

## Pelatihan *Product Presentation* dalam *Training of Trainers* Akademisi Pendamping Desa Wisata

<sup>1</sup>Rina Fitriana, <sup>2</sup>Wisnu Bawa Tarunajaya, <sup>3</sup>Andriani Eka Larasati

Politeknik Sahid<sup>1</sup>, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif<sup>2</sup>, Universitas Indonesia<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*The knowledge about the development of potential products in the tourism village is considered important for every tourism businesswoman/man because every tourism village in Indonesia has its own potential that if handled properly will be able to become a flagship product. Training of Trainers aims to enhance the understanding and knowledge of academicians who will be mentors in tourist village. This activity was held for 3 days at Santika Premium Dyandra Hotel and Covention Center, Medan City, North Sumatera and followed by 12 offline participants and 3 participants online.*

*The participant consists of academicians from various public and private universities in North Sumatera, West Sumatera, Riau, Riau Islands and Aceh. Training results in the form of increased understanding of participants proved by the result of questionnaire given after the training. 100% (15 participants) stated that this material is very useful for anyone who is involved in tourist villages, although 93% of them (14 participants) feel this material is already common (from further interviews, it is known that most of them have taught courses in marketing). A total of 80% of the participants (i.e. 12 people) stated that the materials provided can be implemented in the tourism village, while 20% (3 participants) believe that the implementation still has many challenges due to the limited soft capacity of the people. Although all participants are satisfied with the material provided, there are 60% (9 participants) who believes that the material will need to be adjusted when used to train the people in tourist village, where there is limited education that may cause this marketing material will not be easily understood by business owners in tourism village. Their input is to give some product examples to show which product presentation that is already good and which product still need to be repaired.*

### Keywords

*Tourist Village, Mentoring, Development of Potential Product, Product Presentation, Training of Trainers*

*BERDAYA : Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*  
Vol 2, No.2, Agustus 2020, pp.75 - 82  
eISSN 2721-6381

### Article History

Received 31 July 2020 / Accepted 1 Aug 2020 / First Published: 03 Aug 2020

### To cite this article

Fitriana, R., Tarunajaya, W., & Larasati, A. (2020). Pelatihan *Product Presentation* dalam *Training of Trainers* Akademisi Pendamping Desa Wisata. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 75 - 82

DOI: 10.36407/berdaya.v2i2.214



## ABSTRAK

Pengetahuan tentang pengembangan potensi produk di desa wisata dianggap penting bagi setiap pelaku usaha pariwisata karena setiap desa wisata di Indonesia memiliki potensi masing-masing yang apabila ditangani dengan baik dapat menjadi produk unggulan pariwisata yang khas. *Training of Trainers* kali ini bertujuan untuk menambah pemahaman dan pengetahuan Akademisi yang akan menjadi Pendamping Desa Wisata. Kegiatan ini diadakan selama 3 hari yaitu tanggal di Santika Premium Dyandra Hotel and Covention Center, Kota Medan, Sumatera Utara dan diikuti oleh 12 peserta secara offline dan 3 peserta secara online.

Peserta terdiri dari akademisi yang berasal dari berbagai perguruan tinggi negeri dan swasta di Provinsi Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Riau Kepulauan dan Aceh. Hasil pelatihan berupa meningkatnya pemahaman peserta yang dibuktikan dengan survey. Sebanyak 100% (15 peserta) menyatakan bahwa materi ini sangat berguna bagi siapapun yang berkecimpung di dalam desa wisata, walaupun 93% diantaranya (14 peserta) merasa materi ini adalah sesuatu yang sudah umum (dari wawancara lebih lanjut, diketahui bahwa sebagian besar dari mereka pernah mengajar mata kuliah pemasaran). Sebanyak 80% peserta (yakni 12 orang) menyatakan bahwa materi yang diberikan dapat diimplementasikan di desa wisata, sedangkan 20% (3 peserta) merasa penerapan *product presentation* yang baik masih memiliki banyak tantangan khususnya dengan kapasitas *soft capacity* penduduk yang masih terbatas. Walaupun semua peserta menyatakan puas dengan materi yang diberikan, namun terdapat 60% (9 peserta) diantaranya yang menyatakan bahwa materi yang ada perlu dikemas ulang saat memberikan pelatihan di desa wisata, dimana masih terdapat keterbatasan pendidikan yang menyebabkan materi pemasaran ini belum tentu akan dapat dipahami oleh pelaku usaha di desa wisata. Masukan dalam pelatihan ini adalah agar materi yang diberikan diikuti dengan contoh produk karena akan mempertegas *manaproduct presentation* yang sudah baik dan mana yang masih perlu diperbaiki.

