

Penyiapan Menuju Pembentukan Wisata Desa di Cileungsi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor

By Agustina Multi Purnomo

Penyiapan Menuju Pembentukan Wisata Desa di Cileungsi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor

Agustina Multi Purnomo, Fanny Aulia Rachmah, Arizka Dewi Utami

Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Ilmu
Komputer Universitas Djuanda ³
Corresponding email: agustina.m@unida.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk menemu-kenali potensi wisata desa, bentuk pengembangan, pemetaan kegiatan, dan peran para pelaku dalam pengembangan wisata desa yang memberikan keuntungan optimal bagi masyarakat. Kegiatan dilakukan oleh Sembilan orang mahasiswa dan satu orang dosen pembimbing dari Universitas Djuanda, Bogor. Kegiatan dilaksanakan selama dua minggu dengan melakukan kaji potensi, sosialisasi, dan *focuss group discussion*. Kaji potensi dilakukan dengan pengamatan, wawancara dan studi dokumen. Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah berpartisipasi sedangkan pelaksanaan *focuss group discussion* dilakukan dengan diskusi terfokus dengan fasilitator dosen pembimbing. Hasil *focuss group discussion* dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Secara keseluruhan kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan dengan metode kaji tindak (*action reseach*). Kaji tindak dibangun berdasarkan kolaborasi kemitraan antara peneliti dan mitra yang berpartisipasi dalam kaji tindak. Hasil kegiatan adalah pemetaan potensi, bentuk pengembangan, rancangan kegiatan dan pembagian peran para pelaku. Hasil ini merupakan tada tahap awal kajian untuk membangun pemahaman dan tindakan yang akan dilanjutkan setelah tahap awal dilakukan. Luaran kegiatan pada tahap ini adalah akun intagram dan Youtube promosi, video promosi dan publikasi kegiatan di media *online*.

Kata kunci: Kabupaten Bogor, pengabdian kepada masyarakat, Universitas Djuanda, wisata desa.

ABSTRACT

The community service activity objectives were to identify village tourism, forms of development, mapping of activities, and the role of actors in developing village tourism that provides optimal benefits for the community. The community service was maintained by nine students and one supervisor from the University of Djuanda, Bogor. The activity period was two weeks for conducting potential studies,

socialization, and focus group discussions. Observation, interviews, and document studies did a possible assessment. The socialization and focus group discussion was carried out using the participatory lecture and meeting with the supervising lecturer facilitator. The results of the focus group discussions were analyzed using SWOT analysis. Overall, community service is carried out with the action research method built on a collaborative partnership between partners participating in the follow-up study. The activity results were the potential, the form of development, the design of the activities, and the division of the actors' roles. This result was the initial stage of the study to develop understanding and actions that will continue after the initial step is finished. The outputs of activities at this stage were Instagram accounts and Youtube promotions, promotional videos, and publications of activities in online media.

Keywords: Bogor Regency, community service, Djuanda University, village tourism

PENDAHULUAN

Kabupaten Bogor merupakan kabupaten terluas keempat di Jawa Barat dengan luas wilayah 2,710.62 km², terdiri dari 40 kecamatan, 19 kelurahan dan 416 desa (BPS Jawa Barat, 2021). Sektor wisata merupakan sektor penting di Kabupaten Bogor. Sumbangan sektor perdagangan, hotel dan restoran dalam Pendapatan Domestik Regional Bruto Kabupaten Bogor menyumbang pendapatan kedua terbesar setelah sektor industri sejak tahun 2014-2018 (Bappeda Kabupaten Bogor, 2018). Serapan sektor jasa akomodasi bersama dengan sektor perdagangan mencapai 25,10% (BPS Kabupaten Bogor, 2019). Pemerintah Kabupaten Bogor menetapkan perkembangan pariwisata sebagai salah satu fokus pembangunan daerah. Misi pembangunan kedua Pemerintah Kabupaten Bogor adalah meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat dan pengembangan usaha berbasis sumberdaya alam dan pariwisata. Misi ini dijabarkan ke dalam tujuan ke lima dalam pencapaian misi kedua yaitu berkembangnya pariwisata daerah yang berbasis kepada keindahan alam dan lingkungan serta budaya lokal dengan sasaran berkembangnya pariwisata andalan dan meningkatnya kunjungan wisatawan. Tujuan dan sasaran ini diukur dengan indikator kinerja keluaran dalam bentuk peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan paket wisata, kontribusi sektor pariwisata pada PDRB, rasio destinasi wisata berstandar nasional, SDM pariwisata bersertifikat nasional, cakupan bina usaha pelaku pariwisata, dan jumlah kerjasama pariwisata. Misi dan tujuan pengembangan pariwisata di Kabupaten Bogor mengarah pada pengembangan destinasi pariwisata yang berbasis pada keindahan alam dan budaya lokal. Sasaran dan indikator kinerja keluaran terutama bertumpu pada kunjungan wisatawan dan peningkatan pendapatan daerah dari sektor pariwisata (Peraturan Daerah No. 5/2014 Tentang RPJMD Kabupaten Bogor

2013-2018).

