

RESEARCH ARTICLE

Tourism Packaging untuk Peningkatan Minat Kunjungan Wisata ke Desa Sugihmukti, Kabupaten Bandung

Ratih Hendayani, Astrie Krisnawati*, and Setiadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No.1, Terusan Buah Batu, 40257, Bandung, Jawa Barat

*Corresponding author: astriekrisnawati@telkomuniversity.ac.id / FEB Universitas Telkom

Received on (21/Februari/2025); accepted on (01/April/2025)

Abstrak

Desa Sugihmukti yang telah ditetapkan sebagai Desa Wisata Rintisan memerlukan berbagai pengembangan untuk mengatasi beberapa permasalahan yang masih dihadapi saat ini. Masalah utama yang sering dihadapi adalah masih kurangnya kunjungan wisatawan dan juga kesadaran masyarakat Desa wisata SugihMukti dalam mengemas potensi wisata di desa mereka. Sementara, potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Sugihmukti sangat besar, terutama yang berkaitan dengan alam, yaitu wisata *trekking* dan *birdwatching*. Selain itu, Desa Sugihmukti juga memiliki kearifan lokal berupa keahlian pandai besi tradisional yang dimiliki oleh masyarakatnya sehingga dapat dikembangkan menjadi sebuah ide bisnis wisata tematik dengan memberikan paket pengalaman wisata yang menarik bagi wisatawan dengan menghasilkan produk peralatan dari lempeng besi yang sangat berguna. Untuk itu, diperlukan perumusan paket wisata yang sesuai bagi Desa Sugihmukti agar dapat mencapai tujuan untuk mewujudkan Desa Sugihmukti sebagai Desa Wisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan yang berjudul "Peningkatan Minat Kunjungan wisatawan melalui Packaging Paket Wisata di Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung" ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi..

Keywords: desa wisata, minat wisata, *tourism packaging*

Pendahuluan

Pemerintah Hindia Belanda awalnya mendirikan Desa Sugihmukti untuk menanam kopi. Desa ini pertama kali didirikan dan diberi nama Desa Ciranjang karena berada di dekat Sungai Ciranjang. Desa ini mengalami banyak perubahan selama perkembangannya. Ketika DI TII runtuh pada tahun 1965, Desa Ciranjang digabungkan dengan Desa Cihanjajar dan diberi nama Sukamulya. Desa ini kemudian dibagi menjadi dua, Desa Margamulya dan Desa Sugihmukti. Kepala Desa Sugihmukti pertama adalah Eben Kosasih. Hingga saat ini, Kantor Kepala Desa Sugihmukti berlokasi di Kampung Kacakaca.

Desa Sugihmukti berada di puncak Gunung Patuha di Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa Sugihmukti terletak di ketinggian antara 1300 dan 2200 meter di atas permukaan laut (mdpl). Desa Sugihmukti adalah desa pegunungan yang sejuk dengan pemandangan yang indah karena iklimnya yang indah. Pemerintah menetapkan Desa Sugihmukti sebagai Desa Wisata Rintisan pada tahun 2022 dengan SK no. 556/Kep.770-Disbudpar/2022. Untuk mempersiapkan diri untuk menjadi desa wisata, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dibentuk pada pertengahan Oktober 2022 [1].

Penetapan Desa Sugihmukti sebagai Desa Wisata Rintisan ini didasari oleh potensi-potensi wisata yang ada pada desa tersebut. Potensi keindahan alam yang dimiliki oleh Desa Sugihmukti dapat dijadikan sumber pendapatan bisnis wisata, antara lain *trekking* dan *birdwatching*. Para wisatawan yang mengunjungi Desa Sugihmukti dapat berjalan kaki (*trekking*) untuk menikmati keindahan hutan dan perkebunan di sekitar Desa Sugihmukti sambil memperhatikan kehidupan burung-burung di alam bebas (*birdwatching*).

Selain memiliki keindahan alam yang mengagumkan, Desa Sugihmukti juga memiliki kearifan lokal yang telah diwariskan secara turun-temurun dari beberapa generasi sebelumnya. Kearifan lokal ini berupa keahlian pandai besi. Terdapat banyak usaha pandai besi tradisional di Desa Sugihmukti. Usaha pandai besi tersebut

menghasilkan berbagai produk, antara lain mata kapak, cangkul, dan peralatan lainnya yang dibuat dengan memukulkan palu pada lempengan besi yang membara.