**Kata Kunci** : Desa Wisata, Pendampingan, Pengembangan Potensi Produk, Presentation, *Training of Trainers*

## Profil Penulis

**Rina Fitriana**  
Politeknik Sahid

**Wisnu Bawa Tarunajaya**  
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi  
Kreatif

**Andriani Eka Larasati**  
Universitas Indonesia

Jl. Kemiri Raya No. 22 Pondok Cabe  
Udik, Tangerang Selatan, Banten

## ✉ Korespondensi:

Rina Fitriana  
email: rinafitriana@polteksahid.ac.id

Reviewing Editor  
Hendryadi, STIE Indonesia Jakarta

## PENDAHULUAN

Kehadiran desa wisataterbukti dapat mempercepat pembangunan di daerah dan meningkatkan pendapatan masyarakat ( Rajaratman et al., 2015; Chiu et al., 2016; Chang et al., 2016.) Hal ini pun sejalan dengan progam dan kebijakan pemerintah pusat untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di daerah (Andriyani, 2017; Mukti dkk, 2020). Untuk itu pemerintah melibatkan beberapa kementerian diantaranya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) serta Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan

Transmigrasi (Kemendes PDTT) telah mencanangkan untuk membuat 2000 desa wisata di seluruh Indonesia.

Dengan tujuan memenuhi hal ini, Kemenparekraf dan Kemendes PDTT menggandeng Perguruan Tinggi swasta dan negeri di seluruh Indonesia dalam sebuah program bertajuk, "Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan." Tahun 2020 merupakan tahun kedua dilakukannya kegiatan kerjasama tersebut, yang bertujuan untuk meningkatkan level masing-masing desa wisata dan memfasilitasi para akademisi dalam menjalankan dua diantara tri dharma perguruan tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat dan penelitian (Tarunajaya et al., 2020.) Tercatat, sebanyak 109 perguruan tinggi telah menandatangani perjanjian kerjasama dengan Kemenparekraf pada bulan Februari 2020 lalu. Program pendampingan ini terlebih dahulu diawali dengan kegiatan *Training of Trainers* yang diadakan di beberapa tempat bagi para akademisi yang akan terlibat di dalamnya.

Akademisi sebagai salah satu pihak dalam pentahelix pariwisata dinilai memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata, termasuk diantaranya di desa wisata (Aribowo, 2018; Yuningsih et al., 2019; Mukti et al., 2020) sehingga peran tersebut dianggap perlu didorong dan difasilitasi serta ditingkatkan demi tercapainya desa wisata yang mandiri dan mampu mensejahterakan masyarakatnya. Namun peran ini masih memiliki beberapa kendala, diantaranya adalah belum adanya standarisasi materi yang diberikan dalam pelatihan-pelatihan bagi masyarakat di desa wisata, dan keterbatasan dana dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dan penelitian. Melalui program ini, materi yang diberikan terhadap masyarakat desa wisata dapat distandarisasikan, dan kesulitan pendanaan bagi pengembangan desa wisata juga dapat diusahakan untuk diatasi melalui fasilitasi baik dengan pemerintah, diantaranya melalui pendanaan Kemendes, maupun sumber-sumber *CSR (Corporate Social Responsibility)* dari pihak-pihak swasta seperti Bank Indonesia, Indonesia Power dan lain sebagainya.

