

Pendampingan dan Pengembangan Wisata UMKM di Desa Bojong, Kramatmulya, Kuningan

Brendan Alexander Soendjojo, Christian Martin, Daphine Liong, Felicia Putri Dewanto, Tazqia Putri Humaira, Leonardus Franscesco, Nathanael Sebastian, Sanny Halim, Jessica Ignatia Tambunan*

*Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya
BSD City Kawling Edutown I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Tangerang 15339, Indonesia*

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Community Development,
Creative Economy Village,
Sustainable Tourism.

Kata Kunci:

Community Development,
Desa Ekonomi Kreatif,
Pariwisata Berkelanjutan.

Corresponding author:

jessica.tambunan@pmbs.ac.id

Copyright © 2025 by Authors,
Published by JPMK.
This is an open access article
under the CC BY-SA License



The Community Development Program in the Creative Economy Village of Bojong, Kramatmulya, Kuningan, is an initiative by students from Universitas Prasetiya Mulya aimed at enhancing the tourism and SME potential in the village. This program focuses on four key aspects: the establishment of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis), diversification of tourism packages, optimization of social media marketing, and the creation of a tourist administration system. Pokdarwis was formed to increase community participation and awareness in managing tourism potential sustainably. The diversification of tourism packages aims to offer diverse tourism experiences to attract more visitors. Social media marketing optimization enhances Bojong Village's exposure to a broader market. The tourist administration system was developed to improve the efficiency of managing tourist data and services. Through a participatory and collaborative approach, this program aims to raise community awareness of the village's tourism potential, strengthen destination management, and boost Bojong Village's appeal to tourists. The expected outcome is a contribution to local economic growth and sustainable tourism development in Bojong Village, Kramatmulya.

SARI PATI

Program Community Development di Desa Ekonomi Kreatif Bojong, Kramatmulya, Kuningan adalah inisiatif mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya untuk meningkatkan potensi pariwisata dan UMKM di desa tersebut. Program ini meliputi empat aspek utama: pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), diversifikasi paket wisata, optimalisasi pemasaran melalui media sosial, dan pembentukan sistem administrasi wisatawan. Pokdarwis dibentuk untuk meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara berkelanjutan. Diversifikasi paket wisata bertujuan menawarkan pengalaman wisata yang beragam demi menarik lebih banyak pengunjung. Optimalisasi pemasaran melalui media sosial meningkatkan eksposur Desa Bojong kepada pasar yang lebih luas. Sistem administrasi wisatawan dibentuk untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan data dan pelayanan wisatawan. Dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, program ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi wisata desa, memperkuat pengelolaan destinasi wisata, dan meningkatkan daya tarik Desa Bojong bagi wisatawan. Hasil yang diharapkan dari program ini adalah kontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal dan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Bojong Kramatmulya.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kota Kuningan, terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, memiliki iklim tropis dengan dua musim utama yaitu kemarau dan hujan (Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Kuningan, 2024). Kota ini dikenal dengan potensi pertaniannya yang besar karena tanahnya subur, cocok untuk menanam sayuran dan tanaman pangan lainnya (Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Kuningan, 2024). Selain itu, Kuningan juga memiliki potensi pariwisata yang menarik, terutama karena keindahan alamnya yang masih alami. Potensi yang semakin berkembang di Kuningan adalah sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang pada tahun 2021 mencapai 121.103 unit dan menyumbang 60,23% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) serta menyerap sekitar 80,37% tenaga kerja di Kuningan (BPS Kabupaten Kuningan, 2024).

Desa Wisata Bojong, atau Desa Ekonomi Kreatif Bojong, terletak di Kecamatan Kramatmulya, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, dengan populasi 3.248 jiwa yang terdiri dari 1.662 laki-laki dan 1.586 perempuan. Desa ini memiliki visi "Terwujudnya Desa Bojong yang mandiri, menuju masyarakat yang sejahtera, berdaya saing serta berbudaya berlandaskan iman dan taqwa." Meskipun memiliki potensi wisata yang menjanjikan melalui UMKM dengan sekitar 10 usaha aktif meliputi makanan, becak, dan batik, serta atraksi wisata buatan, desa ini menghadapi beberapa tantangan yang perlu diatasi. Desa Wisata adalah konsep desa yang mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar ekonomi utamanya (Huda, 2019). Konsep ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengembangan wisata yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat. Desa Ekonomi Kreatif, sebaliknya, fokus pada pengembangan sektor ekonomi kreatif yang melibatkan berbagai bidang seperti seni, desain, dan kreativitas untuk meningkatkan daya saing

desa (Iqbal, 2020). Kedua konsep ini saling melengkapi dalam upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa dan memperkuat ekonomi lokal. Desa Wisata Bojong, dengan konsep ini, berusaha menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan wisata yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat, serta pengembangan sektor ekonomi kreatif yang dapat meningkatkan daya saing desa.

