

Peran Masyarakat Dalam Peningkatan Kualitas Produk UMKM Di Desa Wisata Gunungsari

Hal | 1

Ridwan Effendi¹, *Revi Agustin Aisyianita²
Universitas Negeri Jakarta^{1,2}
reviagustin@unj.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Community participation, tourism village, product quality, local economic development</p> <p>Received: June 02, 2025</p> <p>Approved: June 12, 2025</p> <p>Published: June 14, 2025</p>	<p>Gunungsari Tourism Village in Pamijahan District, Bogor Regency, holds significant potential in the tourism sector and creative economy development through Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to describe community participation in improving the quality of MSME products as a strategy to strengthen the local economy. The research employed a descriptive qualitative method with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings reveal that active community involvement in training, production, and marketing contributes to enhancing product quality and market value. Challenges faced include limited production facilities and low digital promotion capacity. Nevertheless, with institutional support and inclusive community engagement, MSMEs in Gunungsari Village have the potential to become a vital pillar of the sustainable tourism village economy. This study affirms that community participation is a key factor in the development of competitive MSME products.</p>

* reviangustin@unj.ac.id

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor bisnis unggulan yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian. Menurut Sucofindo (2024) sektor bisnis pariwisata umumnya memiliki entitas usaha seperti restoran, penginapan, pelayanan perjalanan, transportasi, dan pengembangan daerah tujuan wisata. Desa wisata adalah salah satu contoh penerapan dari pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah.

Desa wisata merupakan kawasan yang menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung, memperlihatkan pesona khusus pedesaan dengan keindahan tradisi dan kehidupan masyarakatnya (Fauziah, 2021). Para wisatawan berkesempatan untuk menikmati dan merasakan langsung kekayaan budaya serta potensi alam yang dimiliki oleh desa tersebut, memberikan pengalaman autentik yang berbeda dari wisata konvensional. Hal ini sejalan dengan pendapat Gunaidi et al (2022) desa wisata atau rural tourism menjadi tren pariwisata karena memberikan pengunjung pengalaman liburan yang unik dan baru. Maka dari itu, usaha maksimal dari pemerintah dan masyarakat sangat dibutuhkan dalam mengelola dan mengembangkan pariwisata agar berkelanjutan.

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian Kabupaten Bogor, dengan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bogor, perkembangan industri pariwisata pada periode 2023 hingga 2024 menunjukkan tren pertumbuhan yang berkelanjutan, seperti dalam data BPS Kab. Bogor menunjukkan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB menyumbang sekitar Rp. 2,3 Triliun terhadap PDRB kab. Bogor pada tahun 2023

Jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, mengalami peningkatan yang cukup pesat sebesar 8,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini didukung oleh berbagai faktor, seperti peningkatan aksesibilitas, promosi yang lebih masif, serta diversifikasi destinasi wisata yang menarik. Selain itu, pengeluaran wisatawan dalam berbagai kategori—akomodasi, konsumsi, dan transportasi—berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal, termasuk pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar kawasan wisata.

Desa Gunungsari merupakan desa wisata yang berlokasi di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Jadesta Jawa Barat menyebutkan bahwa Desa Wisata Gunungsari masih dalam kategori berkembang. Hal ini sangat disayangkan mengingat potensi di daerah wisata Desa Gunungsari yang menyuguhkan Agrowisata, Wisata

Alam, Wisata Adventure, dan Wisata Edukasi. jika hal ini bisa terwujud maka bisa memberikan pengalaman baru yang beragam bagi para wisatawan. Desa Gunungsari ini memiliki UMKM yang dinamakan Saung Kreatif dan di saung mereka membuat yang namanya stik sayur, namun UMKM ini belum berjalan sepenuhnya dikarenakan belum banyak promonya dan mereka juga belum berani mencoba untuk membuka toko sendiri, jadi mereka masih menggunakan sistem PO.

Dalam mengembangkan Desa Wisata Gunungsari tidak bisa diabaikan pentingnya UMKM dalam mengembangkan perekonomian masyarakat setempat. Kurangnya sumber daya manusia dalam melakukan pengembangan UMKM, dan masih menggunakan metode manual dikarenakan tidak tersedianya alat yang memadai, Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menyusun permasalahan terkait dengan tepat agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Secara umum, partisipasi masyarakat dapat diartikan sebagai keterlibatan aktif warga dalam proses pembangunan, baik dalam tahap perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi. Kurniawan et al. (2019) menjelaskan bahwa keterlibatan ini penting untuk menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap program yang dijalankan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keberhasilan program tersebut.

Di sisi lain, kualitas produk UMKM menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Kualitas ini meliputi desain, kemasan, daya tahan, dan relevansinya terhadap kebutuhan pasar. Upaya untuk meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan teknis, inovasi produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Salim et al. (2023) menekankan pentingnya kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan akademisi dalam meningkatkan kompetensi pelaku usaha, khususnya melalui pelatihan digital marketing agar produk UMKM dapat lebih dikenal secara luas.