Upaya mengaitkan pengembangan pariwisata dan budaya lokal lebih relevan jika dikaitkan dengan pemberdayaan masyarakat lokal. Mengacu pada misi pembangunan pertama Pemerintah Kabupaten Bogor, yaitu meningkatkan kesalehan sosial dan kesejahteraan masyarakat, pencapaian misi kedua seharusnya berkaitan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan pariwisata diupayakan untuk memberikan kesejahteraan masyarakat lokal sehingga berdampak langsung pada upaya peningkatan **partisipasi masyarakat dalam pembangunan seperti tercantum** dalam tujuan kelima **pada** misi pertama.

Pengembangan desa wisata seiring dengan UU No. 6/2014 yang berfokus pada perlindungan dan penguatan desa agar lebih kuat, terdepan, mandiri dan demokratis. Undang-undang ini mengamanatkan pembangunan desa hendaknya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa, mengentaskan kemiskinan, mengembangkan sumberdaya lokal dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pengembangan desa wisata dapat berdampak langsung pada pembangunan desa melalui penyediaan jasa akomodasi, penyediaan makanan, menstimulasi kewirausahaan di tingkat desa, menggunakan sumberdaya yang ada di desa, dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia pengelola desa wisata (Ciolac et al., 2017). Merujuk pada hal tersebut, pembanguan desa wisata merupakan konsep pembangunan wisata yang dapat menjawab dengan tepat pencapaian misi pembangunan di Kabupaten Bogor (Peraturan Daerah No. 5/2014 Tentang RPJMD Kabupaten Bogor 2013-2018).

Desa wisata merupakan salah satu bentuk destinasi wisata yang mengaitkan antara pengembangan sumberdaya lokal baik pertanian maupun budaya lokal dengan pemberdayaan masyarakat lokal (Hall & Kirkpatrick, 2005). Sifat bisnis desa wisata berbeda dengan perusahaan swasta, desa wisata tidak sepenuhnya berorientasi pada keuntungan karena pengembangan desa wisata juga mengandung unsur keberlanjutan SDA dan budaya lokal yang menjadi daya tarik wisata (Vitasurya, 2016). Pengembangan wisata di desa sebaiknya berdasarkan pada pengembangan wisata berbasis masyarakat agar dapat menyeimbangkan antara keuntungan ekonomi dan penguatan masyarakat desa (Halim & Pahrudin, 2019; Prihayati & Veriasa, 2021; Syakur & Khoiroh, 2021).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor memperkenalkan konsep wisata desa. Berbeda dengan desa wisata, desa wisata juga meliputi desa-desa yang belum terdaftar menjadi desa wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor namun memiliki potensi untuk berkembang menjadi desa wisata. Pemerintah Kabupaten Bogor mengakomodasi desa-desa ini dalam bentuk program pengembangan wisata desa (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, 2022).

Kegiatan penyiapan menuju pembentukan wisata desa di Cileungsi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor diselenggarakan dalam bentuk kegiatan kaji

potensi desa, sosialisasi konsep wisata desa dan hasil kajian, serta *focuss group discussion* untuk membangun kesepahaman konsep pembangunan wisata desa di masyarakat, memetakan kegiatan dan peran pelaku dalam pengembangan wisata desa. Tujuan kegiatan adalah untuk menemu-kenali potensi wisata desa, bentuk pengembangan, pemetaan kegiatan, dan peran para pelaku dalam pengembangan wisata desa yang memberikan keuntungan optimal bagi masyarakat.

PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan dilaksanakan di Desa Cileungsi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi kegiatan dilakukan mengacu pada lokasi lokasi desa yang memiliki keunggulan potensi alam dan berdekatan dengan pelaksana kegiatan yaitu Universitas Djuanda. Jarak antara lokasi kegiatan dengan Universitas Djuanda adalah 12,3 km.