Desa Bojong telah mengembangkan struktur organisasi dan AD/ART melalui BUMDes "Berkah Mandiri" untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui usaha ekonomi dan pelayanan sosial. Namun, desa ini masih menghadapi tantangan dalam pengembangan pariwisata, termasuk kekurangan sistem administratif untuk mencatat data wisatawan, tiket wisata, pemandu lokal, dan master plan fasilitas wisata. Sistem administratif pendataan wisatawan sangat penting untuk mengelola dan meningkatkan layanan pariwisata, terutama dalam menghitung keuntungan dan memperkirakan kebutuhan fasilitas. Studi menunjukkan bahwa sistem administrasi yang efektif dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan wisata (Kusumawati et al., 2020). Namun, Desa Bojong menghadapi tantangan akibat tiadanya sistem administratif yang memungkinkan untuk mencatat data wisatawan yang berkunjung.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sangat penting dalam pengembangan pariwisata desa. Pokdarwis adalah kelompok warga yang terlibat dalam pengelolaan dan promosi pariwisata di desa, membantu mengorganisir kegiatan wisata, mempromosikan daya tarik desa, dan memastikan fasilitas serta layanan wisata tersedia dan terawat. Tanpa adanya Pokdarwis, desa tidak dapat mengelola pariwisata secara efektif dan memastikan bahwa warga lokal terlibat dalam pengelolaan wisata. Studi menunjukkan bahwa desa yang memiliki Pokdarwis dapat meningkatkan

partisipasi masyarakat dan meningkatkan kinerja pariwisata (Suryono et al., 2019). Namun, Desa Bojong tidak memiliki Pokdarwis sehingga pengembangan pariwisata sepenuhnya diurus oleh pemerintah desa, yang menyebabkan kurangnya partisipasi masyarakat dan inovasi dalam pengembangan pariwisata.

Paket wisata yang beragam sangat penting untuk desa wisata. Paket wisata yang beragam dapat menarik berbagai jenis wisatawan, termasuk wisatawan domestik dan mancanegara, serta meningkatkan frekuensi kunjungan dan pendapatan desa. Studi menunjukkan bahwa variasi paket wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan desa (Nurhasanah et al., 2021). Namun, Desa Bojong tidak memiliki variasi paket wisata yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisatawan dan kurangnya pendapatan desa.

Media sosial juga sangat penting untuk pemasaran desa wisata. Media sosial seperti Facebook, YouTube, dan website dapat digunakan untuk mempromosikan daya tarik desa, menampilkan foto dan video, serta memberikan informasi tentang paket wisata yang tersedia. Penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan memungkinkan desa untuk berinteraksi langsung dengan wisatawan. Namun, Desa Bojong tidak menjalankan media sosial yang sudah dimiliki desa, seperti Facebook, YouTube, dan website desa, yang menyebabkan kurangnya pemasaran yang efektif dan kurangnya interaksi dengan wisatawan.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan demikian, diadakanlah Program *Community Development* demi mengoptimalkan potensi desa-desa seperti Desa Bojong sebagai destinasi wisata. Program yang dicanangkan oleh Universitas Prasetiya Mulya ini berfokus pada tiga pilar: sebagai mata kuliah, pengabdian kepada masyarakat, dan program pemberdayaan (Prasetiya Mulya, 2024). Program

ini bertujuan membekali mahasiswa dengan kemampuan mengorganisir program pemberdayaan masyarakat, meningkatkan partisipasi dosen dan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian (Kusumawati, 2019), serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam bidang kewirausahaan, manajemen, dan adopsi teknologi (Sulistyo, 2018).

Kelompok diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan Desa Wisata Bojong dengan program kerja yang telah direncanakan. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) diharapkan dapat meningkatkan partisipasi warga dalam pengelolaan wisata desa. Pengembangan paket wisata yang lebih beragam bertujuan menciptakan pengalaman menarik bagi wisatawan. Sistem administratif yang terstruktur untuk pencatatan data wisatawan dan pemanfaatan teknologi informasi akan memudahkan administrasi dan pemantauan jumlah wisatawan. Dengan demikian, Desa Wisata Bojong dapat menjadi destinasi wisata yang lebih komprehensif dan menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional.

