

SOSIALISASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPI SANGGBUANA SEBAGAI PENDUKUNG PARIWISATA DI DESA MEKARBUANA KECAMATAN TEGALWARU KABUPATEN KARAWANG

Neni Sumarni ¹, Netti Nurlenawati ², Enjang Suherman³, Suroso⁴
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang
¹neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id
²netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.id
³enjangsuherman@ubpkarawang.ac.id
⁴suroso@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Mekarbuana tentang pentingnya cinderamata bagi wisatawan dan desa wisata, hasil kekayaan alam di Desa Mekarbuana yang dapat dijadikan produk cinderamata unik, serta pembuatan cinderamata berbahan dasar Kopi Sanggabuana. Metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah focus group discussion yang terdiri dari sesi sosialisasi dan diskusi. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah bahwa cinderamata yang berbahan dasar kopi dapat dijadikan ciri khas Desa Mekarbuana serta potensial untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di desa tersebut.

Kata kunci : pengembangan produk, cinderamata, kopi Sanggabuana,

PENDAHULUAN

Program dalam membangun desa di Jawa Barat yang di Usung oleh Gubernur Jawa Barat Bapak H. Ahmad Heryawan pada tahun 2016 dengan nama kegiatan Ngamumule Lembur. Kegiatan tersebut diambil 50 desa di Provinsi Jawa Barat yang dapat dijadikan percontohan desa yang memiliki potensi wisata yang tinggi. Sehingga perangkat pegawai desa beserta masyarakat nya perlu dilakukan Pendidikan dan pelatihan yang diharapkan menjadi entrepreneur, mandiri, adil dan sejahtera atau disebut juga dengan istilah Desa Emas. (IKI, Karawang, 28 Februari 2023

2016) Rabu, 20/04/2016 . <https://karawangkab.go.id/headline/bupati-karawang-dampingi-kunjungan-kerja-gubernur-jabar-ke-desa-mekarbuana-kecamatan>

Program desa EMAS diimplementasikan mulai tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. Desa Mekarbuana memiliki pertanian dan pariwisata yang potensial untuk dikembangkan dalam memperbaiki ekonomi masyarakat desa (sundari, 2019). Dalam mendukung Desa Mekarbuana untuk tetap memiliki kemandirian mengelola sumberdaya alam beserta manusianya sebagai Desa EMAS, maka diperlukan pengembangan dalam bidang pariwisata dikelola dengan baik (Martini, 2020).

Desa Mekarbuana memiliki potensi kawasan wisata yang sangat besar. Kawasan wisata di desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang ini merupakan lokasi di sebelah selatan kabupaten karawang, lokasi wisata ini dengan objek utama yaitu wisata alam gunung sanggabuana dengan ketinggian 1.074 meter di atas permukaan laut. Pegunungan Sanggabuana berasal dari kata “Sangga” yang artinya sembilan menandakan Wali Sembilan dan “Buana” yang artinya tempat yang sering digunakan untuk berkumpul, dalam penyebaran agama Islam ke beberapa daerah seperti Cirebon, Garut, Pamijahan Tasikmalaya, Banten, Demak, Kudus, dan lain-lainnya. Dapat disimpulkan arti Sanggabuana secara lengkap kira-kira adalah “Tempat Berkumpulnya Wali Sembilan yang juga dikenal dengan sebutan Wali Songo”.

Sebagai daerah wisata, selain keindahan alamnya desa ini memiliki berbagai sumberdaya alam antara lain sebagai daerah penghasil kopi, durian lokal, manggis, petai, pisang, kemiri, pucung dan lain sebagainya. Sayang hasil kekayaan alam tersebut belum dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Salah satu sumberdaya alamnya yaitu kopi Sanggabuana merupakan kopi lokal yang cukup baik yang banyak diminati penyuka kopi dan sudah dikelola dengan cukup baik oleh BUMDES Buana Mekar pada Desa Mekar Buana, namun belum ada pengembangan produk dari olahan kopi tersebut. Di sisi lain Desa Mekarbuana yang merupakan desa wisata belum memiliki cinderamata khas yang unik.

Menurut Novi Irawati (2019) dalam rangka meningkatkan pengunjung wisata diperlukan pengembangan produk pariwisata berkelanjutan. Mekarbuana dengan potensi wisata yang sangat besar tentunya memiliki kemampuan dalam membangun pengembangan produk wisata, namun hal ini tentunya diperlukan kerja keras dan kerjasama antar lembaga. Salah satu peran penting berasal dari pengelola pariwisata dan keterlibatan masyarakat setempat akan penting nya dukungan berupa keaktifan dalam rangka memajukan wisata yang ada di Mekarbuana.

Dengan latar belakang diatas maka perlu adanya sosialisasi tentang pentingnya produk cinderamata di suatu desa wisata serta alternatif pengembangan produk kopi Sanggabuana yang dapat dijadikan cinderamata khas yang unik dari Desa Mekarbuana.

Produk mempunyai arti yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Oleh sebab itu, disamping sebagai dasar menentukan kebijakan pemasaran juga merupakan gambaran perusahaan di mata masyarakat konsumen. Jika produk yang ditawarkan dapat memuaskan keinginan konsumen merupakan gambaran keberhasilan. Tentu saja produk di sini tidak hanya terbatas wujud fisik, tetapi juga kualitas model dan apa saja yang dapat memuaskan keinginan konsumen.

Kotler dan Armstrong (2017:244), mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu kegiatan atau kebutuhan.