Kegiatan dilaksanakan selama dua minggu pada tanggal 11-24 Juni 2022. Kaji potensi wisata desa dilakukan di minggu pertama dengan menggunakan metode wawancara, pengamatan dan penelusuran dokumen. Minggu kedua, kegiatan berfokus pada sosialisasi untuk menyampaikan hasil kajian pada minggu pertama dan mengenalkan masyarakat pada konsep wisata desa. Selanjutnya adalah *focuss group discussion* untuk untuk membangun kesepahaman konsep pembangunan wisata desa dan merancang kegiatan dan peran para pelaku yang memberikan keuntungan optimal bagi masyarakat. Diskusi juga menjadi sarana mendengarkan masalah dan kebutuhan masyarakat dalam pengembangan wisata desa. Pelaksanaan sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah berpartisipasi sedangkan pelaksanaan *focuss group discussion* dilakukan dengan diskusi terfokus dengan fasilitator dosen pembimbing. Hasil *focuss group discussion* dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT memadai untuk menjembatani antara temuan kajian dengan praktik pelaksanaan (Leiber, Stensaker, dan Harvey, 2018) dengan memposisikan seluruh pelaku sebagai pihak yang terlibat langsung (AlMarwani, 2020).

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan dengan metode kaji tindak (*action reseach*). Kaji tindak dibangun berdasarkan kolaborasi kemitraan antara peneliti dan mitra yang berpartisipasi dalam kaji tindak (Coghlan & Brannick, 2010: 8). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan tada tahap awal kajian untuk membangun pemahaman dan tindakan yang akan dilanjutkan setelah tahap awal dilakukan.

Pelaku kegiatan dari sisi akademisi adalah sembilan orang mahasiswa dan satu orang dosen pembimbing. Pelaku kegiatan dari sisi masyarakat adalah 20 orang masyarakat peserta sosialisasi *focuss group discussion*. Pemilihan masyarakat diserahkan pada masyarakat untuk memilih siapa yang mengikuti sosialisasi dan

focuss group discussion. Unsur masyarakat mewakili unsur pemerintah desa, pemuda, ibu rumah tangga yang berminat untuk menjadi penjual makanan di lokasi pengembangan wisata, perajin cinderamata, dan tokoh masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Cileungsi

Desa Cileungsi merupakan salah satu desa dari 13 desa yang berada di Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Desa Cileungsi memiliki dua dusun yang didalamnya terdapat beberapa kampung. Dusun 1 terdiri dari Kampung Tapos, Loji, dan Kampung Cileungsi. Dusun 2 terdiri dari Kampung Cipaok dan Kampung Ciherang Gede. Kelima kampung tersebut memiliki total lima RW dan 30 RT.

Desa Cileungsi merupakan salah satu dari sepuluh desa di Kecamatan Ciawi dengan ketinggian berada di 500-700 meter di atas permukaan laut (BPS Kabupaten Bogor, 2021). Tipologi desa bercorak perbukitan sehingga menyebabkan suhu udara di Desa Cileungsi cukup sejuk. Desa Cileungsi memiliki luas 7,1 KM², atau merupakan kawasan desa terluas di Kecamatan Ciawi. Persentase luas desa terhadap luas kecamatan mencapai 27,46%.

Penduduk Desa Cileungsi berjumlah 8.220 jiwa dengan 4.276 penduduk laki-laki dan 3.944 penduduk perempuan atau rasio penduduk laki-laki terhadap perempuan 108,4. Jumlah penduduk di Desa Cileungsi menempati urutan kesembilan terbanyak. Kepadatan penduduk ada di angka 1,126 atau kawasan dengan kepadatan penduduk terendah di Kecamatan Ciawi. Ini menunjukkan masih adanya peluang pengembangan lahan kosong di Desa Cileungsi dibandingkan dengan desa lain di Kecamatan Ciawi

Potensi sumberdaya manusia di Desa Cileungsi memiliki peluang pengembangan dibandingkan dengan desa lain. Desa Cileungsi merupakan desa yang memiliki bangunan sekolah SMA. Desa-desa yang memiliki bangunan SMA hanya empat desa di Kecamatan Ciawi. BPS Kabupaten Bogor tidak menyediakan data partisipasi sekolah, namun berdasarkan data jumlah murid SD, SMP dan SMA, Desa Cileungsi tidak berada di urutan paling bawah di antara desa-desa lain. Jumlah murid SD di Desa Cileungsi tahun 2020 adalah 457 orang, SMP 353 orang, dan SMA 96 orang. Beberapa desa tidak tercatat memiliki data jumlah penduduk SMP dan SMA.