Di tengah upaya pengembangan potensi desa dan persiapan menjadi desa wisata, Desa Sugihmukti juga masih menghadapi berbagai kendala, antara lain akses transportasi dan perkembangan infrastruktur. Kendala tersebut juga menghambat upaya promosi untuk memasarkan bisnis jasa wisata Desa Sugihmukti. Permasalahan ini membutuhkan perhatian lebih agar dapat segera teratasi sehingga dapat mewujudkan cita-cita Desa Sugihmukti sebagai desa wisata yang berkelanjutan.

Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, minat kunjungan ke desa-desa wisata di Indonesia mengalami peningkatan cukup signifikan di tahun 2021, yaitu sebesar 30% dibandingkan periode-periode sebelumnya. Hal ini menunjukkan tren baru dalam industri pariwisata, yaitu peminatan terhadap wisata domestik yang *low mobility* dan *less crowded* [2].

Berdasarkan data survei yang dihimpun oleh suatu konsultan bisnis pariwisata, Desma Center, disebutkan bahwa 93% masyarakat tertarik untuk melakukan kunjungan ke desa wisata. Namun sayangnya, 82% responden tidak memiliki pemahaman yang spesifik mengenai desa wisata itu sendiri [3]. Hal ini sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh Desa Sugihmukti. Kendala utama yang dihadapi oleh Desa Sugihmukti adalah kurangnya pemahaman masyarakat luas akan potensi-potensi wisata yang terdapat di Desa Sugihmukti, sehingga sampai saat ini bisnis wisata di Desa Sugihmukti masih kurang berkembang dan minat kunjungan wisata ke Desa Sugihmukti pun masih sangat kecil.

Dengan demikian, perlu ditemukan solusi yang tepat untuk meningkatkan minat kunjungan wisata ke Desa Sugihmukti, salah satunya adalah dengan melakukan pengemasan yang baik dan terintegrasi pada potensi-potensi bisnis wisata yang tersedia dan menjadi unggulan Desa Sugihmukti. Untuk itu, pelaksanaan pelatihan mengenai *packaging* bisnis wisata di Desa Sugihmukti sangat penting untuk dilakukan demi membuka wawasan penduduk

setempat akan pentingnya merumuskan paket wisata yang tepat, menarik, dan menguntungkan bagi seluruh pihak yang terkait.

Bisnis wisata yang dijalankan di Desa Sugihmukti harus diupayakan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan dan bukan hanya merupakan bisnis musiman semata. Dengan demikian, perlu dirumuskan pembentukan paket-paket wisata yang sesuai dengan kondisi wilayah Desa Sugihmukti. Untuk itu, program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai pengetahuan dan pemahaman ide-ide paket wisata yang sesuai untuk pengembangan potensi wisata Desa Sugihmukti. Dengan pengetahuan dan kemampuan mengemas paket wisata yang menarik diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk menjadikan Desa Sugihmukti sebagai tujuan wisatanya.

Tinjauan Pustaka

Beberapa teori yang relevan dengan kajian ini antara lain yang terkait dengan konsep pengemasan wisata (*tourism packaging*) dan minat wisata.

Pengemasan Wisata (*Tourism Packaging*)

Pengemasan (*packaging*) merupakan salah satu faktor terpenting dalam keputusan pembelian yang dibuat oleh *customer*, sehingga *packaging* pun menjadi bagian yang tak dapat dikesampingkan dalam proses penjualan [4].

Bisnis bekerja dengan elemen proses pengembangan kemasan yang 'integratif'. Terdapat empat faktor yang harus diperhatikan berkaitan dengan kemasan, yaitu karakteristik produk, persyaratan pengemasan, kondisi logistik, dan upaya lingkungan [5].

Pengemasan (*packaging*) pada produk fisik adalah tindakan membungkus produk untuk tujuan perlindungan, pengawetan, penyimpanan, identifikasi, dan atau promosi. *Packaging* perlu dilakukan bukan hanya pada produk fisik, namun juga produk-produk yang bersifat *intangible*. Dalam hal ini, pengemasan produk *intangible* merujuk pada pengemasan (*packaging*) untuk produk wisata. Pengemasan produk fisik dan digital memiliki dampak besar pada daya jual produk. Diperlukan banyak upaya yang diinvestasikan dalam ide, desain, dan pelabelan kemasan yang inovatif. Akibatnya, kita sering mengidentifikasi produk dari kemasannya saja. Meskipun awalnya hanya digunakan untuk merujuk pada produk fisik, konsep pengemasan semakin lazim digunakan dalam pemasaran digital. Di dunia ini, pengemasan dapat menyinggung dua konsep utama, yaitu [6]:

1. Bagaimana cara suatu produk direpresentasikan atau dicap secara lahiriah.
2. Praktik menggabungkan produk atau layanan ke dalam satu penawaran, yang disebut sebagai *bundle*. Hal ini sangat relevan dengan topik yang akan kita bahas, yaitu menggabungkan beberapa layanan wisata untuk meningkatkan daya tarik terhadap bisnis wisata yang dijalankan di Desa Sugihmukti.