Terdapat beberapa materi yang dianggap perlu diberikan kepada akademisi yang nantinya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan diteruskan kepada pengelola dan masyarakat yang berada di desa wisata, dan diantara materi tersebut adalah *product presentation*. Materi ini merupakan salah satu sub materi dalam Pengembangan Potensi Produk Wisata yang terdiri dari *Exploring, Packaging and Presentation*. Rangkaian materi ini dianggap penting dipahami karena masing-masing destinasi wisata di Indonesia memiliki potensi sumber daya lokal, baik dalam hal budaya, kesenian, maupun produk bahan makanan dan kerajinan, yang apabila ditangani dengan kesungguhan masyarakat di desa wisata maka akan mampu menjadi sebuah produk unggulan dari desa wisata tersebut.

## **MATERI DAN METODE**

Materi yang diberikan dalam kegiatan kali ini adalah seputar *Product Presentation* diantaranya adalah aspek-aspek dalam *Presentation Mix* yang meliputi *Physical Plan* (bagaimana rancangan fisik menyesuaikan kebutuhan wisatawan), *Atmosphere* (merancang suasana agar sesuai dengan emosi dan persepsi wisatawan), *Price* (bagaimana memberi harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan), *Customer* (memahami segmentasi konsumen yang hendak disasar), *Employee* (bagaimana kapasitas pegawai dalam memberikan keyakinan pada konsumen) dan *Location* (bagaimana aksesibilitas akan berpengaruh pada penjualan suatu produk), serta bagaimana perpaduan dari semua aspek tersebut dapat mempengaruhi presentasi produk dan kepuasan pemakai terhadap produk pariwisata tersebut. Secara khusus, penulis memberikan contoh-contoh produk wisata, baik yang berbentuk produk barang maupun produk jasa, kepada para peserta. Selain itu peserta juga diajak untuk mengenali apa saja *hard capacity* dan *soft capacity* yang

dibutuhkan masyarakat di desa wisata agar dapat memberikan suatu presentasi produk yang membawa kepuasan pada konsumen.

Kegiatan *Training of Trainers* ini diadakan di Ballroom Santika Premium Dyandra Hotel and Covention Center, Kota Medan, pada tanggal 14-16 Juli 2020. Ballroom yang berkapasitas lebih dari 50 orang tersebut diisi tidak lebih dari 25 orang dengan pengaturan suhu yang disesuaikan dan penyemprotan desinfektan secara rutin di saat isihoma. Hal ini dilakukan agar kegiatan berjalan sesuai dengan protokol kesehatan yang diterapkan semenjak adanya virus Covid-19. Sebagai bagian dari protokol kesehatan untuk mencegah penularan virus tersebut dan menjamin keamanan serta kesehatan semua individu yang terlibat di dalam kegiatan yang diselenggarakan selama 3 hari 2 malam ini, maka telah terlebih dahulu dilakukan rapid test terhadap peserta, panitia, dan *Master Trainer* sebelum kegiatan dimulai.

Peserta dalam *Training of Trainers* ini merupakan perwakilan perguruan tinggi yang ada di wilayah Provinsi Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Riau Kepulauan, dan Aceh. Setiap perguruan tinggi mengirimkan 2 akademisi perwakilannya sebagai peserta, yang nantinya bertugas untuk menjadi *trainer* bagi pelatihan desa wisata di kampusnya maupun pelatihan di desa wisata binaannya. Adapun pemberian materi *product presentation* ini dilakukan dengan memakai beberapa metode di bawah ini:

1. Metode Presentasi, merupakan sesi paparan penulis di hadapan akademisi yang menjadi peserta *Training of Trainers*. Paparan ini memuat mengenai bagaimana sebuah produk wisata, baik yang berupa barang dan jasa, sebaiknya dipresentasikan, apa saja aspek yang menentukan presentasi yang baik, dan sebagainya disertai dengan contoh-contohnya di dalam desa wisata. Metode ini berlangsung selama 75 menit pertama dari 120 menit yang disediakan untuk materi *product presentation* ini.
2. Metode Tutorial, adalah saat penulis mengajak para peserta *Training of Trainers* untuk bersama-sama menonton beberapa video yang memuat bagaimana *product presentation* dilakukan. Hal ini perlu untuk memberikan peserta gambaran lebih baik lagi tentang praktek *product presentation* pada destinasi wisata khususnya yang terdapat di desa wisata.
3. Metode Tanya Jawab, merupakan saat penulis dan peserta pelatihan berdiskusi mengenai permasalahan-permasalahan terkait *product presentation* yang pernah peserta temukan di desa wisata. Hal ini dimungkinkan karena sebagai akademisi, semua peserta sudah pernah merasakan turun ke lapangan (desa wisata) melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan menemukan masalah terkait hal tersebut.
4. Metode Diskusi Kelompok, sesi ini diadakan pada malam hari untuk memperdalam dan mengembangkan materi serta implementasi *product presentation* di desa wisata. Adapun kegiatan ini dilakukan selama 90 menit.
5. Metode Evaluasi: yaitu tahapan terakhir yang dilakukan dalam kegiatan ini yang bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan tanggapan dari para peserta, serta berguna untuk menampung saran dan masukan bagi pelatihan-pelatihan serupa yang diadakan di masa yang akan datang. Pada tahapan ini, peserta mengisi kuesioner yang telah disediakan secara anonim agar mereka merasa lebih leluasa dalam mengemukakan pemikirannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *Training of Trainers* Akademisi Pendamping Desa Wisata ini terbagi dalam 3 tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Rangkaian kegiatan yang dilakukan selama 5 hari, yang mana hari pertama adalah persiapan dan koordinasi, hari kedua sampai dengan hari keempat adalah pelaksanaan yang di dalamnya dilakukan pelatihan materi *product presentation* pada hari kedua, dan hari kelima yang merupakan hari terakhir dipergunakan untuk melakukan

evaluasi kegiatan dan seluruh materi yang diberikan, termasuk di dalamnya materi *product presentation*.



Gambar 1. Pemaparan materi **Product Presentation**

Sumber: dokumentasi pribadi

Pada tahap persiapan dan koordinasi, penulis mempersiapkan video dan kuesioner yang akan diberikan pada peserta. Adapun materi pelatihan sudah dirumuskan bersama tim *Master Trainers* sejak beberapa bulan sebelumnya sehingga materi presentasi termasuk *power point* yang akan digunakan sudah terstandar dengan baik. Di hari pelaksanaan, sebelum memulai kegiatan, dilakukan rapid test Corona 19 dan pengukuran suhu tubuh dan tekanan darah sebagai bagian dari protokol kesehatan yang harus dipatuhi oleh seluruh individu yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Pemberian materi *product presentation* seluruhnya dilakukan selama 120 menit pada siang hari itu. Ditambah, pada malam harinya peserta juga dibagi ke dalam kelompok yang terdiri atas 3 orang dan diberi kesempatan untuk mengadakan diskusi kelompok mengenai penerapan dan tantangan *product presentation* di desa wisata, dan aktivitas ini dilakukan selama 90 menit.



Gambar 2. Foto Brsama antara Master Trainers, Peserta dan Panitia

Sumber: dokumentasi pribadi

Selama paparan materi, terlihat bahwa sebagian peserta sudah pernah mendengar dan memahami apa yang dimaksud *product presentation*. Setelah dilakukan wawancara lebih jauh, ternyata sebagian dari peserta adalah dosen yang pernah atau sedang mengampu kuliah pemasaran di kampusnya masing-masing. Hal ini kemudian membuat diskusi yang terjadi bisa lebih hidup karena masing-masing peserta memiliki pemikiran dan pengalaman yang dapat dibagi dengan yang lain, serta permasalahan yang bisa sama-sama dicarikan solusinya. Diantara pokok bahasan yang menjadi sorotan pada diskusi tersebut adalah mengenai kapasitas

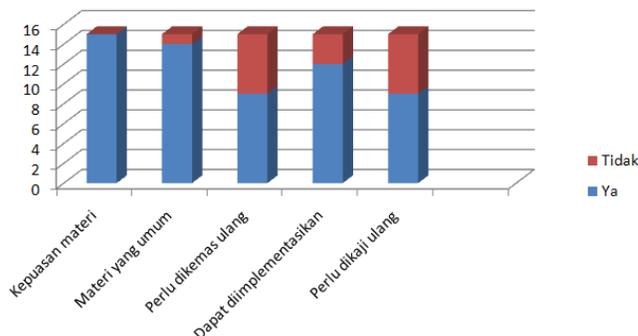
masyarakat, baik *hard capacity* maupun *soft capacity*, dalam mempresentasikan produk sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap wisatawan yang datang.

