



## Implementasi *Global Think Local Act* Pada Wisata Kesehatan Tradisional *Bali Husada* Melalui Pemanfaatan *Online Social Media*

<sup>1</sup>I Komang Putra, <sup>2</sup>I Made Aditya Pramatha, <sup>3</sup>Ni Nyoman Rusmiati

<sup>1,2,3</sup> Faculty of Economic and Business, Warmadewa University, Jl. Terompong, No. 24, Desa Tanjung Bungak, Denpasar, Bali, Indonesia. Postal code: 80239

\*Corresponding Author e-mail: [komangputra@warmadewa.ac.id](mailto:komangputra@warmadewa.ac.id)

Received: Agustus 2024; Revised: September 2024; Published: September 2024

**Abstrak:** Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dengan mitra *Tanah Hyang Healing Centre* bertujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi khususnya kurangnya akses promosi melalui media online dan prasarana pendukung sebagai implementasi konsep "*Global Think Local Act*." Program ini berfokus pada menguraikan masalah yang dihadapi *Tanah Hyang Healing Centre* dengan memanfaatkan media sosial online. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi berbasis partisipatif peserta. Metode ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam setiap tahap, mulai dari pemetaan masalah hingga implementasi. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra aktif yang ikut dalam diskusi dan pemberian umpan balik. Setelah pelaksanaan program pengabdian, terjadi peningkatan dalam pemahaman pemanfaatan sosial media, yang diukur melalui hasil *post-test*. Rata-rata skor hasil *post-test* untuk tingkat pemahaman mitra *Tanah Hyang Healing Centre* tentang penggunaan media sosial untuk promosi adalah 3,64 yang berarti bahwa setelah adanya sosialisasi dan pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, pengelola dan staf *Tanah Hyang Healing Centre* telah memahami cara memanfaatkan media sosial untuk promosi. Hal ini menunjukkan efektivitas sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman anggota tim, yang sebelumnya terbatas. Hasil dari kegiatan PKM ini menunjukkan peningkatan kapasitas peserta sosialisasi dalam mengelola sosial media untuk usaha yang dimiliki. *Tanah Hyang Healing Centre* diharapkan dapat memiliki posisi yang lebih kuat sebagai destinasi wisata kesehatan yang unggul, dengan model pemberdayaan yang dapat direplikasi di berbagai tempat lain.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Masyarakat, Bali Husada, Pemasaran Digital, Wisata Kesehatan

## Implementation of *Global Think Local Act* in *Bali Husada* Traditional Health Tourism Through the Utilization of *Online Social Media*

**Abstract:** *Community Partnership Empowerment with partner Tanah Hyang Healing Center aims to overcome the problems faced, especially the lack of access to promotion through online media and supporting infrastructure as an implementation of the concept of "Global Think Local Act." This program focuses on outlining the problems faced by Tanah Hyang Healing Centre by utilizing online social media. The method used in this activity is participatory participant-based socialization. This method involves the community directly in every stage, from problem mapping to implementation. The community not only acts as recipients of information, but also as active partners who participate in discussions and provide feedback. After the implementation of the service program, there was an increase in the understanding of the use of social media, as measured by the post-test results. The average score of the post-test results for the level of understanding of Tanah Hyang Healing Centre partners about the use of social media for promotion is 3.64, which means that after socialization and assistance from the community service team, managers and staff of Tanah Hyang Healing Centre have understood how to use social media for promotion. This shows the effectiveness of socialization in increasing the understanding of team members, which was previously limited. The results of this PKM activity show an increase in the capacity of socialization participants in managing social media for their businesses. Tanah Hyang Healing Center is expected to have a stronger position as a superior health tourism destination, with an empowerment model that can be replicated in various other places.*

**Keywords:** *Community Empowerment, Bali Husada, Digital Marketing, Health Tourism*

**How to Cite:** Putra, I. K., Pramatha, I. M. A., & Rusmiati, N. N. (2024). Implementasi *Global Think Local Act* Pada Wisata Kesehatan Tradisional *Bali Husada* Melalui Pemanfaatan *Online Social Media*. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 629–637. <https://doi.org/10.36312/linov.v9i3.2115>