Rumusan Permasalahan

Dari hasil analisis terhadap Desa Wisata Bojong bersama Kepala Desa Bojong, ditemukan beberapa masalah utama yang akan diatasi melalui program-program yang direncanakan oleh kelompok:

- a) Kesadaran masyarakat akan potensi UMKM yang belum optimal
- b) Tidak adanya Kelompok Sadar Wisata
- c) Terbatasnya paket wisata
- d) Tiadanya pendataan wisatawan
- e) Minimnya pemanfaatan media sosial untuk pemasaran

Setelah kelompok melakukan analisa terhadap Desa Wisata Bojong, didapatkan bahwa desa tersebut memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dipengaruhi dari faktor internal dan eksternal desa tersebut. Dari sisi kekuatan, Desa Wisata Bojong memiliki dukungan penuh

terhadap UMKM yang ada di desa tersebut sehingga dapat mengembangkan atraksi desa itu sendiri. Potensi yang dimiliki desa ini, yaitu memiliki banyak UMKM yang berpotensi dapat berpartisipasi dalam mengembangkan atraksi Desa Bojong. Namun, UMKM tersebut belum dijalankan secara maksimal. Dari sisi kelemahan, saat ini tempat atraksi di Desa Wisata Bojong jumlahnya masih belum banyak, sehingga memunculkan ancaman wisatawan menjadi cepat bosan dan tidak puas karena hal tersebut. Selain itu, kurangnya fasilitas pendukung dan promosi yang efektif juga menjadi hambatan dalam mengembangkan potensi pariwisata desa.

Keterkaitan Program dengan SDGs

Program ini terkait dengan Sustainable Development Goals (SDGs) ke-11, yaitu kota dan komunitas yang berkelanjutan, yang bertujuan menciptakan permukiman inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan (United Nations, 2015). Program ini mendukung Desa Bojong dalam mengatasi masalah kesadaran masyarakat terhadap potensi UMKM, ketiadaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), keterbatasan paket wisata, kurangnya pendataan wisatawan, dan minimnya pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang UMKM dan membentuk Pokdarwis, program ini mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengelolaan wisata yang lebih baik. Diversifikasi paket wisata dan sistem pendataan wisatawan akan meningkatkan daya tarik dan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan. Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran akan memperluas promosi wisata dan produk UMKM, meningkatkan kunjungan wisatawan dan penjualan produk lokal. Dengan lebih dari 40 UMKM yang potensial, program ini diharapkan dapat mempercepat akselerasi sumber daya desa, menciptakan komunitas yang berkelanjutan, inklusif, dan tangguh, sesuai dengan tujuan SDG ke-11.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Tempat dan Waktu

Pelaksanaan dari program-program tersebut sesuai dengan jadwal pelaksanaan program *community development* dalam tahap *live-in* di desa yang terpilih. Untuk tempat dan waktu dalam melaksanakan program primer tersebut adalah:

Tempat : Desa Bojong, Kuningan
Waktu : 19 Februari–9 Maret 2024

Khalayak Sasaran

Dari pelaksanaan program-program yang dikerjakan, kelompok memiliki sasaran yang ingin dicapai. Sasaran kelompok yang utama pastinya adalah dari program-program yang direncanakan kelompok bisa berjalan dengan lancar dan juga memenuhi indikator keberhasilan dari masing-masing program tersebut. Dengan program yang bisa berjalan dengan lancar maka otomatis juga bisa mencapai sasaran kelompok yang lain juga yaitu memajukan ekonomi di Desa Bojong tersebut sehingga bisa lebih maju dari sebelumnya dan juga bisa mendapat lebih banyak lagi pengunjung wisata yang datang ke Desa Bojong.

Metode Pengabdian

Metode pemecahan masalah yang akan digunakan dalam program pendampingan Desa Bojong mencakup beberapa metode yang tersusun dan terfokus pada aspek kesadaran masyarakat dalam wisata desa, aspek pembaruan paket wisata, aspek optimalisasi pemasaran sosial media, aspek pengelolaan desa wisata dan rangkaian hal pendukungnya. Metode-metode ini diharapkan dapat memberikan solusi yang berkelanjutan dan efektif untuk permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

a) Pembentukan Pokdarwis

Setelah mengetahui situasi dan permasalahan yang ada di Desa Bojong melalui wawancara dengan mitra yaitu kepala desa Bojong. Kelompok mengidentifikasi permasalahan dalam minimnya kesadaran wisata desa dari masyarakat Desa