Desa Cileungsi tidak memiliki industri besar dan sedang serta tidak memiliki sarana pasar atau minimarket. Media komunikasi informasi di Desa Cileungsi adalah kantor pos dan warung internet. Berdasarkan pengamatan, operator penyedia layanan internet cukup memiliki koneksi internet yang memadai.

BPS Kabupaten Bogor tidak menyediakan data mata pencaharian penduduk. Berdasarkan hasil wawancara, mata pencaharian masyarakat Desa Cileungsi mayoritas adalah karyawan kota (wawancara Informan 1, 14 Juni 2022). Pada

kesempatan yang sama Informan 1 menyampaikan bahwa masyarakat Desa Cileungsi memiliki tingkat partisipasi dan inisiatif yang rendah. Hal ini ditunjukkan ketika Aparatur Desa Cileungsi meminta masyarakat untuk mengelola peternakan namun mereka lebih memilih bekerja sebagai karyawan di kota.

Potensi Wisata Desa Cileungsi

BPS Kabupaten Bogor tidak menyediakan data potensi pariwisata Kecamatan Ciawi. Kecamatan Ciawi berada di jalur Puncak, pusat wisata di Kabupaten Bogor. Berdasarkan pengamatan pada Kamis (7 Juni 2022) terdapat potensi di Desa Cileungsi yaitu Kampung Tapos, di mana terdapat hutan pinus yang memiliki panorama gunung dan hutan. Kawasan hutan pinus tersebut merupakan wilayah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP) tepatnya di Bidang Pengelolaan TN Wilayah III Bogor. Keindahan nuansa hutan pinus tersebut menjadikan kawasan hutan pinus ramai dikunjungi masyarakat untuk berolahraga pagi. Di Jalan Veteran III Tapos yang merupakan jalan raya Kampung Tapos akan ramai oleh masyarakat yang berolahraga pagi terutama di akhir pekan.



Gambar 1. Kawasan Tegal Batu di Wilayah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango



Gambar 2. Tempat Perkemahan di Wilayah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango



Gambar 3. Tempat Berjualan Makanan Milik Warga



Gambar 3. Suasana Persawahan di Desa Cileungsi

Menuju kawasan hutan pinus, terdapat beberapa *resort* dan villa, yaitu, Tapos Garden, D'Rolaye Tapos dan mess atau tempat tinggal bagi karyawan pabrik. Di jalan masuk terdapat plang dengan tulisan kepemilikan kawasan tersebut dan plang peringatan rawan longsor. Kondisi jalan hutan pinus sendiri cukup baik namun harus tetap berhati-hati karena jalanan sedikit naik-turun dan sebelah kanan jalan adalah jurang. Memasuki kawasan hutan pinus terdapat warung yang cukup luas dengan suguhan hutan yang rimbun.

Ajuan Program Pengembangan Wisata Desa

Hasil analisis potensi wisata dan ajuan program pengembangan wisata desa disampaikan oleh mahasiswa dalam sosialisasi wisata desa. Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi hasil mengenai konsep wisata desa. Pemateri dari mahasiswa menyampaikan mengenai pengertian, tujuan, dan mekanisme pengembangan wisata desa. Mengacu pada hasil kajian di minggu pertama, mahasiswa mengajukan model pengembangan wisata desa mengikuti wisata desa yang telah ada di Kabupaten dan Kota Bogor, seperti Kampung Perca Sindangsari Ciawi dan Kampung Warna-Warni Katulampa.

Selain itu, mahasiswa mengajukan strategi promosi pemasaran wisata desa. Promosi merupakan bagian penting dalam pemasaran (Kottler, Kartajaya & Setiawan, 2017: 34-35). Bentuk promosi yang diajukan adalah pembentukan instagram dan Youtube wisata Desa Cileungsi, membuat media pemasaran dalam bentuk video dan mengisi informasi di media sosial yang telah dibentuk. Era pariwisata 4.0 di sektor wisata ditandai dengan perubahan perilaku wisatawan terlihat ketika *search and share* 70% sudah melalui digital (aptika.kominfo.go.id, 1 Maret 2019). Bentuk promosi *online* mendukung pengembangan wisata selama dan pasca pandemi (Milwood & Crick, 2021; Sokolova et al., 2021). Mahasiswa akan menyediakan akun media sosial dan isi media pada tahap awal dan menjadi tanggung jawab masyarakat desa untuk tahap selanjutnya.