## PENDAHULUAN

Wisata kesehatan tradisional *Bali Husada* merupakan bagian tak terpisahkan dari warisan budaya dan spiritual Pulau Bali, yang memadukan praktik pengobatan tradisional dengan nilai Budaya Hindu Bali (Ni Made Sinarsari & I Gede Sutana, 2023). *Bali Husada* mencakup berbagai metode penyembuhan, termasuk pijat tradisional, penggunaan ramuan herbal, yoga, dan meditasi, dengan mengacu pada pengalaman dan keterampilan yang diajarkan turun temurun dengan untuk mencapai keseimbangan antara tubuh, pikiran, dan jiwa (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan). Pengobatan bali husada yang berkembang hingga saat ini mengacu pada tradisi, pengalaman, keterampilan turun-temurun masyarakat Bali (Peraturan Gubernur Bali Nomor 55 Tahun 2019 Tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional Bali).

Seiring perkembangan zaman, *Bali Husada* menjadi daya bagi masyarakat dan wisatawan yang mencari pengalaman penyembuhan holistik, tidak hanya dari Indonesia tetapi juga dari seluruh dunia. Namun, meskipun potensinya yang besar, pengelolaan pengobatan tradisional Bali Husada, terutama di *Tanah Hyang Healing Centre*, masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur dan minimnya penerapan teknologi informasi dalam rangka pengenalan dan pengembangan destinasi wisata kesehatan tradisional bali. Seiring waktu, perkembangan bali husada telah menjadi daya tarik utama pariwisata Pulau Bali, menarik minat wisatawan dari seluruh dunia yang mencari pengalaman alternatif penyembuhan dan kesehatan (Budiasih, 2019).

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi pelaku kesehatan tradisional *Bali Husada* khususnya yang dihadapi oleh *Tanah Hyang Healing Centre* yang berlokasi di Desa Bindu, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali adalah rendahnya tingkat pemahaman dan pemanfaatan sosial media online untuk mempromosikan layanan kesehatan tradisional yang ditawarkan sehingga berdampak pada belum optimalnya pengenalan lokasi pengobatan *Bali Husada Tanah Hyang Healing Centre* di pasar global. Tidak hanya itu, masalah lain juga dihadapi yaitu kurang memadainya infrastruktur pendukung khususnya penerangan jalan menuju lokasi *Tanah Hyang Healing Centre*. Peningkatan pemanfaatan media sosial online dan pengembangan infrastruktur merupakan cara yang efektif dalam upaya untuk meningkatkan pengenalan sebuah produk kepada khalayak luas (Luckyardi & Apriliani, 2022).

Tantangan terhadap batasan promosi yang dihadapi *Tanah Hyang Healing Centre* memerlukan solusi inovatif dan tepat guna. Penggunaan platform media sosial yang digunakan secara global untuk mempromosikan layanan lokal merupakan salah satu pendekatan global think local act yang digunakan dalam program PKM adalah pengembangan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial serta perbaikan infrastruktur pendukung. Pendekatan ini merupakan solusi yang cukup baik untuk mengatasi gap antara potensi besar Bali Husada dan kendala yang dihadapi saat ini. Implementasi teknologi digital dan perbaikan infrastruktur diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik *Tanah Hyang Healing Centre*, sehingga dapat bersaing dengan destinasi wisata kesehatan lainnya di dunia. (Meliala et al., 2019) dan (Sopannah & Rusyad, 2023) juga menyoroti pentingnya pemasaran digital dalam mencapai pasar yang lebih luas.