Tourism Packaging dan Minat Wisata

Di tengah persaingan bisnis yang ketat, pengemasan (*packaging*) juga harus mampu menjalankan fungsi untuk menyampaikan diferensiasi dan persepsi kualitas yang tinggi mengenai suatu produk. Oleh karena itu, kemasan seharusnya menarik perhatian konsumen dan menjamin keunggulan kompetitif dari suatu *brand* [7].

Fungsi kemasan yang mendukung konsumsi menyiratkan bahwa kemasan itu sendiri memiliki fungsi yang secara aktif membantu pengguna mencapai tujuan konsumsi mereka dan mendukung tujuan yang ada di benak konsumen saat menggunakannya. Dengan demikian, *packaging* juga merupakan determinan yang mendukung peningkatan niat pembelian yang lebih tinggi [8].

Packaging terdiri dari beberapa atribut, yaitu perlindungan (*protection*), kenyamanan (*convenience*), portabilitas dan penyimpanan (*portability and storage*), informasi (*information*), keberlanjutan (*sustainability*), pencitraan merek (*branding*), dan keterlibatan (*engagement*). Atribut-atribut tersebut dapat mempengaruhi niat pembelian (*purchase intention*), terutama atribut keterlibatan (*engagement*) yang dirancang khusus untuk memberikan pengalaman (*experiential packaging*) dalam hal sensorik dan komunikasi interaktif yang luar biasa bagi para *customers* [9].

Dalam bisnis wisata, atribut *engagement* tentu berperan penting untuk meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Dengan demikian, dalam kajian ini akan dibahas perumusan paket-paket wisata yang sesuai dengan kondisi alam dan kearifan lokal Desa Sugihmukti dengan menggunakan atribut *engagement*, yaitu memberikan peluang keterlibatan yang intens bagi para wisatawan dengan *experiential packaging* yang memberikan pengalaman berkesan setelah berkunjung ke objek-objek wisata di Desa Sugihmukti, sehingga mereka akan tertarik untuk kembali mengunjungi Desa Sugihmukti di masa yang akan datang. Selain itu, para wisatawan pun diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak lain untuk berkunjung ke Desa Sugihmukti. Dengan demikian akan dapat terwujud cita-cita Desa Sugihmukti menjadi desa wisata yang memberikan kesejahteraan berkelanjutan bagi masyarakat.

Metodologi Penelitian

Metodologi dalam kajian ini bersifat kualitatif dan deskriptif, yaitu berupa pemaparan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Sugihmukti terkait dengan cara merumuskan paket-paket wisata (*tourism packaging*) yang berkelanjutan. Metode yang dilakukan pada kegiatan tersebut adalah pelatihan yang diberikan kepada masyarakat Desa Sugihmukti terutama kepada pengerajin pandai besi, pengurus desa wisata, dan perangkat desa.

Pelatihan adalah suatu proses pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu atau kelompok dalam suatu bidang tertentu. Di dalam konteks desa wisata, pelatihan dapat membantu masyarakat desa untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata di desa mereka. Metode pelatihan yang akan dilaksanakan berupa pelatihan diskusi. Metode ini dilakukan dengan berdiskusi bersama untuk membahas topik atau masalah tertentu yang berkaitan dengan pengelolaan wisata di desa. Melalui diskusi, peserta dapat berbagi pengalaman, ide, dan solusi untuk masalah yang muncul serta meningkatkan pemahaman tentang topik yang dibahas.

Berikut ini adalah tahapan-tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sugihmukti:



Gambar 1: Tahapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Sugihmukti

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (abdimas) ini memiliki beberapa tahapan seperti yang tertulis pada Gambar 1. Pada tahap awal, tim abdimas terlebih dahulu melakukan *mapping* untuk memahami kendala-kendala yang dihadapi oleh masyarakat Desa Sugihmukti dalam hal pengembangan bisnis wisatanya. Hasil

mapping tersebut menemukan bahwa kendala utama yang dihadapi oleh Desa Sugihmukti dalam pengelolaan bisnis wisatanya adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam memahami pengelolaan *branding* bisnis wisata.