Mahasiswa menyampaikan hasil penelusuran potensi wisata desa. Potensi wisata yang berhasil ditelusuri adalah hutan pinus di Kampung Tapos dan potensi pemandangan alam berupa persawahan terasering dan perbukitan di Desa Cileungsi. Oleh karenanya, mahasiswa mengajukan pilihan bentuk pengembangan wisata desa adalah Kampung Pinus Cileungsi, Kampung Hijau Cileungsi, atau Kampung Alam Cileungsi.

Hasil wawancara menemukan kelemahan dari pengembangan wisata desa di Desa Cileungsi adalah sumber daya manusianya yang cenderung kurang menyadari potensi desa, sehingga potensi wisata yang ada di Desa Cileungsi kurang bisa dikelola dengan baik. Selain itu ditemukan, lembaga pemerintah desa tidak memiliki program di bidang wisata dan kurangnya dorongan lembaga pemerintah desa sehingga warga kurang terlibat terhadap pembangunan Desa Cileungsi. Oleh karena itu, diajukan perlu adanya kegiatan yang bersifat *top down*

dan *bottom up*. Pemerintah desa membangun program dan kelembagaan pengembangan wisata desa dan mendorong masyarakat desa untuk terlibat dalam pengembangan wisata desa (*top down*). Masyarakat perlu menyadari potensi desa, memiliki kemauan dan kemampuan untuk mengelola potensi wisata menjadi wisata desa (*bottom up*).

Hambatan lain yang ditemukan dalam penelusuran data dan disampaikan dalam sosialisasi adalah pengelola wisata di Desa Cileungsi masih bersandar pada individu pengelola swasta. Seluruh *resort* dan *villa* adalah milik pribadi atau perusahaan swasta. Masyarakat desa tidak mendapatkan keuntungan selain menjadi pekerja atau penunggu *villa*.

Keterlibatan masyarakat dalam menyediakan kebutuhan pengunjung masih berdasarkan keinginan dan kemampuan individual masyarakat. Beberapa masyarakat sekitar memanfaatkan kedatangan pengunjung luar desa dan penduduk desa dengan berjualan makanan di pinggir jalan. Penjual makanan tersebut ada yang menggunakan gerobak keliling dan ada yang membuat warung di pinggir jalan atau di depan rumah masing-masing. Makanan yang ditawarkan biasanya berupa gorengan, mie, nasi dan lauk, serta bubur. Namun usaha masyarakat ini masih belum terkoordinir dengan baik. Belum ada pusat perdagangan cinderamata atau pusat jajanan yang mengakomodasi penduduk untuk berjualan. Pengembangan wisata dengan disertai oleh pengembangan wisata makanan dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat bermodal kecil dan pengembangan wisata berkelanjutan (Purnomo, 2020, 2021).

Pemetaan Kegiatan Pengembangan Wisata Desa dan Peran Pelaku

Pemetaan potensi desa hasil temuan mahasiswa didiskusikan dengan masyarakat pada tahap *focuss group discussion*. Tahap *focuss group discussion* berlangsung interaktif. Ajuan program pengembangan wisata desa dari mahasiswa mendapat tanggapan dari masyarakat. Tabel 1 menunjukkan perbedaan antara ajuan mahasiswa dengan ajuan dari masyarakat.

Tabel 1. Ajuan Mahasiswa dan Ajuan dari Masyarakat Mengenai Potensi Wisata, Bentuk Pengembangan dan Promosi

Ajuan Mahasiswa			Ajuan Masyarakat		
Potensi Wisata	Bentuk Pengembangan	Bentuk Promosi	Potensi Wisata	Bentuk Pengembangan	Bentuk Promosi
- Hutan pinus	Pengembangan	Membentuk	- Wisata alam	Pengembangan	Sepakat
- Wisata alam berbasis persawahan dan perbukitan	wisata Kampung Pinus, Kampung Hijau, atau Kampung Alam	dan mengisi media sosial Youtube dan Instagram	berbasis hutan pinus, persawahan, dan perikanan	pusat penjualan cinderamata dan makanan	dengan mahasiswa
			- Pemasaran cinderamata		

- Penyediaan
pusat lokasi
berjualan
warga

Sumber: Hasil *focuss group discussion*,

Sesuai dengan prinsip partisipasi, maka ajuan dari masyarakat merupakan bentuk ajuan pengembangan wisata desa. Hasil kajian mahasiswa mengenai kelemahan pengembangan wisata desa dikonfirmasi dalam *focuss group discussion*. Hasil analisis SWOT menunjukkan peta pemahaman dalam masyarakat mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pengembangan wisata desa.

