



PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DALAM MEWUJUDKAN PARIWISATA BERKUALITAS DI KAMPUNG KERANGGAN TANGERANG SELATAN

**Ira Hubner¹, Rudy Pramono², Juliana³, Nova Bernedeta Sitorus⁴, Anugerah
Agungputranto⁵, Diena M Lemy⁶, Adolf Parhusip⁷, Desideria Lumongga Dwihadih⁸**

^{1,2,3,5,6,7,8}Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Kota Tangerang

⁴Universitas Pradita, Gading Serpong, Tangerang

Pos-el: juliana.stpph@uph.edu

Received 31 December 2021; Received in revised form 12 January 2022; Accepted 20 January 2022

Abstrak

Kondisi pandemi saat ini dinilai menjadi sebuah momentum yang tepat untuk melakukan re-strategy pariwisata Indonesia dari quantity tourism ke quality tourism. Tren wisata alternatif sedang digencarkan sesuai arahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif saat ini. Pariwisata alternatif ini memiliki konsep yang berbaur dengan alam dan masyarakat lokal di sebuah desa. Oleh sebab itu desa wisata merupakan salah satu fokus yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata setelah terpuruk dari Pandemi COVID-19. Untuk dapat dijadikan sebagai desa wisata, sebuah desa harus memiliki potensi wisata, minat dan kesiapan masyarakat desa, dan keunikan dari desa tersebut. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini lokasi yang akan dikembangkan adalah Desa Keranggan yang berada di Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu di Kota Tangerang Selatan. Tujuan khusus dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah ingin memberikan kontribusi dalam mengembangkan produk wisata di Desa Keranggan sehingga dapat menyajikan sebuah konsep pariwisata yang berkualitas. Dengan demikian pengelola dan masyarakat diharapkan dapat bersinergi dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke desa ini. Urgensi dari kegiatan ini adalah searah dengan program dari pemerintah dalam mengembangkan desa wisata yang dapat memicu pertumbuhan pariwisata dan ekonomi khususnya di masa Pandemi COVID-19 saat ini.

Kata kunci: *Pariwisata Berkualitas, Produk Wisata*

ABSTRACT

The current pandemic condition is considered to be the right momentum to re-strategize Indonesian tourism from quantity tourism to quality tourism. Alternative tourism trends are being intensified according to the current direction of the Ministry of Tourism and Creative Economy. This alternative tourism has a concept that blends with nature and local people in a village. Therefore, tourist villages are one of the focuses that are expected to accelerate the revival of tourism after being hit by the COVID-19 pandemic. To be able to be used as a tourist village, a village must have tourism potential, interest and readiness of the village community, and the uniqueness of the village. In this community service activity, the location that will be developed is Keranggan Village which is in Keranggan Village, Setu District in South Tangerang City. The specific purpose of this community service activity is to contribute in developing tourism products in Keranggan Village so that they can present a quality tourism concept. Thus the manager and the community are expected to synergize in increasing the number of tourist visits to this village. The urgency of this activity is in line with the program from the government in developing tourist villages that can trigger tourism and economic growth, especially during the current COVID-19 pandemic.

Keywords: *Quality Tourism, Tourism Product*

PENDAHULUAN

Sejak akhir tahun 2019, negara-negara yang ada di dunia mendapat ancaman serangan virus COVID-19 dengan penyebaran yang sangat cepat hingga tahun 2021 saat ini. Kondisi pandemi covid-19 yang melanda seluruh dunia, memberi dampak negatif juga bagi kondisi perekonomian. Indonesia juga tidak terlepas dari masalah tersebut. Sebagian masyarakat harus berhenti dari pekerjaan atau bekerja paruh waktu, karena permintaan pasar berkurang (Lemy et al., 2021). Pandemi COVID-19 tersebut juga memberikan dampak negatif pada beberapa sektor di setiap negara khususnya sektor pariwisata. Data dari laporan UN-WTO (World Tourism Organization) memperlihatkan bahwa penerbangan global berhenti untuk sementara dan pembatasan perjalanan skala internasional dengan tujuan memutuskan penularan COVID-19. Pariwisata merupakan sektor prioritas pembangunan yang dirancang oleh pemerintah pusat dan daerah untuk menjadi salah satu sektor penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Pada saat ini Situasi pandemi COVID-19, pariwisata paling terpengaruh. Pembatasan pada perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain, untuk menghindari penyebaran kontaminasi lebih lanjut, menyebabkan industri pariwisata mengalami kemunduran di semua sektornya. Di bulan-bulan terakhir 2021, pariwisata mulai bangkit kembali, sejalan dengan kontrol yang semakin baik untuk pelaksanaan protokol kesehatan, CHSE. (Hubner et al., 2021)

