pendidikan Ganesha

Jurusan Pendidikan Ekonomi. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini secara garis besar dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahapan pra-kegiatan, tahapan inti kegiatan dan tahapan pasca-kegiatan sebagaimana dirinci sebagai berikut:

Sosialisasi dan Bimbingan Teknis

- 1) Overview terkait potensi desa dan hal-hal yang sudah dilakukan oleh desa untuk meningkatkan kunjungan wisatawan
- 2) Mengumpulkan bahan-bahan yang relevan
- 3) Menentukan potensi-potensi yang bisa diangkat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa

Pendampingan

- 1) Memilah bahan-bahan yang relevan untuk pembuatan informasi keagamaan berbahasa Inggris
- 2) Mengidentifikasi bahan-bahan yang telah dikumpulkan
- 3) Mendiskusikan jenis upacara keagamaan yang rutin dilakukan yang mampu untuk menarik wisatawan
- 4) Membuat informasi upacara keagamaan berbahasa Inggris.

Evaluasi

- 1) Evaluasi dan refleksi Informasi keagamaan yang sudah dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Pembuatan Informasi Upacara Keagamaan Berbahasa Inggris Untuk Menguatkan Desa Wisata Pangsan terdiri dari tiga tahapan di mana tahapan tersebut adalah (1) Sosialisasi dan bimbingan teknis; (2) Pendampingan; dan (3) Evaluasi.

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah sosialisasi terhadap pengelola wisata di desa Pangsan terkait dengan perbaikan informasi upacara keagamaan yang nantinya akan digunakan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa, tanpa adanya informasi yang jelas dan teratur maka tidak akan minta bagi pembaca untuk memperhatikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Desa. Pada tahap ini juga dilakukan diskusi dan bimbingan teknis terkait apa saja hal informasi

upacara keagamaan yang menjadi unggulan yang belum masuk, dan bagi informasi yang sudah pernah disusun apa saja yang harus di kurangi dan di tambahkan sehingga nantinya akan menghasilkan sebuah informasi yang menarik untuk di baca masyarakat khususnya para wisatawan.

Kegiatan kedua diisi dengan pendampingan pembuatan informasi upacara keagamaan, setelah selesai dilakukan diskusi maka tahap selanjutnya adalah pembuatan dan pendampingan dalam pembuatan informasi. Berbeda dengan tahap sebelumnya yang hanya melibatkan beberapa pengurus saja, pada tahap ini melibatkan lebih banya pengurus untuk dilakukan penyempurnaan. Tahapan ini sudah dilakukan dengan baik dan lancar dan dikemas dalam bentuk Focus Group Discussion sehingga apa yang menjadi pemikiran dari seluruh peserta dapat ditampung dan dituangkan kedalam buku informasi yang akan di buat.

Tahap ketiga adalah tahap evaluasi yang dilakukan pada tahap ini adalah uji Publik terkait apa yang sudah di buat dengan cara memberikan pembaca secara luas untuk membaca sehingga nantinya masukan-masukan dari masyarakat juga akan dijadikan sebagai bahan masukan demi kesempurnaan informasi yang dibuat. Kegiatan ini belum sepenuhnya dilakukan karena mengingat waktu pelaksanaan kegiatan dan masyarakat juga memerlukan waktu untuk mencermati informasi yang telah dibuat. Diharapkan nantinya masyarakat memiliki antusiasme yang besar untuk ikut serta berpartisipasi dalam kegiatan ini.

Kegiatan pengabdian ini baru bisa membantu masyarakat untuk membuat informasi keagamaan berbahasa inggris yang akan digunakan untuk menarik kunjungan wisatawan. Diharapkan kedepannya kegiatan pengabdian atau komunikasi bisa dilakukan berkelanjutan untuk bisa memantau efektifitas dari tingkat kunjungan wisatawan secara spesifik pasca informasi upacara keagamaan berbahasa inggris di publikasikan.



SIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang telah disajikan diatas adapun yang dapat disimpulkan adalah pelaksanaan pengabdian pada masyarakat Penguatan Desa Wisata Pangsan Melalui Pembuatan Informasi Upacara Keagamaan Berbahasa Inggris Untuk Menguatkan Desa Wisata Pangsan sudah berjalan dengan baik, walaupun informasi yang berhasil dibuat belum maksimal namun sudah cukup digunakan sebagai daya tarik wisata, hal ini ditunjukan dari respon masyarakat akan apa yang telah berhasil disusun dan pihak pengelola sudah mampu mengembangkan beberapa informasi keagamaan dengan berbahasa inggris dan membuatnya menjadi menarik sehingga pembaca lebih tertarik untuk membacanya.

Adapun saran yang dapat disampaikan diharapkan nantinya pihak pengelola mampu untuk mengembangkan lebih lanjut tidak hanya informasi keagamaan yang menjadi daya tarik pariwisata yang ada disana dengan berbahasa inggris, namun bisa juga mengembangkan informasi-informasi lainnya diluar kegiatan keagamaan, seperti potensi-potensi alam dan lokasi-lokasi menarik yang bisa dijadikan sebagai daya tarik pariwisata Desa Pangsan.

DAFTAR RUJUKAN

- Berger, L, 1992, Hotel Crime: Are You as Safe as You Think?, Corporate Travel, November, 26-29,
- Bull, A, 1991, The Economics of Travel and Tourism, Melbourne: Pitnam,

- Cooper, C, Fletcher, J., Gilbert, D., dan Wanhill, S, 1993, *Tourism: Principle and Practice*, Harlow, UK: Longman,
- Cooper, D,R, & Schindler, P,S, (2008), *Business Research Methods*, Tenth Edition, New York: McGraw-Hill
- Gunn, C, A, 1994, *Tourism Planning: Basic Concepts Cases* (3rd ed), Washington, D,C,: Taylor and Francis,
- Jeffries, D,J., dan B, Heinemann, 2002, *Governments and Tourism*, *International Journal of Tourism Research*, Vol,4 (6), 487-488,
- Keller, P, 2000, *Destination Marketing Strategic area as Inquiry, Destination to Destination*, Venezia: Libreria Editrice Cafoscarini,
- Kodhyat, H, 1998, *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: Gramedia,
- Leiper, N, 1995, *Tourism Management*, Melbourne: RMIT Press,
- Marpaung, Happy, 2002, *Pengantar Pariwisata*, Bandung: Alfabeta,
- Murphy, P, E, 1983, *Tourism as a Community Industry*, *Tourism Management*, Vol,4, 180-193,
- Pendit, N, S 1999, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta: PT, Pradnya Paramita,
- Smith, C, and Jenner, P, 2001, *Health Tourism in Europe*, *EIU Travel and Tourism Analysis*, Vol, 1, 41-59,
- Soekadijo, 2000, *Anatomi Pariwisata*, Jakarta: Gramedia,
- Spiegel, K., Tabachnick, B,G, dan Pope, K, S, 1991, *Ethnics of Teaching: Beliefs and Behaviors of Psychologists*, *American Psychologist*, Vol,25, 738-747,
- Steiner, S, 2006, *Decentralisation in Uganda: Exploring the Constraints for Poverty Reduction*, GIGA Working Paper, No,31,
- Valene, L, Smith, 1992, *Introduction: The Quest in Guest*, *Annals of Tourism Research*, Vol,19 (1) 1-17,
- Yoeti, A, Oka, 1996, *Anatomi Pariwisata*, Bandung: Angkasa,
- _____, 2001, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Penerbit Angkasa,