

## ANALISA KEBERLANJUTAN DAN NILAI TAMBAH DALAM MANAJEMEN EKOWISATA STUDI KASUS DAERAH WISATA TELAGA SAAT KECAMATAN CISARUA BOGOR

Bomer Pasaribu.<sup>1</sup>, Partogi S. Samosir<sup>2\*</sup> dan Munawaroh<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Magister Manajemen (Fakultas Ekonomi, Universitas Krisnadwipayana)

Email : partogi@gmail.com

### Abstrak

*Dalam memasarkan destinasi wisata dapat dilakukan melalui promosi termasuk branding. Selain itu dalam pelaksanaan promosinya, daerah wisata harus memberikan nilai tambah dengan memberikan nilai “khas” yang hanya dimiliki daerah tersebut. Bagi daerah yang sudah memiliki suatu keunikan dapat menjadikan keunikan daerah tersebut dan menjadikannya sebuah ikon wisata suatu wilayah. Strategi lainnya adalah dengan menciptakan nilai tambah baru bagi daerah-daerah yang masih belum memiliki nilai tambah demi keberlanjutan kawasan wisatanya. Fieldstudy merupakan kegiatan kunjungan ke suatu objek tertentu di luar lingkungan kampus yang bertujuan untuk mencapai tujuan intruksional tertentu. Melalui penggalian materi dan informasi yang didapat di lingkungan field study baik dengan cara wawancara, historical fact, dan dokumen lainnya, hal-hal tersebut dapat mengembangkan pemikiran, dan dapat menumbuhkan kreatifitas mahasiswa. Dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, pengembangan desa wisata di Tugu Utara dapat memberikan dampak positif dalam beberapa aspek: yaitu: 1) Pemberdayaan Masyarakat, 2) Pengembangan Ekonomi Lokal, 3) pelestarian Budaya dan Lingkungan, 4) Peningkatan Infrastruktur dan Layanan, 5) Promosi Daerah. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kegiatan dokumentasi dan wawancara. Data yang sudah didapat diolah dan dipetakan menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis PESTLE, untuk menentukan nilai tambah dan sustainability kawasan wisata Telaga Saat.*

**Kata kunci:** Desa wisata, Business Model Canvas, PESTLE

### Abstract

*Marketing tourist destinations can be done through promotions including branding. In addition, in the implementation of its promotion, tourist areas must provide added value by giving a "distinctive" value that is only owned by the area. Areas that already have a uniqueness can make the uniqueness of the area and make it a tourist icon of a region. Another strategy is to create new added value for areas that still do not have added value for the sustainability of the tourist area. Field study is a visit to a certain object outside the campus environment that aims to achieve certain instructional goals. By extracting material and information obtained in the field study environment either using interviews, historical facts, and other documents, these things can develop thinking and can foster student creativity. With a holistic and sustainable approach, the development of a tourist village in Tugu Utara can have a positive impact in several aspects: namely: 1) Community Empowerment, 2) Local Economic Development, 3) preservation of Culture and Environment, 4) Improvement of Infrastructure and Services, 5) Regional Promotion. This research uses a qualitative descriptive approach method with data collection techniques using documentation and interview activities. The data that has been obtained is processed and mapped using Business Model Canvas (BMC) and PESTLE Analysis, to determine the added value and sustainability of the Telaga Saat tourist area.*

**Keywords:** Tourism village, Business Model Canvas, PESTLE.

### PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor industri terbesar di dunia. *World Travel and Tourism Council* (1998) menyebutkan bahwa sektor pariwisata mempunyai pertumbuhan yang cukup besar, yaitu tumbuh sebesar 4 persen pertahunnya dan menyumbang sekitar 11,6 persen GDP di dunia.

Sektor kepariwisataan merupakan sektor yang dapat bergerak di kegiatan sosial ekonomi, sekaligus dapat menjadi sebuah pemasukan devisa bagi negara dan dapat meningkatkan kesejahteraan sosial daerah di sekitaran kawasan wisata. Beberapa sarana dan prasarana yang berkaitan dengan pengembangan objek dan daya tarik wisata seharusnya dibangun dan dimaksimalkan.

Pariwisata berperan sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian yang didukung oleh sumber daya alam yang memadai, dan harus dikelola dengan sistem manajemen dengan baik. Concern utama dalam pengembangan suatu daerah wisata adalah pemanfaatan sumber daya alam dan unsur-unsur apa saja terkait pengembangan tersebut.

Sektor pariwisata dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi negara yang mengembangkan sektor kepariwisataannya. Pariwisata Indonesia sendiri dianggap telah menjadi salah satu sektor perekonomian yang penting. Sektor ini diharapkan dapat menjadi salah satu penyumbang devisa negara. Terdapat beberapa alasan kenapa pariwisata dijadikan komoditi andalan suatu negara sebagai pendukung kelangsungan pembangunan nasional, antara lain:

- a. Pola perjalanan wisata dunia yang terus meningkat
- b. Pariwisata tidak begitu dipengaruhi oleh gejolak ekonomi dunia, disamping pertumbuhannya yang lebih cepat dari pertumbuhan ekonomi dunia
- c. Meningkatkan kegiatan perekonomian daerah dan pengaruhnya perkembangan daerah wisata terhadap masyarakat sekitar.
- d. Potensi pariwisata di Indonesia tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang memiliki beranekaragam budaya.

Dewasa ini tourism dan pariwisata sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup manusia pada umumnya, peluang tersebut menjadikan berbagai negara memacu perkembangan pariwisatanya dengan harapan bahwa sektor tersebut dapat membantu dalam membangun perekonomian dan kesejahteraan warganya.

Pemerintah dalam mengembangkan daerah pariwisata tersebut diharapkan juga memperhatikan kelestarian adat istiadat serta kebudayaan lokal yang mampu memberikan nilai tambah pada daerah wisata tersebut. Adanya pembangunan secara fisik serta arus keluar masuk wisatawan dapat memberi pengaruh secara tidak langsung terhadap masyarakat lokal, sehingga diperlukan sebuah perhatian khusus terhadap dampak pengembangan pariwisata di tempat tujuan wisata. Hal ini dilakukan guna mewujudkan pengembangan daerah pariwisata yang mampu menjaga kelestarian nilai budaya di kawasan sekitarnya.

Salah satu upaya pemanfaatan sumber daya lokal yang optimal dalam mengembangkan daerah pariwisata adalah pengembangan konsep pariwisata dengan sistem “ekowisata”. Dalam pengembangan ekowisata, wisata yang dilakukan memiliki bagian yang tidak bisa dilepaskan dari upaya-upaya konservasi, pemberdayaan ekonomi serta mendorong pengenalan dan pelestarian budaya lokal. Hal tersebut yang mendasari perbedaan utama antara konsep ekowisata dengan model wisata konvensional yang telah ada sebelumnya. Singkatnya, konsep ekowisata menghubungkan antara perjalanan wisata alam yang memiliki visi dan misi dalam menjaga kelestarian lingkungan tempat kawasan wisata tersebut. Sistematisa tersebut dapat terjadi karena terdapatnya nilai tambah yang didapat dari pelestarian lingkungan kawasan tersebut. Oleh karena itu peluang ini selayaknya dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk menarik wisatawan asing mengunjungi objek berbasis alam dan budaya penduduk lokal.

Salah satu objek wisata yang menerapkan sistem ekowisata adalah Kawasan Wisata Telaga Saat, di mana objek wisata tersebut dikelola oleh Desa Tugu Utara yang terletak di Kabupaten Bogor. Desa Tugu Utara memiliki luas ±1.703 Ha dengan kepadatan penduduk pada tahun 2022 sebanyak 11.244 jiwa yang tersebar di 3 Dusun, 6 RW, 24 RT. Seluas ± 610 Ha merupakan kawasan Hutan

Pangkuan Desa sekaligus merupakan potensi alam yang sangat menarik untuk dikembangkan. Potensi alam yang ada pada desa Tugu utara ini sangatlah menarik untuk dikembangkan menjadi kawasan yang memiliki nilai tinggi salah satunya Menjadi icon Wisata di Kabupaten Bogor. Selain itu dalam segi produktifitas hasil perkebunan, desa Tugu Utara memiliki komoditas unggulan berupa kopi dan teh yang sudah dipasarkan hingga mancanegara.

Selain permasalahan sampah di Desa Tugu Utara karena pengaruh berkembang pesatnya Hotel dan Penginapan permasalahan lainnya adalah bagaimana upaya dalam melakukan pemasaran/promosi daerah wisata yang sudah ada kepada masyarakat/konsumen agar mereka mau datang ke tempat wisata tersebut. Sudah disinggung sebelumnya bahwa daerah wisata menyumbang pendapatan sangat besar bagi suatu daerah, namun selain itu daerah wisata memiliki fungsi lain seperti memberi pelayanan ruang publik untuk rekreasi, hiburan, olahraga, penyebaran lapangan kerja, peluang usaha seperti jasa transportasi, konsumsi, hiburan, telekomunikasi, pendidikan dan pengetahuan, serta penelitian di suatu daerah wisata yang jika hal-hal tersebut dijalankan maka akan menjadikan kawasan wisata tersebut aset berharga bagi suatu daerah.

Upaya dalam memasa (Ayub Muktiono, Siswantari Pratiwi, Susetya Herawati, Mishelei Loen, 2023) rkan destinasi wisata yang ada dapat dilakukan melalui *branding* dan promosi. Selain itu dalam pelaksanaan promosinya, daerah wisata harus memberikan nilai tambah dengan memberikan nilai “khas” yang hanya bisa didapatkan jika berkunjung ke daerah pariwisata tersebut. Bagi daerah yang sudah memiliki suatu keunikan dapat menjadikan keunikan daerah tersebut dan menjadikannya sebuah ikon wisata. Strategi lainnya adalah dengan menciptakan nilai tambah baru bagi daerah-daerah yang masih belum memiliki nilai tambah di kawasan wisatanya.

## METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu suatu riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif adalah riset yang tidak menggunakan statistik namun melalui analisis kumpulan data yang kemudian diinterpretasikan (Moleong, 2007) .

Teknik pengumpulan data menggunakan kegiatan dokumentasi dan wawancara. Wawancara adalah sarana untuk mendapatkan/membuktikan informasi yang telah diterima sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses pengumpulan informasi untuk tujuan penelitian melalui sesi tanya jawab tatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, baik menggunakan pedoman wawancara maupun tidak. Dalam penelitian ini dijelaskan urgensi pengembangan desa wisata Tugu Utara berkelanjutan di Indonesia, lalu kemudian dilakukan analisis strategi dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan PESTEL (political, economic, social, technological, environmental, dan legal) analysis.

Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis faktor eksternal dan potensi yang dapat memiliki pengaruh besar pada pengembangan desa wisata berkelanjutan di Indonesia, yaitu politik, ekonomi, sosiologis, teknologi, hukum dan lingkungan. Selain itu, pendekatan ini berguna untuk memahami faktor situasional, internal dan analisis eksternal. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, artikel, dokumen laporan dan peraturan perundangan-undangan yang dipergunakan untuk mengelaborasi dan menjawab permasalahan penelitian yang diangkat, yaitu urgensi pengembangan desa wisata berkelanjutan di Indonesia, dan strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan pada tataran atau skala nasional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Observasi Objek Penelitian

Kunjungan *field study* ini bertujuan untuk melakukan focus group discussion (FGD) bersama kepala desa (kades) desa Tugu Utara, bapak Asep Ma'wun Nawawi, selaku narasumber dari pihak desa dan para staff desa wisata yang mengurus objek wisata Telaga Saat. Dari pemaparan kades di

forum FGD yang dilaksanakan di balai desa Tugu Utara, didapatkan bahwa, Desa Tugu Utara terletak di paling selatan Kabupaten Bogor yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Cianjur. Berada di ketinggian 1200 Mdpl, Desa Tugu Utara memiliki luas  $\pm 1.703$  Ha dengan kepadatan penduduk pada tahun 2022 sebanyak 11.244 jiwa yang tersebar di 3 Dusun, 6 RW, 24 RT. Seluas  $\pm 610$  Ha merupakan kawasan Hutan Pangkuan Desa sekaligus merupakan potensi alam yang sangat menarik untuk dikembangkan. Potensi alam yang ada pada desa Tugu utara ini sangatlah menarik untuk dikembangkan menjadi kawasan yang memiliki nilai tinggi salah satunya Menjadi icon Wisata di Kabupaten Bogor. Selain itu dalam segi produktifitas hasil perkebunan, desa Tugu Utara memiliki komoditas unggulan berupa kopi dan teh yang sudah dipasarkan hingga mancanegara.

Desa Tugu Utara memiliki jumlah penduduk sebanyak 11.244 jiwa dengan 5.739 laki-laki, dan 5.505 jiwa perempuan, dan total 3.726 KK. Hampir 90% penduduk memiliki tingkat pendidikan hingga sekolah dasar saja (SD), hal ini terjadi dilema yang dirasakan beberapa penduduk, antara membantu perekonomian keluarga atau melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi.

Pemerintah desa memberikan dukungan anggaran, regulasi, dan beberapa fasilitas lainnya dalam membentuk dan membangun Desa Wisata Tugu Utara. Banyaknya daerah wisata yang memiliki lingkungan yang masih asri dan terjaga membuat beberapa kawasan wisata menerapkan prinsip “Ecotourism” yaitu kegiatan pariwisata yang mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal, serta aspek pembelajaran dan pendidikan. Selain itu kawasan wisata tersebut membuat Desa Tugu menjadi “Episentrum Kewirausahaan” dikarenakan pesatnya pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah ini.

Dari segi budaya, desa Tugu Utara memiliki sanggar seni budaya “Dewi Amarta” di mana sanggar budaya ini memayungi kesenian tari dan musik tradisional setempat yang sangat digemari muda-mudi sekitar, sehingga belum genap satu tahun terbentuk sanggar budaya tersebut sudah menciptakan talenta-talenta muda berbakat baik dalam bidang seni tari, seni musik, maupun seni kriya atau kerajinan tangan lainnya.

Selain paparan dari Kepala Desa Tugu Utara di atas, dalam sesi tanya jawab yang digelar antara mahasiswa dan staf desa wisata, diperoleh beberapa pemaparan tambahan, yaitu:

Dalam melakukan pengolahan usaha yang dilakukan di daerah wisata, beberapa tanah yang ada memang milik korporasi, namun warga desalah yang mengembangkan lahan tersebut untuk dijadikan objek wisata atau sentra UMKM dengan pembagian 60% untuk desa, 35% investor, dan 5% untuk korporasi. Dengan pembagian seperti itu diharapkan menumbuhkan jiwa kewirausahaan masyarakat sekitar sehingga semakin banyaknya sentra UMKM yang dibangun dari hasil kerja sama desa dan korporasi tersebut maka semakin besar penyerapan tenaga kerja yang dihasilkan. Hal tersebut tentunya akan membuat desa semakin sejahtera.

Penyerapan tenaga kerja ini juga didukung dari MOU yang disepakati antara investor, desa, dan pemilik usaha di mana pemilik usaha/pihak ketiga harus menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar dengan sebanyak-banyaknya. Dalam mendukung kompetensi pekerja yang ada desa juga sudah melaksanakan diklat yang dilaksanakan minimal setahun sekali dengan jenjang diklat dilakukan selama satu bulan.

Selain memupuk kompetensi masyarakat yang ada, pemerintah desa juga mengembangkan rasa memiliki (*sense of belonging*) warga sekitar terhadap wisata di daerahnya. Hal ini dilakukan agar keberlanjutan daerah wisata yang ada di sekitar tetap berlanjut dan terjaga keasriannya, khususnya di Telaga Saat.

Dalam usahanya membangun dan menjaga daerah kawasan wisata di Desa Tugu Utaraini, pemerintah dihadapi oleh beberapa kendala. Yang pertama kendala nama baik daerah sekitar, hal ini dikarenakan kawasan Puncak, Bogor selalu dikonosasikan dengan daerah yang banyak menawarkan jasa prostitusi dan kawin kontrak, yang biasa digunakan oleh turis asing saat berkunjung ke daerah ini. Pemerintah desa sudah melakukan penyuluhan mengenai kegiatan tersebut agar desa ini tidak terkenal karena konotasi negatifnya namun terkenal akan wisata alam dan potensi UMKM-nya.

Selain itu terdapat permasalahan inovasi yang dirasa masih kurang khususnya di daerah Telaga Saat. Dalam melakukan inovasinya staf daerah wisata Telaga Saat sudah membangun daerah kafeteria yang tidak mengganggu keasrian alam, memasarkan produk unggulan seperti kopi dan tehnya, dan melakukan branding daerah wisata di berbagai media sosial seperti Tiktok dan Instagram dengan mengajak pengunjung menggunakan hashtag dan me-mention akun-akun Instagram Desa Tugu dan atau akun manajemen wisata Telaga Saat.

Setelah melakukan FGD bersama Kades dan staff desa wisata, kami beranjak untuk menuju lokasi desa wisata Telaga Saat. Dengan perjalanan kurang lebih 20 menit dari kantor Desa Tugu Utara, kami tiba di lokasi drop off desa wisata Telaga Saat. Dengan tiket masuk sebesar sepuluh ribu rupiah (jika membawa kendaraan pribadi) atau lima puluh ribu rupiah (jika tidak membawa kendaraan).

Jika tidak membawa kendaraan pribadi tempat wisata menyediakan angkutan untuk mengantarkan pengunjung, pulang-pergi, ke tempat kawasan wisatanya, hal ini dikarenakan tempat drop off tadi hanya lah pintu gerbang menuju Telaga Saat bukan kawasan wisatanya. Setelah menaiki mobil yang disebut “odong-odong” kami diantar melewati jalanan curam nan berbatu. Dengan perjalanan kurang lebih 15 menit kami tiba di wisata alam Telaga Saat. Kawasan wisata ini merupakan daerah yang mengelilingi sebuah telaga yang merupakan titik 0 km dari Kali Ciliwung. Di sekitaran kawasan wisata ini banyak pengunjung yang melakukan foto-foto, bersantai, dan menikmati makanan yang disediakan kedai-kedai di pinggir danau. Selain itu disediakan pula saung bagi pengunjung untuk berfoto dan melihat lebih dekat danau-nya. Di pinggir jalan setapak yang mengelilingi danau tersebut terhampar puluhan hektar kebunteh. Tidak jauh dari pintu masuk terdapat sebuah kafeteria yang menjual beberapa jajanan seperti batagor, basreng, Indomie, makanan hangat seperti bakso, nasi goreng, mie goreng. Kemudian dijual pula produk komoditas unggulan desa Tugu Utara yang berupa kopi. Terdapat berbagai varian jenis kopi yang ditawarkan seperti espresso, arabica, robusta, dll. dengan sajian baik dingin maupun hangat.

Di tempat ini lah kami mewawancarai staf desa wisata, dari hasil wawancara tersebut didapatkan pemaparan sebagai berikut:

Daerah wisata alam Telaga Saat merupakan bentuk kerja sama dari perusahaan Perhutani, pemilik perkebunan sawah, dan desa Tugu Utara. Pengembangan dan pemasaran kawasan wisata ini sudah mulai gencar dilakukan sejak tiga tahun kebelakang. Kawasanya yang sejuk, harga tiketnya yang terjangkau, dan lingkungannya yang masih asri merupakan kelebihan yang dimiliki kawasan wisata ini. Dalam daerah wisata Telaga Saat pengunjung dapat menikmati keindahan danau dan alam sekitar yang masih asri sambil bersantai, berjalani sekitaran danau. Terdapat juga komunitas fotografi yang terkadang sering mengadakan sesifoto di kawasan wisata ini. Selain menikmati kawasan danau 0 Km Sungai Ciliwung, pengunjung juga dapat melakukan camping/staycation di tempat yang sudah disediakan. Daerah kafeteria yang dimiliki kawasan ini berisi berbagai makanan hangat dari mulai bakso, Indomie, mie goreng, nasi goreng, kopi produk lokal, dsb. kios-kios UMKM tersebut diisi oleh masyarakat sekitar yang memiliki keinginan untuk melakukan usaha di Telaga Saat.

Dalam tiga tahun kebelakang, wisata alam Telaga Saat mengalami kenaikan pengunjung setiap tahunnya. Dalam mengenalkan dan mempromosikan kawasan wisata ini, pihak pengelola selalu memberikan update di kanal Instagram, Tiktok, Youtube, maupun websitenya. Konten yang diunggah dalam media sosial pun beragam untuk Tiktok dan Youtube yang merupakan video-based social media, konten yang diunggah biasanya video-video yang menggambarkan kawasan wisata Telaga Saat, fasilitas yang ditawarkan di tempat wisata, dan liputan-liputan lain seputar kawasan wisata Telaga Saat. Berbeda dengan konten Tiktok dan Youtube, konten di Instagram lebih bervariasi namun tetap berfokus kepada foto-foto yang diambil pengunjung di daerah wisata ini. Pihak staff daerah wisata sudah mengajak pengunjung untuk memberikan tagar yang sesuai dengan daerah wisata Telaga Saat agar kawasan tersebut makin ter-reach-out ke daerah lain, atau mungkin hingga mancanegara. Selain mengajak pengunjung menggunakan tagar saat mengupload foto dalam rangka melakukan promosi dan branding kawasan wisata ini, pihak manajerial staff daerah wisata

membuka program endorsment bagi content creator atau acara TV dengan syarat konten kreator tersebut memiliki pengikut paling sedikit lima ribu followers.

Dengan telah dilakukannya beberapa branding dan promosi yang dilakukan di beberapa media sosial, tentunya kawasan wisata Telaga Saat tidak luput dari hambatan. Beberapa kendala yang masih dihadapi pihak pengelola adalah kurangnya pengunjung yang datang kembali ke kawasan wisata tersebut, dalam mendorong minat pelanggan untuk datang dan berkunjung ke Telaga Saat ini masih terbilang mudah dikarenakan tempatnya yang memiliki potensi yang besar, namun membangun loyalitas pelanggan untuk mau dan berkunjung kembali ke kawasan wisata ini masih terbilang masih membuahakan sedikit hasil.

Selain itu dagangan di kafeteria yang sifatnya masih homogen, semua menyajikan indomie dan bakso, masih menjadi kendala di kawasan wisata ini. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kawasan wisata Telaga Saat yang berada di daerah yang dingin, oleh sebab itu pengunjung memilih untuk memakan Indomie dan bakso yang disediakan karena kedua hidangan tersebut cepat, cukup untuk mengganjal perut, dan memiliki harga yang terjangkau. Pihak pengelola sudah mencoba untuk melakukan penyuluhan terkait barang dagangan yang homogen tersebut namun karena pengunjung lebih memilih kedua hidangan tadi dibandingkan beberapa hidangan yang ada hal tersebut membuat pedagang yang tidak menjual kedua hidangan tersebut merasa rugi. Selain itu penekanan untuk menjual produk lokal seperti kopi, teh dan kerajinan tangan buatan warga sekitar sudah dicanangkan untuk memberikan nilai tambah dalam hal cendramata khas daerah wisata Telaga Saat.

Setelah melakukan wawancara dengan pihak staff pengelola kawasan wisata Telaga Saat, kami melakukan wawancara kepada pihak Perhutani selaku investor dan Abah Yudi Wiguna selaku ketua warga sekitar dan budayawan Sunda.

Dari hasil wawancara tersebut, pihak Perhutani mengemukakan bahwa kendala utama yang menjadi tantangan terbesar pembangunan daerah wisata ini adalah penguatan nilai tambah yang diberikan daerah wisata Telaga Saat yang di mana nilai tersebut dapat menjadi nilai lebih yang membuat kawasan ini dapat bersaing dengan kawasan-kawasan wisata lain yang ada di sekitaran Puncak, Bogor. Selanjutnya dalam pengembangan beberapa tahun ke depan pihak Perhutani berencana untuk mendirikan sebuah restoran kopi di pinggir danau, hal ini dilakukan agar danau di Telaga Saat ini menjadi sebuah “*eye catcher*” pengunjung yang berwisata ke sini. Di samping itu memaksimalkan danau tersebut sebagai nilai tambah kawasan wisata ini menjadi strategi utama yang sedang disusun pihak Perhutani dalam rangka meningkatkan nilai tambah kawasan wisata Telaga Saat.

Abah selaku tokoh masyarakat setempat dan pemilik perkebunan juga mengemukakan bahwa danau di Telaga Saat ini memiliki kandungan nilai historis yang tidak tergantikan. Beliau mengungkapkan nilai historis kawasan wisata ini merupakan kisah yang turun-temurun diwariskan. Hal tersebut dapat menjadi peluang dan nilai tambah tersendiri bagi kawasan wisata Telaga Saat. Selain itu Abah mengungkapkan bahwa dalam pengembangan daerah wisata Telaga Saat ini, sebisa mungkin kelestarian lingkungan tetap harus dijaga. Alasan itulah mengapa Abah membiarkan jalanan menuju kawasan ini tetap berbatu dan tidak diaspal, agar menjaga keaslian dan keasrian lingkungan wisata alam Telaga Saat.

Setelah melakukan wawancara sambil menikmati keasrian daerah wisata Telaga Saat ini, kami melakukan perjalanan pulang. Dari kawasan wisata ini kami diantar oleh mobil penjemput yang sudah menunggu kami di pintu keluar kawasan wisata. Dengan mobil odong-odong itulah kami diantar melewati pinggiran kebun teh dan jalanan berbatu yang naik-turun dan berliku. Rupanya dengan tiket sebesar lima puluh ribu rupiah, pengunjung sudah mendapatkan akses antar jemput dari gerbang kawasan wisata Telaga Saat ke daerah pintu masuk kawasan wisata Telaga Saat. Sesampainya di gerbang pintu masuk tersebut, kami bersiap melakukan perjalanan pulang ke Kampus Krisnadwipayana.

## KESIMPULAN

Desa wisata bukan hanya sekedar tempat tujuan liburan, tetapi juga merupakan wadah untuk memperkenalkan keindahan alam dan budaya setempat kepada pengunjung dan perlindungan alam. Dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, pengembangan desa wisata di Tugu Utara dapat memberikan dampak positif dalam beberapa aspek:

- Pemberdayaan Masyarakat, yaitu Pengembangan desa wisata dapat membantu masyarakat setempat dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Ini bisa berupa pelatihan dalam pemandu wisata, kerajinan tangan, pertanian organik, dan keterampilan lain yang berkaitan dengan industri pariwisata.
- Pengembangan Ekonomi Lokal, yaitu Desa wisata dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat, melalui penyediaan berbagai layanan seperti akomodasi, makanan, kerajinan tangan, dan aktivitas wisata. Ini dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan ekonomi lokal.
- Pelestarian Budaya dan Lingkungan, yaitu Pengembangan desa wisata dapat menjadi kesempatan untuk mempromosikan dan melestarikan warisan budaya dan tradisi lokal. Dengan meningkatkan kesadaran tentang nilai-nilai budaya dan lingkungan, masyarakat akan lebih memperhatikan perlindungan dan pelestarian.
- Peningkatan Infrastruktur dan Layanan, yaitu seiring dengan pengembangan desa wisata, akan ada dorongan untuk meningkatkan infrastruktur dasar seperti jalan, aksesibilitas, dan fasilitas umum. Hal ini akan mempermudah akses bagi wisatawan dan masyarakat lokal.
- Promosi Daerah, yaitu melalui promosi yang tepat, desa wisata di Tugu Utara dapat menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan lokal maupun internasional. Hal ini akan membantu mengenalkan potensi daerah tersebut kepada khalayak yang lebih luas.

Namun, perlu diingat bahwa pengembangan desa wisata juga membawa tantangan. Diperlukan keseimbangan antara pertumbuhan pariwisata dan perlindungan lingkungan serta budaya setempat. Pengelolaan yang bijaksana, partisipasi masyarakat, dan kemitraan yang kuat dengan berbagai pihak terkait akan menjadi kunci kesuksesan dalam merancang dan melaksanakan pengembangan desa wisata di Tugu Utara, Puncak, Kabupaten Bogor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayub Muktiono, Siswantari Pratiwi, Susetya Herawati, Mishelei Loen, L. D. (2023). Pemberdayaan masyarakat dalam Pengurangan Sampah dengan CSR Bank BTN dan LPPM UNKRIS. *SIKAMA; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 102–111. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.61488/sikama.v1i2.17>
- Abdullah, F. S. (2009). *PESTEL Framework and Porter's Five Forces Model*. Diambil kembali dari scribd.com: <https://www.scribd.com/doc/16171096/PESTEL-Framework-and-Porter-s-Five-Forces-Model>
- Agustina, T. S. (2019). *Kewirausahaan di Era Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alfarisi, A. (t.thn.). Perumusan Strategi Business Model Canvas pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. 1-14.
- Dhewanto, W. (2013). *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Fitriani, S., & Ma'ruf, F. (2019). *Analisis Model Bisnis Wisata Puntuhuk Sidangkeng*. Yogyakarta: Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad Dahlan.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship - Kewirausahaan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2012). *Strategic Management*. Boston: Addison-Wesley.
- Investopedia. (2019, December 10). *Porter's 5 Forces vs PESTLE Analysis: What's the Difference?* Diambil kembali dari Investopedia.com: <https://www.investopedia.com/a>



- porters-5-forces-and-pestle-analysis.asp
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munawaroh. (2022). *Manajemen Keuangan Kewirausahaan Berkelanjutan*. Jakarta: Universitas Krisnadwipayana.
- Newton, P. (2014). *What is The PESTLE Analysis?*
- Osterwalder, A., & Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex MediaKomputindo
- R., T. S. (2020, July 13). *Tren Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Diambil kembali dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/tri-sugiarti-ramadhan/tren-kewirausahaan- di-era-revolusi-industri-4-0-1tnOUYNWlyC/full>
- Ratiah, Hartanti, & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak Dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 152-163.
- Rintisanindonesia.com. (2021, January 9). *Ekosistem Inovasi dan Kewirausahaan Rintisan*. Diambil kembali dari rintisanindonesia.com: <https://www.rintisanindonesia.com/2021/01/inovasi-teknologi-dan-praktik- ekonomi.html>
- Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Shakil, A. F., & W., H. S. (2011). The Need and Importance of Field Trips at Higher Level in Karachi, Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1-16.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.