Untuk mengatasi kendala tersebut, salah satu solusi yang dapat dilakukan oleh tim abdimas adalah dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan menyusun *packaging* wisata yang menarik untuk Desa Sugihmukti. Pemberian penyuluhan dan pelatihan tersebut juga meliputi pembahasan pada aspek SDM dan instrument strategi *branding*. Pelatihan ini diharapkan menghasilkan *output* yaitu menjadikan Desa Sugihmukti sebagai desa wisata yang memiliki *brand* yang terdiferensiasi dibandingkan dengan desa-desa wisata lainnya.

Tujuan dari pelatihan tersebut yaitu memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Sugihmukti mengenai strategi *branding* paket wisata. Selain itu untuk menjadikan perangkat Desa Sugihmukti sebagai pengurus desa wisata yang handal. Dengan demikian, pelatihan yang diberikan ini dapat berdampak positif bagi masyarakat. Dengan meningkatnya pemahaman terhadap strategi *branding* dan pengelolaan *packaging* wisata yang tepat, diharapkan Desa Sugihmukti akan semakin dikenal luas oleh calon wisatawan, sehingga jumlah kunjungan wisata ke Desa Sugihmukti pun akan meningkat dan membawa kesejahteraan bagi masyarakat. Evaluasi kegiatan abdimas ini dilakukan dengan monitoring pemahaman Masyarakat mengenai desa wisata.

Berikut ini adalah beberapa dokumentasi pelaksanaan kegiatan pelatihan Peningkatan Minat Kunjungan Wisatawan melalui *Packaging* Paket Wisata di Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung:



Gambar 2: Keberangkatan Tim Abdimas FEB Telkom University Kelompok 1 ke Desa Sugihmukti

Gambar 2 memperlihatkan anggota tim abdimas Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sedang Bersiap untuk berangkat dari kampus Telkom University menuju Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung.



Gambar 3: Penyampaian Materi Pelatihan *Packaging* Paket Wisata di Desa Sugihmukti

Gambar 3 menunjukkan pemaparan materi yang disampaikan oleh Ibu Ratih Hendayani, Ph.D dalam pelatihan *packaging* paket wisata di Desa Sugihmukti.



Gambar 4: Masyarakat Peserta Materi Pelatihan *Packaging* Paket Wisata di Desa Sugihmukti

Gambar 4 memperlihatkan anggota masyarakat Desa Sugihmukti yang menjadi peserta pelatihan. Masyarakat tersebut terdiri dari Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan masyarakat pemuda anggota karang taruna yang ikut aktif dalam pengelolaan desa wisata di Desa Sugihmukti.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Peningkatan Minat Kunjungan Wisatawan melalui *Packaging* Paket Wisata di Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung" diberikan dalam bentuk pelatihan kepada masyarakat sasar, yaitu warga setempat. Pada pelatihan tersebut disampaikan cara-cara untuk merumuskan paket wisata yang sesuai dengan kondisi alam dan kearifan lokal Desa Sugihmukti. Cara perumusan paket wisata tersebut dapat dilakukan dengan empat langkah berikut ini, yaitu:

1. Gali potensi wilayah
2. Lihat *trend* yang berlaku
3. Perbaikan infrastruktur
4. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Gali Potensi Wilayah Desa Sugihmukti

Karena keindahan alamnya, Desa Sugihmukti dapat menawarkan bisnis wisatanya berupa berjalan kaki (*trekking*) dan melihat burung di alam bebas (*birdwatching*). Wisatawan yang datang ke Desa Sugihmukti dapat berjalan kaki (*trekking*) untuk menikmati keindahan hutan dan perkebunan di sekitar Desa Sugihmukti dan juga melihat kehidupan burung-burung di alam bebas.

Berdasarkan potensi alam yang dimiliki, saat ini Desa Sugihmukti telah memiliki beberapa atraksi wisata yang perlu terus dikembangkan agar tumbuh secara berkelanjutan. Atraksi-atraksi wisata yang secara langsung memanfaatkan keindahan alam tersebut antara lain Bukit Jamur Rancabolang dan *Birdwatching*.

Bukit Jamur Rancabolang merupakan suatu objek wisata di Ciwidey, Kabupaten Bandung. Atraksi wisata yang menyuguhkan panorama alam ini terletak di kaki Gunung Patuha dan Gunung Tilu. Walaupun bernama Bukit Jamur, namun objek wisata alam ini sama sekali tidak memiliki area perbukitan jamur. Bukit Jamur diambil dari pohon-pohon cemara di Kawasan tersebut yang daun-daunnya dipotong dan dibentuk hingga menyerupai jamur [10].