Bojong, sehingga disarankan oleh mitra untuk sosialisasi tentang manfaat dan pentingnya sebuah desa wisata untuk mempunyai sebuah Pokdarwis, yaitu kelompok sadar wisata. Selain itu, permasalahan yang dapat diidentifikasi dari wawancara tersebut adalah kendala dalam pengelolaan dan pengembangan yang benar untuk desa wisata di Desa Bojong. Dari identifikasi permasalahan tersebut, kelompok memutuskan untuk memilih program primer terkait pembentukan pokdarwis di Desa Bojong yang beranggotakan masyarakat setempat, sehingga dapat memunculkan kesadaran manfaat wisata dalam desa dan mempunyai kepengurusan yang terstruktur dan jelas.

b) Diversifikasi Paket Wisata

Sebelum melaksanakan *live-in* di lokasi Desa Bojong, tim telah melakukan wawancara. Dari wawancara yang dilaksanakan tim mendapati bahwa Desa Bojong sudah memiliki beberapa UMKM potensial namun belum dapat dimaksimalkan dengan dibuatnya paket wisata. Sehingga tim menginisiasikan survey langsung terhadap UMKM potensial tersebut yang berjumlah 40 lebih untuk dijadikan kelompok Desa Wisata. Tim membuat rencana inovasi berupa 4 macam paket wisata yang terdiversifikasi: paket individu, paket pelajar, paket hemat, dan paket standar.

c) Optimalisasi Sosial Media Pemasaran

Tim telah mengidentifikasi bahwa akun Facebook dan YouTube tidak lagi aktif sebagai sarana promosi Desa Bojong. Hal ini mengakibatkan perlunya platform baru yang sedang populer seperti *Instagram* dan *TikTok*. Dengan kesadaran akan potensi Desa Bojong, kelompok mengambil langkah maju dengan membuat akun baru di *Instagram* dan *TikTok*, platform yang sedang digemari saat ini. Kelompok ini meyakini bahwa dengan memanfaatkan media sosial yang tepat, Desa Bojong dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan memperkenalkan potensinya sebagai destinasi wisata kreatif yang tak terlupakan. Dengan memanfaatkan *Instagram* dan *TikTok*, diharapkan dapat menarik minat wisatawan, khususnya

generasi muda, untuk mengunjungi Desa Bojong. Platform ini memungkinkan Desa Bojong untuk membagikan konten yang menarik dan informatif dalam format yang kreatif dan mudah dicerna, seperti foto, video, dan cerita singkat. Pengelola sosial media Desa Bojong juga dapat berinteraksi langsung dengan para wisatawan, menjawab pertanyaan mereka, dan memberikan informasi yang dibutuhkan. Hal ini akan membantu membangun hubungan yang kuat dengan calon pengunjung dan meningkatkan citra Desa Bojong sebagai destinasi wisata yang ramah dan informatif. Kelompok yakin bahwa dengan strategi media sosial yang tepat, Desa Bojong dapat mencapai potensi sepenuhnya sebagai destinasi wisata kreatif. Kelompok berkomitmen untuk terus membantu Desa Bojong dalam mengembangkan konten yang menarik dan informatif, serta berinteraksi dengan para wisatawan secara aktif.

d) Pembentukan Sistem Administrasi Wisatawan

Kelompok melakukan interview terkait situasi Desa Bojong saat sebelum melakukan kunjungan ke Kuningan untuk melaksanakan *Community Development*. Pak Adnan, selaku kepala desa, mengatakan bahwa hingga saat itu, Desa Bojong belum pernah melakukan pendataan wisatawan. Sehingga, kelompok mengusulkan untuk membentuk sebuah sistem administratif yang dapat mengumpulkan data diri dan juga *feedback* dari wisatawan. Data yang terkumpul diharapkan dapat menjadi informasi bagi Pemerintah Desa Bojong untuk meningkatkan strategi marketing dan fasilitas layanan wisata Desa Kreatif Bojong.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program kerja primer kelompok diukur melalui beberapa indikator utama yang terkait dengan masing-masing aspek pengembangan yang telah direncanakan. Setiap indikator dirancang untuk memastikan bahwa tujuan program dapat tercapai secara efektif dan berdampak positif bagi Desa Bojong. Berikut adalah indikator keberhasilan untuk masing-masing program kerja primer:

a) Pembentukan Pokdarwis

Indikator sukses program kerja pembentukan pokdarwis: (1) Terbentuk Pokdarwis Desa Bojong, Kec. Kramatmulya; (2) Terlibatnya warga desa dalam pembentukan pokdarwis.