Sosialisasi pengabdian semacam ini bukanlah hal yang baru, namun pelaksanaan yang dilakukan dengan mitra pengobatan tradisional Bali Husada merupakan hal baru dan penuh tantangan. Pelaku Bali Husada umumnya merupakan masyarakat desa yang sudah berumur dan tidak terlalu melek teknologi. Mengupayakan langkah pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi pada praktik pengobatan Bali Husada merupakan langkah awal mengenalkan keragaman kebudayaan Bali khususnya pada bidang kesehatan.

Tujuan dan ruang lingkup dari kegiatan pengabdian ini adalah memberdayakan komunitas masyarakat di Desa Bindu melalui optimalisasi potensi lokal yang dikolaborasikan dengan pemanfaatan sosial media. Secara khusus, program ini bertujuan untuk memberdayakan dan mempromosikan *Tanah Hyang Healing Centre* sebagai destinasi wisata kesehatan unggulan (Gambar 1). Kontribusi dari kegiatan ini diharapkan tidak hanya memperkuat posisi *Tanah Hyang Healing Centre* dalam industri pariwisata kesehatan, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan dengan meningkatkan aksesibilitas teknologi dan memperbaiki infrastruktur di masyarakat lokal, serta memberikan model pemberdayaan masyarakat yang dapat direplikasi di berbagai.

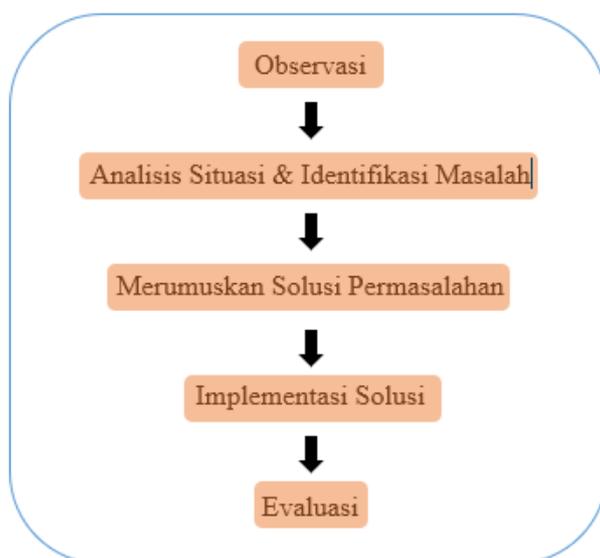


**Gambar 1.** Bersama Pengelola, Tim Warmadewa, dan Perwakilan Komunitas Masyarakat (Sumber: Dokumentasi Kegiatan)

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah sosialisasi berbasis partisipatif aktif peserta. Metode ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam setiap tahap, mulai dari pemetaan masalah hingga implementasi. Dalam metode ini, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra aktif yang ikut dalam diskusi dan pemberian umpan balik. Kegiatan sosialisasi dilakukan secara interaktif melalui diskusi dan simulasi yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman bagi peserta. Dengan pendekatan ini, masyarakat merasa lebih terlibat, serta memiliki rasa tanggung jawab terhadap hasil kegiatan yang diimplementasikan. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan keberhasilan pelatihan, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh (Wright & Annes, 2016) Kegiatan PKM dimulai dengan observasi dan pemetaan

untuk memahami kondisi di sekitar Tanah Hyang Healing Centre. Setelah itu, tim pengabdian melakukan analisis situasi untuk mengidentifikasi masalah yang menghambat perkembangan pusat kesehatan *Tanah Hyang Healing Centre*. Berdasarkan temuan, solusi dirumuskan dengan fokus pada peningkatan pemanfaatan sosial media dan perbaikan infrastruktur. Pemasaran digital melalui media sosial dipilih mengingat dampaknya yang efektif dalam menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan (Luckyardi & Apriliani, 2022). Adapun alur kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Alur Pelaksanaan Program PKM

Sasaran dalam program ini adalah komunitas masyarakat di Desa Bindu, Kecamatan Abiansemal dan pengelola *Tanah Hyang Healing Centre*. Mitra tersebut dipilih dikarenakan komunitas tersebut merupakan masyarakat sekitar yang juga memiliki usaha yang bergantung pula pada pariwisata desa setempat. Peserta yang diharapkan mengikuti tidak dibatasi, hanya saja pada saat pelaksanaan hanya sejumlah 12 orang yang hadir dan berasal dari komunitas masyarakat di Desa Bindu dan dan pengelola *Tanah Hyang Healing Centre*. Dalam kegiatan PKM peran mitra, terutama Tanah Hyang Healing Centre, sangat penting dalam menyediakan fasilitas dan sumber daya lokal.