Tabel 2. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Tantangan

	Kekuatan	Kelemahan
	<ul style="list-style-type: none"> - K1. Desa Cileungsi memiliki potensi wisata alam. - K2. Masyarakat telah memiliki usaha cinderamata - K3. Masyarakat mau terlibat sebagai penjual makanan dan cinderamata. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ke1. Pemerintah desa belum memiliki program pengembangan wisata desa. - Ke2. Belum ada kelembagaan pengembangan wisata desa. - Ke3. Kesadaran masyarakat akan potensi wisata di desa masih kurang. - Ke4. Masyarakat masih belum menganggap wisata desa sebagai peluang yang dapat membantu keluarga mereka. - Ke5. Pengembangan wisata masih hanya dilakukan pihak swasta. - Ke6. Belum ada promosi wisata desa yang memadai.
<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> - P1. Ada program pengembangan wisata desa dari Pemerintah Kabupaten Bogor - P2. Keinginan masyarakat untuk terlibat 	<ul style="list-style-type: none"> - KP1. Pengajuan proposal pengembangan wisata desa ke pemerintah kabupaten. - KP 2. Pengembangan wisata desa melibatkan masyarakat sebagai penjual makanan dan cinderamata. - KP3. Menyediakan lokasi khusus bagi masyarakat penjual makanan dan cinderamata. 	<ul style="list-style-type: none"> - KeP1. Mendorong pemerintah desa dalam membangun program wisata desa melalui pengajuan program wisata desa ke pemerintah kabupaten. - KeP2. Pengajuan proposal mengharuskan adanya kelembagaan yang mengelola pengembangan wisata desa. - KeP3. Sosialisasi dan penyadaran masyarakat atas potensi wisata di desa,

		peluang yang dapat masyarakat peroleh, dan pentingnya peran masyarakat. - KeP4. Meningkatkan posisi tawar masyarakat terhadap pengelola swasta. - KeP5. Membangun promosi wisata desa yang memadai.
Ancaman - Keinginan masyarakat untuk terlibat hanya jika difasilitasi dengan baik oleh pemerintah desa. - Bentuk keterlibatan masyarakat masih pada tataran terlibat sebagai pelaku usaha belum sebagai pengelola wisata. Secara jangka panjang bentuk keterlibatan sebagai penerima hasil tidak akan membangun wisata yang memberi keuntungan lebih dari keuntungan ekonomi dan kelestarian lingkungan (wisata berkelanjutan)	- KA1. Mendorong pemerintah desa untuk memfasilitasi keterlibatan masyarakat. - KA2. Mensosialisasikan pengembangan wisata desa berkelanjutan yang tidak hanya bertumpu pada manfaat ekonomi dan keterlibatan terbatas masyarakat.	- KeA1. Membangun kesadaran pemerintah desa dalam membangun wisata desa yang melibatkan masyarakat. - KeA2. Membangun kesadaran masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan wisata desa berkelanjutan.

Tahap selanjutnya adalah penentuan kegiatan dan pembagian peran. Tahapan ini merupakan rancangan kegiatan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai hasil dari FGD. Hasil pemetaan kegiatan dan partisipasi pelaku ini sampai tahap terakhir pelaksanaan pengabdian lebih berperan sebagai saran dan ajuan karena belum dilaksanakan. Tabel 3 menunjukkan penentuan kegiatan dan partisipasi setiap pelaku dalam pelaksanaan kegiatan.

Tabel 3. Penentuan Kegiatan dan Partisipasi Setiap Pelaku dalam Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Partisipasi Masyarakat	Partisipasi Pemerintah Desa	Partisipasi Mahasiswa dan Dosen Pendamping	Metode Pelibatan
1	Pengajuan proposal pengembangan wisata desa ke	Terlibat dalam memberikan informasi dan aspirasi mengenai	Penyusun proposal.	Membantu masyarakat dan pemerintah desa.	Tindakan partisipatif.