Penelitian terdahulu turut memperkuat pentingnya peran masyarakat dalam pengembangan produk lokal. Misalnya, Swandiny et al. (2022) mengungkapkan bahwa masyarakat Desa Gunungsari mampu meningkatkan nilai ekonomi melalui pemanfaatan tanaman obat menjadi produk jamu yang berkualitas. Handayani et al. (2022) menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan produk olahan dan strategi pemasaran digital sangat efektif dalam membangkitkan potensi ekonomi kreatif masyarakat desa. Sedangkan Faroh et al. (2023) menyoroti kontribusi perangkat desa dalam mendukung pelaku UMKM agar mampu bersaing di tingkat nasional melalui pelatihan yang tepat.

Dari teori dan studi sebelumnya, dapat disusun kerangka konsep penelitian yang menggambarkan hubungan antara peran masyarakat dan peningkatan kualitas produk UMKM, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap pengembangan desa wisata. Peran masyarakat yang aktif dalam berbagai tahapan program dapat mendorong perbaikan kualitas produk UMKM baik dari sisi tampilan maupun strategi pemasaran. Peningkatan ini, pada gilirannya, berperan penting dalam meningkatkan daya tarik desa sebagai destinasi wisata yang memiliki nilai ekonomi berkelanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Melalui metode ini, peneliti berusaha menangkap dan menjelaskan berbagai kondisi sosial yang terjadi di lapangan. Tujuannya adalah mengungkap gambaran nyata tentang fenomena yang diteliti, mengidentifikasi karakteristik khususnya, dan menyajikan potret yang akurat mengenai situasi tersebut. Dengan cara ini, penelitian dapat menghadirkan pemahaman yang komprehensif tentang realitas sosial yang menjadi fokus kajian. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang berakar pada filsafat postpositivisme, yang mengkaji objek dalam keadaan alaminya tanpa manipulasi eksperimental. Dalam metode ini, peneliti sendiri berperan sebagai instrumen utama pengumpulan data, memanfaatkan berbagai sumber melalui teknik triangulasi untuk memastikan validitas temuan.

Analisis dilakukan secara induktif, bergerak dari pengamatan khusus menuju kesimpulan yang lebih umum. Sebagai penelitian kualitatif deskriptif, tujuannya adalah menggambarkan secara mendalam berbagai kondisi dan fenomena sosial yang ada dalam masyarakat. Penelitian ini berupaya mengungkap sifat, karakteristik, dan pola dari realitas yang diteliti, dengan penekanan pada pemahaman makna yang mendalam daripada sekadar mencari generalisasi yang berlaku umum..Metode ini dinilai pantas untuk meneliti serta memberikan kondisi umum mengenai peran wisata edukasi dalam pengembangan produk UMKM, di Desa Wisata Gunungsari, Pamijahan, Bogor, Jawa Barat.

Sumber data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara terstruktur yang dilakukan bersama pihak UMKM, Pengelola Desa Wisata, dan masyarakat lokal. Adapun data sekunder yang diperoleh melalui

dokumen resmi, literatur jurnal atau dokumen pendukung lain yang relevan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk UMKM di Desa Wisata Gunungsari menunjukkan dinamika yang cukup kompleks, antara semangat lokal yang tinggi dan tantangan struktural yang belum sepenuhnya teratasi. Desa Gunungsari memiliki beragam produk UMKM, yang utamanya bergerak di sektor kerajinan tangan dan olahan makanan. Produk kerajinan meliputi anyaman lokal seperti hihit, cetok, dan caping, yang menunjukkan kekayaan budaya dan keterampilan masyarakat. Selain itu, terdapat rencana pengembangan kerajinan berbahan limbah kain perca, memanfaatkan potensi limbah dari kegiatan konveksi setempat. Dari sisi makanan, produk unggulan meliputi stik sayur dan abon cabai, yang diproduksi secara rumahan dan dipasarkan melalui Saung Kreatif.

Proses produksi UMKM masih dilakukan secara manual dengan alat-alat sederhana, khususnya dalam produksi stik sayur. Minimnya peralatan modern menyebabkan efisiensi produksi belum maksimal. Produksi abon cabai pun masih bersifat tradisional, mengandalkan keterampilan ibu-ibu rumah tangga setempat. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan alat produksi dan keterampilan teknis dalam pengolahan produk berbahan dasar lokal. Dalam aspek pemasaran, UMKM Desa Gunungsari masih mengandalkan metode tradisional berupa metode pemasaran dari mulut ke mulut. Keinginan untuk beralih ke digital marketing melalui media sosial dan marketplace sudah ada, namun terhambat oleh rendahnya kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengelolaan platform digital. Selain itu, keterbatasan modal juga menyebabkan penjualan dilakukan melalui sistem pre-order (PO) tanpa membangun toko fisik.



Gambar 1. Contoh Produk UMKM Desa Gunungsari: Stik Sayuran



Gambar 2. Contoh Produk UMKM Desa Gunungsari: Abon Cabe

Secara umum, antusiasme masyarakat terhadap kegiatan UMKM cukup tinggi, terutama di kalangan ibu-ibu rumah tangga yang melihat peluang usaha sampingan. Namun, peran aktif masih terhambat oleh kekhawatiran terhadap keberhasilan pemasaran produk. Masyarakat cenderung lebih fokus pada potensi penjualan ketimbang pengembangan produk itu sendiri, yang berdampak pada tingkat kesinambungan produksi.

Keberadaan Desa Wisata Gunungsari sebelumnya berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan produk UMKM, melalui sistem penitipan di warung-warung wisata. Namun, penurunan jumlah

pengunjung saat ini menyebabkan pemasaran produk melalui jalur wisata ikut menurun. Sementara itu, dukungan dari pemerintah desa dirasakan masih minim. Pemerintah desa cenderung pasif dan menunggu inisiatif pengajuan proposal dari masyarakat, padahal banyak warga belum memahami mekanisme administratif tersebut. Pelatihan untuk peningkatan kualitas produk lebih banyak diikuti oleh individu tertentu dan belum merata di kalangan masyarakat luas. Program-program desa lebih banyak diarahkan pada pembangunan infrastruktur daripada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Untuk jangka panjang, diharapkan adanya integrasi berbagai pihak pemerintah, akademisi, dan masyarakat guna mengembangkan potensi UMKM secara lebih berkelanjutan.

SIMPULAN

Peran masyarakat dalam pengembangan produk UMKM di Desa Wisata Gunungsari menunjukkan antusiasme lokal yang cukup tinggi, namun masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga, aktif dalam produksi kerajinan tangan dan olahan makanan lokal, seperti stik sayur dan abon cabai. Meski demikian, keterbatasan alat produksi, kurangnya keterampilan teknis, serta rendahnya kapasitas dalam pemanfaatan teknologi digital menjadi kendala utama dalam meningkatkan skala usaha dan daya saing produk.

Pemasaran produk yang masih bergantung pada metode konvensional dan minimnya dukungan pemerintah desa memperlambat perkembangan UMKM setempat. Upaya pelatihan peningkatan kualitas produk juga belum merata di kalangan masyarakat, sehingga inovasi dan keberlanjutan usaha belum optimal. Untuk memperkuat pengembangan UMKM di Desa Gunungsari, diperlukan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan lembaga akademik melalui program pelatihan, pendampingan teknis, serta penguatan kapasitas digital marketing secara berkelanjutan. Dengan demikian, partisipasi masyarakat yang lebih terarah dan dukungan lintas sektor akan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (28 Februari 2024). *Kabupaten Bogor Dalam Angka 2024*. Diakses pada 12 Juni 2025, dari <https://bogorkab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/84386f87ea16ddb737175f38/kabupaten-bogor-dalam-angka-2024.html>

Faroh, W. N., Hastono, H., & Irmal, I. (2023). Peningkatan Kualitas Perangkat Desa Dalam Meningkatkan Kualitas UMKM Dengan Digital Marketing di Desa Sukajadi Bogor. **Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen**.

Fauziah, N. R., & Nasdian, F. T. (2021). Hubungan antara partisipasi masyarakat dengan pemanfaatan digital pada desa wisata (Kasus: Desa wisata Jelok, Desa Beji, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05(01), 189–201. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.768178-189-201>

Gunadi, I. M. A., Hanurajasa, D. N., & Firmansyah, R. (2022). Faktor prioritas pengembangan desa wisata Bantaragung sebagai desa wisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1), 85– 97.

Handayani, N., K N, J., Harun, S. H., Putri, D. Y., & Melati, V. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Berbasis Potensi Desa melalui Pembuatan Produk Olahan dan Digital Marketing di Desa Mekarjaya, Bogor. **Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

Kurniawan, U. T., Lubis, D. P., & Muljono, P. (2019). Strategi Penguatan Partisipasi Masyarakat dalam Program Wisata Jampang Bogor.

Salim, M., Hayu, R. S., Atmaja, F., Sumarni, Y., & Yulinda, A. T. (2023). Kolaborasi Peningkatan Kualitas UMKM Berbasis Digital Marketing Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). **Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat**.

Swandiny, G. F., Syamsudin, S., Putra, R. D., & Rahmat, D. (2022). Pemberdayaan kelompok masyarakat Desa Gunung Sari Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor dalam pemanfaatan tanaman obat keluarga (TOGA) dan pembuatan jamu yang baik. **Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**