Selain itu, tim pengabdian dari Universitas Warmadewa juga terlibat dalam memberikan dukungan akademik dan teknis, dengan kontribusi utama berupa tenaga sosialisasi, Sinergi antara tim pengabdian dan mitra menjadi kunci keberhasilan. Ilmu pengetahuan yang ditransfer kepada komunitas masyarakat fokus pada literasi digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial. Pelatihan literasi penggunaan sosial media meliputi penggunaan perangkat digital dasar, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Metode ini dirancang untuk meningkatkan visibilitas *Tanah Hyang Healing Centre*, untuk memperkenalkan wisata Kesehatan di tingkat internasional.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan informasi adalah observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh mitra PKM, wawancara dilakukan langsung dengan berdiskusi bersama pengelola Tanah Hyang Healing Centre dan beberapa komunitas masyarakat. Selain itu wawancara juga digunakan untuk mengukur pemahaman peserta sebelum

pelaksanaan kegiatan. Sedangkan observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran lebih mendalam mengenai implementasi program yang dapat diterapkan Informasi yang terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk menilai keberhasilan program. Analisis ini memberikan wawasan tentang pencapaian tujuan pengabdian dan kontribusinya terhadap pengembangan *Tanah Hyang Healing Centre* dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Mitra pengabdian ini terdiri dari 12 orang anggota komunitas masyarakat dan tim operasional *Tanah Hyang Healing Centre*. Pemahaman mitra tentang pemasaran digital diukur dengan enam indikator yaitu: inovasi pengembangan produk untuk usaha, memiliki nama usaha, menggunakan Instagram, menggunakan Facebook, mendaftarkan lokasi usaha di Google Map, dan menggunakan WhatsApp Business. Analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra tentang pemasaran digital adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Kriteria dan Skor Penilaian

Kriteria Penilaian	Skor Penilaian
Tidak Paham	1
Kurang Paham	2
Paham	3
Sangat Paham	4

Metode ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan, sehingga komunitas masyarakat tersebut dapat memasarkan produk tersebut secara efektif melalui platform digital. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pengelola *Tanah Hyang Healing Centre* saja, tetapi juga untuk menciptakan keberlanjutan ekonomi di Desa Bindu, Kecamatan Abianseman - Badung.

## HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan program pengabdian di *Tanah Hyang Healing Centre* menghasilkan peningkatan pemahaman dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi destinasi wisata kesehatan tradisional. Sebelum pelaksanaan kegiatan, pemahaman yang dimiliki dalam penggunaan media sosial oleh pengelola dan komunitas masyarakat setempat sangat terbatas. Setelah pelaksanaan program pengabdian, terjadi peningkatan dalam pemahaman sosial media, yang diukur melalui post test mengenai peningkatan pemahaman yang dimiliki dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi destinasi wisata kesehatan tradisional. Peningkatan ini dapat dijelaskan dengan menggunakan metode sosialisasi yang interaktif dan partisipatif, di mana peserta tidak hanya diajarkan teori tetapi juga langsung diarahkan untuk mempraktikkan apa yang mereka pelajari.