	pemerintah kabupaten.	keterlibatan mereka.			
2	Menyediakan lokasi khusus bagi masyarakat penjual makanan dan cinderamata.	Mengajukan lokasi, dan menjadi pelaku usaha.	Menjamin akses masyarakat.	Mendampingi proses.	Tindakan partisipatif.
3	Mendorong pemerintah desa dalam membangun program wisata desa melalui pengajuan program wisata desa ke pemerintah kabupaten.	Terlibat dalam memberikan informasi dan aspirasi mengenai keterlibatan mereka.	Penyusun proposal	Membantu masyarakat dan pemerintah desa.	Tindakan partisipatif.
4	Sosialisasi dan penyadaran masyarakat atas potensi wisata di desa, peluang yang dapat masyarakat peroleh, dan pentingnya peran masyarakat.	Terlibat dalam memberikan informasi dan aspirasi mengenai keterlibatan mereka.	Menjadi fasilitator yang memfasilitasi keterlibatan masyarakat.	Sebagai fasilitator (mahasiswa) dan narasumber (dosen pendamping).	Sosialisasi.
5	Meningkatkan posisi tawar masyarakat terhadap pengelola swasta.	Terlibat dalam memberikan informasi dan aspirasi mengenai keterlibatan mereka.	Menjadi fasilitator yang memfasilitasi keterlibatan masyarakat.	Sebagai fasilitator.	Tindakan partisipatif.
6	Membangun promosi wisata desa yang memadai.	Terlibat dalam memberikan informasi, melanjutkan promosi.	Terlibat dalam memberikan informasi, melanjutkan promosi.	Membantu membuat media promosi awal, membuat instagram, Youtube, video dan publikasi.	Tindakan partisipatif.
7	Mendorong pemerintah desa untuk memfasilitasi keterlibatan masyarakat.	Terlibat dalam setiap kegiatan pengembangan wisata desa.	Menjadi fasilitator yang memfasilitasi keterlibatan masyarakat.	Sebagai fasilitator.	Tindakan partisipatif.
8	Mensosialisasikan pengembangan wisata desa berkelanjutan yang tidak hanya	Terlibat dalam setiap kegiatan pengembangan wisata desa.	Menjadi fasilitator yang memfasilitasi	Sebagai fasilitator (mahasiswa) dan narasumber	Sosialisasi.

bertumpu pada
manfaat ekonomi
dan keterlibatan
terbatas
masyarakat.

keterlibatan
masyarakat. (dosen
pendamping).

Sumber: Hasil *focuss group discussion*,

Luaran kegiatan pengabdian pada tahap pertama adalah hasil kaji potensi wisata desa, kaji kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, ajuan program, dan pemetaan pelaku untuk melaksanakan ajuan program. Selain itu, mahasiswa telah membuat akun instagram, Youtube, video promosi dan publikasi di media *online* untuk mendukung promosi wisata di Desa Cileungsi.



Gambar 5. Suasana *Focuss Group Discussion*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk kegiatan penyiapan menuju pembentukan wisata Desa di Cileungsi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor telah cukup berhasil dalam mencapai luaran kegiatan. Mahasiswa dan dosen pembimbing telah melakukan kaji potensi wisata desa. Bersama-sama dengan masyarakat, mahasiswa dan dosen pembimbing telah melakukan kaji kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, ajuan program, dan pemetaan pelaku untuk melaksanakan ajuan program. Salah satu ajuan program hasil *focuss group discussion* adalah pembuatan media promosi wisata desa. Mahasiswa dan dosen pembimbing telah membuat akun instagram, Youtube, video promosi dan publikasi di media *online* untuk mendukung promosi wisata di Desa Cileungsi.

Bentuk kegiatan pengembangan desa wisata hasil *focuss group discussion* belum dilakukan oleh mahasiswa dan dosen pembimbing. Ini disebabkan oleh keterbatasan waktu pengabdian kepada masyarakat. Hasil pemetaan kegiatan dan pembagian peran para pelaku merupakan kegiatan lanjutan yang akan dilakukan oleh mahasiswa dan dosen pembimbing. Langkah selanjutnya dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pendampingan untuk masyarakat dan

pemerintah desa dalam melakukan tindak lanjut dari rencana yang telah disusun.

Acknowledgement

Artikel ini merupakan keluaran dari Program ⁵ Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dan dosen di Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda.

