

**PENGEMBANGAN KAPASITAS OBJEK WISATA CETU CIBEREUM  
: VALUE CREATION DI DESA RAWA PANJANG BOJONG GEDE  
CIBINONG BOGOR**

**ENHANCING CETU CIBEREUM TOURIST SITE: VALUE CREATION  
IN RAWA PANJANG, BOJONG GEDE, CIBINONG, BOGOR**

**Ikhwan HS<sup>1\*</sup>, Iriana Mildawati<sup>2</sup>, Fitri Rismiyati<sup>3</sup>**

1 Universitas Gunadarma, email: ikhwan.faturiah@staff.gunadarma.ac.id

2 Universitas Gunadarma, email: irina\_milda@staff.gunadarma.ac.id

3 Universitas Gunadarma, email: fitrirismiyati@staff.gunadarma.ac.id

\*Penulis Korespondensi: E-mail: ikhwan.faturiah@staff.gunadarma.ac.id

**ABSTRAK**

Potensi revitalisasi Setu Cibereum sebagai destinasi pariwisata keluarga dan rekreasi dapat berdampak positif pada ekonomi dan lapangan kerja masyarakat setempat. Dengan mengubahnya menjadi tempat wisata yang menarik, peluang usaha untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pedagang, kuliner, bazaar, serta budaya festivals dapat tumbuh, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan menjadi sumber Pendapatan Asli Desa (PAD). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan Destination Life Cycle digunakan untuk memahami evolusi destinasi pariwisata, yang ditentukan oleh keputusan manajemen. Hasilnya termasuk rencana revitalisasi Setu Cibereum, peningkatan pemahaman tentang manajemen startup bisnis desa wisata, keterampilan promosi produk wisata, pembentukan Kelompok Sadar Wisata Setu Cibereum, dan peningkatan pengetahuan warga setempat tentang kemasan produk pariwisata, manajemen seni pertunjukan, dan penciptaan nilai melalui e-commerce. Program ini memiliki misi sosial untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dan potensial untuk pertumbuhan ekonomi serta peningkatan PAD desa Rawa Panjang.

Kata kunci: Value Creation, multiplayer effect, destination life cycle, Master Plan, ecommers, spending effect growth

**ABSTRACT**

The potential revitalization of Setu Cibereum as a family tourism and recreation destination could have a positive impact on the economy and employment of the local community. By turning it into an attractive tourist spot, business opportunities for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), traders, culinary delights, bazaars and cultural festivals can grow, which in turn will increase community income and become a source of Village Original Income (PAD). The research method used is descriptive qualitative with data collection through interviews, observation and documentation. The Destination Life Cycle approach is used to understand the evolution of tourism destinations, which is determined by management decisions. The results include plans for the revitalization of Setu Cibereum, increased understanding of tourism village business startup management, tourism product promotion skills, the formation of the Setu Cibereum Tourism Awareness Group, and increased knowledge of local residents about tourism product packaging, performing arts management, and value creation through e-commerce. This program has a social mission to improve the local community's economy and has the potential for economic growth and increasing the PAD of Rawa Panjang village.

Keywords: Value Creation, multiplayer effect, destination life cycle, Master Plan, ecommers, spending effect growth

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata mempunyai peranan penting dalam hal pembangunan ekonomi nasional. Perencanaan pariwisata penting dilakukan mengingat kini sektor pariwisata menjadi sektor unggulan karena dapat memacu sektor lainnya seperti mendorong perekonomian Indonesia. Kabupaten Bogor adalah daerah yang memiliki potensi sumberdaya wisata yang belum dikelola secara maksimal. Salah satunya adalah wisata setu yang dapat dimanfaatkan untuk objek wisata Air bagi masyarakat. Sektor wisata merupakan sektor potensial yang mendukung peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat, selain itu berpengaruh juga pada aspek sosial, budaya, *local wisdom*. Sektor ini melibatkan banyak stakeholders yaitu pemerintah, pelaku bisnis, organisasi penyelenggarawisata dan masyarakat. Potensi wisata dapat menjadi penggerak aktivitas ekonomi yang berpengaruh pada peningkatan retribusi pendapatan daerah. Pariwisata juga sebagai industri jasa dapat membuka kesempatan kerja bagi warga masyarakat karena terciptanya ekosistem bisnis sebagai dampak adanya objek wisata tersebut. Dalam kontribusi yang luas sektor pariwisata memiliki perananan memajukan ekonomi daerah minimal dalam tiga sektor yaitu: ekonomi (sumber devisa, pajak-pajak), sosial (penciptaan lapangan kerja), dan kebudayaan (memperkenalkan budaya tempat wisata kepada wisatawan). Sektor Pariwisata juga secara nasional menyumbang sekitar 70 % lapangan kerja baru di Indonesia.

Selain itu Secara administratif dan geografis, Kabupaten Bogor berada pada posisi strategis, berada dekat dengan Jakarta sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia di sebelah Utara ( $\pm 60$  km) dan Ibukota Provinsi Jawa Barat, Bandung ( $\pm 180$  km)<sup>10</sup>. Potensi pariwisata Kota Bogor di dukung oleh lokasinya yang strategis dalam lingkup kepariwisataan Provinsi Jawa Barat dan Nasional. Kabupaten Bogor menyimpan banyak potensi yang dapat dikelola secara efektif tetapi harus dimulai dengan strategi pembangunan sistem tata kelola pariwisata dengan meningkatkan meningkatkan peran dan pengembangan desa dalam pariwisata. Diantara potensi tersebut, mulai dari wisata alam danau hingga wisata edukasi banyak desa yang memiliki potensi desa yang luarbiasa seperti Desa Batu Layang, di timur ada Situ Rawa Gede dan di Parung ada Situ Lebak Wangi yang sudah dikelola oleh Bumdes. Didaerah citayam tepatnya di rawa panjang terdapat Situ cibereum yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadiobjek wisata. Potensi-potensi yang terdapat di Setu Cibereum belum terlihat didukung oleh fasilitas-fasilitas agar berkembang lebih optimal menjadi sebuah kawasan wisata. Berbagai aktifitas yang telah berlangsung belum pula dikelola secara baik. Perma salahannya yang terdapat di Setu Cibereum perlu di benahi secara berkelanjutan. Selain itu kondisi lingkungan yang cukup memprihatinkan dan tidak adanya dukungan masyarakat sekitar untuk pengembangan wisata Setu Cibereum. Membuat kondisi tersebut diperlukan analisa potensi objek daya tarik wisata di kawasan Setu Cibereum. Daya tarik pariwisata (*tourism resources and attraction*) atau potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh Kabupaten Bogor pada umumnya berupa; sumberdaya alam (*natural resources*) dan sumberdaya kebudayaan (*cultural resources*) dan manusia (*human resources*) sebagai pelaku pariwisata (Soekadijo, 2000). Kabupaten Bogor juga memiliki wisata situ diantaranya, Setu Cibereum salah satu dari 95 situ yang potensial untuk dikembangkan menjadi ikon wisata kabupaten bogor. Situ cibereum berlokasi di kampung kelapa RT 04 RW 03 desa rawa panjang kecamatan bojong gede dengan luas 2,50 Ha tercatat sebagai asset yang dimiliki pemerintah daerah provinsi jawa barat dengan kode asset 1.3.1.01.02.01.002.040. Setu Cibereum selain sebagai daerah resapan air, setu atau danau yang diliki desa rawa panjang saat ini bisa dikembangkan menjadi obyek wisata potensial dan bernilai ekonomis bagi warga sekitar.

Manajemen pengelolaan setu yang berada di desa-desa kedepan harus ditangani secara profesional oleh BUMDES dengan membentuk unit pengelolaan otonom dibawa otoritas kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Bumdes harus mengelola secara mandiri sehingga menjadi sumber potensial dalam

meningkatkan pendapatan desa. Kedepan setu menjadi salah satu destinasi wisata yang berkaitan dalam rangka mewujudkan Kabupaten Bogor sebagai daerah *sport and tourism* dan pengembangan situ *front city*. Dengan keberadaan 96 setu di kabupaten Bogor maka akan menjadi icon wisata menarik yang dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan desa dan kabupaten.

Aktivitas masyarakat disekitar setu belum mencerminkan adanya kegiatan ekonomi yang bermanfaat untuk masyarakat, keberadaan setu hanya dimanfaatkan untuk aktivitas memancing ikan, belum dikelola secara efektif untuk objek wisata. Disekitar lingkungan situ ditemukan beberapa pedagang kios-kios kecil yang menjual minuman, makanan, kopi, rokok dan kebutuhan warga yang memancing ikan. Masyarakat yang bermukim disekitar situ hanya memiliki penghasilan tidak tetap perbulan dengan jumlah rukun keluarga sebanyak  $\leq 50$  rumah. Pemerintah daerah juga belum melakukan revitalisasi infrastruktur lingkungan situ misalnya dengan membangun tugu selamat datang, pintu masuk masih terbuka, lokasi situ tidak dipagar keliling, tidak ada area parkir, penataan pemukiman yang kurang sesuai dengan kawasan situ, belum dibangun kios, mushola, *jogging track* yang membuat masyarakat tertarik mengunjungi situ.

Keberadaan situ cibeureum ditengah-tengah pemukiman penduduk juga belum memberikan manfaat secara sosio ekonomi misalnya setu difungsikan sebagai potensi *local wisdom*, sumber air bersih, irigasi, budidaya ikan darat, dan mengembangkan fungsi setu sebagai objek wisata, tempat rekreasi keluarga, dikombinasikan dengan kegiatan wisata lain seperti outbond, wisata kuliner, bazaar, kerajinan dan wisata lainnya yang memberikan *multiplier effect* pada peningkatan aktivitas ekonomi warga masyarakat dan juga sebagai sumber pendapatan desa rawa panjang. Dari sisi pariwisata tersendiri, permasalahannya yaitu sadar wisata. Kurangnya kesadaran masyarakat akan keberadaan setu cibeureum ini yang bisa dijadikan potensi wisata dan bisa dijadikannya objek dan daya tarik wisata. Setu Cibeureum ini apabila dikelola dengan baik dan masyarakatnya sadar akan potensi wisata, bisa menjadi wisata yang dapat menguntungkan dari segi ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Dengan analisis situasi dan permasalahan mitra menggambarkan Setu Cibeureum yang sangat memprihatinkan menjadi permasalahan utama sehingga disepakati antara pengusul dan mitra (masyarakat) untuk dipecahkan bersama melalui penyuluhan dan pendemonstrasian secara langsung menjadi Setu yang terawat dan bersih dimana nantinya mitra (masyarakat) akan mendapatkan keuntungan dari pengelolaan Setu Cibeureum serta dapat memberikan pelatihan kepada masyarakat setempat. Keunikan dan keadaan ekosistem daerah Setu Cibeureum harus dilestarikan, dikembangkan, dipromosikan secara penuh. Sampai saat ini pengembangan kawasan masih kurang dari perhatian pemerintah dan masyarakat terhadap pengelolaan. Oleh karena itu pengembangan hendaknya didasarkan atas peran serta masyarakat. Setu Cibeureum sebagai suatu Daerah Tujuan Wisata berada di desa Rawa Panjang, Bogor, Jawa Barat memiliki potensi pengembangan yang baik dengan adanya berbagai jenis obyek dan atraksi wisata melalui peningkatan kemampuan masyarakat.

Gambaran umum potensi ekonomi setu cibeureum dapat menciptakan aktivitas ekonomi yang membuka lapangan kerja bagimasyarakat setempat jika Objek wisata direvitalisasi menjadi Tempat Wisata Keluarga dan Sarana Rekreasi & Olahraga sehinggamenciptakan market place untuk Usaha & Bisnis Masyarakat (UMKM/Pedagang/Kuliner/ Bazaar/ Vestifal budaya dalam jangka panjang dapat Peningkatan pendapatan Warga, Pembukaan Lapangan kerja baru dan menjadi sumber PAD desa. Ekosistem berbasis value creation akan menciptakan multyplayer effect secara berkelanjutan. Dengan keberadaan setu ini memungkinkan terciptanya ruang pasar baru bagi masyarakat setempat untuk membuka berbagai jenis usaha sehingga tercipta ekosistem bisnis yang yang terintegrasi satu sama lain. Berikut ini gambaran model bisnis wisata setu cibeureum.

Capacity building dapat juga diartikan sebagai upaya memperkuat kapasitas individu, kelompok atau organisasi yang dicerminkan melalui pengembangan kemampuan, ketrampilan, potensi dan bakat serta penguasaan kompetensi-kompetensi sehingga individu, kelompok atau organisasi dapat bertahan dan mampu mengatasi tantangan perubahan yang terjadi secara cepat dan tak terduga. Menurut Milen (2004: 12), kapasitas diartikan sebagai kemampuan individu, organisasi atau sistem untuk menjalankan fungsi sebagaimana mestinya secara efisien, efektif dan terus menerus. Morgan (dalam Haryanto, 2014: 14) mengartikan kapasitas sebagai kemampuan, ketrampilan, pemahaman, sikap, nilai-nilai, hubungan, perilaku, motivasi, sumber daya, dan kondisi-kondisi yang memungkinkan setiap individu organisasi, jaringan kerja atau sektor, dan sistem yang lebih luas, untuk melaksanakan fungsi-fungsi mereka dan mencapai tujuan pembangunan yang telah ditetapkan dari waktu ke waktu. Kapasitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu dalam rangka mencapai tujuan.

Menurut Janet L. Finn & Barry Checksoway secara eksplisit menjelaskan definisi *Capacity Building* yang artinya “sampai seberapa jauh staff mampu menunjukkan kontribusi yang nyata terhadap pengembangan personal, organisasi dan masyarakat (Warsito, Y, 2003:4). Kapasitas adalah kemampuan individu, organisasi atau sistem untuk menjalankan fungsi sebagaimana mestinya secara efisien, efektif, dan terus menerus”. Diantara definisi yang paling banyak diterapkan adalah yang digunakan oleh UNDP. Puspitasari, dkk. (2019) memberikan penjelasan bahwa pengembangan kapasitas (*capacity building*) merupakan salah satu cara yang dapat digunakan organisasi publik untuk menghadapi perubahan sesuai dengan tuntutan zaman. Peningkatan kapasitas tersebut terdiri dari 3 (tiga) sektor yakni sumber daya manusia, penguatan organisasi dan penguatan sistem (*institutionalreform*).

Bank Dunia (dalam Haryanto, 2014: 17) menekankan kapasitas ke dalam lima aspek, yaitu: (1) pengembangan SDM, training, rekrutmen dan pemutusan pegawai profesional, manajerial dan teknis, (2) keorganisasian, yaitu pengaturan struktur, proses, sumberdaya dan gaya manajemen, (3) networking, berupa koordinasi, aktifitas organisasi, fungsi, serta interaksi formal dan informal, (4) lingkungan organisasi, yaitu aturan, undang-undang yang mengatur pelayanan publik, tanggungjawab dan kekuasaan, kebijakan seta daya dukungan keuangan atau anggaran, dan (5) lingkungan secara luas, meliputi: faktor-faktor politik, ekonomi, dan kondisi yang mempengaruhi kinerja.

Grindle, Marilee (dalam Haryanto, 2014: 19), mengatakan pengembangan kapasitas merupakan upaya yang ditujukan untuk mengembangkan berbagai strategi untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan responsibilitas kinerja pemerintah. Brown (dalam Haryanto, 2014: 19) menjelaskan pengembangan kapasitas sebagai suatu proses yang dapat meningkatkan kemampuan seseorang, suatu organisasi, atau suatu sistem untuk mencapai tujuan-tujuan yang akan dicapai. Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia (dalam Haryanto, 2014: 20) mendefinisikan pengembangan kapasitas sebagai pembangunan atau peningkatan kemampuan (*capacity*) secara dinamis untuk mencapai kinerja dalam menghasilkan output dan outcome pada kerangka tertentu. Dalam Bahasa Sunda; kata *situ* artinya danau adalah suatu cekungan pada permukaan bumi yang berisi air. Danau dapat memiliki manfaat dan fungsi seperti untuk irigasi pengairan 8 sawah, ternak serta kebun, sebagai objek pariwisata, sebagai PLTA atau pembangkit listrik tenaga air, sebagai tempat usaha perikanan darat, sebagai sumber penyediaan air bagi makhluk hidup sekitar dan juga sebagai pengendali banjir dan erosi. Menurut (Pendit 2002:32) menerangkan bahwa potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat disebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi atraksi wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya. Menurut Sucipto dan Limbeng (2017:5) Wisata adalah

kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Penciptaan nilai (*value creation*) dalam pengertian leksikal dan sederhana adalah performa dari serangkaian tindakan untuk meningkatkan nilai kelayakan barang, jasa atau bahkan suatu bisnis ([http://www. Business dictionary.com](http://www.Businessdictionary.com)). Banyak pelaku usahasekarang ini berfokus pada upaya menciptakan nilai yang lebih baik bagi pelanggan untuk mendapatkan produk/jasa, serta sekaligus bagi para pemilik atau penanam modal yang menginginkan saham mereka terapresiasi dengan pertumbuhan nilai. Pandangan lain mengenai penciptaan nilai dinyatakan Mekinnon, Gowland dan Worzel (Zamalludin, 2006) sebagai suatu transformasi dari hasil kreativitas dan inovasi melalui penemuan atau pengembangan dalam menghasilkan produk atau jasa di suatu perusahaan. Penciptaan nilai didefinisikan sebagai fungsi dari kemampuan memimpin, mendapatkan sumber-sumber, dan kemampuan dalam mengotimalkan proses manajemen. Dalam ungkapan amat sederhana penciptaan nilai disebut sebagai upaya membangun nilai suatu produk agar berguna dan bermanfaat bagi pelanggan (*customer*) yang dituju (Liestyo, 2005). Dalam menciptakan nilai (*creating value*) selalu diperlukan perbaikan proses bisnis (*process business improvement*) yang melibatkan berbagai pihak dalam organisasi, dengan melakukan upaya pemahaman sebaik mungkin mengenai pelanggan dan mengetahui apa kebutuhan mereka. Penciptaan nilai bagi organisasi adalah aura atau spirit untuk menjalani kehidupan, ditopang oleh semua pihak yang berada dalam sistem. Dalam kerangka pemikiran praktis, proses penciptaan nilai (*value creation process*) dapat dimaknai sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan pengelola wisata setu untuk meraih keunggulan, nilai terbaik atau unik (*unique values*).

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode ini menurut Sukmadinata (2006) menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah karakteristik kajian yang mengungkapkan secara spesifik berbagai fenomena sosial dan alam yang ada di dalam kehidupan masyarakat pada aspek hubungan, dampak, dan penyelesaian dari kegiatan. Sehingga bisa memilih salah satu untuk dijadikan fokus dan kemudian dijelaskan secara spesifik dalam laporan kajian.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan Siklus Hidup Destinasi Siklus hidup destinasi (*destination life cycle*) dipergunakan sebagai alat untuk memahami evolusi dari produk dan destinasi pariwisata. Model siklus hidup destinasi ini ditentukan oleh keputusan strategis manajemen dan sangat tergantung pada faktor eksternal, seperti kompetisi, pengembangan produk substitusi atau sejenis, perubahan selera konsumen dan regulasi pemerintah (Pitana 2009:131).

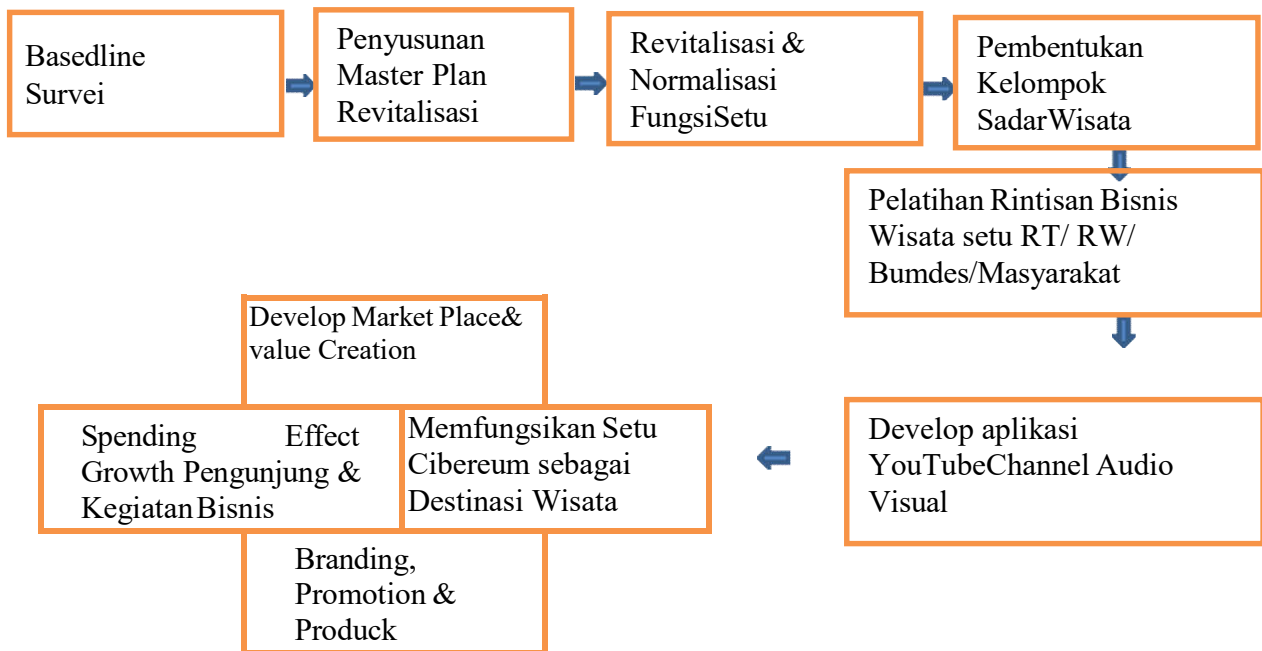
Menurut Butler (1980) ada 7 fase pengembangan pariwisata atau siklus hidup pariwisata (*Destination Area Lifecycle*) yang membawa implikasi serta dampak yang berbeda, secara teoritis di antaranya: 1) Fase *exploration* (eksplorasi/penemuan). Daerah pariwisata baru mulai ditemukan, dan dikunjungi secara terbatas dan sporadis, khususnya bagi wisatawan petualang. Pada tahap ini terjadi kontak yang intensif dengan penduduk lokal, maka dampak sosial budaya ekonomi pada tahap ini masih sangat kecil. 2) Fase *involvement* (keterlibatan). Meningkatnya pengunjung yang mendorong penduduk lokal menawarkan fasilitas secara eksklusif kepada pengunjung. Kontak dengan penduduk lokal tetap tinggi dan beberapa dari mereka mulai menyesuaikan pola sosialnya untuk mengakomodasi perubahan kondisi ekonomi akibat keberadaan wisatawan. Promosi destinasi wisata mulai diinisiasi.

3) Fase development (Pembangunan). Investor luar mulai tertarik untuk menanamkan modalnya guna membangun berbagai fasilitas pariwisata di destinasi tersebut seiring dengan berkembangnya pemasaran destinasi.

Aksesibilitas mengalami perbaikan, advertising semakin intensif dan fasilitas lokal mulai diisi dengan fasilitas modern dan terbaru. Hasilnya adalah semakin menurunnya partisipasi dan kontrol oleh penduduk lokal. Atraksi buatan mulai muncul, khususdiperuntukan wisatawan. Tenaga kerja dan fasilitas import mulai dibutuhkan untuk mengantisipasi pertumbuhan pariwisata yangbegitu cepat.

4) Fase consolidation (konsolidasi). Porsi terbesar dari ekonomi lokal berhubungan dan bersumber dari pariwisata.

Metode Kegiatan



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil PKM**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat harus bisa menghasilkan (output) yang dapat bermanfaat untuk kepentingan masyarakat luas khususnya bagaimana memberikan solusi yang efektif dan efisien : Membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) adalah lembaga yang didirikan warga desa yang anggotanya terdiri dari para masyarakat setempat yang memilikikepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi berkembangnya kepariwisataan di wilayah desa mereka serta mewujudkan Sapta Pesona. Membantu mereka dalam program pelatihan paket wisata yang berkelanjutan untuk membekali pengetahuan dan skill manajemen pengelolaan wisata yang berkelanjutan dengan pendekatan value creation.

Melakukan edukasi kepada masyarakat setempat untuk membuat unit usaha/bisnis baik dalam skala rintisan bisnis rumah tangga atau UMKM Menggali potensi masyarakat lokal dengan melakukan

pelatihan kerajinan tangan khas Setu Cibereum. Peningkatan wawasan dan pemahaman Pengelolaan Rintisan Bisnis Desa Wisata Bagi RT/RW 3,8,12 dan 13 Peningkatan ketrampilan dalam mempromosikan produk bisnis wisata setu bagi Kelompok sadar Wisata desa rawa panjang pelatihan kepadawarga masyarakat disekitar situ mengenai pengemasan produk wisata (paket wisata) manajemen seni pertunjukan, (Bazar, pentasseni dan budaya) dan value creation melalui ecommers untuk memiliki HAKI. Pelatihan Rintisan Bisnis Wisata setu RT/RW/Bumdes/Masyarakat, dilaksanakan dikantor desa rawa panjang dihadiri oleh masyarakat, ketua RT/RW, Bumdes, jajaran pemerintah desa pada tanggal 26 Desember 2021. Pelatihan kepada warga masyarakat disekitar situ mengenai pengemasan produk wisata (paket wisata) manajemen seni pertunjukan, (Bazar, pentas seni dan budaya) dan value creation melalui ecommers untuk memiliki HAKI. Pendampingan: diadakan diskusi kelompok yang diikuti 5 dan 10 orang yang dipili dari RT/RW 3,8,12 dan Kelompok sadar wisata, Bumdes, Staf Desa Rawa panjang. Diskusi kelompok ini, untuk memecahkan kendala teknis dan tahapan revitalisasi setu, edukasi masyarakat untuk menjaga kelestarian setu.

### **Pembahasan**

Untuk mengoptimalkan fungsi setu menjadi objek wisata perlu membentuk kelompok sadar wisata yang berfungsi Melakukan sosialisasi pengelolaan destinasi wisata air untuk menjaga kebersihan setu selain menggunakan setu untuk area pemancingan warga. Sebaiknya pihak pengelola pemancingan tersebut menyediakan tempat sampah diberbagai titik pada area tersebut agar para pengunjung tidak membuang sampahnya dengan sembarangan dan masyarakat dapat membuat beberapa sistempengolahan limbah sampah, hal tersebut juga dapat memicu ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Konsep pelestarian wisatasetu sangat penting dilakukan sebagaimana pandangan Munasef (Hadiwijoyo (2012: 57) mengatakan pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana danprasarana,barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Untuk meningkatkan kapabilitas kelompok sadar wisata perlu dilakukan pelatihan mengenai pembuatan paket-paket wisata yang bertujuan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung, kemudian meningkatkan partisipasi masyarakat dalam meningkatkan ekonomi setempat. Dikarenakan wisatawan banyak yang berkunjung maka dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar setu, hal ini sejalan dengan pemikiran Pitana & Diarta (2009: 134) mengatakan bahwa : Pengembangan merupakan teknik penggabungan beberapa aspek penunjang pariwisata yaitu seperti aspek akseibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan / kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata dan seterusnya dengan menggunakan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam mengenai pengemasan produk wisata (paket wisata) manajemen seni pertunjukan, (Bazar, pentas seni dan budaya) dan value creation melalui ecommers sangat penting dilakukan secara berkelanjutan.

Upaya selanjutnya dalah melakukan pendampingan untuk memecahkan kendala teknis dan tahapan revitalisasi setu, edukasi masyarakat untuk menjaga kelestarian setu dan memfungsikan setu cibereum sebagai destinasi wisata berbasis value creation dengan mengembangkan strategi pemasaran kepada masyarakat luas melalui Branding, Promotion & Product, Develop MarketPlace dan youtub secara on line, sehingga menghasilkan spending effect growth pada peluang membuka kesempatan kerja baru bagi masyarakat dan juga menjadi potensi retribusi pendapatan asli desa Rawa Panjang.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan based line survei disimpulkan mengenai kondisi lingkungan, kondisi masyarakat, potensi-potensi di situ cibereum dapat di simpulkan bahwa kawasan tersebut, memiliki potensi untuk dijadikan Objek Daya Tarik Wisata agar dapat terealisasi diperlukan juga koordinasi yang baik antar pihak-pihak yang terkait dalam pengembangan dan pemantauan kawasan wisata dan juga upaya pembuatan peraturan daerah tentang kawasan wisata serta tindak lanjut dari peraturan daerah tersebut. Kajian potensi wisata di kawasan situ cibereum ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh semua pihak dalam melakukan perencanaan pengembangan kawasan wisata di situ cibereum. Untuk mendukung revitalisasi setu dibuat detail master plan revitalisasi yang akan diajukan kepada Pemerintah daerah.

Objek wisata setu cibereum perlu didayagunakan potensi saat ini supaya dapat bermanfaat untuk masyarakat dan pemerindah desa rawa panjang maka disarankan sebagai berikut:

Kerjasama dengan pemerintah Kabupaten Bogor dan Provinsi Jawa Barat untuk melakukan revitalisasi dan normalisasi keberadaan setu sehingga menjadi tempat destinasi wisata setu yang menarik perhatian Masyarakat.

Perlu segera dibuatkan manajemen pengelolaan dan kelembagaan kelompok sadar wisata yang telah di bentuk oleh Pemerintah Desa untuk memfungsikan setu sebagai objek wisata dan menyusun program dan strategi promosi setu sebagai objek wisata

## DAFTAR PUSTAKA

Butler, R.W. 1980. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. University of Western Ontario.

Budimanta, Rudito, A Prasetijo, & Kusairi, (2003). Akses Peran Serta Masyarakat Lebih Jauh Memahami Community Development. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Canadian Geographer XXIV, 1. Makalah dalam bentuk pdf dari <http://aaronluman.com/articles/CycleofEvolution.pdf> diakses pada tanggal 14 Januari 2016

David, Fred. R. 2011. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Sukmadinata, 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Graha Aksara the Korean Herald (Edit),

Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat. Yogyakarta: Graha Ilmu. Penanggulangan Bencana, <http://bpbd.pamekasankab.go.id/penanggulangan/>, Diakses pada 11 November 2021.

Humas. 11 Agustus 2017. Masyarakat Sadar Wisata, <https://setkab.go.id/masyarakat-sadar-wisata/> Diakses pada 11 November 2021

Sodier, Tourism. 03 Juni 2013. yang wajib untuk Destinasi Wisata, <http://www.jejakwisata.com/studies/kajianpariwisata/43-4a-yangwajibuntuk-destinasiwisata>. Diakses pada 11 November 2021.

Ahmad. 2018.



Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Pustaka Utama. Jakarta.

Pitana, I. dan I. K. S. Diarta. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit Andi: Yogyakarta 2021 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor.

2014. [kecbojonggede@bogorkab.go.id](mailto:kecbojonggede@bogorkab.go.id) “Profil Kantor Desa Rawa Panjang” kecamatan Bong gede Kabupaten Bogor

2021. <https://www.qontak.com/lp/whatsapp?gclid>

2021. <https://www.google.com/search?q=gambar+busines+plan&sxsr>