Secara teoritis, peningkatan kemampuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan pentingnya literasi digital dalam dunia bisnis. Studi oleh (Laradi et al., 2023) menunjukkan bahwa adopsi media sosial sebagai alat pemasaran dapat meningkatkan visibilitas usaha kecil dan menengah, serta memperluas jangkauan pasar mereka. Hasil dari pengabdian ini mengonfirmasi temuan tersebut, di mana penggunaan media sosial secara strategis di *Tanah Hyang Healing Centre* telah meningkatkan jumlah kunjungan dan minat terhadap layanan yang mereka tawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi media sosial dapat memberikan

dampak signifikan pada pengembangan ekonomi lokal. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya di bidang pariwisata dan pemasaran digital. Sebagai contoh, penelitian oleh (Choedon & Lee, 2020) menemukan bahwa penggunaan media sosial dalam promosi destinasi wisata dapat meningkatkan awareness dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan (Gambar 3).



**Gambar 3.** Pelaksanaan Kegiatan PKM (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kesamaan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran melalui media sosial merupakan pendekatan yang efektif dalam berbagai konteks, termasuk di komunitas pedesaan dengan keterbatasan infrastruktur. Selain itu hasil dari pelaksanaan juga menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam peran sosial media dalam promosi wisata kesehatan, pemanfaatan platform digital seperti facebook dan tiktok dapat membantu dalam mempromosikan *Tanah Hyang Healing Centre*. Namun, terdapat kemungkinan masalah yang terjadi dalam penerapan yang harus diperhatikan. Dalam proses pelaksanaan pengabdian ini, baik komunitas masyarakat dan pengelola *Tanah Hyang Healing Centre* yang sudah berumur akan terkendala akses teknologi dan penggunaan layanan media sosial yang digunakan.

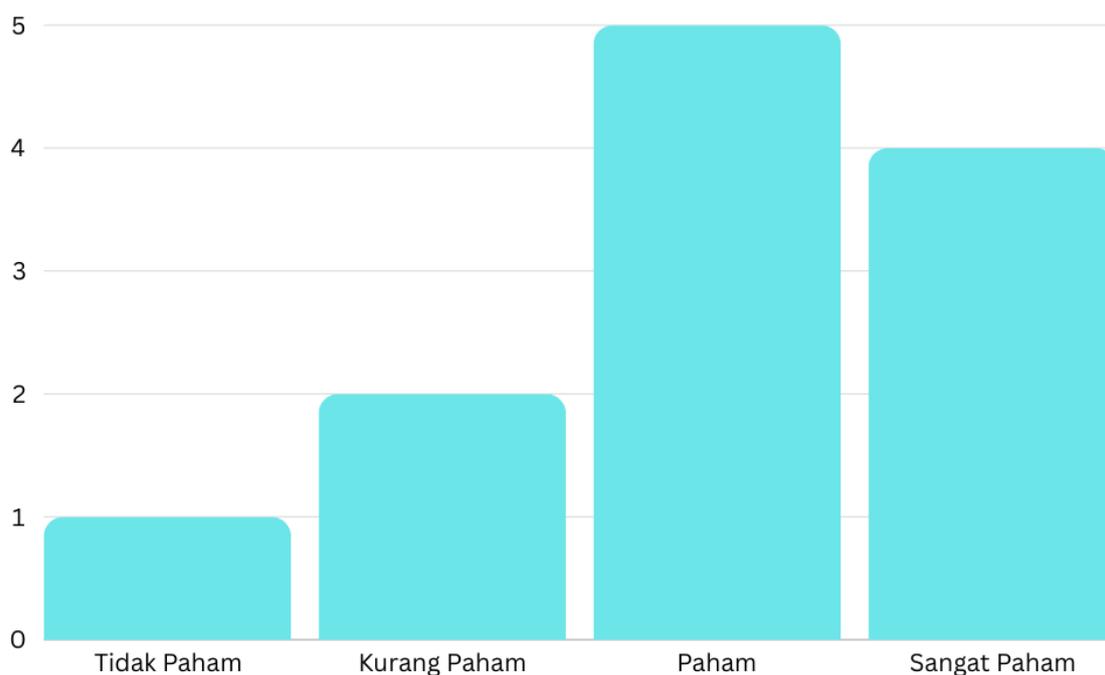
Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi dengan media digital dan pendekatan kolaborasi antar generasi sangat penting dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif dalam promosi menggunakan sosial media. Perkembangan pemahaman ini dapat dianggap sebagai pencapaian dalam program pemberdayaan berbasis teknologi, yang dapat direplikasi di tempat lain. Pengalaman ini menunjukkan pentingnya pendidikan dan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal, serta dukungan berkelanjutan untuk memastikan bahwa masyarakat dapat terus memanfaatkan teknologi yang telah diperkenalkan.