b) Diversifikasi Paket Wisata

Indikator sukses program kerja pembentukan paket wisata: (1) Terlibatnya UMKM Desa Bojong dalam program paket wisata; (2) Berhasil menjadi salah satu sumber pendapatan desa; (3) Berhasil menjadi salah satu tanggung jawab Pokdarwis

c) Optimalisasi Sosial Media Pemasaran

Indikator sukses program kerja optimalisasi sosial media untuk pemasaran: (1) Adanya interaksi positif dari audiens berupa like, comment, dan share; (2) Konten bisa menyebarkan awareness dari Desa Bojong dan mendatangkan wisatawan ke desa

d) Pembentukan Sistem Administrasi Wisatawan

Program ini dapat dinyatakan sukses apabila mencapai target berikut: (1) Data administrasi dan feedback dari wisatawan dapat terkumpul; (2) Data dapat dimanfaatkan secara optimal untuk pengembangan Desa Kreatif Bojong.

Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang dilakukan adalah melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap keempat program kerja primer. Kelompok telah menyusun rencana tindak lanjut untuk memantau program secara jangka panjang bersama para pemangku kepentingan di Desa Bojong.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembentukan Pokdarwis

Dengan melakukan wawancara dengan mitra, kelompok melihat gambaran potensi yang dimiliki oleh Desa Bojong sebagai Desa Wisata UMKM. Kelompok mengidentifikasi situasi yang sedang dialami Desa Bojong sebagai Desa Wisata, yaitu tidak memiliki sebuah organisasi pengelola yang terstruktur dan minimnya kesadaran masyarakat sekitar terhadap potensi wisata UMKM di Desa. Maka dari itu, kelompok mengusulkan dan

merencanakan tahapan program kerja dalam pembentukan Pokdarwis yaitu Kelompok Sadar Wisata. Pokdarwis ataupun Kelompok Sadar Wisata merupakan sebuah lembaga masyarakat yang beranggotakan masyarakat setempat dan terkadang mempunyai kesadaran kepariwisataan, dan lembaga ini akan berperan dalam pengelolaan dan pelestarian perkembangan wisata desa.

Program yang diusul diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan desa, dimana pembentukan pokdarwis ini dapat membangun kesadaran kepariwisataan masyarakat dan memiliki pengelola yang terstruktur. Dalam program kerja ini, kelompok telah menentukan tahap awal program dalam melakukan pertemuan dengan Ketua Pokdarwis Kabupaten Kuningan sebagai pembekalan kelompok terhadap wawasan implementasi pokdarwis. Setelah itu, kelompok melakukan diskusi dengan mitra sebagai Kepala Desa Bojong dalam menentukan calon-calon anggota pokdarwis, dimana Kepala Desa pun telah memiliki beberapa nama yang menurutnya mempunyai keterampilan dan kesadaran dalam aspek pariwisata. Dengan menentukan beberapa nama calon anggota, kelompok mengundang dan melakukan pertemuan dengan calon-calon anggota yang telah disebutkan oleh Kepala Desa. Pada pertemuan itu, kelompok menjelaskan dan membekali calon anggota tentang fungsi dan manfaat yang dapat didapatkan dalam pembentukan pokdarwis untuk desa. Hasil dari pertemuan ini, kelompok telah mengidentifikasi calon kepengurusan inti yaitu dari ketua, wakil ketua, sekretaris dan bendahara, dan telah mendapatkan ketersediaan dari beberapa calon anggota lainnya untuk menjadi anggota dari pokdarwis ini. Dengan memiliki pengurus inti dan ketersediaan dari calon anggota, kelompok meneruskan program kerja dengan membuat Surat Keputusan dan telah diserahkan kepada Kepala Desa untuk dilanjutkannya tahapan pengukuhan resmi pokdarwis oleh Kepala Desa.



Gambar 1. Rapat Pembahasan Pokdarwis

Untuk keberlanjutan program pembentukan pokdarwis di Desa Bojong, Kecamatan Kramatmulya, diperlukan pengakuan secara resmi dari para pemerintahan desa. Selain itu, para calon kepengurusan pokdarwis dapat melakukan pertemuan-pertemuan singkat untuk membahas rencana keberlanjutan pokdarwis desa. Jika pokdarwis desa telah diresmikan, para anggota dan pengurus dapat melakukan perencanaan dalam pengelolaan seperti perencanaan program kerja yang dapat dikaitkan dengan program kerja lain kelompok.