Setelah paparan materi dan diskusi dilakukan, untuk mengukur tanggapan peserta dan mendapat masukan atas materi yang diberikan, peserta diminta mengisi kuesioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Menurut Saudara, apakah materi *product presentation* yang diberikan dalam pelatihan ini mudah dipahami dan berguna bagi pelaku usaha di desa wisata? Beri tanggapan.
2. Menurut Saudara, dapatkan materi diimplementasikan di desa wisata yang Saudara bina? Jelaskan.
3. Saran dan masukan Saudara mengenai materi *product presentation* agar kami bisa meningkatkan mutu pelatihan di masa mendatang.

Dari ketiga pertanyaan tersebut di atas, penulis memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Sebanyak 100% (15 peserta) menyatakan bahwa materi ini sangat berguna bagi siapapun yang berkecimpung di dalam desa wisata, walaupun 93% diantaranya (14 peserta) merasa materi ini adalah sesuatu yang sudah umum (dari wawancara lebih lanjut, diketahui bahwa sebagian besar dari peserta pernah mengajar mata kuliah pemasaran). Walaupun semua peserta menyatakan puas dengan materi yang diberikan, namun terdapat 60% (9 peserta) diantaranya yang menyatakan bahwa materi yang ada perlu dikemas ulang saat memberikan pelatihan di desa wisata, dimana masih terdapat keterbatasan pendidikan yang menyebabkan materi pemasaran ini belum tentu akan dapat dipahami oleh pelaku usaha di desa wisata.
2. Sebanyak 80% peserta (yakni 12 orang) menyatakan bahwa materi yang diberikan dapat diimplementasikan di desa wisata, sedangkan 20% (3 peserta) sisanya merasa untuk mencapai penerapan *product presentation* yang baik masih memiliki banyak tantangan khususnya dengan kapasitas *soft capacity* penduduk yang masih terbatas.
3. Walaupun semua peserta (100% peserta) menyatakan puas dengan materi yang diberikan, namun terdapat 60% (9 peserta) diantaranya yang menyatakan bahwa materi yang ada perlu dikaji ulang saat memberikan pelatihan di desa wisata, dimana masih terdapat keterbatasan pendidikan yang menyebabkan materi pemasaran ini belum tentu akan dapat diterima oleh pelaku usaha di desa wisata. Masukan dalam pelatihan ini adalah agar materi yang diberikan diikuti dengan contoh produk karena akan mempertegas mana *product presentation* yang sudah baik dan mana yang masih perlu diperbaiki.



Gambar 3. Respon peserta  
Sumber: data lapangan, diolah

## KESIMPULAN

Pengetahuan mengenai *Product presentation* dibutuhkan oleh semua individu yang berkecimpung di desa wisata, terlebih oleh akademisi yang menurut tri dharma perguruan tinggi memiliki kewajiban untuk terjun ke masyarakat guna memberikan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk berbagi ilmu dan pengetahuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pelatihan ini akan menjamin bahwa ada kesepahaman dan standarisasi dalam materi yang diberikan di semua desa wisata di Indonesia. Hal ini penting mengingat setiap desa wisata memiliki potensi produk yang kaya dan diharapkan akan memiliki produk unggulan yang bisa menjadi ciri khas desanya masing-masing. Adapun satu hal yang dianggap sebagai tantangan adalah kapasitas masyarakat yang dinilai masih harus ditingkatkan, dan hal ini sebenarnya bisa diatasi dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang intensif dari akademisi dan pemerintah. Untuk itu ke depan, masih perlu diadakan pelatihan-pelatihan pemasaran serupa sebagai *upgrading knowledge* dan *experience sharing* bagi akademisi yang akan terjun ke desa wisata.

## REFERENSI

- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Aribowo, H., Wirapraja, A., & Putra, Y. D. (2018). Implementasi Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Pariwisata Di Jawa Timur Serta Meningkatkan Perekonomian Domestik. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.33005/mebis.v3i1.21>
- Budastra, I. K. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 Dan Program Potensial Untuk Penanganannya : Studi Kasus Di Kabupaten Lombok Barat Socio-Economic Impacts of Covid-19 and Potential Programs for Mitigation: a Case Study in Lombok Barat District. *Jurnal Agrimansion*, 20(1), 48–57.
- Chang, F. H., & Tsai, C. Y. (2016). Influences of the cultural implications and tourism attractiveness of festival tourism on tourist loyalty. *Journal of Business and Management Studies*, 2(1), 1–10.
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223–234. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Desa Wisata Institute. (2020). *Survey Desa Wisata Institute. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Desa/Kampung Wisata di Indonesia*. <https://desawisatainstitute.com/riset>
- Hakim, L. (2020). COVID-19 and the Moment to Evaluate Tourism Euphoria , Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 8(2), 119–123. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2020.008.02.09>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak covid-19 terhadap perekonomian indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 2(1), 146–153.
- Mukti, A. B., Rosyid, A. N., & Asmoro, E. I. (2020). Model pentahelix dalam sinergi pariwisata di indonesia untuk pemberdayaan perekonomian lokal: studi literatur. *Journal Hospitality*, 9(1), 1–7.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *JlHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20(April), 2–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Rajaratnam, S. D., Nair, V., Sharif, S. P., & Munikrishnan, U. T. (2015). Destination quality and tourists' behavioural intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 463–472. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2015-0026>
- Tarunajaya, W. B. (2020). *Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan (Kerjasama Kemenparekraf, Kemendes PDDT dan Perguruan Tinggi)*. Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 84. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p84-93>

## FUNDING

Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah *Training of Trainers* Akademisi pada Program Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan yang sepenuhnya didanai oleh Direktorat Sumber Daya Manusia Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, tahun anggaran 2020.

## COMPETING INTERESTS

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.

## PROFIL PENULIS



Rina Fitriana, kelahiran Serang, 13 Juli 1983. Saat ini Penulis mengabdikan sebagai dosen tetap dan staf Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Sahid, Jakarta. Penulis menyelesaikan S1 Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Panca Sakti Bekasi dan S2 Magister Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia di Universitas Mercu Buana Jakarta. Saat ini Penulis juga merupakan sekretaris media Infodesaku online dan cetak, serta anggota tim Master Trainer Desa Wisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Penulis telah menghasilkan karya ilmiah dalam bidang Pemasaran Pariwisata, SDM Pariwisata, Studi Gender, Sosial Budaya, dan Kemasyarakatan. Penulis dapat dihubungi di email [rinafitriana@polteksahid.ac.id](mailto:rinafitriana@polteksahid.ac.id)



Wisnu Bawa Tarunajaya, lahir pada tanggal 1 September 1962. Saat ini menjabat sebagai Direktur Pengembangan SDM Pariwisata Kemenparekraf. Penulis juga merupakan trainer dalam bidang pariwisata, pelayanan prima, hospitality, dan pengembangan SDM pariwisata. Penulis aktif sebagai dosen di Poltekpar Bali dan berpengalaman mengajar dalam bidang pemasaran, kewirausahaan dan hospitality manajemen.



Andriani Eka Larasati, lahir pada tanggal 1 Januari 1998 dan sedang menempuh S1 Ilmu Perpustakaan dan Informasi di Universitas Indonesia. Penulis memiliki pengalaman sebagai *presenter* dan moderator di *International University Symposium on Humanities and Arts 2019*. Penulis dapat dihubungi di email [andriani.eka@ui.ac.id](mailto:andriani.eka@ui.ac.id)