Sopannah & Rusyad, (2023) membahas optimasi manajemen usaha kecil melalui pelatihan kolaboratif dan edukasi dalam aplikasi bisnis. Pemahaman dan penerapan konsep pemasaran digital dapat menghasilkan peningkatan jangkauan pasar, penguatan branding, peningkatan penjualan, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Model ini dapat menjadi contoh bagi program serupa di wilayah pedesaan lainnya. Hasil temuan yang diperoleh cenderung sama dengan hasil pengabdian yang dilaksanakan di *Tanah Hyang Healing Centre*, yaitu diperlukan

pelatihan dan kolaborasi pengelolaan dalam pemanfaatan pemasaran menggunakan sosial media untuk mencapai jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan. Keterbatasan jaringan internet di Desa Bindu, cukup menghambat kelancaran pelaksanaan program sosialisasi dan pelatihan media sosial. Keterbatasan jaringan internet ini mempengaruhi efektivitas penggunaan media sosial sebagai alat promosi, karena tidak semua peserta dapat mengakses internet dengan stabil untuk menggunakan aplikasi sosial media yang akan digunakan. Selain itu, tantangan terhadap penggunaan teknologi baru juga menjadi kendala, terutama di kalangan masyarakat yang lebih tua yang kurang terbiasa dengan teknologi digital. Usia merupakan tantangan bagi seseorang yang menggunakan media sosial dalam promosi, mengingat kemampuan mempelajari fitur aplikasi menjadi tantangan tersendiri. Untuk mengatasi tantangan tersebut sebaiknya dalam pelaksanaan mengenai sosialisasi media sosial lebih lanjut sebaiknya mengkolaborasi dari berbagai generasi, khususnya juga melibatkan generasi muda karena umumnya generasi muda merupakan generasi yang lebih paham dengan teknologi khususnya media sosial.

Penilaian terhadap tingkat pemahaman mitra, yaitu komunitas Masyarakat setempat dan pengelola *Tanah Hyang Healing Centre*, mengenai penggunaan media sosial untuk promosi dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Penilaian tingkat pemahaman mitra *Tanah Hyang Healing Centre* tentang penggunaan media sosial untuk promosi (Sumber: Hasil Kegiatan PKM)

#### **Rata-rata Skor tingkat pemahaman mitra dalam menggunakan media sosial untuk promosi**

Rata-rata skor untuk tingkat pemahaman mitra dalam menggunakan media sosial untuk promosi adalah 3.64, yang menunjukkan bahwa setelah adanya sosialisasi dan pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, pengelola dan staf

*Tanah Hyang Healing Centre* telah memahami cara memanfaatkan media sosial untuk promosi. Hal ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan keterampilan digital anggota tim, yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam menggunakan platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik *Tanah Hyang Healing Centre*.

Hasil dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan efektif dalam meningkatkan keterampilan digital pengelola dan staf *Tanah Hyang Healing Centre*. Peningkatan pemahaman ini berdampak langsung pada kemampuan mereka untuk mempromosikan Tanah Hyang melalui platform media sosial, yang sebelumnya kurang dimanfaatkan secara optimal. Hasil ini sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya Rahmawati & Rahmaniah, (2020) yang menekankan pentingnya transfer pengetahuan praktis dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital di komunitas pedesaan. Peningkatan pemahaman dalam penggunaan media sosial memungkinkan *Tanah Hyang Healing Centre* untuk memanfaatkan platform digital secara efektif, mendukung peningkatan kunjungan dan penguatan branding pusat penyembuhan ini. Ini sesuai dengan temuan (Meliala et al., 2019; Sopanah & Rusyad, 2023) yang menyoroti pentingnya pemasaran digital dalam mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha kecil di industri pariwisata.

## KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di *Tanah Hyang Healing Centre* berhasil mencapai target utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi. Melalui sosialisasi yang diberikan, para peserta mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas konten yang dihasilkan, serta memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan Facebook secara lebih efektif. Hal ini berdampak positif pada peningkatan visibilitas *Tanah Hyang Healing Centre* di pasar wisata kesehatan, baik nasional maupun internasional. Evaluasi pelaksanaan menunjukkan bahwa program ini diharapkan dapat memberdayakan komunitas masyarakat lokal dengan memberikan keterampilan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata berbasis kesehatan tradisional. Dengan demikian, program ini tidak hanya mencapai tujuan awalnya tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penguatan ekonomi lokal melalui teknologi digital.

## REKOMENDASI

Pentingnya pelatihan berkelanjutan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, terutama di komunitas yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses dan pengetahuan. Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan program dengan melibatkan lebih banyak komunitas lokal di sekitar *Tanah Hyang Healing Centre*, serta memperdalam materi pelatihan dengan fokus pada analitik digital dan strategi pemasaran yang lebih kompleks. Selain itu, pengembangan infrastruktur digital, seperti peningkatan akses internet di daerah pedesaan, perlu diprioritaskan untuk mendukung keberlanjutan inisiatif ini. Hambatan utama yang perlu diatasi adalah resistensi awal terhadap perubahan teknologi dan keterbatasan infrastruktur, yang dapat mempengaruhi efektivitas jangka panjang dari program pengabdian. Dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah dan universitas, sangat diperlukan untuk

memastikan bahwa manfaat dari program ini dapat dirasakan secara luas dan berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budiasih, M. (2019). Pariwisata Spiritual di Bali. IHDN Denpasar.
- Choedon, T., & Lee, Y.-C. (2020). Article in The Knowledge Management Society of Korea. <https://doi.org/10.15813/kmr.2020.21.3.008>
- Laradi, S., Berber, N., Rehman, H. M., Hossain, M. B., Hiew, L. C., & Illés, C. B. (2023). Unlocking the power of social media marketing: Investigating the role of posting, interaction, and monitoring capabilities in building brand equity. *Cogent Business and Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2273601>
- Luckyardi, S., & Apriliani, A. (2022). Pemasaran Kuliner Indonesia Berbasis Digital Marketing sebagai Sarana Gastro Diplomasi. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.968>
- Meliala, J., Hubeis, M., Jahroh, S., & Maulana, A. (2019). Position of farmers in agriculture 4.0: Finding from farmers partner of aggregator online vegetables commodity in Indonesia. *Archives of Agriculture and Environmental Science*, 4(3), 300–306. <https://doi.org/10.26832/24566632.2019.040307>
- Ni Made Sinarsari, & I Gede Sutana. (2023). Komunikasi Terapeutik Penyehat Tradisional Balian Usada di Bali. In Gede Sutana (Vol. 2).
- Peraturan Gubernur Bali Nomor 55 Tahun 2019 Tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional Bali. (2019).
- Rahmawati, D., & Rahmaniah, R. (2020). Pelatihan Pembuatan Minyak Virgin Coconut Oil (VCO) Bagi Masyarakat Terdampak Bencana Gempa di Desa Dangiang Kabupaten Lombok Utara.
- Sopannah, A., & Rusyad, Z. (2023). Optimizing Small Business Management through Collaborative Training and Education in Business Applications.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. (2009).
- Wright, W., & Annes, A. (2016). Farm Women and the Empowerment Potential in Value-Added Agriculture. *Rural Sociology*, 81(4), 545–571. <https://doi.org/10.1111/ruso.12105>