

Peningkatan Kapasitas BUMDes melalui *Community Development* sebagai Penggerak Wisata Edukasi Kampung Nanas di Desa Palaan

Increasing the capacity of BUMDES through Community Development as a Driver for Educational Tourism in Kampung Nanas in Palaan Village

Urnika Mudhifatul Jannah^{*1}, Priska Choirina², Anggraeni Hadi Pratiwi³, Niki Puspitasari⁴, Muhamad Imron⁵

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

³ Program Studi Agroteknologi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

⁴ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

⁵ Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

e-mail: *1urnika.mudhifatul@uniramalang.ac.id

Abstrak - Peranan BUMDes adalah sebagai instrumen penguatan otonomi desa dan juga sebagai instrumen kesejahteraan masyarakat. BUMDes sebagai otonomi desa maksudnya adalah untuk mendorong pemerintah desa dalam mengembangkan potensi desanya sesuai dengan kemampuan dan kewenangan desa. BUMDes dapat dimaksimalkan kinerjanya melalui program *community development*. *Communitty Development* (pengembangan masyarakat) dapat didefinisikan sebagai “Kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya”. Wisata edukasi “Kampung Nanas” adalah suatu wisata edukasi yang terletak di desa Palaan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. Pembangunan wisata ini dimaksud untuk mendukung serta mengembangkan mata pencaharian penduduk sekitar yaitu sebagai petani nanas. Dengan adanya wisata ini diharapkan dapat meningkatkan kondisi ekonomi di desa Palaan. Wisata edukasi “Kampung Nanas” dikelola oleh BUMdes Desa Palaan sejak Tahun 2019. Fasilitas yang disediakan di wisata edukasi “Kampung Nanas” yaitu kebun nanas, kolam renang, taman bermain, spot foto, dan kafe nanas. Pelaksanaan *Workshop Community Development* untuk meningkatkan kapasitas BUMDes serta memperbaiki tata kelola wisata edukasi Kampung Nanas, serta pembuatan video promosi diharapkan dapat mengenalkan Kampung Nanas ke calon wisatawan. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selesai diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Nanas.

Kata kunci – BUMDes, *Community Development*, Kampung Nanas

Abstract - The role of BUMDes is as an instrument of strengthening village autonomy and also as an instrument of community welfare. BUMDes as village autonomy aims to encourage village governments to develop their village potential in accordance with the ability and authority of the village. BUMDes can maximize their performance through *community development* programs. *Communitty Development* can be defined as “Community development activities directed at increasing community access to achieve better socio-economic-cultural conditions when compared to previous development

activities". Educational tourism "Kampung Nanas" is an educational tour located in Palaan village, Ngajum District, Malang Regency. This tourism development is intended to support and develop the livelihood of the surrounding population, namely as pineapple farmers. With this tourism, it is expected to improve economic conditions in Palaan village. "Kampung Nanas" educational tourism has been managed by BUMdes Desa Palaan since 2019. The facilities provided in the educational tour "Kampung Nanas" are pineapple gardens, swimming pools, playgrounds, photo spots, and pineapple cafes. The implementation of the Community Development Workshop to increase the capacity of BUMDes and improve the governance of educational tourism in Kampung Nanas, as well as making promotional videos is expected to introduce Kampung Nanas to prospective tourists. After this community service activity is completed, it is expected to increase the number of tourists visiting Kampung Nanas.

Keywords – BUMDes, Community Development, Kampung Nanas

I. PENDAHULUAN

BUMDes adalah badan usaha yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya guna dikembalikan sebesar- besarnya keuntungannya untuk kesejahteraan masyarakat desa. Salah satu misi pemerintah adalah membangun daerah pedesaan yang dapat dicapai melalui pemberdayaan masyarakat dengan meningkatkan produktivitas dan keanekaragaman usaha pedesaan, ketersediaan sarana dan fasilitas untuk mendukung ekonomi pedesaan, membangun dan memperkuat institusi yang mendukung rantai produksi dan pemasaran, serta mengoptimalkan sumberdaya sebagai dasar pertumbuhan ekonomi pedesaan. Untuk menggerakkan roda perekonomian di pedesaan maka didirikannya lembaga ekonomi desa, salah satunya adalah BUMDes (Badan Usaha Milik Desa). Undang-Undang pada Bagian kesepuluh Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Pasal 117 yang menjelaskan bahwa Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut BUMDes merupakan badan hukum yang didirikan oleh desa dan/ atau bersama desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, menyediakan jasa pelayanan, dan/atau jenis usaha lainnya untuk sebesar- besarnya kesejahteraan masyarakat desa.