Diversifikasi Paket Wisata

Dari hasil wawancara online dengan mitra sebelum keberangkatan, kelompok mendapatkan informasi adanya potensi 40 lebih UMKM yang belum dimaksimalkan untuk menjadi paket wisata. Dengan adanya paket wisata bagi Desa Bojong diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan Kuningan terhadap potensi karya-karya dari warga Desa Bojong.

UMKM di Desa Bojong memiliki produk yang beragam mulai dari kriya batik, budidaya jamur, usaha kripik, sampai usaha roti. Setelah melaksanakan survei melalui *online meeting*, Kelompok tiba di Desa Bojong untuk mengeksekusi survei lokasi. Dari survei ke titik-titik UMKM yang sudah didata oleh BumDes, terdapat 6 titik UMKM yang siap menjadi lokasi wisata dan siap membimbing proses pembuatan dari awal hingga akhir. Dalam menyortir UMKM yang masuk ke dalam satuan paket wisata, kelompok menetapkan persyaratan: pelaku UMKM siap menerima tamu; pelaku UMKM menyetujui untuk dikabarkan minimal 7 hari sebelum menerima tamu; pelaku UMKM siap menarasikan proses pembuatan sesuai durasi yang disepakati; pelaku UMKM setuju untuk diberikan insentif senilai kesepakatan. Persyaratan tersebut ditandatangani dalam Surat Kesepakatan Kerjasama (MoU) dua pihak sehingga memastikan bahwa antara pihak penanggung jawab paket wisata dan pemilik UMKM sepakat dengan sistem yang ditetapkan.



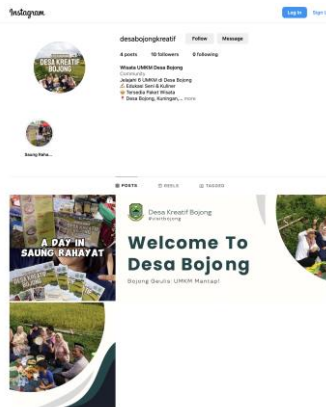
Gambar 2. Flyer Paket Wisata Desa Bojong

Setelah disepakati, maka kegiatan promosi paket wisata yang melingkupi kegiatan proses pembuatan Batik Kuningan, budidaya jamur, pembuatan jamur crispy, madu Kuningan, kripik melinjo dan beger dapat dilakukan melalui media sosial, BumDes, dan Pokdarwis sebagai penanggung jawab. Keberlanjutan dari program ini sangat bergantung dari dikukuhkannya Pokdarwis Desa Bojong yang disusun oleh Kelompok. Diharapkan setelah dikukuhkan, Pokdarwis Desa Bojong resmi beroperasi dan memiliki rasa tanggung jawab besar untuk membesarkan desanya dengan melanjutkan program yang telah kelompok susun.

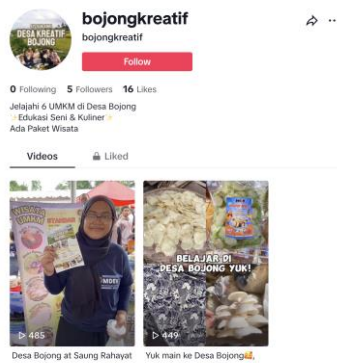
Optimalisasi Sosial Media Pemasaran

Pada tahap observasi awal bersama Pak Adnan, kelompok menemukan bahwa orang di luar Desa Bojong banyak yang belum mengetahui Desa Bojong, sehingga kelompok mengetahui bahwa *awareness* dari Desa Bojong sangatlah kurang. Maka dari itu, kelompok sepakat ingin menambah *awareness* Desa Bojong dengan membuat sosial

media khusus Desa Bojong. Sosial media merupakan media yang sangat efektif untuk memperkenalkan akan potensi Desa Bojong. Sosial media yang paling efektif untuk saat ini adalah *TikTok* dan *Instagram*. Dikarenakan hal tersebut, kelompok memutuskan untuk mengunduh kedua media tersebut dan telah berhasil mengaktifkan kedua media tersebut untuk digunakan oleh Desa Bojong. Setelah dari tahap tersebut, kelompok telah membuat content planning yang berisikan konten mengenai memperkenalkan Desa Bojong dan potensi UMKM apa yang dapat ditawarkan oleh Desa Bojong. Kelompok telah memberikan pembinaan kepada pihak desa terkait penggunaan sosial media, dimana kelompok telah membuatkan content di tahapan awal berupa *feeds* dan konten *TikTok* yang mengangkat tema “A day in Saung Rahayat” dan juga *feeds instagram* pembuka. Selebihnya, kelompok telah memberikan kendali kepada salah satu anggota pokdarwis yang bertanggung jawab dalam memegang sosial media.



