

SYNERGY UMKM DALAM PENGKEMASAN DESA WISATA CEPAKA KEDIRI TABANAN

Ni Luh Putu Agustini Karta¹, Ni Luh Sili Antari², Surya Nugraha³

¹ Magister Manajemen ²Manajemen Fakultas Bisnis Sosial Humaniora Universitas Triatma Mulya; ³Akomodasi Perhotelan
Akademi Komunitas Mapindo³
Email: agustini.karta@triatmamulya.ac.id

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has paralyzed tourism activities in Bali, so Cepaka Village, Kediri, has become closed to international tourists but is still crowded with local people who like cycling, taking selfies and jogging (exercise) along the jogging tract of rice fields. Considering this interest, it occurred to the head of the Cepaka's village to make this destination new economic benefits for the community during the Covid 19 Pandemic. The phenomena that exist in the potential of this village are; no party has been able to package these potentials so that they are economically useful for the community. The purpose of this partnership project is to package the potential of the village into a tourist village through synergy with local SMEs. The program implementation method is participatory and collaborative between the community supporting the tourism village and SMEs. The conclusion of this project is that the synergy and collaboration of SMEs in the packaging of the Cepaka tourist village is able to increase the participation and economy of local community.

Key words: synergy, packaging, participation, economy

ABSTRAK

Pandemic Covid 19 melumpuhkan aktivitas pariwisata di Bali, sehingga Desa Cepaka Kediri, menjadi tertutup untuk wisatawan internasional namun tetap ramai dikunjungi oleh masyarakat local yang suka bersepeda, *berselfie foto* dan *jogging* (berolahraga) di sepanjang *jogging tract* persawahan. Mempertimbangkan animo ini, terbesit di benak kepala desa untuk menjadikan destinasi ini memiliki manfaat ekonomi baru bagi masyarakat pada masa Pandemi Covid 19. Fenomena yang ada pada potensi desa ini adalah; belum ada pihak yang mampu mengkemas potensi-potensi tersebut agar bermanfaat secara ekonomi bagi masyarakat. Tujuan project kemitraan ini adalah untuk mengkemas potensi desa menjadi desa wisata melalui sinergy dengan UMKM setempat. Metode pelaksanaan program adalah partisipatif dan kolaboratif antara masyarakat pendukung desa wisata dengan UMKM. Simpulan projek ini adalah bahwa synergy dan kolaborasi UMKM dalam pengkemasan desa wisata Cepaka mampu meningkatkan partisipasi dan perekonomian masyarakat desa.

Kata kunci: *synergi, packaging, partisipasi, ekonomi.*

PENDAHULUAN

Desa Cepaka sebagai desa mitra Universitas Triatma Mulya telah menyatakan keinginan untuk membentuk desa wisata, namun keterbatasan ilmu pengetahuan tentang desa wisata menjadi kendala dalam mewujudkannya. Ibarat pepatah gayung bersambut dan kata menjawab. Kompetensi yang dibutuhkan oleh

Desa Cepaka dimiliki oleh dosen dan mahasiswa secara utuh, sehingga implementasi program kemitraan masyarakat (PKM) ini berpotensi dapat dilaksanakan secara optimal. Berdasarkan diskusi dengan kepala desa digambarkan bahwa permasalahan-permasalahan yang krusial dihadapi oleh Desa Cepaka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penutupan sector pariwisata bagi wisatawan asing berdampak pada pekerja pariwisata yang tidak mampu membiayai kehidupan keluarga sehingga kehidupan ekonomi dan social mereka juga terganggu.
2. UMKM sepi orderan, sanggar tari yang biasa pentas tidak ada kegiatan, kuliner menjual produk dengan strategi *low cost*.
3. Jalur *jogging* dan *tracking* sepeda yang ramai dikunjungi oleh wisatawan domestic, tidak bisa memberi manfaat ekonomi, sehingga tidak memberi *value* kepada para petani pemilik sawah yang dilalui oleh wisatawan bersepeda maupun wisatawan yang *jogging* dan berswa-foto (*selfie*).
4. Belum ada pengemasan produk dan potensi Desa Cepaka menjadi desa wisata yang utuh dan melibatkan seluruh masyarakat yang mencakup aspek hukum, sumber daya, layanan, pemberdayaan UMKM dan penyediaan akomodasi,
5. Berdasarkan uraian permasalahan oleh Kepala Desa Cepaka, maka lebih lanjut permasalahan yang menjadi focus kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan pengelompokan diatas yakni: mewujudkan, mengemas / *packaging* produk UMKM desa agar bersinergi mendukung kegiatan desa wisata dengan melibatkan seluruh potensi yang ada, serta masyarakat desa.
6. Mempertimbangkan potensi yang dikelola sangatlah beragam, maka beberapa referensi dijadikan rujukan dalam project ini. Penelitian Karta et.al (2019) tentang *study comparative* desa wisata di Bali dan Andhra Pradesh India, menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam pengelolaan desa wisata dari perspektif kawasan. Di Aruku Valley India; desa wisata dibangun dengan sumber potensi yang terdiri dari perkebunan yang luas, air terjun, goa-goa stalagtit, budi daya madu, museum, industri kopi dan coklat yang ada di satu kawasan dengan beberapa desa yang

sangat luas dan terkadang di akhir tahun bersalju. Sementara di Bali, desa wisata dibentuk dari kombinasi potensi wisata yang hanya terbatas pada kawasan satu desa, yang melibatkan penduduk dalam jumlah sedikit sehingga lebih mudah dalam mengemas dan memasarkannya. Bila dilihat dari perspektif pengelola; desa wisata di Bali bisa dikelola oleh yayasan atau perorangan dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Riset Karta et. al (2020) menjelaskan peran stakeholder dalam *brand* desa wisata juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan citra desa wisata. Dalam proyek ini keterlibatan UMKM dengan produk-produk yang dijual sebagai bagian dari paket desa wisata, diharapkan mampu meningkatkan perolehan nilai ekonomi bagi masyarakat. Dalam penelitian Suarhana (2016) menjelaskan pengemasan / *packaging* desa wisata Penting Sari Yogyakarta melibatkan masyarakat petani, perajin batik, sanggar seni dan wayang, arena pemancingan, taman petik buah dan *home stay* /rumah masyarakat, ternyata menjadikan desa wisata ini terbaik di Yogyakarta. Masyarakat mendapat manfaat ekonomi yang sangat optimal dan berkesinambungan. Manajemen desa wisata Penting Sari dilakukan oleh tokoh masyarakat setempat, seorang pemerhati seni, budaya dan sangat konsen dengan pelestarian lingkungan.

Bila ditinjau dari perspektif partisipasi masyarakat, kegiatan desa wisata ini diharapkan dapat memberi dampak positif bagi masyarakat. Sebagaimana dalam teori partisipasi Pretty (1995) mengungkapkan bahwa partisipasi masyarakat dalam desa wisata beragam bentuknya, ada yang spontan, berdasarkan ajakan atau motivasi ekonomi. Prioritas permasalahan difokuskan mewujudkan Desa Cepaka sebagai desa wisata dengan didukung oleh UMKM yang ada di desa. Paket desa wisata bersepeda, *jogging track* sebagai andalan pada masa pandemic Covid 19 menjadi prioritas

untuk di set up lebih awal. Pada setiap jalur bersepeda, warga bisa menyiapkan beberapa *spot* untuk memberikan pelayanan makanan minuman seperti teh, kopi, snack, jagung bakar dan yang lainnya. Atau dibuatkan *spot* untuk melihat inovasi masyarakat seperti taman anggrek, kolam ikan hias dan *selfie-spot* serta *spot* lain yang memberi kontribusi ekonomi / keuntungan kepada masyarakat petani. Pengemasan ini menempatkan kearifan local yang tersembunyi sebagai sesuatu inovasi yang bermanfaat kepada masyarakat sekitar.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka permasalahan inti yang menjadi fokus untuk disolusi yakni: “Mewujudkan dan mengemas desa wisata Cepaka dengan berbagai potensi yang dimiliki desa menjadi desa wisata berbasis kearifan lokal yang menarik” Pengemasan desa wisata ini diawali dengan survey potensi desa, pendampingan UMKM pendukung desa wisata, kemudian membangun fasilitas pelengkap pendukung kegiatan desa wisata, memberikan pelatihan kepada sumber daya yang akan dilibatkan dalam pelayanan desa wisata. *Outcome* nya adalah paket desa wisata yang holistik berbasis masyarakat.

METODE

Pelaksanaan program pendampingan pengemasan desa wisata ini dibagi dalam beberapa tahapan dengan pendekatan metode kolaboratif dan partisipatif. Secara teknis dibagi menjadi dua tahapan yakni tahap pengemasan untuk membentuk sebuah produk desa wisata dan tahap manajemen atau pengelolaan yang melibatkan masyarakat mitra. Disamping anggota masyarakat, kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa untuk menggali potensi desa, melakukan inventarisasi UMKM yang siap berpartisipasi sebagai imbas dari implementasi desa wisata. Ada dua puluh mahasiswa yang dilibatkan dalam program ini, sehingga upaya penggalian bisa dilakukan dengan lengkap dan terstruktur.

Secara teknis metode yang diterapkan dalam pendampingan pengemasan desa wisata ini dijabarkan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Metode Pendampingan Pengemasan Desa Wisata Cepaka

NO	KEGIATAN	TEKNIS PELAKSANAAN	P I C-ANGGOTA
I	Tahapan Packaging (pengemasan potensi wisata menjadi desa wisata)		
1	Penggalian potensi desa, pengurusan aspek legalitas desa wisata.	Menggali potensi Desa Cepaka yang siap dijadikan produk inti dan imbas desa wisata. Membuat Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai lembaga terendah yang memiliki hak untuk mengelola agar memiliki nilai ekonomi. Secara teknis bisa ditetapkan dibawah BUMDES.	Oleh mahasiswa dalam arahan dosen Oleh dosen bersama tokoh masyarakat
2	Pengemasan <i>jogging track</i> dan <i>tracking</i> sepeda menjadi potensi wisata terkelola.	Pembuatan pintu masuk, pintu keluar jalur / lintasan wisata sepeda dan jogging yang menarik dan terkontrol. Pemasangan “ <i>Caring Donation Box</i> ”	Oleh dosen dan mahasiswa atas persetujuan aparat desa
3	Pengadaan inovasi <i>spot</i> layanan yang menarik wisatawan.	Memberdayakan masyarakat pemilik sawah untuk membuat <i>spot foto</i> , <i>spot</i> layanan makan dan minum, <i>spot</i> mancing atau <i>spot</i> melihat tanaman dan lainnya. Sehingga <i>spot-spot</i> ini	Oleh masyarakat pemilik sawah, dengan subsidi dana PKM

		berpotensi menghasilkan pemasukan bagi masyarakat, dan tetap melestarikan lingkungan.	didukung oleh dosen
4	Optimalisasi pendapatan UKM yang berbasis kearifan lokal.	Menggeser aktifitas UKM kepada aktivitas yang mendukung desa wisata sebagai UKM imbas. UKM yang ada akan dimasukkan dalam paket destinasi atau aktivitas yang bisa dinikmati wisatawan ke Desa Cepaka	Oleh dosen dan mahasiswa. Pelaku UKM yang siap menjadi imbas desa wisata.
II	Tahapan Manajemen (sosialisasi kepada sumber daya manusia pendukung desa wisata)		
1	Up-grade pemahaman pariwisata kepada masyarakat dalam mendukung desa wisata.	Memberikan pelatihan yang meliputi pelatihan standar layanan breakfast, standar layanan akomodasi, <i>hospitality grooming</i> , <i>service excellent</i> , pendampingan UMKM dalam mempersiapkan synergi mereka dan <i>higylene sanitation</i> dalam produksi makanan dan minuman.	Oleh dosen pariwisata, tim auditor pariwisata dan mahasiswa <i>hospitality management</i> .

Berdasarkan klasifikasi pekerjaan pada Table 1 diatas maka secara konseptual, imbas pengkemasan desa wisata ini telah dirasakan juga dirasakan oleh UMKM dan masyarakat Desa Cepaka seluruhnya.

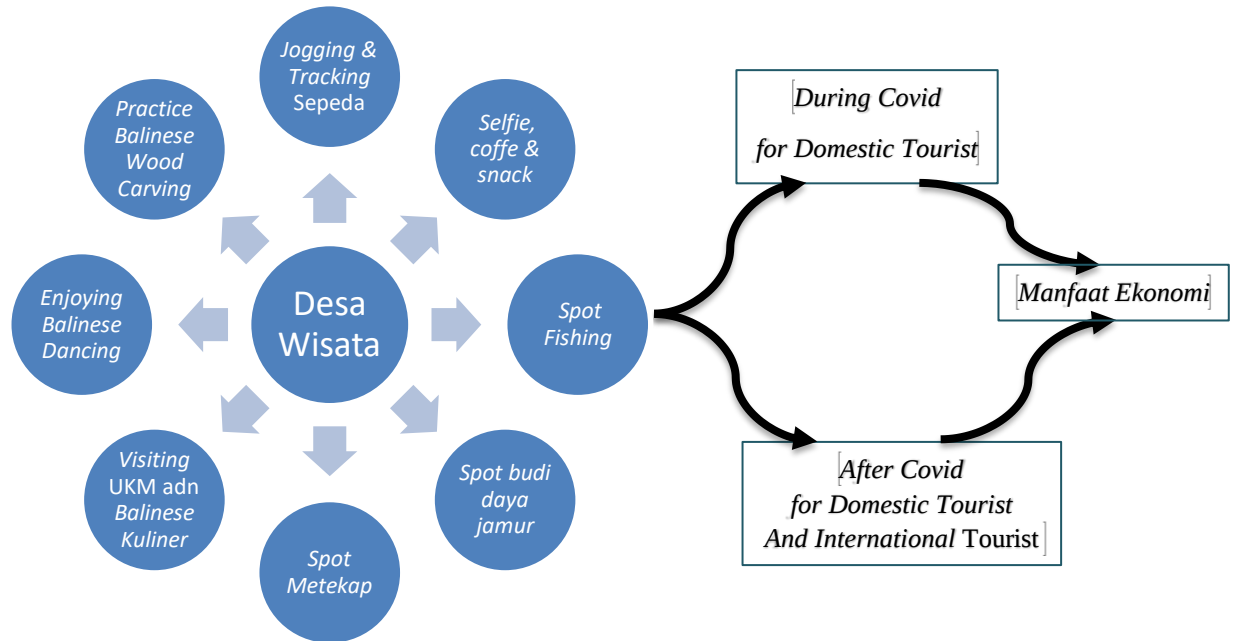
HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk program kerja pada Tabel 1 diatas, maka realisasi kegiatan dalam pengkemasan desa wisata ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Menggali potensi Desa Cepaka yang siap dijadikan produk inti dan imbas desa wisata; dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa sehingga teridentifikasi dengan baik.
2. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai lembaga terendah yang memiliki hak untuk mengelola agar memiliki nilai ekonomi. Secara teknis bisa ditetapkan di bawah BUMDES. Proposal pembentukan POKDARWIS dalam proses pengajuan oleh desa dan tim dosen ke Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan.
3. Pembuatan gapura pintu masuk, pintu keluar jalur / lintasan wisata sepeda dan *jogging track* yang menarik dan terkontrol, dilengkapi area parkir yang aman.
4. Pembuatan "Caring Donation Box" pada beberapa *spot selfie*
5. Memberdayakan masyarakat pemilik sawah untuk membuat *spot foto*, *spot* layanan makan dan minum, *spot* mancing atau *spot* melihat tanaman dan lainnya. Sehingga *spot-spot* ini berpotensi menghasilkan pemasukan bagi masyarakat, dan tetap melestarikan lingkungan. Masyarakat sangat antusias ikut berkontribusi dalam membuat *spot* layanan secara swadaya sesuai dengan menu yang akan disediakan.
6. Menggeser aktifitas UMKM yang sebelumnya berdiri sendiri (tidak dilibatkan dalam desa wisata) kini menjadi bagian dari implementasi desa wisata. UMKM yang dimasukkan dalam paket desa wisata, mendapat imbas pelaksanaan desa wisata secara merata.
7. Kegiatan pelatihan yang diberikan oleh tim dosen dibantu oleh mahasiswa yang meliputi pelatihan standar layanan breakfast, standar layanan akomodasi, *hospitality grooming*, *service excellent*, pendampingan UMKM dalam mempersiapkan synergi mereka. Pelatihan

higylene sanitation dalam produksi makanan dan minuman, terlaksana baik dan mendapat sambutan hangat dari masyarakat dan UMKM.

8. Secara terstruktur model kemasan desa wisata dan dampaknya; dijelaskan sesuai model Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Model Luaran Pengkemasan Desa Wisata Cepaka

Apabila semua komponen UMKM berbasis kearifan local desa setempat terlibat dan mendapat imbas dari pengkemasan desa wisata ini, maka dapat dijamin bahwa desa wisata ini akan berlanjut (*sustainable*). Sambil menunggu pemulihan pariwisata pasca Pandemic Covid 19, masyarakat mendapatkan sosialisasi dan pembelajaran tentang *hospitality industry* sehingga siap memberikan pelayanan standar internasional apabila jalur wisata internasional kembali dibuka.

Dengan demikian Desa Cepaka yang sehari-hari berkecimpung dengan wisatawan asing yang

menginap di villa-villa sekitar sungai setempat, akan mampu dan sangat percaya diri untuk menjual paket-paket ini kepada wisatawan asing yang menginap di villa maupun wisatawan asing lainnya yang berkunjung ke Bali

Dampak Ekonomi Bagi Masyarakat

Ketika dilaksanakan kegiatan ini, ada beberapa manfaat sosial ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat Desa Cepaka diantaranya digambarkan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Keterlibatan Mitra dalam Desa Wisata Cepaka

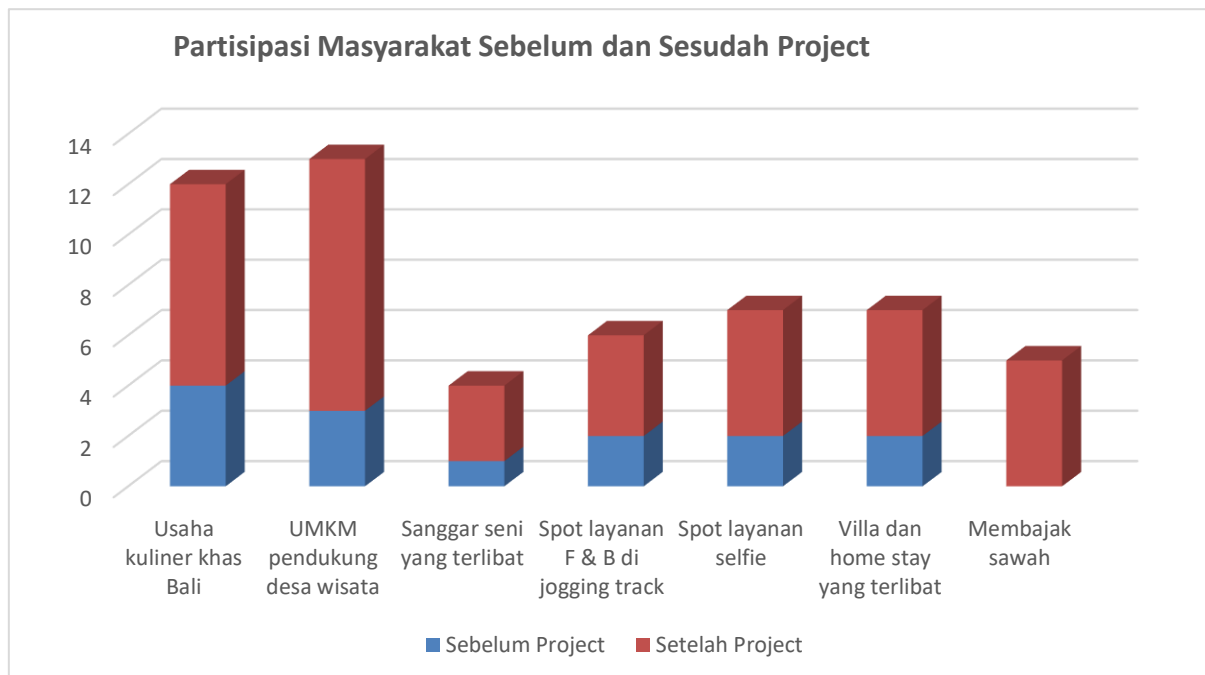
NO	Jenis Mitra	Jumlah Sebelum PKM	Jumlah Saat PKM
1	Usaha kuliner khas Bali	4	8
2	UMKM pendukung desa wisata	3	10
3	Sanggar seni yang terlibat	1	3

4	Spot layanan F & B di jogging track	2	4
5	Spot layanan selfie	2	5
6	Villa dan home stay yang terlibat	2	5
7	Petani yang terlibat dalam spot membajak, memancing	0	5
8	Ibu PKK dan ibu rumah tangga yang terlibat sebagai instruktur	0	15

Bila digambarkan dalam diagram batang, maka keterlibatan UMKM sebagai pendukung desa wisata cenderung meningkat. Semakin banyak masyarakat yang menyadari bahwa mereka dapat berkontribusi dalam desa wisata; mereka bisa mendapatkan penghasilan juga dari kegiatan ini. Faktor ini pula yang mendorong antusiasme mereka untuk berperan serta dalam

kegiatan ini. Bahkan dalam beberapa kegiatan pelatihan yang dilakukan dalam rangka mempersiapkan desa wisata ini diikuti dengan seksama oleh para ibu-ibu PKK.

Secara lebih rinci prosentase pertumbuhan partisipasi tersebut dapat digambarkan pada Diagram 1 berikut ini:



Gambar 2. Keterlibatan UMKM dalam Desa Wisata

Kontribusi Mitra terhadap Pelaksanaan

Dalam proyek kemitraan pengkemasan desa wisata ini tim UNTRIM didukung penuh oleh Kepala Desa Cepaka beserta segenap jajarannya. Seluruh aparat bersinergi; dimana mereka dengan antusias dipilih dan ditetapkan sebagai tim inti dalam POKDARWIS, sehingga bisa berproses lebih lanjut di Kabupaten Tabanan. Demikian juga UMKM, sanggar seni, usaha kuliner dan masyarakat lokal setempat, berbondong-bondong datang ke balai desa, ke

area jogging track untuk ikut memantau dan terlibat dalam pembangunan berbagai fasilitas yang mendukung desa wisata di Cepaka. Secara kebetulan warga masyarakat desa ini banyak juga yang bekerja sebagai perajin, penari dan penabuh gamelan, jadi menggiring mereka untuk mendukung kegiatan berbasis pariwisata ini tidaklah sulit.

SIMPULAN

Ketika project ini direalisasi, masyarakat mulai terbuka dan mendukung upaya menggeser fokus bisnis mereka kepada pengkemasan desa wisata. Beberapa hal yang menjadi simpulan dalam karya pengabdian ini adalah:

1. Pariwisata yang berkembang pesat di Bali sesungguhnya sudah membentuk karakter masyarakat yang peduli lingkungan pariwisata. Ketika ada sesuatu yang diupayakan oleh pemerintah desa, tokoh masyarakat untuk membawa mereka kepada perubahan yang lebih baik, masyarakat cenderung dengan mudah mengikuti dan melaksanakan arahan Kepala Desa Cepaka.
2. Profesi mereka yang juga sebagai petani, pada masa terdampak Covid 19 seperti sekarang ini seakan mereka tergerak untuk kembali bertani, namun bertani tidak hanya untuk menghasilkan padi, tetapi bertani sambil membuat *spot-spot* layanan lain yang bisa dijual bagi wisatawan domestik yang melalui jalur jogging track tersebut.
3. Ketersediaan lahan yang luas dan alam yang sangat mendukung memberi masyarakat alternatif lain dalam menyelamatkan diri dari Covid 19
4. Semangat dan dedikasi masyarakat dalam pariwisata dan budaya, mewarnai cara kerja mereka dalam mewujudkan program pengkemasan desa wisata Cepaka.

DAFTAR RUJUKAN

- Karta, N. L. P. A., Kusumawijaya, I. K., Kappola.V. B. (2020). The Roles and Contributions of Stakeholders in Villages Tourism Brand Management in Bali and India. *Jurnal Kajian Bali Journal of Bali Studies*. 10 (1), <http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali>.
- Karta, N. L. P. A., Wardani, R. K., Suarhana, J. H. P. (2020). Differentiation and The Five A's Concept In Digital Marketing Of Small and Medium Enterprises During The Pandemic Covid 19 (Study at Cepaka Village, Kediri. *Proceeding ICOEN 7* Ciputra University.
- Karta, N. L. P. A., Kappola.V. B. (2018). The Management of Village Tourism (A Comparative Study on Village Tourism in Bali, Indonesia and Andhra Pradesh India). *IJMER* 7(7), July 2018. ISSN: 2277-7881; Impact Factor: 5.818, Index Copernicus.[http://ijmer.in/issues/volume7/volume7-issue7\(2\).aspx](http://ijmer.in/issues/volume7/volume7-issue7(2).aspx)
- Pretty, J. N. (1995). *Regenerating Agriculture: Policies and Practice for Sustainability and Self-Reliance*. Earthscan, London; National Academy Press, Washington - adapted from Adnan *et al.* (1992)
- SK Desa Wisata di Kabupaten Tabanan. (2016) Suarhana, I K. P. (2016). Model Community Participation and Its Impact to Economy, Social and Environment (Case Study at Village Tourism Yogyakarta). *Management. International Journal of Multidisciplinary Education Research*, 5 (10).