Peranan BUMDes adalah sebagai instrumen penguatan otonomi desa dan juga sebagai instrumen kesejahteraan masyarakat. BUMDes sebagai otonomi desa maksudnya adalah untuk mendorong pemerintah desa dalam mengembangkan potensi desanya sesuai dengan kemampuan dan kewenangan desa. Sedangkan sebagai instrumen kesejahteraan masyarakat yakni dengan melibatkan masyarakat di dalam pengelolaan BUMDes akan mendorong ekonomi dan juga mengurangi tingkat pengangguran di desa.

Saat ini peran BUMDes sangat berpengaruh pada beragam potensi yang ada di desa. Salah satu potensi yang bisa dikembangkan oleh desa adalah bidang pariwisata. Desa wisata sendiri adalah suatu karakteristik dan ciri khas tertentu yang dimiliki oleh desa yang mempunyai daya jual berupa kekayaan alam, budaya, dan lingkungan yang dapat dinikmati daya tariknya. Pembangunan desa wisata dapat menjadi strategi untuk memajukan ekonomi desa di Indonesia dan brand image bagi setiap desa (Yacob et al., 2021). Pengembangan di bidang pariwisata pada dasarnya haruslah selalu dilakukan. Hal ini bertujuan agar wisata tersebut terkesan monoton, ketinggalan zaman yang pada akhirnya tidak diminati oleh wisatawan.

BUMDes dapat dimaksimalkan kinerjanya melalui program *community development*. *Community Development* (pengembangan masyarakat) dapat didefinisikan sebagai “Kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya” (Budimanta, 2003). Dengan demikian diharapkan masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan tersebut dapat menjadi lebih mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraan yang lebih baik.

Secara umum visi *community development* adalah “Menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar wilayah kegiatan perusahaan” (Budimanta, 2003) sedangkan misi dari aspek lingkungan sosial adalah “Memberikan nilai tambah pada nilai sosial ekonomi pemerintah daerah dan khususnya masyarakat sekitar” (Budimanta, 2003) selain itu misi yang lainnya adalah “Sebagai wahana interaksi antara masyarakat, pemerintah daerah dan pihak-pihak terkait (*stakeholders*) dengan perusahaan (Budimanta 2003). Dengan terbinanya interaksi yang baik antara pihak-pihak tersebut, maka diharapkan dapat mencegah sedini mungkin konflik yang mungkin dapat terjadi antara masyarakat dengan kegiatan perusahaan.

Adapun tujuan dari *community development* menurut Budimanta (2003) pada perusahaan pertambangan dan migas adalah menitik beratkan pada lingkungan sekitarnya, yaitu :

1. Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh PEMDA terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik di sekitar wilayah perusahaan.
2. Memberikan kesempatan kerja dan berusaha bagi Masyarakat
3. Membantu pemerintah daerah dalam rangka pengentasaan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah.

Wisata edukasi “Kampung Nanas” adalah suatu wisata edukasi yang terletak di desa Palaan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. Pembangunan wisata ini dimaksud untuk mendukung serta mengembangkan mata pencaharian penduduk sekitar yaitu sebagai petani nanas. Dengan adanya wisata ini diharapkan dapat meningkatkan kondisi ekonomi di desa Palaan. Wisata edukasi “Kampung Nanas” dikelola oleh BUMdes Desa Palaan sejak Tahun 2019. Fasilitas yang disediakan di wisata edukasi “Kampung Nanas” yaitu kebun nanas, kolam renang, taman bermain, spot foto, dan kafe nanas. Dalam kegiatan promosinya wisata edukasi “Kampung Nanas” memiliki beberapa akun media sosial yaitu , namun akun sosial yang ada belum dimaksimalkan dengan baik.