Gambar 3. Akun Instagram @desabojongkreatif



Gambar 4. Akun TikTok @bojongkreatif

Pembentukan Sistem Administrasi Wisatawan

Pada tahap awal, kelompok melakukan diskusi bersama Pak Adnan, Kepala Desa Bojong, menemukan bahwa belum ada database pendataan wisatawan di Desa Kreatif Bojong. Oleh karena itu, kelompok mengusulkan pembentukan sistem administratif untuk mengumpulkan data identitas

dan *feedback* dari wisatawan. Informasi yang terkumpul diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi Pemerintah Desa Bojong dalam meningkatkan strategi pemasaran dan fasilitas layanan wisata di Desa Kreatif Bojong. Program ini akan menerapkan sistem scan barcode, dimana wisatawan akan diminta untuk melakukan scan barcode saat kedatangan mereka.



Gambar 5. Barcode Sistem Administratif



Gambar 6. Peletakan Barcode

Barcode ini akan berisi informasi pribadi wisatawan seperti nama, asal daerah, kontak, dan cara mereka mengetahui tentang Desa Kreatif Bojong. Sebelum meninggalkan desa, wisatawan akan diminta untuk melakukan scan barcode lagi

yang berisikan *feedback* mengenai pengalaman mereka berwisata di Desa Kreatif Bojong. Barcode ini sudah diletakan di pintu aula kantor Desa Bojong, dikarenakan aula tersebut menjadi pintu keluar masuk wisatawan Desa Kreatif Bojong.

 A screenshot of a Google Form titled "Data Diri Wisatawan". The form includes a welcome message in Indonesian, a sharing link (desakreatifbojong2024@gmail.com), and two required questions: "Nama Lengkap" and "Usia". The "Usia" question has two radio button options: "<17 tahun" and "18-30 tahun".

Gambar 7. Google Form Data Diri Wisatawan

 A screenshot of a Google Form titled "Feedback Form". The form includes a message about quality and service development, a sharing link, and two required questions. The first question is a Likert scale: "Bagaimana penilaian Anda terkait pertunjukan sambutan yang disajikan?" with a scale from 1 (Sangat Kurang) to 5 (Sangat Baik). The second question is another Likert scale: "Seberapa informatif informasi terkait produksi dari UMKM yang telah disajikan?" with a scale from 1 (Kurang Informatif) to 5 (Cukup Informatif).

Gambar 8. Google Form Feedback Wisatawan

Untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program ini, serangkaian langkah tindak lanjut telah direncanakan. Pertama, dilakukan pelatihan lanjutan bagi anggota Pokdarwis mengenai penggunaan akun Gmail, pengelolaan data, serta metode analisis dan pelaporan hasil *feedback*. Selanjutnya, dilakukan pemantauan berkala untuk

memastikan fungsi barcode dan aksesibilitas *Google Form* tanpa hambatan. Formulir juga akan diperbarui secara berkesinambungan berdasarkan kebutuhan dan *feedback* dari wisatawan. Selain itu, dilakukan analisis rutin terhadap data yang terkumpul untuk mengidentifikasi tren kunjungan dan mengevaluasi *feedback*. Laporan bulanan

disusun untuk merangkum data dan temuan penting, yang kemudian disampaikan kepada pemerintah desa dan pihak terkait untuk pengembangan wisata Desa Kreatif Bojong.

D. PENUTUP

Simpulan

Program Pendampingan dan Pengembangan Wisata UMKM di Desa Bojong Kramatmulya, Kuningan, yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya, telah mencapai beberapa hasil signifikan dalam upaya meningkatkan potensi wisata dan UMKM di desa tersebut. Telah berhasil dibentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan wisata desa. Pokdarwis diharapkan menjadi motor penggerak dalam menciptakan dan mengelola atraksi wisata yang menarik bagi pengunjung. Program ini juga telah memperkenalkan berbagai paket wisata yang lebih beragam, sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi wisatawan. Paket wisata ini melibatkan lima UMKM, yang lokasi produksinya dijadikan atraksi wisata. Penggunaan media sosial seperti *TikTok* dan *Instagram* juga telah dioptimalkan untuk meningkatkan *awareness* dan promosi Desa Bojong sebagai destinasi wisata. Konten-konten kreatif telah diproduksi dan dipublikasikan, serta pelatihan untuk pengelolaan media sosial bagi anggota Pokdarwis telah dilaksanakan. Sistem administrasi berbasis teknologi untuk mendata identitas dan *feedback* dari wisatawan menggunakan barcode dan *Google form* juga sudah dibuat. Sistem ini memudahkan pemantauan jumlah wisatawan dan evaluasi pengalaman mereka selama berkunjung ke Desa Bojong Kramatmulya. Semua program yang telah dilaksanakan ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal dengan mengembangkan potensi UMKM setempat. Secara keseluruhan, program ini telah menunjukkan