Pandemi corona membuat pertumbuhan ekonomi global tumbuh negatif tahun ini. Dana Moneter Internasional atau IMF bahkan memperingatkan kekhawatiran akan situasi yang bakal lebih buruk dari Depresi Besar alias *Great Depression* pada 1930an (Ira Brunchilda Hubner et al., 2021). Dampak dari Pandemi COVID-19 di bidang pariwisata juga terlihat pada jumlah kunjungan wisatawan yang menurun drastis di skala global. Penurunan kunjungan terbanyak dialami oleh Benua Asia Pasifik yaitu sebesar -51%. Dampak dari Pandemi COVID-19 juga menghantam pariwisata di Indonesia. Kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara menurun karena cepatnya penyebaran dari COVID-19. Memasuki akhir 2021 sektor pariwisata kembali bangkit setelah berbulan-bulan berhenti. Kebangkitan sektor pariwisata kali ini didukung oleh kebijakan pemerintah yang mengeluarkan protokol kesehatan dalam berwisata atau CHSE (*Clean, Health, Safety, dan Environment*). Protokol kesehatan CHSE ini merupakan salah satu standarisasi untuk meningkatkan kualitas pariwisata di Indonesia saat ini. Kondisi pandemi saat ini dinilai menjadi sebuah momentum yang tepat untuk melakukan *re- strategy* pariwisata Indonesia dari *quantity tourism* ke *quality tourism*. Tren wisata alternatif sedang digencarkan sesuai arahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif saat ini. Pariwisata alternatif ini memiliki konsep yang berbaur dengan alam dan masyarakat lokal di sebuah desa. Oleh sebab itu desa wisata merupakan salah satu fokus yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata setelah terpuruk dari Pandemi COVID-19. Untuk dapat

dijadikan sebagai desa wisata, sebuah desa harus memiliki potensi wisata, minat dan kesiapan masyarakat desa, serta keunikan dari desa tersebut. Dalam penelitian lokasi yang akan dikembangkan adalah Desa Keranggan yang berada di Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2003 mengenai sistem pendidikan nasional pasal 20, Perguruan tinggi wajib menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat disamping melaksanakan Pendidikan. Pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan konsep community based tourism dengan melakukan pendampingan yang fokus pada peningkatan sarana dan prasarana pariwisata (Parani et al., 2021)

Dari data sementara yang didapat, daya tarik di Desa Keranggan yang dapat menjadikan desa ini unik dan berpotensi untuk dikembangkan adalah adanya wisata air di sungai Cisadane, juga terdapat beberapa jenis kuliner berbahan baku lokal yang berpotensi menjadi usaha kuliner tradisional khas Desa Keranggan. Di des aini juga sudah tersedia fasilitas homestay yang dikelola oleh masyarakat desa. Sedangkan untuk daya tarik wisata budaya, Desa Keranggan memiliki kesenian pencak silat dan tari jaipong. Desa Keranggan pada dasarnya sudah memiliki paket berwisata yang menjual aktivitas wisata seperti jungle trek, susur sungai, bermalam di homestay, dan archery sederhana. Namun dalam pengelolaan dan pengembangan paket wisata ini masih diperlukan evaluasi dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Kampung Wisata Keranggan secara geografis dilintasi sungai Cisadane tidak jauh dari pusat kota BSD, dengan keadaan alamnya yang masih alami dan asri serta mata pencaharian penduduk sebagian sebagai pelaku UMKM home industri aneka keripik. Kampung Wisata Keranggan berpotensi menggerakkan ekonomi daerah, melestarikan lingkungan dan mensejahterakan masyarakat disekitar kawasan yang dikembangkan sebagai Ekowisata Keranggan. Kampung Wisata Keranggan, Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangsel, Banten ditetapkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif masuk dalam 20 desa wisata terbaik se Indonesia dari total 109 desa-desa yang juga didampingi oleh kampus-kampus (Hayati, 2020).

Menurut Piartrini (2018), pariwisata merupakan interaksi dari individu-individu yang berasal dari daerah dan budaya yang berbeda dengan masyarakat setempat, yang mana kemudian terciptanya suatu hubungan sosial dan ekonomi (Febriandhika & Kurniawan, 2019). Obyek wisata merupakan wujud sarana yang bisa menarik turis ataupun wisatawan buat datang ke zona ataupun tempat tertentu. Ini pula identik dengan aksi seorang berangkat ke sesuatu tempat. (Juliana et al., 2021). Menurut Stange dan Brown, (2013) produk wisata adalah :

“Despite products’ being the central feature of the industry, much confusion washes over the concept. Products like attractions are often confused with the activity and with services, but a product is more than these”.