DAFTAR PUSTAKA

- AlMarwani, M. (2020). Pedagogical potential of SWOT analysis: An approach to teaching critical thinking. *Thinking Skills and Creativity*, 38, 100741.
- Aptika Kominfo. (2019). *Pariwisata Go Digital Menuju Era Tourism 4.0*. Retrieved from <https://aptika.kominfo.go.id/2019/03/pariwisata-go-digital-transformasi-menuju-era-tourism-4-0/>.
- Bappeda Kabupaten Bogor. (2018). *Penyusunan perencanaan target indikator ekonomi daerah Kabupaten Bogor tahun 2014-2018 (laporan akhir)*. Bogor: Bappeda Kabupaten Bogor.
- BPS Jawa Barat. (2021). *Jawa Barat dalam angka*. Bandung: Biro Pusat Statistik Jawa Barat.
- BPS Kabupaten Bogor. (2019). *Kabupaten Bogor dalam angka*. Bogor: Biro Pusat Statistik Kabupaten Bogor.
- BPS Kabupaten Bogor. (2021). *Kecamatan Ciawi dalam angka*. Bogor: Biro Pusat Statistik Kabupaten Bogor.
- Ciolac, R., Rujescu, C., Constantinescu, S., Adamov, T., Dragoi, M. C., & Lile, R. (2017). Management of a tourist village establishment in mountainous area through analysis of costs and incomes. *Sustainability*, 9(6), p. 875.
- Coghlan, D., & Brannick, T. (2010). *Doing action research in your own organization* (3rd ed.). London: Sage.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor. (2022). *Kerangka Acuan Kerja Lomba Wisata Desa 2022*. Dokumen tidak dipublikasikan.
- Halim, A., & Pahrudin, H. M. (2019). The role of local wisdom as religious conflict resolution in Jambi Indonesia. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 27(2), 353-374.
- Hall, D.R., & Kirkpatrick, I. (2005). *Rural tourism and sustainable business*. Channel View, Publications: Bristol, UK.
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Leiber, T., Stensaker, B., & Harvey, L. C. (2018). Bridging theory and practice of impact evaluation of quality management in higher education institutions: a SWOT analysis. *European Journal of Higher Education*, 8(3), 351-365.
- Milwood, P. A., & Crick, A. P. (2021). Culinary tourism and post-pandemic travel:

- Ecosystem responses to an external shock. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 7(1), 23-32.
- Prihayati, Y., & Veriasa, T. O. (2021, October). Developing green tourism to create the sustainable landscape: evidence from Community-based Coffee Tourism (CbCT) in Puncak, Bogor, Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 879, No. 1, p. 012027). IOP Publishing, publication of the European Water Association (EWA), EWA.
- Purnomo, A. M. (2020). *Produksi ruang wisata kuliner di Kota Bogor: Antara produksi, konsumsi dan lokalitas*. Universitas Indonesia. URI: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517469&lokasi=lokal>.
- Purnomo, A. M. (2021). *Development of Local Food in Tourism for Supporting Sustainable Indonesia Tourism Development*. In [T.N. Mursitama](#), [L.M. Arnakim](#), [J. Abraham](#), & [A.R. Tirtawinata](#) (Eds.), *Proceedings of the 3rd International Conference on Social Sciences, Laws, Arts and Humanities* (pp. 104-109. Scitepress Digital Library. 10.5220/0000138000002917.
- Sokolova, A. P., Seryshev, R. V., Livson, M., Baranova, E. A., & Zunde, V. V. (2021). Prospects for the development of domestic gastronomic tourism in conditions of restrictions caused by the covid-19 pandemic. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(8), 2121-2128.
- Syakur, A., & Khoiroh, M. (2021). Local wisdom for civil religious harmony in Indonesia: An ethnographic investigation on Mbah Moni's grave ritual in Babatan village, Wiyung sub-district, Surabaya city, Jawa Timur province. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 42(3), 674-681.
- Vitasurya, V. R. (2016). Local wisdom for sustainable development of rural tourism, case on Kalibiru and Lopati village, province of Daerah Istimewa Yogyakarta. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 216, p. 97-108.

Penyiapan Menuju Pembentukan Wisata Desa di Cileungsi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	winarnaisyahf.wordpress.com Internet	13 words — < 1%
2	ejurnal.its.ac.id Internet	12 words — < 1%
3	journal.umpo.ac.id Internet	8 words — < 1%
4	milaakmalia.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
5	pendidikandokter.fk.unsyiah.ac.id Internet	8 words — < 1%
6	portalsains.org Internet	8 words — < 1%
7	rjoas.com Internet	8 words — < 1%
8	setwan.bogorkab.go.id Internet	8 words — < 1%
9	vdoc.pub Internet	8 words — < 1%

10 www.researchgate.net 8 words — < 1%
Internet

11 ejournal.unsrat.ac.id 7 words — < 1%
Internet

12 Siti Masithoh, Ita Novita, Derina Astuti Widara.
"Analisis Pendapatan Usahatani Ubi Jalar (*Ipomea batatas*) dan Keragaan Penyuluhan Pada Kelompok Tani Hurip di Cikarawang, Dramaga, Bogor", *JURNAL AGRIBISAINS*, 2017 6 words — < 1%
Crossref

13 id.wikipedia.org 6 words — < 1%
Internet

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF