
STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES WA HYANG TARUMAJAYA

Imanuddin Hasbi¹, Nuslih Jamiat², Alex Winarno³, Agus Maolana Hidayat⁴, Syarifuddin⁵,
Muhammad Yahya Arwiyah⁶
^{1, 2, 3, 4, 5, 6}Universitas Telkom

imanhasbi@telkomuniversity.ac.id, nuslihamiat@telkomuniversity.ac.id, winarno@telkomuniversity.ac,
agusmh@telkomuniversity.ac.id, syarifuddin@telkomuniversity.ac.id, yahya@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Tarumajaya adalah desa di kecamatan Kertasari, Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Desa ini dikenal menjadi hulu sungai Citarum, menjadi pusat dari kegiatan Citarum Harum dan memiliki perkebunan teh & kopi yang luas. Potensi Desa Tarumajaya memiliki Objek Wisata : Bukit Paesan Desa Tarumajaya Situ Cisanti Taman Wisata Edukasi Desa di wilayah Kabupaten Bandung.

Indonesia memiliki 83.820 Desa, Provinsi Jawa Barat sebanyak 5.957 Desa, dan Kabupaten Bandung memiliki 270 Desa. Wilayah Desa merupakan sokoguru pembangunan. Sehingga Pemerintah mencanangkan Gerakan 1000 Kampung.

Badan usaha milik desa merupakan usaha desa yang dikelola oleh Pemerintah Desa, dan berbadan hukum. Pemerintah Desa dapat mendirikan BUM Desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi Desa. Pembentukan BUM Desa ditetapkan dengan Peraturan Desa. Kepengurusan BUM Desa terdiri dari Pemerintah Desa dan masyarakat desa setempat. Peran BUMDes untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi lokal dalam berbagai jenis bisnis.

Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan ekonomi penduduk desa melalui pengembangan usaha ekonomi. Selain itu, keberadaan BUMDes juga memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan asli desa sehingga desa dapat melaksanakan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan lebih optimal. Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) atau BUMDes Wa Hyang Tarumajaya <https://www.tarumajaya.id/> Jln. Raya Pajaten-Situ Cisanti RT. 003 RW Tarumajaya, Kertasari, Bandung, Jawa Barat. Desa Tarumajaya yang terletak dipegunungan membuat masyarakat kesulitan mengakses jaringan internet. Meskipun Bumdes Tarumajaya memiliki unit Internet dan unit Pengelolaan air bersih namun masyarakat Desa Tarumajaya saat ini dinilai telah maju, belum merasakan kehadiran Bumdes Tarumajaya.

BUMDesa memiliki enam unit Bisnis/Usaha, meliputi: 1. Unit Bisnis Pengelolaan Air Bersih; 2. Unit Bisnis TIK Multimedia; 3. Unit Bisnis Jasa Perdagangan; 4. Unit Bsinis Wisata; 5. Unit Bisnis Jasa keuangan; dan 6. Unit Bisnis Pertanian & Peternakan.

Kata Kunci : Bumdes, Desa, Citarum Harum. Tarumajaya

PENDAHULUAN

Indonesia merdeka 17 Agustus 1945 hingga sekarang 2023 berupaya melakukan pembangunan berkelanjutan yang dipimpin oleh Presiden. Mulai Presiden Soekarno, Soeharto, BJ Habibie, Abdurahman Wahid, Megawati, Susilo Bambang Yudhoyono hingga sekarang Joko Widodo.

Pemerintah Indonesia terus berkomitmen melaksanakan pembangunan berkelanjutan sesuai dengan aturan RPJMN 2020 – 2024, pembangunan berkelanjutan sudah ditetapkan sebagai salah satu aspek yang bertujuan memberikan akses pembangunan yang adil dan inklusif, serta memelihara lingkungan hidup. Pembangunan berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Hingga saat ini, seluruh negara di dunia masih berjuang melalui upaya penanganan Covid-19 dan memulihkan ekonomi nasional. Melandanya pandemi Covid-19 di berbagai negara di seluruh dunia telah menyadarkan akan pentingnya aspek lingkungan dan sosial dalam aktivitas ekonomi. Hal ini membuat situasi pandemi menjadi momentum yang tepat untuk menerapkan berbagai kebijakan pemulihan ekonomi yang memperhatikan aspek-aspek keberlanjutan.

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto menyatakan “Pandemi menjadi momentum bagi kita semua untuk mengevaluasi aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola dalam seluruh aktivitas ekonomi. Pandemi yang ada saat ini tidak boleh menurunkan semangat kita untuk mewujudkan target Sustainable Development Goals (SDGs). Karena itu kita perlu mencari cara-cara baru agar kita mampu melakukan lompatan dalam mencapai target SDGs secara bersamaan”.



Gambar 1. SDGs (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan)

Peran strategis desa dalam pembangunan nasional, karena memasok hampir seluruh kebutuhan pangan nasional. Desa menyediakan atau memasok kebutuhan tenaga kerja yang cukup besar di kota. Tetapi kehidupan di desa saat ini belum berkembang signifikan sebagaimana mestinya. Banyak penduduk desa tak lagi tertarik untuk bekerja di perdesaan lebih memilih mata pencaharian lain.

Sektor pertanian belum memberikan penghasilan yang cukup bagi masyarakat. Sehingga sebagian besar masyarakat bermigrasi ke kota (urbanisasi). Berbagai banyak pilihan untuk memajukan desa, dan menyediakan pekerjaan yang layak di desa. Pengembangan desa menjadi destinasi wisata menjadi bisnis pariwisata yang menjanjikan, bisa menjadi pilihan yang menarik. Pengembangan pariwisata dapat memberikan kontribusi yang besar untuk kesejahteraan masyarakat.



Gambar 2. SDGs Desa

Secara global, kontribusi sektor pariwisata mencapai 10% terhadap Produk Nasional Bruto (PNB), serta menyumbangkan 7% dari total nilai ekspor dunia. Di Indonesia, pariwisata menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp 130,5 Trilyun. Selain itu pariwisata juga membuka lapangan pekerjaan bagi 11,9 juta orang, dan menyumbang devisa sebesar USD 12,4 Milyar.

Bisnis pariwisata juga melibatkan masyarakat, termasuk UMKM. Contoh, masyarakat dapat memanfaatkan kamar kosong, dan layanan makanan dan minuman di rumah masing-masing sebagai cikal bakal homestay. Masyarakat juga dapat menghasilkan kerajinan dan olahan pangan untuk dijadikan cinderamata.

Layanan pariwisata berbasis masyarakat dalam bentuk desa wisata, juga telah berkembang di berbagai pelosok tanah air.

Salah satu desa yang menawarkan destinasi wisata adalah Desa Tarumajaya termasuk di dalam Kecamatan Kertasari dengan

luas 2743 Ha. Jarak desa ke ibukota kecamatan adalah 5 km, sedangkan ke ibukota kabupaten di Soreang adalah 58 km. Kondisi iklim di Desa Tarumajaya memiliki rata-rata suhu harian 15-20oC dengan ketinggian 1500 – 1650 mdpl dan memiliki 6 bulan musim hujan dalam setahunnya. Secara administratif, Desa Tarumajaya terdiri dari 7 dusun yang terbagi menjadi 28 RW dan 109 RT.

Penguasaan lahan terbesar di desa Tarumajaya adalah milik perkebunan, yaitu PTPN VIII seluas 1200 Ha (43,7%), Perum Perhutani seluas 819,9 Ha (29,9%), dan seluas PT. London Sumatera seluas 627,4 Ha (22,9%) dan hanya 97,7 Ha (3,6%) lahan yang menjadi milik masyarakat.

- Sebelah Utara :
Desa Cibeureum
- Sebelah Selatan :
Desa Santosa
- Sebelah Barat :
Desa Margamukti
- Sebelah Timur :
Desa Cikembang

Desa Tarumajaya terletak pada posisi 115. 7.20 LS 8. 7.10 BT, dengan ketinggian kurang lebih 1400-1700 M diatas permukaan laut.



Gambar 3. Wilayah Desa Tarumajaya, Kec. Kertasari, Kab. Bandung

Website:

<https://tarumajaya.desa.id/artikel/2020/2/26/wilayah-desa>

Jln. Raya Pajaten - Situ Cisanti 0 KM Citarum
Desa Tarumajaya Kec. Kertasari Kab. Bandung
40386, Desa Tarumajaya, Kecamatan Kertasari,
Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat,
Indonesia, 40386.

Email: desatarumajaya79@gmail.com



Gambar 4. Struktur Organisasi Bumdesa Wa Hyang Tarumajaya

Struktur organisasi Bumdesa Wa Hyang Tarumajaya terdiri penasihat Kepala Desa: Ahmad Hasan, SE., Pengawas: Henggin Fadillah, Sekretaris: Rahmat Riana, Direktur: Entep Sutiaman D., S.I.P, Bendahara: Steffi Andriani. Bumdesa mempunyai 6 unit bisnis meliputi: Pengelolaan Air Bersih, TIK Multimedia, Jasa Perdagangan, Wisata, Jasa Keuangan, dan Pertanian & Peternakan.

METODE

Menjelaskan langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat. (Sparviero, 2019).

1. Metode dan Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat

Metode dan tahapan pengabdian kepada masyarakat melalui workshop meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a. Menentukan Tujuan: Tentukan tujuan dari workshop yang akan diadakan. Apakah tujuannya untuk memberikan pelatihan, membangun kolaborasi antar peserta, memecahkan masalah, atau menghasilkan produk atau ide baru.
- b. Menentukan Tema dan Topik: Pilih tema dan topik yang sesuai dengan tujuan workshop dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Pastikan topik tersebut relevan dan menarik bagi peserta.
- c. Menentukan Format: Pilih format yang tepat untuk workshop. Apakah itu akan menjadi sesi presentasi, diskusi kelompok, kegiatan praktik, atau kombinasi dari semuanya. Sesuaikan format dengan tujuan dan topik workshop.
- d. Menyiapkan Rencana Workshop: Buat rencana yang jelas untuk workshop, termasuk agenda, durasi setiap sesi, dan materi yang akan dibahas. Pastikan rencana tersebut terstruktur dengan baik dan mencakup semua aspek yang perlu dibahas.
- e. Mengundang Peserta: Tentukan siapa yang akan diundang ke workshop. Sesuaikan dengan target peserta yang relevan dengan tujuan dan topik workshop. Kirim undangan resmi kepada peserta dan pastikan mereka mengonfirmasi kehadiran mereka.
- f. Menyiapkan Materi dan Sumber Daya: Siapkan materi dan sumber daya yang akan digunakan selama workshop. Ini bisa berupa presentasi, handout, bahan praktik, atau alat bantu lainnya. Pastikan materi tersebut relevan dan mendukung tujuan workshop.
- g. Mempersiapkan Fasilitator: Jika Anda adalah fasilitator, pastikan Anda mempersiapkan diri dengan baik. Pelajari materi dengan baik, periksa teknologi yang akan digunakan, dan siapkan diri untuk mengelola diskusi dan kegiatan selama workshop.
- h. Mengatur Tempat dan Fasilitas: Pilih lokasi yang sesuai untuk workshop dan pastikan fasilitas yang dibutuhkan tersedia, seperti ruang pertemuan, multimedia proyektor, papan tulis, dan akses internet. Pastikan juga ada cukup tempat duduk untuk peserta.
- i. Melakukan Workshop: Pada hari workshop, pastikan semua persiapan telah selesai. Mulailah dengan sambutan dan perkenalan singkat, lalu ikuti rencana workshop yang telah Anda buat. Pastikan peserta terlibat aktif dalam kegiatan dan diskusi.
- j. Evaluasi dan Tindak Lanjut: Setelah workshop selesai, lakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dari peserta. Gunakan umpan balik ini untuk meningkatkan workshop di masa depan. Selain itu, berikan tindak lanjut yang relevan kepada peserta, seperti materi tambahan atau sertifikat kehadiran.

2. Uraian Partisipasi Mitra

Pertemuan-pertemuan secara luring (onsite/offline) maupun daring (online) bersinergi aktif pemangku kepentingan Bumdes Tarumajaya dalam kegiatan aktif antara lain: Kepala Desa, Penasihat, Pengawas, Direktur,

Sekretaris, Bendahara, Tokoh Masyarakat, Konsumen, Mitra Bumdes dan Masyarakat Desa.

3. Potensi Keberlanjutan Program dan

Roadmap

Workshop ini merupakan pertemuan antar pemangku kepentingan bumdes yang terlibat dalam diskusi intensif dan aktivitas pada menyiapkan, merancang, menyusun, rencana aksi, implementasi, pengukuran, pertumbuhan, dan perkembangan bisnis.

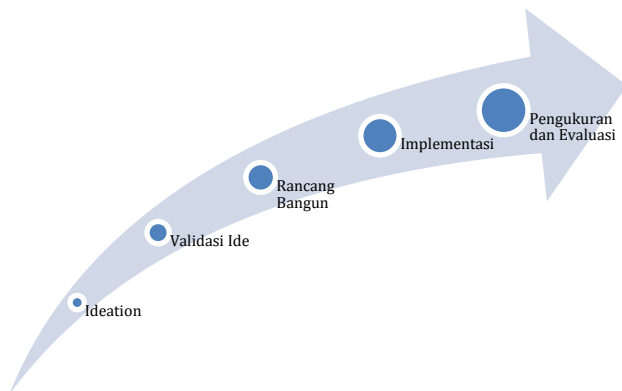
Social Business Model Canvas (SBMC) adalah sebuah alat yang digunakan untuk merancang dan menganalisis model bisnis yang berfokus pada dampak sosial. Alat ini menggabungkan konsep dari Business Model Canvas dengan elemen khusus yang berkaitan dengan tujuan sosial dan dampak yang diinginkan.

Langkah-langkah dalam menggunakan Social Business Model Canvas meliputi aspek-aspek berikut:

- a. Segmen Pelanggan (Customer Segments): Identifikasi kelompok target yang ingin dilayani dengan bisnis sosial Anda. Identifikasi karakteristik demografis, kebutuhan, masalah, atau tantangan yang ingin Anda selesaikan untuk segmen pelanggan ini.
- b. Proposisi Nilai Sosial (Social Value Proposition): Tetapkan dampak sosial yang ingin dicapai dengan bisnis sosial. Jelaskan bagaimana produk atau layanan akan memberikan manfaat sosial kepada segmen pelanggan.
- c. Saluran (Channels): Tentukan saluran distribusi atau komunikasi yang tepat untuk mencapai segmen pelanggan dan memberikan proposisi nilai sosial. Identifikasi cara-cara untuk menjangkau pelanggan secara efektif dan efisien.
- d. Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationships): Deskripsikan jenis

- hubungan yang ingin dibangun dengan pelanggan. Apakah itu hubungan personal, hubungan berbasis teknologi, atau kombinasi keduanya. Fokuskan pada bagaimana bisa mempertahankan pelanggan dan membangun kesetiaan.
- e. Sumber Pendapatan (Revenue Streams): Identifikasi sumber pendapatan dalam konteks bisnis sosial. Tentukan model pendapatan, apakah itu penjualan produk atau layanan, donasi, subsidi, atau kombinasi dari beberapa sumber pendapatan.
 - f. Kunci Riset (Key Resources): Identifikasi sumber daya utama yang Anda butuhkan untuk menjalankan bisnis sosial. Ini termasuk aset fisik, keahlian khusus, kemitraan strategis, atau sumber daya lain yang relevan dengan mencapai tujuan sosial.
 - g. Kunci Kegiatan (Key Activities): Tetapkan kegiatan kunci yang perlu dilakukan untuk menjalankan bisnis sosial. Misalnya, produksi, pengadaan, pengembangan produk, pendidikan, atau kegiatan lain yang krusial untuk memberikan dampak sosial yang diinginkan.
 - h. Kemitraan Kunci (Key Partnerships): Identifikasi kemitraan strategis yang perlu dibangun untuk mencapai tujuan sosial. Identifikasi mitra potensial yang dapat mendukung bisnis sosial dengan sumber daya, pengetahuan, jaringan, atau keahlian yang relevan.
 - i. Struktur Biaya (Cost Structure): Tentukan struktur biaya yang terkait dengan bisnis sosial. Identifikasi biaya operasional, biaya pengembangan produk, biaya pemasaran, biaya distribusi, dan elemen biaya lainnya yang relevan dengan bisnis.
 - j. Pengukuran dan Dampak (Measurement and Impact): Tetapkan metrik dan indikator kinerja yang akan digunakan untuk mengukur dampak sosial bisnis.

Identifikasi bagaimana mengumpulkan data dan melacak kemajuan terhadap tujuan sosial yang ditetapkan.



Gambar 5. Roadmap

Peta jalan (roadmap) Social Business Model Canvas (SBMC) adalah alat yang digunakan untuk merencanakan dan mengembangkan bisnis sosial dengan menggunakan SBMC. Peta jalan SBMC terdiri dari beberapa tahap yang harus dilalui untuk mencapai tujuan bisnis sosial dan dampak sosial yang diinginkan. Tahapan-tahapan dalam peta jalan SBMC:

- a. Ideation: Tahap pertama dalam peta jalan SBMC adalah ideation atau pembentukan ide. Pada tahap ini, perlu mengidentifikasi masalah sosial yang ingin diselesaikan dan mengembangkan ide untuk produk

atau layanan yang dapat memberikan dampak sosial positif.

- b. Validasi Ide: Tahap kedua dalam peta jalan SBMC adalah validasi atau validasi ide. Pada tahap ini, perlu memvalidasi ide dengan melakukan riset pasar, mengidentifikasi pelanggan potensial, dan menguji proposisi nilai sosial dengan menggunakan alat seperti wawancara atau survei.
- c. Rancang Bangun: Tahap ketiga dalam peta jalan SBMC adalah rancang atau merancang model bisnis sosial. Pada tahap ini, perlu menggunakan SBMC untuk merancang model bisnis sosial dengan mempertimbangkan segmen pelanggan, proposisi nilai sosial, saluran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, kunci riset, kunci kegiatan, kemitraan kunci, dan struktur biaya.
- d. Implementasi: Tahap keempat dalam peta jalan SBMC adalah implementasi atau pelaksanaan model bisnis sosial. Pada tahap ini, perlu memulai pelaksanaan model bisnis sosial dengan melaksanakan kegiatan kunci, membangun kemitraan, dan mengembangkan produk atau layanan.
- e. Pengukuran dan Evaluasi: Tahap kelima dalam peta jalan SBMC adalah pengukuran dan evaluasi atau mengukur dampak sosial. Pada tahap ini, perlu mengukur dampak sosial yang dihasilkan oleh model bisnis sosial dengan menggunakan metrik dan indikator yang telah ditetapkan pada tahap desain. Evaluasi juga perlu dilakukan untuk menentukan apakah model bisnis sosial berhasil

atau tidak dan untuk mengevaluasi apakah perlu ada perbaikan atau penyesuaian.

Pengembangan dan Pertumbuhan: Tahap terakhir dalam peta jalan SBMC adalah pengembangan dan pertumbuhan atau memperluas bisnis sosial. Pada tahap ini, perlu memperluas bisnis sosial dengan cara meningkatkan produksi, memperluas saluran, mencari investor, dan mengeksplorasi peluang baru untuk meningkatkan dampak sosial dan keberlanjutan bisnis sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sumber Daya Manusia dan Masyarakat

Menurut Buku Pedoman Desa Wisata dari Kemenkeraf (2021:29) pengertian desa wisata adalah desa yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang berbasis komunitas dan berlandaskan pada kearifan lokal kultural masyarakatnya dan juga dapat sebagai pemicu peningkatan ekonomi yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan konsep membangun dari pinggiran atau dari desa untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia dengan menggali potensi lokal dan pemberdayaan masyarakatnya yang dicanangkan oleh Pemerintah sebagai program prioritas UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menjelaskan bahwa Desa memiliki hak asal usul dan hak tradisional dalam mengatur dan mengurus kepentingan

masyarakat setempat dan berperan mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemerintah tingkat desa memiliki otonomi sendiri untuk mengelola sumber daya dan arah pembangunannya. Kearifan lokal adalah roh utama dalam pengelolaan desa wisata. Nilai kearifan lokal terwujud dalam masyarakat melalui nilai keunikan budaya maupun tradisi yang dimiliki oleh masyarakat, nilai keotentikan yang sudah mandarah daging dalam budaya masyarakat setempat, serta keaslian nilai-nilai tradisi yang muncul di masyarakat. Nilai-nilai ini yang akan menarik wisatawan mengunjungi Desa Wisata.

Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria:

- a. Memiliki potensi daya tarik wisata (Daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif);
- b. Memiliki komunitas masyarakat;
- c. Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata;
- d. Memiliki kelembagaan pengelolaan;
- e. Memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata; dan
- f. Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.

Berdasarkan gambar Konsep pembangunan desa wisata pada gambar 1.1 di bawah ini bahwa pengembangan desa wisata Indonesia tidak terlepas dari kesiapan sumber daya manusia (SDM) Desa dan Masyarakat serta Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa). Sumber Daya Manusia yang bekerja dan terlibat langsung dalam pengembangan desa wisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pariwisata bersifat padat karya, dan tentunya tenaga kerja sektor pariwisata harus terlatih yang memiliki kompetensi sesuai dengan kapasitas yang diharapkan.



(Sumber : Pedoman Desa Wisata
Kemenparekraf 2021)

Gambar 6. Konsep Pembangunan Desa
Wisata

Desa Wisata Tarumajaya sudah menyiapkan sumber daya manusia (SDM) yang mengelola pariwisata, namun kompetensi SDM masih belum memadai. Disamping itu Masyarakat di dalam dan di sekitar desa wisata Tarumajaya harus terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata. Masyarakat terlibat aktif seluas luasnya bersama pemangku kepentingan seperti pemerintah pusat, daerah dan pelaku usaha pariwisata. Setidaknya masyarakat memahami gerakan sadar wisata dan sapta pesona.

2. Pengembangan Kompetensi SDM

Pengembangan desa wisata tidak dapat dipisahkan dari penerapan strategi rumusan 3C yang terdiri dari komitmen pemangku jabatan di daerah dari lini bawah kepala desa sampai dengan gubernur yang digambarkan sebagai CEO komitmen. Setelah adanya CEO komitmen maka penting adanya peningkatan kapasitas pelaku desa wisata dan Masyarakat yaitu digambarkan sebagai competence yang melahirkan champion atau sdm desa wisata yang mumpuni dan unggul. Para SDM unggul di Desa Wisata Tarumajaya yang akan dikembangkan, nantinya berperan sebagai change agent atau agen perubah dari desa yang

unggul dan menjadi trainer of trainer dari champion champion baru yang akan dilahirkan di desa desa yang akan menjadi binaan mereka. Mengembangkan SDM yang unggul di Desa Tarumajaya membutuhkan waktu dan biaya dan yang lebih penting komitmen dan keberlanjutan pembinaan SDM harus memiliki road map yang jelas dalam implementasinya.



(Sumber : Pedoman Desa Wisata
Kemenparekraf 2021)

Gambar 7. Strategi Rumusan 3C Desa Wisata Kompetensi sumber daya manusia (SDM) unggul di Desa Tarumajaya berdasarkan potensi SDM yang ada saat ini dilihat dari aspek Pendidikan dan Pengalaman masih banyak yang perlu ditingkatkan. Termasuk masyarakat Desa Tarumajaya dan Sekitarnya harus diberikan pengetahuan atau kompetensi yang memadai terkait dengan bagaimana

melayani wisatawan dan koordinasi dengan pihak terkait, karena wisata berada dalam suatu sistim yang kompleks. Fungsi Desa Wisata merupakan sebagai wadah langsung bagi masyarakat akan kesadaran adanya potensi Wisata dan terciptanya Sapta Pesona di lingkungan wilayah di destinasi wisata dan sebagai unsur kemitran baik bagi Pemerintah propinsi maupun pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya perwujudan dan pengembangan kepariwisataan di Desa Wisata Tarumajaya.

Untuk meningkatkan kompetensi SDM di Desa Tarumajaya dalam mengelola desa pariwisata akan di berikan program kerja berupa pelatihan, workshop, seminar, benchmarking dan counseling. Program training yang akan diusulkan dan diberikan untuk meningkatkan kompetensi SDM Desa Wisata Tarumajaya adalah sebagai berikut:

- a. Pelatihan Penggunaan Media Social
- b. Pelatihan Customer Excellence.
- c. Pelatihan Pemberdayaan Sumber Daya Desa
- d. Pelatihan Marketing
- e. Pelatihan Pembuatan Content Digital
- f. Pelatihan Performance Management
- g. Pelatihan Reporting and Evaluation.

3. Implementasi Program SDM

implementasi program desa wisata dapat dilihat pada tabel di bawah ini berdasarkan Desa Rintasan, Berkembang, Maju dan Mandiri untuk Aspek Sumber Daya Manusia dan Masyarakat.

Tabel 1. Implementasi Program Sumber Daya Manusia

NO.	ASPEK	SUMBER DAYA MANUSIA DAN MASYARAKAT
Sumber Daya Manusia, Manajemen, dan Industri (SMII)		
1	RINTISAN	Membangun/membentuk sumber daya manusia lokal menjadi kelompok masyarakat yang mau bekerja/berpartisipasi dalam pembangunan desanya
2	BERKEMBANG	Memberikan pelatihan kepada kelompok masyarakat dengan berbagai macam keterampilan sesuai dengan karakter dan potensi produk yang dimiliki desa
3	MAJU	1. Menjadikan kelompok masyarakat yang mandiri dan mampu membangun tim kerja yang kuat 2. Membangun kerja sama antara kelompok masyarakat dengan pihak lainnya
4	MANDIRI	1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan SDM dalam hal pengembangan produk dan pengelolaan desa wisata dari hulu ke hilir

(Sumber : Pedoman Desa Wisata
Kemenparekraf 2021)

Desa wisata Tarumajaya saat ini masuk dalam desa wisata Rintisan, maka untuk aspek sumber daya manusia dan masyarakat perlu dikembangkan untuk bisa meraih ke level yang lebih tinggi menjadi desa wisata berkembang. Peningkatan kompetensi sangat diperlukan untuk SDM yang mengelola wisata dan Kelompok masyarakat di Desa Tarumajaya

yang akan terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Tarumajaya.

4. Monitoring dan Evaluasi SDM

Tujuan Monitoring dan Evaluasi adalah:

- Mengetahui kesesuaian rencana program kerja yang dibuat berdasarkan kebutuhan dan karakter dari desa wisata.
- Mengetahui proses pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan desa wisata sesuai dengan rencana yang telah dibuat.
- Mengetahui tingkat keberhasilan dalam pencapaian target yang telah ditentukan.

Sasaran monitoring dan evaluasi agar

terciptanya kesesuaian rencana program kerja serta proses pelaksanaan dan pengembangan desa wisata sehingga tercapai tingkat keberhasilan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Instrumen evaluasi merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi program pengembangan suatu desa wisata. Dalam penyusunan instrumen evaluasi desa wisata, dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi karakteristik desa wisata yang diteliti dan menjabarkan indikator dari setiap desa wisata. Untuk implementasi monitoring dan evaluasi di Desa Wisata Tarumajaya, khususnya sumber daya manusia (SDM) dan masyarakat agar berpedoman pada instrument evaluasi

Tabel 1.3 dan dijalan secara konsisten. Instrumen evaluasi di Desa Wisata Tarumajaya harus dapat di manfaatkan untuk pengembangan, karena hari hasil evaluasi kita akan mendapatkan kelemahan atau kekurangan yang perlu ditingkatkan. Sangat diperlukan juga kemampuan SDM Desa Wisata Tarumajaya dalam kemampuan analisis evaluasi yang bisa menghasilkan sebuah informasi yang dapat bermanfaat dalam pengembangan Desa Wisata Tarumajaya menjadi desa wisata berkembang

Tabel 2. Instrument Evaluasi

NO. KARAKTERISTIK	INDIKATOR
1. ATRAKSI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat peningkatan inovasi/penelitian dan pengelolaan produk wisata berbasis potensi sumber daya lokal di desa wisata 2. Terdapat peningkatan diversifikasi produk wisata 3. Terdapat peningkatan modifikasi/olau ulang produk wisata sesuai dengan kebutuhan pasar 4. Terdapat peningkatan kunjungan dan kualitas wisatawan di desa wisata 5. Terdapat peningkatan lama tinggal wisatawan di desa wisata 6. Terdapat peningkatan pengeluaran wisatawan di desa wisata 7. Terdapat keberlanjutan even dan paket wisata
2. AMENITAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat kualitas lingkungan desa wisata (termasuk sarana prasarana lingkungan untuk mendukung kegiatan kepariwisataan) 2. Terdapat rumah penduduk yang dipakai sebagai homestay 3. Terdapat bangunan yang dimanfaatkan sebagai sarana pariwisata yang berdasarkan tata ruang yang sudah di tetapkan 4. Terdapat kuantitas dan kualitas toilet 5. Terdapat pasar tradisional yang nyaman

NO. KARAKTERISTIK	INDIKATOR
	<ol style="list-style-type: none"> 6. Terdapat lahan parkir yang memadai 7. Terdapat penandaan dan petunjuk arah
3. AKSESIBILITAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat akses jalan yang aman dan memadai 2. Terdapat jalan penghubung ke wilayah luar desa dalam kondisi baik 3. Terdapat moda transportasi lokal 4. Terdapat peningkatan kondisi jalan desa aman bagi pejalan kaki 5. Terdapat kemudahan akses bagi penyandang disabilitas/difable 6. Terdapat kemudahan layanan dan sumber informasi 7. Terdapat keterbukaan masyarakat terhadap tamu wisatawan
4. SUMBER DAYA MANUSIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat manusia usia produktif yang cukup besar dan bermukim di desa 2. Terdapat lulusan sekolah pariwisata 3. Terdapat warga yang menguasai bahasa asing 4. Peningkatan kompetensi dan keterampilan masyarakat di desa wisata dalam bidang kepariwisataan 5. Peningkatan kapasitas dan peran masyarakat/SDM setempat dalam inisiasi dan pelaksanaan program desa wisata 6. Peningkatan swadaya masyarakat di desa wisata 7. Peningkatan penciptaan lapangan kerja di desa wisata
5. MASYARAKAT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai atau memiliki prinsip partisipatif dan pelibatan aktif masyarakat lokal 2. Terdapat mayoritas masyarakat yang memiliki persepsi positif terhadap pariwisata desa 3. Secara dominan warga memiliki pola pikir yang terbuka dan bersahabat dengan orang luar atau wisatawan 4. Menjadikan masyarakat menjadi akselerator bersama pemangku kepentingan mengembangkan desa wisata 5. Masyarakat menjaga dan melestarikan warisan budaya lokal 6. Masyarakat mendukung nilai-nilai Pancasila
6. INDUSTRI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan sejumlah warga yang bergelut di sektor usaha pariwisata 2. Peningkatan pendapatan masyarakat dari kegiatan kepariwisataan di desa wisata

(Sumber : Pedoman Desa Wisata
Kemenparekraf 2021)

5. Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa)

Untuk meningkatkan kemandirian Desa, maka setiap Desa diharapkan memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUM desa) yang merupakan badan hukum resmi desa yang dibentuk oleh Pemerintah Desa dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) yang di tetapkan melalui musyawarah desa. Sebaiknya kelembagaan

yang dibentuk menyerupai perusahaan, dimana sahamnya dimiliki oleh pemerintah desa dengan mengangkat direksi untuk menjalankan unit usaha yang potensial yang ada di desa dengan menggunakan skema penyertaan modal dan aset desa (buku membangun desa wisata, 2021:67-68). Disamping Unit Usaha Wisata, Desa Tarumajaya saat ini mengelola usaha : Pengelolaan Air Bersih, TIK Multimedia, Jasa Keuangan, Pertanian dan Perternakan, Jasa Perdagangan. Unit Usaha Pariwisata salah satu yang akan menjadi focus pengembangan, karena dampaknya sangat besar terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Tarumajaya. Unit usaha yang sangat potensial dikembangkan di Desa Tarumajaya adalah pengelolaan air untuk kebutuhan warga desa tarumajaya dan sekitarnya, seperti untuk mandi, mencuci dan kebutuhan air minum. Sumber air minum yang sangat besar dan berkualitas, maka unit usaha air minum paling menjanjikan kedepan yang perlu dikembangkan melalui unit pengelolaan pengisian ulang air minum dengan menggunakan teknologi yang menjamin kesehatan masyarakat dan kemudian dikembangkan pengelolaan air minum dalam bentuk kemasan gelas dan botol. Untuk tahap awal usaha akan difokuskan untuk kebutuhan internal Desa Tarumajaya. Di antara sekian

banyak usaha yang dapat dilakukan BUM Desa, unit usaha yang lainnya adalah unit usaha pariwisata karena memiliki danau atau dikenal dengan Citarum 0 (nol) dengan pemandangan yang indah dan tentunya didukung oleh potensi lain dan produk wisata didesa tersebut dengan mengedepankan karakteristik pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Melalui Badan Usaha Milik Desa diharapkan pengelolaan unit usaha BUM Desa, pendapatan Desa dapat dilaksanakan secara terintegrasi dengan unit usaha desa yang lainnya sehingga menciptakan sebuah lini bisnis yang kuat dan saling berkesinambungan.

Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa Tarumajaya yang berlokasi di Kecamatan Kertasari, memiliki potensi untuk mengembangkan usaha di berbagai sektor tersebut khususnya pengelolaan air dan pariwisata. Organisasi BUM Desa Tarumajaya sebagaimana gambar di bawah ini.



Gambar 8. Struktur Organisasi BUM Desa Tarumajaya

Jumlah sumber daya manusia (SDM) yang mengelola 6 (Enam) Unit Usaha di BUMD desa Tarumajaya adalah sebagai berikut:

- a. Unit Usaha Air : 4 Karyawan
- b. Unit Usaha TIK Multimedia : 5 Karyawan
- c. Unit Usaha Jasa Keuangan : 3 Karyawan
- d. Unit Usaha Pariwisata : 3 Karyawan
- e. Unit Usaha Jasa Perdagangan : 3 Karyawan
- f. Unit Usaha Jasa Pertanian dan Perternakan : 3 Karyawan



Gambar 9. Diskusi Dosen-Dosen Tel-U dengan Pihak Manajemen BUMDES Wa Hyang Tarumajaya



Gambar 10. Berfoto Dosen-Dosen Tel-U dengan Kepala Desa/Penasehat BUMDES Wa Hyang Tarumajaya



Gambar 11. Mahasiswa-Mahasiswa Tel-U dengan Direktur BUMDES Wa Hyang Tarumajaya



Gambar 12. Pelaksanaan Workshop

6. Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

Kegiatan terakhir adalah pendampingan yang dilakukan selama aplikasi dioperasikan

oleh mitra. Pendampingan dilakukan oleh tim mahasiswa dipandu oleh tim dosen.

Keberhasilan kegiatan diukur melalui umpan balik yang berupa kuesioner yang telah disediakan oleh institusi.

		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta					100
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup				100	
3	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami					100
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan					100
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang					100

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berfokus pada pemberian solusi untuk memulihkan perekonomian di Desa Tarumajaya, Kec. Kertasari, Kab. Bandung dengan melaksanakan workshop. Besar harapan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mendukung program SDGs 8, Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi.

Solusi atas permasalahan yang dihadapi Bumdes Tarumajaya dalam rangka pemulihan ekonomi pascapandemi covid-19 menjadi sebuah tantangan tersendiri. Tim PKM melakukan diagnosa BUMDes dan mengidentifikasi Peluang, Ancaman, Kekuatan, dan Kelemahan.

Tim dosen Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom mengkaji dan memberi pelatihan, penyuluhan, dan workshop social entrepreneurship sebagai gagasan inovasi dalam pembangunan perekonomian dengan social business model canvas (SBMC). Salah satu solusi yang dapat ditawarkan guna mempercepat pemulihan ekonomi adalah dengan satu kegiatan kewirausahaan social melalui program workshop social model bisnis canvas untuk pengembangan bisnis dan pelaksanaan workshop ini secara onsite.

Penyuluhan, Pendampingan dan pelaksanaan SBMC untuk menjaga kesinambungan pengembangan bisnis-bisnis BUMDes Tarumajaya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Telkom yang telah mendukung pendanaan kegiatan ini. Penulis

juga mengucapkan terima kasih kepada BUMDES Wa Hyang Tarumajaya, Desa Tarumajaya, Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung.

REFERENSI

- Agus Muriawan Putra, I Nyoman Jamin Ariana. (2021) Manfaat pengembangan desa wisata dari aspek alam, sosial budaya, spiritual, dan ekonomi di kabupaten tabanan *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas* Vol5, No2. November 2021
- Fasa, Angga Wijaya Holman, Berliandaldo, Mahardhika, dan Prasetio, Ari. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia: Pendekatan Analisis Pestel. *Kajian*. Vol. 27, No. 1, Tahun 2022 hal. 71 - 87
- Hasbi, I. et al. (2021). Pengantar Pariwisata. Bandung Widina Bhakti Persada.
- Hasbi, I., et al. (2021). Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi. (September 2019). Pedoman Desa Wisata. Edisi I.
- Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi. (Juni 2021). Pedoman Desa Wisata. Edisi II.
- Kepmenkraf No. KM/107/KD.03/2021 tentang Pedoman Pengembangan Desa Kreatif
- Osin, Rosvita Flaviana, Purwaningsih, Ni Komang. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan

Lokal Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.
Volume 5, No. 2, Desember 2020.

Peraturan Daerah Kabupaten Purworejo Nomor 15 Tahun
2019 Tentang Desa Wisata

Ratwianingsih, Lely Mulyaningsi, Tri, dan Johadi.
(2021). Analisis Potensi Dan Upaya
Pengembangan Desa Wisata Alam Kepuhsari
Manyaran Wonogiri. *Jurnal Keuangan Umum
dan Akuntansi Terapan*, Volume 3 Nomor 1,
Bulan Maret Tahun 2021.

Sparviero, S. (2019). The case for a socially
oriented business model canvas: The
social enterprise model canvas. *Journal of
Social Entrepreneurship*, 10(2), 232–251.

Suwarjo. (2020). Analisis Swot Dalam Pengembangan
Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi
Kabupaten Sleman. *Populika/ Vol. 8 No. 2*
Tahun 2020