Berdasarkan pemaparan diatas, produk wisata adalah inti yang terdapat pada sebuah destinasi wisata. Kebanyakan produk wisata hanya sebatas atraksi dengan aktivitas dan pelayanannya saja.

Berdasarkan Undang Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Sebagai indikator keberhasilan suatu destinasi pariwisata, komponen produk wisata merupakan hal yang harus dimiliki oleh suatu daerah dalam mengembangkan sektor kepariwisataannya (Zaili et al., 2021). Menurut Suwanto (2004), peran masyarakat dalam mengembangkan pariwisata suatu daerah merupakan hal yang sangat penting (Sitorus, 2020). Fasilitas penunjang telah bertambah sehingga aktivitas wisata dapat lebih meningkat lagi. Dengan demikian jumlah pengunjung juga diharapkan dapat bertambah dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat di Kampung Keranggan.

Stange dan Brown (2013) membagi komponen produk wisata ke dalam 6 aspek seperti :

1. Atraksi

Adalah segala objek, orang, tempat maupun konsep menarik baik secara geografis ataupun elektronik jarak jauh, sehingga karyawan mendapatkan sebuah pengalaman. Pengalaman yang didapat oleh wisatawan bersifat rekreasional dan spiritual. (Stange, J. dan Brown, 2013) membagi atraksi wisata menjadi 4 kategori yaitu : a) geophysical- landscape-aesthetic yaitu atraksi yang terbentuk oleh alam, b) ecological-biological yaitu semua makhluk hidup, komunitas, peristiwa ekologis, maupun agregasi, c) cultural-historical yaitu konstruksi dari manusia, praktik, sisa arkeologi, manifestasi evolusi dan ekspresi budaya, d) recreational yaitu manusia dengan tujuan khusus dalam hal hiburan dan pendidikan.

2. Aksesibilitas

Menurut Stange dan Brown, (2013) aksesibilitas adalah salah satu aspek yang harus ada dalam sebuah atraksi wisata. Aksesibilitas dapat digambarkan sebagai sebuah kemudahan alam menghubungkan satu tempat ke tempat lain dengan transportasi yang bergerak diatasnya. Faktor-faktor yang mengkondisikan aksesibilitas wisatawan pada sebuah destinasi wisata adalah : a) barrier-free destination adalah infrastruktur dan fasilitas, b) transportasi, c) aktivitas adalah sesuatu yang memungkinkan semua orang berpartisipasi di dalamnya, dan d) layanan berkualitas tinggi

3. Aktivitas

Menurut Stange dan Brown, (2013) pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung ditentukan oleh aktivitas yang dipilih. Dengan adanya aktivitas, dapat memberikan nilai tambah pada benak pengunjung pada sebuah destinasi. Menurut Stankovic dan Dukic (2009), aktivitas wisata juga merupakan keseluruhan aktivitas yang terdapat dalam sebuah destinasi dan apa yang dapat dilakukan wisatawan

selama waktu kunjungannya (Sitorus & Sari, 2021).

4. Pelayanan

Menurut Stange dan Brown, (2013) pelayanan merupakan seluruh fungsi yang mungkin maupun tidak mungkin dilakukan seorang pengunjung untuk dirinya sendiri dan memilih orang lain untuk melakukannya.

5. SDM Berkualitas

Menurut Stange dan Brown, (2013) memiliki sumber daya yang berkualitas merupakan aspek tambahan dari pelayanan. Dalam sebuah pelayanan mengharuskan seseorang memenuhi syarat yang sudah ditentukan. Sumber daya manusia menurut (Hafied, 2016) adalah hal yang berhubungan dengan kualitas dan kemampuan seseorang. Terdapat 2 aspek dalam sumber daya manusia yaitu, kualitas fisik dan bukan fisik. Kualitas fisik adalah hal yang berkaitan dengan jasmani sedangkan kualitas bukan fisik adalah segala hal yang berhubungan dengan kemampuan, keterampilan maupun keahlian intelektual.

6. Promosi

Lupiyoadi dalam Sitorus dan Utami, (2017) mengatakan bahwa ada 7 perangkat promosi yaitu : a) aktivitas periklanan, b) Personal selling, c) sales promotion, d) hubungan masyarakat, e) informasi dari mulut ke mulut, f) marketing publication.

Berdasarkan komponen yang telah dipaparkan, maka masyarakat dalam sebuah desa harus memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk dapat mengembangkan pariwisata yang terdapat pada desa tersebut. Pengembangan pariwisata pada sebuah desa pada akhirnya harus mengacu pada kualitas dari fasilitas dan pelayanan yang dimiliki.

“ The quality of products and services is one of the most important factors of the enterprise successful activity under the conditions of market economy, as well as a component of the organisational and economic mechanism of management and maintenance of the tourism business subject effective activity. To meet the needs of modern tourists in quality services, the continuous improvement of the quality assurance, evaluation and management methods is required, which actualizes the further research directions”.

Berdasarkan pemaparan diatas, kualitas dalam sebuah produk dan pelayanan merupakan faktor yang terpenting dalam keberhasilan sebuah organisasi. Begitu juga dalam pengembangan pariwisata, pelayanan dan produk yang berkualitas merupakan hal yang sangat dibutuhkan” (Bedradina & Nezdoyminov, 2019).

Dalam mengembangkan sebuah daya tarik wisata, salah satu konsep yang dapat digunakan adalah pariwisata berbasis masyarakat (community based tourism) dimana pariwisata dikelola oleh masyarakat lokal dengan berfokus pada keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. Pariwisata berbasis masyarakat juga dapat memperkuat kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan

daya tarik wisata di desanya, yang tujuannya adalah kesejahteraan bagi masyarakat desa (Tyas & Damayanti, 2018).

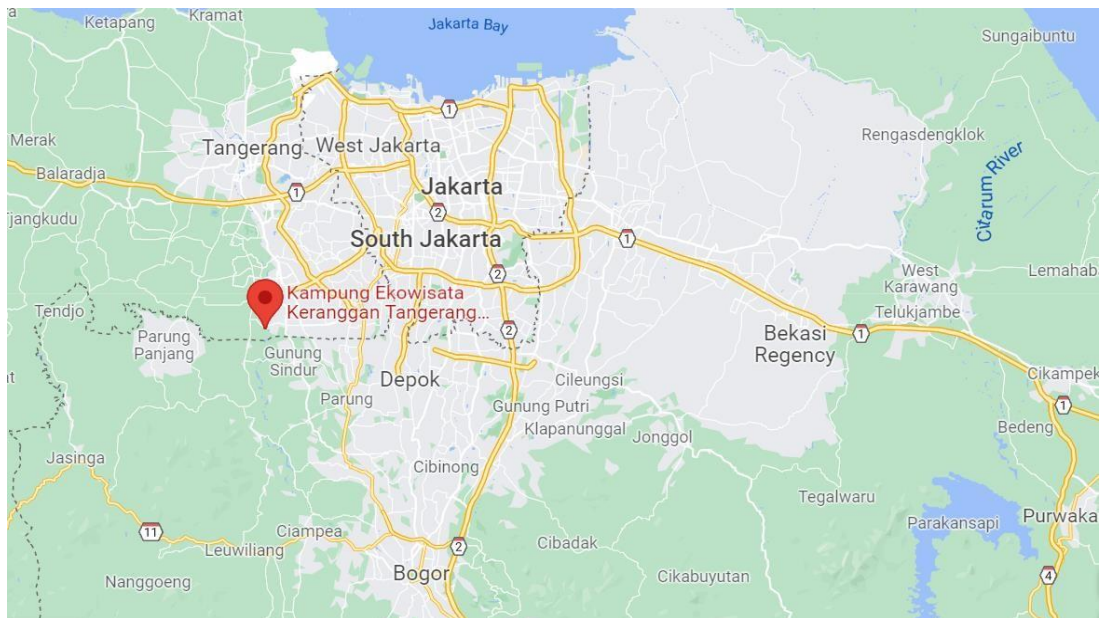
Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi Desa Keranggan dalam mengembangkan produk wisata yang sudah ada namun belum berkembang. Adapun perincian kegiatan yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pengembangan Produk Wisata Berkualitas

TOPIK	BENTUK KEGIATAN
Pengembangan Produk Wisata Kampung Keranggan	Lokakarya 1
Pemanfaatan Sosial Media dalam Memasarkan Produk Wisata di Kampung Keranggan	Lokakarya 2
Sadar Wisata dan <i>Community Based Tourism</i> bagi Pengelola Kampung Keranggan	Sosialisasi
Pengembangan Produk Wisata dalam Mewujudkan Pariwisata Berkualitas di Kampung Keranggan	<i>Focus Group Discussion</i>

Sumber : Data Olahan Penulis (2021)

Tujuan khusus dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah ingin memberikan kontribusi dalam mengembangkan produk wisata di Desa Keranggan sehingga dapat menyajikan sebuah konsep pariwisata yang berkualitas. Berkualitas di sini adalah dalam hal pengalaman berwisata yang disajikan kepada wisatawan, juga peningkatan kualitas kehidupan bagi masyarakat Desa Keranggan. Tidak hanya bertujuan dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke desa ini, tapi juga peningkatan aktivitas yang dapat dilakukan sehingga berimbas pada pemasukan yang akan diterima oleh masyarakat desa. Urgensi dari kegiatan ini adalah searah dengan program dari pemerintah dalam mengembangkan desa wisata yang dapat memicu pertumbuhan pariwisata dan ekonomi khususnya di masa Pandemi COVID-19 saat ini. Bila dikaitkan dengan Indikator Kinerja Utama untuk transformasi Pendidikan Tinggi, Pengabdian kepada Masyarakat ini juga bertujuan untuk memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk ikut serta dalam proyek desa yang bersifat kolaboratif dan partisipatif. Juga mengupayakan hasil kerja dosen dapat digunakan untuk membantu pengembangan produk wisata desa Keranggan. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka solusi yang dapat ditawarkan adalah bagaimana penerapan strategi percepatan pengembangan produk wisata di Desa Keranggan agar dapat menyajikan konsep pariwisata yang berkualitas. Berikut adalah peta lokasi penyelenggaraan pengabdian kepada masyarakat:



Gambar 1. Peta Lokasi

Sumber : Google Map

BAHAN DAN METODE

Kegiatan ini akan dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi, lokakarya dan pendampingan serta *focus group discussion* yang bertujuan untuk mengembangkan produk wisata di Desa Keranggan agar dapat menyajikan pariwisata yang berkualitas. Kegiatan akan diadakan dengan memberikan materi edukasi dari para narasumber. Setelah materi edukasi selesai, peserta diberikan waktu untuk melakukan praktek dan sesi tanya jawab kepada panitia untuk dapat memahami jika ada yang kurang dipahami. Setelah sesi tanya jawab peserta dipersilakan untuk mengisi kuesioner evaluasi penyuluhan. Untuk lokakarya dibagi kedalam 3 sesi dan masing-masing dihadiri oleh 30 peserta yang merupakan masyarakat yang terlibat dalam mengelola Kampung Keranggan.

Dalam pelaksanaan *focus group discussion*, panitia dan peserta dalam hal ini masyarakat lokal akan bersama-sama berdiskusi dan menggali potensi-potensi wisata mana yang masih belum maksimal dikembangkan, juga mencari alternatif baru yang akan menjadi daya tarik wisata di Kampung Keranggan, serta bagaimana produk desa wisata dapat dikembangkan menjadi lebih berkualitas. Di akhir FGD, panitia dan semua peserta melakukan foto dokumentasi dan penutup dari panitia. Diharapkan kegiatan ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan produk wisata yang berkualitas di Desa Keranggan. Manfaat bagi pelaksana pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat serta mendukung program pemerintah dalam menyajikan konsep pariwisata yang berkualitas. Secara teknis pelatihan ini menyatukan pengetahuan terkini dan praktik terbaik dalam pengembangan produk wisata di Desa Keranggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan lokakarya 1 diikuti oleh 30 peserta dengan topik pengembangan produk wisata Kampung Keranggan. Lokakarya ini berjalan dengan interaktif. Dalam lokakarya diadakan pre tes dan post tes untuk mengukur sejauh mana pemahaman para peserta terkait dengan materi yang sudah disampaikan oleh narasumber. Hasil pre tes dan post tes pertama menunjukkan peningkatan pemahaman dari peserta, yang awalnya hanya 25% dari peserta yang mengetahui tentang konsep pariwisata berkualitas, meningkat menjadi 100% setelah materi disampaikan. Sedangkan pertanyaan kedua tentang produk wisata juga mengalami peningkatan dari 63% menjadi 100%. Untuk pertanyaan ketiga tentang atraksi wisata juga mengalami peningkatan pemahaman dari yang awalnya hanya 53% menjadi 87% peserta yang memahami tentang atraksi wisata. Untuk pertanyaan keempat mengalami peningkatan pemahaman dari 17% menjadi 93% dimana peserta telah memahami tentang amenities dalam komponen pariwisata. Untuk pertanyaan kelima tentang aksesibilitas juga mengalami peningkatan pemahaman dari yang awalnya hanya 53% menjadi 97% dan pertanyaan terakhir tentang ancillary service juga mengalami peningkatan dari 40% menjadi 87%. Secara keseluruhan lokakarya 1 ini memberi dampak yang baik dan peserta memahami konsep pariwisata berkualitas, komponen pariwisata dan bagaimana mengelola sebuah desa wisata agar mencapai kualitas yang diinginkan wisatawan. Untuk hasil pre tes dan post tes secara terperinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Lokakarya 1 Pengembangan Produk Wisata Kampung Keranggan

No	Pertanyaan	Pre Test		Post Test		Jumlah Peserta
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Apakah anda mengetahui tentang pariwisata Berkualitas	25 (83%)	5 (17%)	30 (100%)	0 (0%)	30
2	Apakah anda mengetahui tentang produk wisata	19 (63%)	11 (37%)	30 (100%)	0 (0%)	30
3	Apakah anda mengetahui tentang atraksi wisata	16 (53%)	14 (47%)	26 (87%)	4 (13%)	30
4	Apakah anda mengetahui tentang amenities	5 (17%)	25 (83%)	28 (93%)	2 (7%)	30
5	Apakah anda mengetahui tentang aksesibilitas	16 (53%)	14 (47%)	29 (97%)	1 (3%)	30
6	Apakah anda mengetahui tentang ancillary service/layanan	12 (40%)	18 (60%)	26 (87%)	4 (13%)	30

Sumber : Data Olahan Penulis (2021)

Dalam kegiatan lokakarya 2 dihadiri oleh 30 peserta dengan topik

pemanfaatan sosial media dalam memasarkan produk wisata Kampung Keranggan. Lokakarya 2 juga berlangsung dengan interaktif dan terdapat juga pre tes dan post tes yang terdiri dari 6 pertanyaan. Pada pertanyaan pertama peserta mengalami peningkatan pemahaman dari 77% menjadi 97% dan pertanyaan kedua mengalami pemahaman dari 53% menjadi 90%. Pada pertanyaan ketiga peserta juga mengalami peningkatan pemahaman dari 63% menjadi 93% dan pertanyaan keempat juga mengalami peningkatan pemahaman dari 60% menjadi 93%. Untuk pertanyaan kelima, pemahaman peserta meningkat dari 53% menjadi 93 % dan pertanyaan keenam juga mengalami peningkatan dari 47% menjadi 93%. Secara keseluruhan, dalam lokakarya 2 kali ini peserta memahami materi yang disampaikan oleh narasumber dan mengetahui bagaimana sosial media dapat dimanfaatkan dalam memasarkan/mempromosikan Kampung Wisata Keranggan. Untuk rincian pre tes dan post tes dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Lokakarya 2 Pemanfaatan Sosial Media dalam Memasarkan Produk Wisata Kampung Keranggan

No	Pertanyaan	Pre Test		Post Test		Jumlah Peserta
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Apakah anda mengetahui tentang sosial media	23 (77%)	7 (23%)	29 (97%)	1 (3%)	30
2	Apakah anda mengetahui tentang promosi melalui sosial media	16 (53%)	14 (47%)	27 (90%)	3 (9%)	30
3	Apakah anda mengetahui tentang konten sosial media	19 (63%)	11 (37%)	28 (93%)	2 (6%)	30
4	Apakah anda tau cara membuat konten sosial media	18 (60%)	12 (40%)	28 (93%)	2 (6%)	30
5	Apakah anda mengetahui cara menggunakan sosial media untuk memasarkan produk wisata	14 (47%)	16 (53%)	28 (93%)	2 (6%)	30
6	Apakah anda tertarik untuk aktif mempromosikan produk wisata dengan sosial media	14 (47%)	16 (53%)	28 (93%)	2 (6%)	30

Sumber : Data Olahan Penulis (2021)

Dalam kegiatan lokakarya 3 dihadiri oleh 30 peserta dengan topik pemanfaatan sosial media dalam memasarkan produk wisata Kampung Keranggan. Lokakarya 3 juga berlangsung dengan interaktif dan terdapat juga pre tes dan post tes yang terdiri dari 3 pertanyaan. Untuk pertanyaan pertama peserta mengalami peningkatan pemahaman dari 43% menjadi 100% dan pertanyaan kedua mengalami peningkatan dari 50% menjadi 100% serta pernyataan ketiga juga mengalami peningkatan dari 43% menjadi 100%. Secara keseluruhan materi yang disampaikan

narasumber tentang sadar wisata, sapta pesona dan pariwisata berbasis masyarakat dapat dipahami oleh peserta.