METODE

Strategi yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah Focus Group Discussion (FGD) atau diskusi kelompok terfokus yang merupakan suatu metode pengumpulan informasi yang biasanya digunakan pada penelitian kualitatif sosial. Metode ini mengandalkan perolehan data atau informasi dari suatu interaksi informan atau responden berdasarkan hasil diskusi dalam suatu kelompok yang berfokus untuk melakukan bahasan dalam menyelesaikan permasalahan tertentu. Data atau informasi yang diperoleh melalui teknik ini, selain merupakan Karawang, 28 Februari 2023

informasi kelompok, juga merupakan suatu pendapat dan keputusan kelompok tersebut (Afiyanti, 2008)

Penggunaan metode FGD ini adalah untuk mengetahui secara lebih jelas dan mendalam keinginan dan kebutuhan masyarakat Desa Mekarbuana yang diwakili oleh Kepala Desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) serta Pengurus PKK Desa Mekarbuana dalam rangka mengembangkan desa wisata di Desa Mekarbuana

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Undang-Undang No 10 tentang Kepariwisataaan, obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Selanjutnya menurut Pitana (2009) terdapat beberapa syarat teknis dalam menentukan suatu tujuan wisata atau obyek wisata yang dapat dikembangkan yaitu:

1. Adanya obyek wisata dan daya tarik wisata beraneka ragam (site and event attractions).
2. Assesibilitas yaitu kemudahan untuk mencapai obyek wisata
3. Amenitas yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas di obyek wisata.
4. Tourist Organization, yaitu adanya lembaga atau badan yang mengelola obyek wisata sehingga terpelihara.

Berdasarkan observasi di Desa Mekarbuana belum ada event attractions yang khusus diperuntukan bagi wisatawan, desa ini hanya mengandalkan site attraction yang berupa keindahan alam khususnya air terjun (curug). Sumber daya alam inipun belum dikelola dengan baik.

Akses jalan ke Desa Mekarbuana cukup baik, namun akses saat menempuh obyek wisata cukup sulit. Hal ini menyebabkan pengunjung obyek wisata Desa Mekarbuana umumnya hanya anak-anak muda dari Karawang dan sekitarnya.

Fasilitas merupakan hal yang wajib terpenuhi, para wisatawan menginginkan kesenangan, kenyamanan dan apa yang akan dibawa dari tempat wisata tersebut. Kenangan dan keinginan untuk kembali ke tempat tersebut merupakan hal yang paling penting sehingga wisatawan tersebut secara rutin akan mengunjungi tempat tersebut.

Souvenir atau cinderamata atau oleh-oleh merupakan salah satu fasilitas yang harus disediakan di Desa Mekarbuana, khususnya bagi wisatawan peserta paket wisata. Saat ini yang tersedia hanyalah hasil pertanian dari desa tersebut berupa durian, manggis, pisang, terubuk, dan jengkol. Berdasarkan hal itu maka perlu adanya souvenir dari pengembangan produk khas Desa Mekarbuana, salah satunya adalah produk kopi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Saat ini obyek wisata di Desa Mekarbuana belum dikelola secara optimal.
2. Desa Mekarbuana memiliki potensi alam yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata dengan melibatkan seluruh masyarakat.
3. Souvenir yang berbahan dasar kopi dapat dijadikan ciri khas Desa Mekarbuana serta potensial untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di desa tersebut.

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perlunya petunjuk teknis tentang tata kelola paket wisata yang baik dan benar.
2. Diperlukan adanya keterlibatan seluruh lapisan masyarakat yang memiliki komitmen untuk mengembangkan Desa Mekarbuana sebagai Desa Wisata.
3. Perlu dukungan Pemerintah Daerah dalam bentuk payung hukum dan kebijakan mengenai tata kelola pariwisata di Desa Mekarbuana.
4. Diperlukannya teladan bagi masyarakat tentang bisnis berkaitan dengan pariwisata yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. 2008. Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. Jurnal Keperawatan Indonesia, Vol. 12 No.1: 58-62 <http://jki.ui.ac.id/index.php/jki/article/view/201/312>
- Damrongpipat, N. 2009. Determinants of Souvenirs Purchasing Behavior among International. Phuket Visitors. Thesis. Prince of Songkla University.
- Hoven, EVD, dan Eggen, B. 2005. Personal Souvenirs as Ambient Intelligent Objects. <http://portal.acm.org/citation.cfm?id>
- Imanda, N.N., dan Mulyawan, S. 2021. Inovasi Produk Olahan Kopi serta Strategi Pemasarannya dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kampung Legok Nyenang. Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Vol: 1 No: 44.
- Kotler, P and G. Armstrong. 2017. Principles of Marketing 17th Edition. Harlow: Pearson.
- Pitana, I.G, Diarta, I.K.S. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta : Andi
- Yeni dan Nining. 2018. Pembuatan Sabun Scrub Kopi sebagai Produk Souvenir Komoditas Lokal di Desa Kaliaren Kabupaten Kuningan . Jurnal SOLMA Vol. 7(2): 233-239
- Wicks, B, et.al. 2004. Direct Marketing of Crafts and Souvenirs to Vladimir Visitors. dari [http://www.vladimir-russia.net/TD_Project/Vladimirno% 20pictures.pdf](http://www.vladimir-russia.net/TD_Project/Vladimirno%20pictures.pdf)

Undang-undang:

Undang-Undang No 10 tentang Kepariwisata