bahwa dengan pendekatan yang partisipatif dan kolaboratif, potensi wisata dan UMKM di desa dapat dikembangkan secara optimal.

Saran

Untuk melanjutkan keberhasilan program *Community Development* di Desa Bojong, ada beberapa hal yang dapat dikembangkan. Pertama, kapasitas Pokdarwis dapat ditingkatkan melalui pelatihan lanjutan dalam pengelolaan pariwisata dan manajemen organisasi. Selain itu, diversifikasi produk wisata harus terus dilakukan dengan memperkenalkan inovasi berbasis alam atau budaya lokal untuk menarik lebih banyak wisatawan. Pengembangan sistem administrasi wisata yang lebih terintegrasi, termasuk sistem reservasi dan pembayaran online, akan mempermudah pengelolaan dan meningkatkan pengalaman wisatawan. Terakhir, promosi yang lebih intensif melalui kolaborasi dengan influencer dan platform digital akan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas Desa Bojong sebagai destinasi wisata. Dengan langkah-langkah ini, wisata UMKM Desa Bojong dapat berjalan lebih efektif dan semakin dikenal khalayak umum.

Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung terlaksananya program ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

- a) Universitas Prasetiya Mulya atas dukungan dan kesempatan melaksanakan program *Community Development*.
- b) Pusat Pengembangan Usaha Kecil (PPUK) Universitas Prasetiya Mulya, atas arahan dan bimbingan yang berharga selama pelaksanaan program.
- c) Fasilitator kelompok, Debora Naftali, yang selalu siap membantu dan memberikan dukungan serta saran berharga selama proses *Community Development*.
- d) Pemerintah Desa Bojong Kramatmulya, khususnya Bapak Adnan selaku Kepala Desa,

- atas kerjasama dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan program.
- e) Masyarakat Desa Bojong Kramatmulya atas partisipasi aktif dan antusiasme dalam mengikuti program.
- f) Para pelaku UMKM di Desa Bojong atas kesediaannya terlibat dalam pengembangan paket wisata.
- g) Ketua Pokdarwis Kabupaten Kuningan atas bimbingan dan masukannya dalam pembentukan Pokdarwis Desa Bojong.
- h) Seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan program ini.
- Dukungan dan kerjasama dari semua pihak tersebut sangat berharga dalam mewujudkan keberhasilan program dan pengembangan potensi wisata UMKM di Desa Bojong Kramatmulya.

REFERENSI

- BPS Kabupaten Kuningan. (2024). Retrieved June 15, 2024, from <https://kuningankab.bps.go.id/>
- Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Kuningan. (2024). Retrieved June 15, 2024, from <https://diskatan.kuningankab.go.id/>
- Huda, N. (2019). Desa Wisata: Konsep dan Implementasinya dalam Pembangunan Desa. *Jurnal Pembangunan Desa*, 1(1), 12-25.
- Iqbal, M. (2020). Desa Ekonomi Kreatif: Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 34-45.
- Kusumawati, D., et al. (2020). The Role of Administrative System in Tourism Development. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 1(1), 12-20. DOI: 10.1016/j.jthm.2020.000012
- Kusumawati, N. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa. *Journal of Community Development*, 10(2), 1-10.
- Nurhasanah, S., et al. (2021). The Effectiveness of Social Media in Tourism Marketing. *Journal of Marketing and Management*, 2(2), 34-42. DOI: 10.1016/j.jmm.2021.000034
- Prasetya Mulya. (2024). Program Community Development: Meningkatkan Potensi Desa. Universitas Prasetya Mulya.
- Sulistyo, B. (2018). Keterampilan dan Pengetahuan dalam Pengembangan Masyarakat. *International Journal of Community and Social Development*, 7(1), 11-20.
- Suryono, A., et al. (2019). The Impact of Tourism Packages on Tourism Performance. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 441-453. DOI: 10.1002/jtr.2314
- United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. Retrieved from <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld/publication>