Tabel 4. Hasil Lokakarya 3 Sadar Wisata dan *Community Based Tourism*

No	Pertanyaan	Pre Test		Post Test		Jumlah Peserta
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Apakah anda mengetahui konsep sadar wisata	13 (43%)	17 (57%)	30 (100%)	0 (0%)	30
2	Apakah anda mengetahui konsep sapta pesona	15 (50%)	15 (50%)	30 (100%)	0 (0%)	30
3	Apakah anda mengetahui pariwisata berbasis masyarakat	13 (43%)	17 (57%)	30 (100%)	0 (0%)	30

Sumber : Data Olahan Penulis (2021)

Pada hari kedua dilaksanakan *Focus Group Discussion* dimana dihadiri oleh Kepala Dinas Pariwisata Daerah Kota Tangerang Selatan yang diwakili oleh Kepala Bidang Destinasi dan Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan sebagai narasumber. Peserta yang hadir adalah masyarakat Kampung Keranggan, Ibu-Ibu pembuat kuliner lokal, pemilik homestay, ketua RW, perwakilan Kelurahan Keranggan, beberapa komunitas terkait, serta pihak media *online* dan *offline*.

Hasil *Focus Group Discussion* dari masukan-masukan yang diberikan narasumber dan peserta adalah:

1. Memantapkan visi desa wisata Kampung Keranggan
2. Mengembangkan produk wisata yang bernilai dari setiap kegiatan yang dikembangkan, dilihat dari kaca mata wisatawan
3. Mengupayakan Kampung Keranggan ikut dalam Sertifikasi Desa Wisata Berkelanjutan
4. Mengupayakan pemasaran dan promosi baik melalui media *online* maupun penyelenggaraan *event-event*.
5. Membuat rancangan terbaik bagaimana pembagian manfaat, terutama bila Kampung Keranggan sudah semakin banyak dikunjungi wisatawan.

Disamping kegiatan lokakarya dan *focus group discussion*, pengabdian kepada masyarakat kali ini juga diadakan dalam bentuk pengadaan barang yang dapat mendukung aktivitas dan operasional di Kampung Keranggan. Dengan meningkatnya kesadaran dan pemahaman tentang produk yang berkualitas serta pengadaan sarana daya tarik wisata, diharapkan memberi dampak bagi ekonomi masyarakat lokal. Melalui pengadaan gapura dan tempat penjualan tiket, spot selfie berbayar (Rp. 5.000 untuk berfoto di lokasi tersebut), serta sarana kandang kelinci untuk keragaman edukasi wisata agro, diharapkan ada pemasukan bagi masyarakat yang tentunya harus dikelola dengan baik oleh pengelola. Kegiatan pengecatan dan merapikan Area Inspirasi di kolong jembatan, diharapkan semakin menggiatkan masyarakat termasuk anak-anak untuk berlatih kesenian lokal, tari jaipong, angklung dan untuk mengadakan berbagai pelatihan.

Pengadaan lokakarya pengembangan produk yang menyentuh kuliner lokal, diharapkan memberi kontribusi berarti terhadap sektor industri dalam hal ini home

industry UMKM. Dengan semakin berkembangnya wisata edukasi pertanian, dengan menambah atraksi dan kegiatan yang dapat dilakukan, diharapkan memberi semangat juga bagi masyarakat untuk mengembangkan pertanian di Kampung Keranggan. Seperti disebutkan dalam FGD, Kampung Keranggan dikenal sebagai penghasil kacang sangrai, sementara kacangnya masih dibeli dari tempat lain. Diharapkan ini bisa memberi peluang untuk memanfaatkan lahan yang ada untuk pertanian kacang, selain jenis tanaman yang sudah ada seperti singkong, jagung dan pisang. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Kampung Keranggan ini adalah ketersediaan waktu yang singkat untuk segala persiapan dan pelaksanaan kegiatan. Waktu dari persiapan, survey dan pelaksanaan sangat sempit, apalagi harus dilanjutkan dengan pelaporan. Kendala lain yang dihadapi adalah hujan yang turun hampir setiap hari, sehingga menghalangi pengadaan atau pembangunan sarana yang berada di ruang terbuka, seperti pembuatan *spot selfie*, gapura dan tempat tiket serta pembuatan kandang kelinci. Berikut adalah tabel penjelasan dari beberapa dokumentasi selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung :

Tabel 5. Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi	Deskripsi Kegiatan
	Melakukan Survey Lokasi ke Kampung Keranggan dan berdiskusi mengenai permasalahan mitra.
	Melakukan Lokakarya kepada masyarakat dan pengelola Kampung Keranggan tentang produk wisata berkualitas, pemanfaatan sosial media dan pariwisata berbasis masyarakat
	Penyerahan beberapa fasilitas pendukung

	<p>operasional di Kampung Keranggan</p>
	<p>Focus Group Discussion di Kampung Keranggan</p>

Sumber : Dokumentasi Penulis

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Kampung Keranggan telah berjalan dengan baik, para peserta antusias dengan mengajukan beragam pertanyaan dan diskusi tanya jawab juga berlangsung dengan baik. Narasumber juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengembangan produk desa wisata yang lebih berkualitas juga berkelanjutan Berdasarkan antusias peserta dalam sesi tanya-jawab dan jawaban pada kuesioner yang telah dibagikan pada acara, para peserta dapat merasakan manfaat dari lokakarya, sosialisasi dan *Focus Group Discussion* ini dan berharap acara Pengabdian kepada Masyarakat seperti ini dapat dilakukan kembali di masa depan. Pemberian barang-barang yang dihibahkan serta pengadaan sarana juga memberi manfaat bagi Kampung Keranggan untuk dapat memanfaatkannya dalam upaya penyediaan produk wisata yang berkualitas. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak positif bagi pengembangan wisata di Kampung Keranggan. Sumber daya manusia mendapatkan pembekalan tentang pariwisata berkualitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas publikasi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ditjen Dikti Ristek atas bantuan pendanaan program penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus

Merdeka dan Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian dan Purwarupa PTS Tahun Anggaran 2021.

DAFTAR RUJUKAN

- Hafied, H. (2016). Manajemen Sumberdaya Manusia: dalam tinjauan motivasi, kompetensi, kepemimpinan, kepuasan kerja dan kinerja. Makassar : Kretakupa Print.
- Hayati, N. (2020). Kampung Wisata Keranggan Masuk 20 Besar Dari 109 Desa Wisata Se-Indonesia. <https://Persindonesia.Com/2020/11/22/Kampung-Wisata-Keranggan-Masuk-20-Besar-Dari-109-Desa-Wisata-Se-Indonesia/>.
- Juliana, Bernedeta Sitorus, Nova , Kristiana, Yustisia Ardania, Jessica, N. (2021). Pengenalan Daya Tarik Wisata Kampung Batu Malakasari Bagi Siswa-Siswi SMK Jakarta Wisata I Jakarta Selatan. *Jurnal Abdimas Berdaya : Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(021), 82–90.
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2019). Membingkai Konsep Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Community-Based Tourism : Sebuah Review Literatur. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p50-56>
- Hubner, Ira B, Pramono, R., Sitorus, N. B., & Lemy, D. M. (2021). *Implementation of the Four Pillars of Sustainable Tourism Destinations in the Tourism Village of Kampung Keranggan , South Tangerang*. 510–520.
- Hubner, Ira Brunchilda, Irene, N., & Sitorus, B. (2021). Pemanfaatan Sayur Dalam Pembuatan Lasagna Non Daging. *Jurnal Abdimas BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 2–7.
- Juliana, Juliana; Parani, R., Irene, N., Sitorus, B., Pramono, R., & Maleachi, S. (2021). Study of Community Based Tourism in the District West Java. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(2), 277–285.
- Lemy, D. M., Pramezwary, A., & Junus, C. (2021). *Pelatihan Pembuatan Sarapan Sehat Training For Making Healthy Breakfast Universitas Pelita Harapan , Indonesia*
- Sitorus, N. I. B. (2020). Peran Dan Kolaborasi Stakeholder Pariwisata Dalam Mendukung Peningkatan Kunjungan Wisata Di Kawasan Danau Toba. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(2), 83–92. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2416>
- Sitorus, N. I. B., & Sari, L. (2021). Pengembangan Aktivitas Wisata di Desa Ciririp. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 3(01), 36–45. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v3i01.164>
- Zaili, A. H. A., Anastassia, S., Kharis, A., & Lestari, D. (2021). Jurnal Indonesia Sosial Sains. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 1–8.
- Stange, J. dan Brown, D. (2013). *Tourism Destination Management Achieving*

Sustainable And Competitive Results. Washington,DC: USAID.

Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 74.
<https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.74-89>

Zaili, A. H. A., Anastassia, S., Kharis, A., & Lestari, D. (2021). Jurnal Indonesia Sosial Sains. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 1-8.