

KEBANGKITAN SEKTOR PARIWISATA OBJEK WISATA TENJO LAYAR DESA SANGKANERANG, KECAMATAN JALAKSANA KABUPATEN KUNINGAN JAWA BARAT

Wachjuni*, Rina Masruroh, Yasir Maulana

Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan

*email: wachjuni@uniku.ac.id

Abstract

Tenjo screens natural tourist destinations in the village of Sangkanerang, Jalaksana, Kuningan, West Java area of Mount Ceremai National Park (TNGC) with beautiful scenery, cool air, there are waterfalls and some exotic animals (Eagle Bondol and Surili). Since 2017 there have been visitors although the number is not much, so it has not covered the operational costs of management. Plus there is a government policy in 2020 to close tourist attractions due to the covid 19 pandemic. Tenjo Layar tourist attraction manager has not dared to do a thorough promotion, only through social media (Facebook and Instagram) from the manager's personally owned mobile phone with simple features, this is because computer devices are not yet available, and there is still a lack of knowledge and experience in the management of management and development of tenjo layar attractions based on technology. In addition, it has not established cooperation with various relevant parties such as: (travel agents or tour operators, transportation companies, hotel accommodation, local travel agents, souvenirshop) that will support and increase the interest of tourists to visit. They urgently need a companion in exploring the potential contained in tourist attractions (natural and artificial) and the right way to develop independently so as to increase income for tourist attractions, villages, and surrounding communities, without eliminating the local wisdom possessed with the help of technology and related stakeholders.

Keywords: Management, Management, Technology, Screen Tenjo

Abstrak

Tenjo layar destinasi wisata alam di desa Sangkanerang, Jalaksana, Kuningan, Jawa Barat wilayah kawasan Taman Nasional Gunung Ceremai (TNGC) dengan pemandangan indah, udaranya sejuk, terdapat curug/ air terjun dan beberapa hewan eksotik (Elang Bondol dan Surili). Sejak 2017 sudah ada pengunjung walaupun jumlah tidak banyak, sehingga belum menutupi biaya operasional pengelolaan. Ditambah ada kebijakan pemerintah tahun 2020 untuk menutup objek wisata karena pandemic covid 19. Pengelola objek wisata Tenjo Layar belum berani melakukan promosi secara menyeluruh, hanya melalui media sosial (Facebook dan Instagram) dari handphone milik pribadi pengelola dengan fitur sederhana, hal ini disebabkan perangkat komputer belum tersedia, dan masih minimnya pengetahuan dan pengalaman dalam manajemen pengelolaan dan pengembangan objek wisata Tenjo Layar berbasis teknologi. Disamping itu, belum menjalin kerjasama dengan berbagai pihak-pihak terkait seperti : (travel agent atau tour operator, perusahaan pengangkutan, akomodasi perhotelan, travel agent local, souvenirshop) yang akan mensupport dan menambah ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Mereka sangat membutuhkan pendamping dalam menggali potensi yang terdapat di objek wisata (alami dan buatan) dan cara yang tepat mengembangkan secara mandiri sehingga mampu meningkatkan pendapatan bagi objek wisata, desa, dan masyarakat sekitar, tanpa menghilangkan kearifan lokal yang dimiliki dengan bantuan teknologi dan stakeholders terkait.

Kata Kunci : Pengelolaan, Manajemen, Teknologi, Tenjo Layar

| | | |
|-----------------------|---------------------|----------------------|
| Submitted: 2022-01-27 | Revised: 2022-04-22 | Accepted: 2022-04-30 |
|-----------------------|---------------------|----------------------|

Pendahuluan

Objek wisata merupakan salah satu potensi penting untuk dikelola dan ditangani dengan baik, agar mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan negara, baik dari segi ekonomi, sosial masyarakat, dan juga pelestarian lingkungan hidup. Tenjo layar merupakan salah satu destinasi wisata alam di desa Sangkanerang, Jalaksana, Kuningan, Jawa Barat dan merupakan wilayah kawasan Taman Nasional Gunung Ceremai (TNGC) dengan pemandangan yang indah, udaranya sangat sejuk, terdapat curug/ air terjun dan ada beberapa hewan eksotik. Posisi desa ini berada pada ketinggian sekitar 1.300 mdpl dan berbatasan langsung dengan kabupaten Cirebon. Dari sebuah bukit didesa ini kita dapat melihat layar kapal nelayan yang sedang melaut sehingga

dinamakan tenjolayar. "Tenjo" yang berarti lihat dan "layar" yang dimaksud adalah perahu layar. Jadi Tenjo Layar artinya melihat perahu layar sebab ketika berada diatas bukit kita bisa melihat perahu layar dari laut Jawa di Cirebon.



Gambar 1. Objek wisata Tenjo Layar

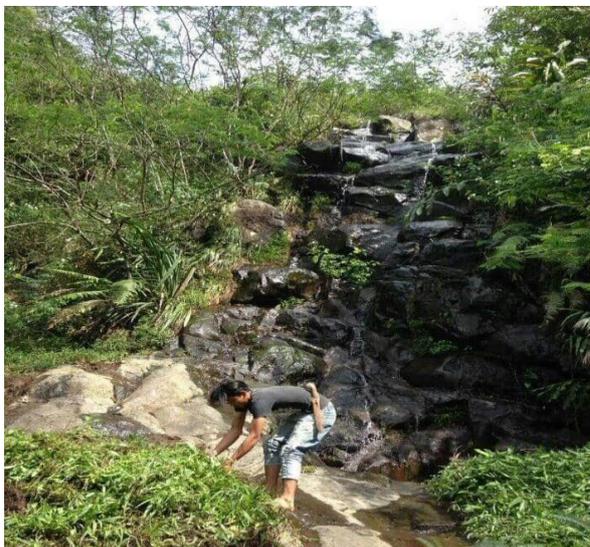
Objek wisata Tenjo Layar terbentuk atas arahan Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kab. Kuningan kepada Kompepar (Kelompok Penggerak Pariwisata) dengan pemanfaatan lahan di bawah Taman Nasional Gunung Ciremai, kontribusi izin kelompok Pemda, kelola wilayah TNGC KLHK. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.36/2010 dan Peraturan Menteri Kehutanan No.48/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, pengembangan tempat wisata alam harus mengantongi izin pengusahaan pariwisata alam (IPPA). Sejak tahun 2017 sudah ada pengunjung yang datang walaupun jumlah tidak begitu banyak, sehingga belum mampu menutupi biaya operasional pengelolaan objek wisata. Sepinya jumlah pengunjung disebabkan fasilitas yang tersedia masih sedikit.

Sejak awal dibangun mayoritas fasilitas yang ada secara swadaya berasal dari anggota Karang Taruna dan anggota Kompepar. Beberapa fasilitas penunjang dibangun oleh desa dengan bantuan dana desa (seperti jalan, tiketing dan kamar mandi), selain itu ada bantuan dari TNGC diantaranya embung, gazebo satu buah dan spot pengamatan elang jawa. Hal yang lebih memprihatinkan adalah setelah pandemic Covid 19, jumlah pengunjung tidak ada sama sekali, sedang biaya operasional pengelolaan objek wisata terus harus dikeluarkan. Jadilah objek wisata Tenjo Layar seperti mati suri. Padahal pemerintah Kabupaten Kuningan sudah membuka kembali objek wisata sejak tanggal 25 Juni 2020 dengan mengikuti protokol covid 19.

Pengelola objek wisata Tenjo Layar belum berani melakukan promosi secara menyeluruh, hanya dilakukan melalui media sosial Facebook dan Instagram dari handphone milik pribadi pengelola dengan fitur yang masih sederhana, hal ini disebabkan perangkat seperti komputer belum tersedia, masih minimnya pengetahuan dan pengalaman bagaimana melakukan pemasaran objek wisata secara digital (*digital marketing*). Disamping itu, ketidaktahuan bagaimana menjalin kerjasama dengan berbagai pihak-pihak terkait seperti: (travel agent atau tour operator, perusahaan pengangkutan, akomodasi perhotelan, travel agent local, souvenirshop) yang akan mensupport dan menambah ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata.

Sangat disadari oleh pengelola sendiri minimnya pengetahuan dan pengalaman dalam manajemen pengelolaan dan pengembangan objek wisata Tenjo Layar. Mereka sangat membutuhkan pendamping sebagai konsultan dalam menggali potensi apa saja yang terdapat di objek wisata (alami dan buatan) serta cara yang tepat mengembangkan objek wisata secara

mandiri sehingga mampu meningkatkan pendapatan bagi objek wisata, desa, dan masyarakat sekitar, tanpa menghilangkan kearifan lokal yang dimiliki dengan bantuan teknologi dan stakeholders terkait.



Gambar 2. Curug Tenjo Layar



Gambar 3. Spot Foto untuk pengamatan Elang Jawa

Fasilitas sarana prasarana masih terdapat banyak kekurangan, misalnya kebutuhan air bersih saat ini belum memadai, karena belum adanya dana untuk pemasangan pipa dari air terjun untuk keperluan di musholla, bilas, dan lain – lain. Disamping itu, debit air terjun tidak begitu deras dimusim kemarau, karena terhalang oleh bebatuan yang menutupi aliran air dari mata air, maka sangatlah perlu pemasangan pipa, karena ini menjadi salah satu andalan dari objek wisata Tenjo Layar.

Menurut Cox (1985) dalam Pitana (2009) pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan local dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis kepada keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan/atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

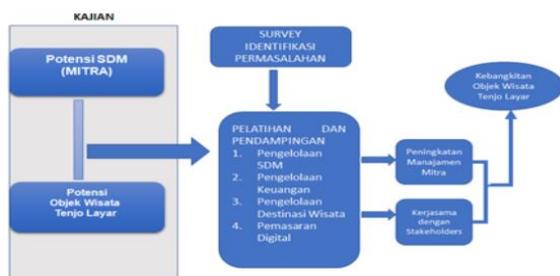
Pada pelaksanaan kegiatan ini, perlu adanya pelatihan dan pendampingan bagi pengembangan objek wisata melalui "Kebangkitan Sektor Pariwisata Objek Wisata Tenjo Layar Desa Sangkanerang Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan Jawa Barat".

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan karena sebetulnya melibatkan banyak orang, namun dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mulai dari proses perencanaan, proses pelaksanaan hingga monitoring dan evaluasi kegiatan, maka semua dilakukan secara daring. Memperhatikan luaran dari kegiatan tersebut, maka metode yang akan digunakan untuk mengatasi permasalahan dilakukan dengan metode pelatihan, dan pendampingan yaitu pertemuan secara berkala antara pendamping dengan kelompok sasaran.

Model pendekatan yang dilakukan meliputi: (1) Model *participatory rural appraisal* (PRA), proses dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan untuk saling berbagi, meningkatkan kemampuan menganalisis pengetahuan tentang kondisi objek wisata Tenjo Layar, serta mampu membuat rencana dan tindakan nyata dalam mengkaji potensi dan permasalahan pada objek wisata pada mitra (kompepar dan desa). (2) Model informasi teknologi (IT). Membantu mitra melalui proses pelatihan dan pendampingan sehingga mampu menyebarkan informasi melalui media cetak maupun media elektronik terkait dengan memperkenalkan segenap potensi wisata, sarana dan prasarana pendukung, kemudahan akses dan transportasi, paket wisata yang ditawarkan, biaya, rute dan jarak serta hal-hal yang berkenaan dengan objek wisata Tenjo Layar.

Adapun langkah – langkah operasional yang dilakukan dalam kegiatan kebangkitan pariwisata sebagai berikut :



Gambar 4.
Alur Kegiatan

1. Melakukan kajian awal melalui FGD bersama mitra mulai dari semua anggota Kompepar, desa yang diwakili oleh perangkat desa, pelaku bisnis pada objek wisata Tenjo layar, dan perwakilan masyarakat yang memiliki potensi UKM dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada potensi objek wisata dan potensi lain yang dimiliki desa. FGD ini dilakukan untuk mencari permasalahan – permasalahan apa saja yang ada dalam pengelolaan objek wisata dan potensi desa, seperti : sedikitnya minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata , kurang paham terhadap manajerial SDM, keuangan, pemasaran digital, dan fasilitas yang dimiliki masih terbatas, dan belum adanya kerjasama dengan pihak yang terkait dengan objek wisata .
2. Tahap ke-dua, memilih peserta yang potensial untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan melalui daring. Pesertanya adalah 12 orang anggota Kompepar, 2 orang petugas yang mewakili perangkat desa, perwakilan 1 orang TNGC, 5 orang pelaku usaha yang ada di dalam objek wisata, dan 5 orang masyarakat desa yang memiliki bisnis UKM yang menunjang objek wisata Tenjo Layar.
3. Tahap ke-tiga adalah pelatihan pengelolaan SDM, pengelolaan keuangan, manajemen destinasi wisata, dan pemasaran digital untuk meningkatkan kemampuan saling berbagi, meningkatkan kemampuan menganalisis pengetahuan tentang kondisi objek wisata Tenjo Layar, serta mampu membuat rencana dan tindakan nyata dalam mengkaji

potensi dan permasalahan pada objek wisata pada mitra (kompepar dan desa) melalui daring dan luring metode pelatihannya.

4. Tahap ke-empat, setelah pelatihan dilakukan pendampingan menentukan potensi objek wisata dan potensi desa yang akan dikembangkan.
5. Tahap ke-lima, untuk menguatkan potensi yang akan dikembangkan adalah menjalin Kerjasama dengan stakeholders (travel agent atau tour operator, perusahaan pengangkutan, akomodasi perhotelan, travel agent local, souvenirshop)

Hasil dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Kegiatan Realisasi pelaksanaan kegiatan di mulai dari tahap persiapan sebagai berikut:

Penentuan Jadwal waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan

- a. Pembuatan susunan acara
- b. Penentuan materi pelatihan dan nara sumber
- c. Penentuan peserta - Jumlah peserta adalah 15 orang
- d. Akomodasi Peserta
- e. Penyiapan material pelatihan seperti:
 - 1) Penentuan Jadwal google meet
 - 2) Daftar hadir
 - 3) Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 1 November 2020 melalui google meet pada pukul 13.00 wib – dengan selesai.

2. Pelaksanaan Kegiatan

- a. Pengembangan SDM dalam bidang pariwisata, pengelola dan masyarakat memiliki pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), sikap/perilaku (attitude) yang relevan sesuai dengan sasaran dan tugasnya di Tenjo Layar.
- b. Pengelolaan keuangan pada bidang pariwisata, pengelola dan masyarakat memiliki kemampuan mengelola keuangan yang akuntabel, penyusunan modal kerja yang likuid, dan proses penyusunan laporan perencanaan keuangan dan modal kerja objek wisata Tenjo Layar.
- c. Pengelolaan destinasi objek wisata TenjoLayar, penentuan pengembangan tematis Tenjo Layar, membuat rencana induk pengembangan, dan berkolaborasi dengan pihak yang terkait.
- d. Pengelolaan Tenjo Layar melalui pemasaran digital, seminar dan pelatihan bertujuan untuk mempromosikan dan memasarkan Tenjo Layar di media sosial agar menarik wisatawan datang. Kegiatan digital marketing melalui website, social media, online advertising, email direct marketing, forum discussion, mobile applications.

Output yang dicapai dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah :

1. pengelola dan masyarakat sekitar mendapatkan tambahan pengetahuan dan informasi mengelola objek wisata dengan baik serta senantiasa melakukan inovasi secara berkala mengikuti perkembangan objek wisata. Wisata cagar alam dengan konsep edukasi mengenai primata langka surili, Elang Jawa dan jenis tanaman yang ada di objek wisata Tenjolayar.
2. Memenuhi fasilitas yang seharusnya ada seperti musholla, toilet umum, dan kamar ganti, serta ke depannya akan menambah fasilitas transportasi, akomodasi, biro perjalanan, atraksi (kebudayaan, rekreasi, dan hiburan), pelayanan makanan, dan barang-barang

cinderamata (Gde Pitana, 2005: 101) .

3. Memberi akses untuk menjalin Kerjasama dengan pihak – pihak terkait.

Kesimpulan

Berdasarkan seluruh uraian pada bagian sebelumnya dapat ditarik simpulan bahwa hampir seluruh kegiatan pengabdian masyarakat terkait dengan kebangkitan Sektor Pariwisata Tenjo Layar Desa Sangkanerang Jalaksana Kabupaten Kuningan telah terlaksana sesuai rencana. Secara detail beberapa simpulan yang dapat ditarik dari pelaksanaan dan penilaian peserta adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan semacam ini dianggap penting oleh bagi pengelola objek wisata Tenjolayar dan masyarakat sekitar sebagai pelaku usaha kecil.
2. Pentingnya memberikan pelatihan dan pendampingan agar membangkitkan sektor pariwisata di Tenjo layar yang sepi pengunjung dengan penentuan pengembangan tematis agar memiliki daya tarik tersendiri serta peningkatan kualitas pelayanan sehingga meningkatkan jumlah pengunjung domestik dan internasional.

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. 1996. Building Strong Brands. New York: The Free Press.
- Chaffey, D. 2016. Definitions of Digital marketing vs Internet marketing vs Online marketing [terhubung berkala]. Diunduh dari <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/definitions-of-emarketing-vs-internet-vs-digital-marketing/>. Diakses pada 22 Februari 2018.
- Fahmi, Muhammad. 2015. Bentuk Pengelolaan Potensi Pariwisata Pantai Pengandaran Jawa Barat. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Pradita, Angga. 2013. Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Semarang, Semarang
- Oyebamiji. (2015), Sustainable Tourism Development as Determinant of Economic Transformation in Rural Communities of South Eastern Nigeria. *International Journal of Human Resource Studies* :ISSN 2162-3058, University of Port Harcourt, Nigeria. // Tanggal 5 Maret 2016
- Sakolnakorn, Naipinit, Kroeksakul. (2013), Sustainable Tourism Development and Management in the Phuket Province, Thailand. *Asian Social Science*,, ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025, University Bangkok, Thailand. // Tanggal 5 Maret 2016
- Sutoro Eko (2014). Desa Membangun Indonesia. Yogyakarta : *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCES)* tahap II
- Tandusan, C.F. 2015. Analisis Komparasi Efektivitas Penjualan Sebelum Dan Sesudah Menggunakan Video *Marketing* Online Talk Fusion Di Manado. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 (20) :141-154*.
- Wisata lengkap. 37 Tempat Wisata Di Kuningan Terbaru Yang Lagi Hits 2020, diakses pada tanggal 1 Oktober 2020 pukul 08:06.