Selain memiliki panorama alam yang indah, Desa Sugihmukti juga memiliki lebih dari 100 spesies burung endemik di kawasan hutannya [11]. Potensi alam ini menyediakan objek wisata alam *birdwatching*. *Birdwatching* merupakan wisata alam yang menawarkan keindahan dan kekayaan alam hayati, serta konservasi. Objek wisata alam ini memberikan kesempatan untuk mengamati dan memotret beragam spesies burung di habitat aslinya [12].

Desa Sugihmukti yang terletak di kaki Gunung Patuha juga merupakan daerah penghasil kopi. Produk kopi lokal yang

dihasilkannya yaitu Kopi Pyconon. Potensi tersebut dapat dijadikan objek wisata berupa wisata edukasi pengolahan kopi. Wisata edukasi lainnya yang ditawarkan oleh Desa Sugihmukti adalah edukasi pengolahan sampah tematik.

Selain itu, Desa Sugihmukti juga memiliki kearifan lokal berupa keahlian pandai besi yang diperoleh masyarakat secara turun-temurun. Potensi tersebut tentu saja dapat dijadikan peluang baru bagi bisnis wisata edukasi, yaitu berupa penawaran paket wisata edukasi yang mengajak para wisatawan untuk mengunjungi pabrik pembuatan alat-alat yang dihasilkan oleh pandai besi. Pada wisata edukasi tersebut para wisatawan diajak untuk terlibat secara langsung dalam proses pembuatan alat dengan besi tempa, kemudian alat yang dibuatnya tersebut dapat dijadikan *souvenir* yang bisa dibawa pulang sebagai kenang-kenangan setelah berkunjung ke Desa Sugihmukti. Hal ini akan memberikan pengalaman berkesan bagi para wisatawan yang kemudian akan membawanya berkunjung kembali ke Desa Sugihmukti di waktu yang akan datang, atau memberikan rekomendasi objek-objek wisata di Desa Sugihmukti kepada pihak-pihak lain. Setelah menggali potensi-potensi yang ada di wilayah Desa Sugihmukti, maka Desa Sugihmukti perlu melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan dengan berbagai cara, antara lain menyesuaikan diri dengan *trend* yang sedang berlaku saat ini sehingga bisa meningkatkan jumlah wisatawan dari berbagai macam kalangan.

Lihat *Trend* yang Berlaku Saat Ini

Untuk mengembangkan bisnis wisatanya, Desa Sugihmukti harus dapat beradaptasi dengan cepat terhadap hal-hal baru yang berkembang saat ini. Desa Sugihmukti diharapkan mampu mengadopsi atraksi-atraksi wisata baru yang saat ini banyak diminati oleh para wisatawan di berbagai tempat.

Dengan mempertimbangkan potensi-potensi yang dimiliki, Desa Sugihmukti dapat mengembangkan beberapa alternatif atraksi wisata baru, antara lain berupa *camping* dan *glamping*, paket *tour*, *café* alam, dan pertunjukan seni budaya. *Camping* adalah kegiatan bermalam di alam bebas, biasanya menggunakan tenda dan kantung tidur. Sedangkan *glamping* merupakan istilah yang berasal dari singkatan *glamorous camping*, yaitu *camping* yang dilakukan dengan fasilitas mewah dan mahal. Alam Desa Sugihmukti yang indah, asri, dan sejuk sangat mendukung untuk dilakukannya aktivitas *camping* maupun *glamping*.

Trend lainnya yang dapat diikuti oleh Desa Sugihmukti dalam pengembangan bisnis wisatanya yaitu dengan menawarkan paket *tour* yang berisi kombinasi beberapa objek dan atraksi wisata dalam satu hari atau beberapa hari. Hal ini merupakan implementasi dari konsep *bundle*, yaitu menggabungkan beberapa produk dan layanan dalam satu penawaran [6]. *Bundling* atau kombinasi ini dilakukan sebagai upaya untuk memperkenalkan dan memajukan seluruh objek dan atraksi wisata yang ada di Desa Sugihmukti.

Selain itu, Desa Sugihmukti juga dapat menggabungkan nuansa alam dengan hal modern yang dapat ditawarkan kepada para wisatawan dalam bentuk *café* alam. Para wisatawan dapat menikmati hidangan tradisional Sunda maupun sajian modern di *café* sambil menikmati indahnya panorama alam Desa Sugihmukti di kaki Gunung Patuha.

Desa Sugihmukti yang terletak di Tanah Sunda tentu memiliki kearifan lokal khas Sunda yang sangat kaya dan menarik untuk ditampilkan kepada para wisatawan. Pertunjukan seni budaya Sunda di beberapa objek wisata dapat dijadikan alternatif untuk menambah daya tarik Desa Sugihmukti bagi para wisatawan. Pertunjukan berupa seni tari, seni musik, maupun kesenian khas Sunda lainnya dapat melibatkan para wisatawan untuk aktif menari, menyanyi, maupun memainkan alat musik gamelan Sunda sehingga mereka akan mendapatkan pengalaman berkesan dari kunjungannya ke Desa Sugihmukti. Hal ini untuk membangun *engagement* sebagai implementasi dari *experiential packaging* untuk paket wisata di Desa Sugihmukti. Selain itu, permasalahan infrastruktur di daerah objek wisata juga perlu diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan para wisatawan.

Perbaikan dan Perawatan Infrastruktur Desa Sugihmukti

Untuk memberikan kenyamanan kepada para wisatawan, infrastruktur adalah hal yang penting untuk diperhatikan. Dengan demikian, Desa Sugihmukti perlu melakukan perbaikan dan perawatan pada infrastruktur yang menunjangnya, antara lain jalan, *toilet*, tempat sampah, tempat ibadah, dan tempat istirahat.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh Desa Sugihmukti adalah infrastruktur yang belum memadai, terutama akses jalan yang rusak dan sulit dilalui. Untuk itu, perlu dilakukan strategi khusus untuk mengemasnya menjadi potensi wisata tertentu, antara lain menawarkan wisata *off-road* bagi para pengunjung. Selain itu, perbaikan jalan juga perlu dilakukan dengan memberikan penerangan jalan yang cukup, pembatas jalan yang jelas, serta petunjuk jalan yang memadai. Hal ini penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang mengunjungi Desa Sugihmukti.

Selain akses jalan, hal lainnya yang tak kalah penting adalah ketersediaan toilet yang bersih, memadai, dan mudah diakses ketika para wisatawan membutuhkannya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai infrastruktur toilet adalah jumlah toilet yang mencukupi sehingga tidak menimbulkan antrian panjang bagi para wisatawan yang membutuhkannya, kebersihan toilet, ketersediaan air bersih, serta kelengkapan (*amenities*) yang memadai.

Keindahan alam Desa Sugihmukti tentu juga harus ditunjang oleh kebersihan lingkungan. Oleh karena itu, ketersediaan tempat sampah di beberapa sudut perlu diperhatikan agar para wisatawan membuang sampah pada tempatnya dan tidak mengotori lingkungan. Tempat sampah yang disediakan pun harus mendukung upaya pemilahan sampah sesuai jenisnya untuk sampah yang organik dan anorganik. Hal ini juga untuk mendukung program edukasi pengelolaan sampah tematik yang sudah dijalankan oleh Desa Sugihmukti selama ini.

Tempat ibadah dalam bentuk musholla atau masjid juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Ketersediaan musholla di beberapa tempat yang mudah diakses untuk menjamin agar para wisatawan muslim dapat menikmati objek dan atraksi wisata di Desa Sugihmukti tanpa harus meninggalkan kewajiban menjalankan ibadah sholat dengan tepat waktu. Selain jumlah dan aksesnya yang memadai, kebersihan musholla dan ketersediaan alat-alat sholat juga perlu diperhatikan.

Berjalan kaki (*trekking*) dengan jarak yang cukup jauh tentu membuat para wisatawan merasa Lelah. Untuk itu, perlu diperhatikan ketersediaan tempat istirahat bagi para wisatawan yang kelelahan, antara lain dengan menyediakan tempat duduk dalam jumlah memadai atau disediakan tempat berteduh berupa *gazebo* maupun warung-warung desa untuk menjadi tempat pemberhentian dan memberikan kesempatan bagi para pengunjung untuk beristirahat sambil menikmati sajian khas Sunda.

Selain infrastruktur fisik yang perlu diperbaiki dan dirawat terus-menerus, faktor sumber daya manusia (SDM) pun sangat penting untuk diperhatikan agar dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi para wisatawan. Dengan demikian, para wisatawan tidak akan ragu untuk berkunjung ke Desa Sugihmukti dan memberikan rekomendasi kepada para calon wisatawan lainnya.

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Desa Sugihmukti

Mengingat pariwisata adalah bisnis jasa yang melibatkan interaksi dan komunikasi antar personal yang intens, maka sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor penting bagi majunya sektor bisnis ini. Pengembangan SDM yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan bisnis wisata di Desa Sugihmukti antara lain terkait dengan pembentukan pola pikir, peningkatan *service excellent*, dan pelestarian kearifan lokal. Pola pikir yang harus dikembangkan dalam industri pariwisata yaitu pola pikir yang bernuansa melayani dengan ramah-tamah dan selalu menjaga *service excellent*. Selain itu, kemampuan untuk melestarikan kearifan lokal pun hal yang sangat penting karena kearifan lokal merupakan salah satu aset yang tak ternilai bagi upaya pengembangan peradaban manusia.

Upaya pembentukan pola pikir dan pelestarian kearifan lokal dalam bisnis pariwisata dapat dilakukan melalui pelatihan dan *coaching* yang terkait dengan *soft-skill*. *Soft-skills* yang tak kalah

pentingnya adalah yang terkait dengan integritas atau nilai-nilai kejujuran. Cara meningkatkan integritas individu pelaku bisnis wisata antara lain berupa internalisasi nilai mengenai hal-hal yang dianggap baik. Bentuk nyata dari internalisasi nilai di industri wisata antara lain berupa larangan untuk meminta pungutan liar (pungli) kepada para wisatawan. Etika lainnya yang perlu diperhatikan antara lain larangan melakukan *mark-up* harga sehingga dapat menghindari adanya *high-cost economy*. Etika dalam memasarkan produk pun perlu diperhatikan, antara lain dengan larangan adanya penjualan produk secara memaksa kepada para wisatawan. Transaksi seharusnya dilakukan secara suka rela dan tanpa paksaan.

Untuk menunjang keberhasilan pengembangan program wisata dengan *packaging* yang tepat bagi Desa Wisata Sugihmukti dapat dilakukan dengan mengacu pada hasil survei yang dilakukan oleh Desma Center. Survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat 5 aktivitas utama yang paling diminati oleh wisatawan Ketika berkunjung ke desa wisata. Aktivitas pertama yang dipilih oleh wisatawan (dipilih oleh 91% responden) yaitu menikmati pemandangan. Peringkat kedua yang dipilih oleh 77% responden yaitu melihat budaya local. Aktivitas ketiga yang dipilih oleh 76% responden adalah menikmati kuliner local. Aktivitas keempat yang dipilih oleh 70% responden yaitu bermain air di Sungai. Sedangkan aktivitas peringkat kelima yang dipilih oleh 64% responden adalah *hunting* foto atau melakukan swafoto (*selfie*) [3].

Sebagai upaya melakukan evaluasi keberhasilan pelaksanaan program, maka tim abdimas juga melakukan survei terhadap Masyarakat sasaran. Kegiatan abdimas ini mendapat tanggapan positif dari masyarakat sasaran. Berikut ini adalah hasil survei *feedback* dari masyarakat sasaran terhadap penyelenggaraan kegiatan:

Tabel 1: Hasil Survei *Feedback* Masyarakat Sasar

BUTIR-BUTIR PENILAIAN (FEEDBACK)	Skor Penilaian			
	1	2	3	4
1. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan pelatihan pengembangan destinasi Desa Sugihmukti	0	0	11	8
2. Program Pengabdian Masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat Desa Sugihmukti	0	0	15	4
3. Waktu pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan	0	0	15	4
4. Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan	0	0	0	19
5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan Program Pengabdian Masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang	0	0	2	17

Keterangan:

Jumlah responden: 19 orang

Skor 1: Sangat Tidak Setuju

Skor 2: Tidak Setuju

Skor 3: Setuju

Skor 4: Sangat Setuju

Masyarakat sasaran juga memberikan catatan dan saran, sebagai berikut:

Tabel 2: Hasil Survei *Feedback* Masyarakat Sasar

Catatan dan Saran Responden
1. Cukup baik buat pemaparan dari narasumber (dosen)nya, sangat memberikan informasi buat kita sebagai pelaku bisnis desa wisata. Kedepannya agar lebih banyak lagi ABDIMAS seperti ini ke wilayah Desa Sugihmukti
2. Semangat terus, terimakasih untuk para dosen-dosen terhormat. Sangat bermanfaat ilmu ilmunya, haturnuhun
3. Terimakasih kepada dosen yang sudah memberikan pengetahuan kepada kami
4. Terimakasih untuk para Universitas Telkom

Kesimpulan

Desa Sugihmukti memiliki potensi yang luar biasa dalam industri wisata berupa keindahan alam dan kearifan lokal. Potensi tersebut sebagian telah dijalankan menjadi objek dan atraksi wisata yang menarik. Jenis industri yang telah berjalan saat ini yaitu *trekking* dan *birdwatching*.

Rekomendasi untuk pengembangan industri wisata di Desa Sugihmukti setidaknya terdiri dari empat hal. Keempat hal tersebut yaitu gali potensi desa, ikuti *trend* yang sedang berlaku di saat ini, perbaikan dan perawatan infrastruktur, serta pengembangan SDM.

Kegiatan abdimas ini diharapkan dapat bersifat berkelanjutan. Maka rencana tindak lanjut untuk kegiatan berikutnya adalah evaluasi yang mendalam mengenai dampak dari pelatihan yang telah dilakukan saat ini untuk mengetahui apakah setelah dilakukan pelatihan ini terdapat perbaikan yang membawa peningkatan pada jumlah kunjungan wisata ke Desa Sugihmukti atau tidak. Jika belum terdapat peningkatan yang signifikan, maka perlu dilakukan pelatihan lanjutan dengan materi yang lebih spesifik terkait program-program *branding* dan *packaging* bisnis wisata yang lebih konkret. Sebelumnya perlu dilakukan *mapping* kembali untuk mengidentifikasi masalah yang riil terjadi di lapangan sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sasaran menemukan solusi dari kendala yang mereka hadapi.

Daftar Pustaka

- [1] I. Rachmawati, H. Millanyani, and A. Sagita, "Sosialisasi Pembuatan Konten Media Sosial dalam Strategi Branding Desa Wisata Sugihmukti," *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, vol. 4, no. 6, pp. 102–107, 2024.
- [2] W. S. Widodo, "Alhamdulillah, Kunjungan di Desa Wisata Tahun 2021 Meningkatkan 30%," <https://travel.detik.com/travel-news/d-5906904/alhamdulillah-kunjungan-di-desa-wisata-tahun-2021-meningkat-30>, Jakarta, Jan. 20, 2022.
- [3] P. Widiensyah and F. Kholisha, "Hasil Survei Minat Kunjungan ke Desa Wisata," <https://desmacenter.com/detail-32->

- minat-kunjungan-ke-desa-wisata.
- [4] P. Silayoi and M. Speece, "Packaging and purchase decisions: An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure," *British Food Journal*, vol. 106, no. 8, pp. 607–628, 2004.
- [5] K. Molina-Besch and H. Pålsson, "Packaging for Eco-Efficient Supply Chains: Why Logistics Should Get Involved in the Packaging Development Process," *Sustainable Logistics*, vol. 6, pp. 137–163, 2014.
- [6] WIX Encyclopedia, "Packaging," <https://www.wix.com/encyclopedia/definition/packaging>.
- [7] G. B. Decré and C. Cloonan, "A touch of gloss: haptic perception of packaging and consumers' reactions," *Journal of Product & Brand Management*, vol. 28, no. 1, pp. 117–132, 2019.
- [8] C. V. Baccarella, L. Maier, and K.-I. Voigt, "How consumption-supportive packaging functionality influences consumers' purchase intentions: the mediating role of perceived product meaningfulness," *Eur J Mark*, vol. 55, no. 8, pp. 2239–2268, 2021.
- [9] P. Alvarez-Gonzalez, A. Dopico-Parada, and M. J. Lopez-Miguens, "What do consumers care about when purchasing experiential packaging?," *British Food Journal*, vol. 126, no. 5, pp. 1887–1903, 2024.
- [10] U. Arieza and N. Tashandra, "Panduan Wisata Bukit Jamur Ciwidey, Tiket Masuk, Jam Buka, dan Rute Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul 'Panduan Wisata Bukit Jamur Ciwidey, Tiket Masuk, Jam Buka, dan Rute', Klik untuk baca: <https://travel.kompas.com/read/2022/04/25/181900527/panduan-wisata-bukit-jamur-ciwidey-tiket-masuk-jam-buka-dan-rute>. Kompascom+ baca berita tanpa iklan: <https://kmp.im/plus6> Download aplikasi: <https://kmp.im/app6>," <https://travel.kompas.com/read/2022/04/25/181900527/panduan-wisata-bukit-jamur-ciwidey-tiket-masuk-jam-buka-dan-rute>, Bandung, Apr. 25, 2022.
- [11] Kemenparekraf, "Desa Wisata Sugihmukti," https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/sugihmukti_1.
- [12] klana.co.id, "[OPEN TRIP] Birdwatching Quest Sugihmukti 2D1N," <https://klana.co.id/products/open-trip-birdwatching-quest-sugihmukti-2d1n>.