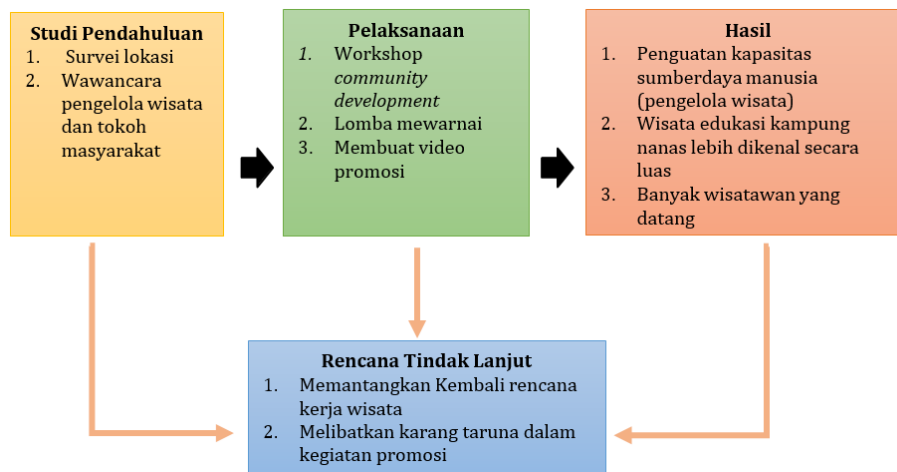
Selain itu, pengelola wisata edukasi kampung nanas juga belum cukup mempunyai kemampuan yang baik dalam pengelolaan wisata edukasi. Sehingga keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh pengelola seakan menjadi kurang cepatnya perkembangan dari wisata tersebut. Begitupun juga dengan Cafe nanas yang seharusnya menjadi pendongkrak pendapatan sampai saat ini masih bergerak stagnan. Tidak ada ciri khas olahan sesuai dengan konsep dan nama cafe tersebut.

Hal ini yang melatarbelakangi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Raden Rahmat Malang. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dan progresif pada peningkatan kapasitas BUMDes serta mengetahui lebih lanjut faktor apa saja yang

mendukung serta menjadi penghambat dari pengembangan wisata yang dilakukan oleh BUMDes.

II. METODE

Upaya meningkatkan kapasitas BUMDes dalam menggerakkan Wisata Edukasi Kampung Nanas menggunakan pendekatan seperti pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum pelaksanaan program, kegiatan diawali dengan tahap studi pendahuluan. Kegiatan ini bertujuan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan dimulai dengan membentuk tim kerja dan mendefinisikan tugas tim. Selanjutnya melakukan survei lokasi, wawancara kepada pengelola Wisata Edukasi Kampung Nanas, pihak BUMDes Palaan, serta tokoh masyarakat di desa Palaan. Data yang di peroleh digunakan sebagai dasar melaksanakan kegiatan yang sesuai dan dibutuhkan BUMDes untuk mempromosikan Wisata Edukasi Kampung Nanas.

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan beberapa kegiatan, diawali dengan pelaksanaan *workshop community development*, lomba mewarnai untuk anak-anak di sekitar Desa Palaan, dan pembuatan video promosi untuk media promosi. Hasil yang dicapai dalam program ini adalah penguatan kapasitas BUMDes untuk mengelola wisata edukasi Kampung Nanas. Lebih lanjut, event marketing melalui kegiatan lomba mewarnai dan video promosi berdampak pada meningkatnya jumlah wisatawan, dan wisata edukasi kampung nanas lebih dikenal luas tidak hanya masyarakat di Kabupaten Malang. Rencana tindak lanjut yang akan dilakukan oleh BUMDes selaku pengelola wisata adalah memantangkan kembali rencana kerja dan melibatkan karang taruna untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan promosi melalui media digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *Workshop Community Development* ini dilaksanakan pada 23 Juli 2022 di “Kampung Nanas” Desa Palaan. Kegiatan workshop ini bertujuan untuk memaksimalkan kapasitas BUMDes dalam mengembangkan potensi Wisata Edukasi “Kampung Nanas”. Kegiatan dihadiri oleh BUMdes, perangkat desa Palaan, dan karang taruna. Materi yang di sampaikan dalam workshop ini meliputi strategi pengembangan dan pemberdayaan sumberdaya manusia (SDM), tata kelola keuangan, dan digital marketing.



Gambar 2. Workshop Community Development

Pada acara workshop community development yang membahas sistem manajemen yang perlu dilakukan BUMDes selaku pengelola Wisata Edukasi Kampung Nanas, maka terdapat dua jenis yang pada umumnya sering digunakan yaitu manajemen keuangan dan manajemen pengelolaan. Melalui observasi yang dilakukan oleh tim, diketahui bahwa pada dasarnya BUMDes sudah mengupayakan untuk memanajemen keuangan serta pengelolaan wisata. Hal tersebut dapat dilihat dari terdapatnya pegawai yang mengelola wisata meskipun dalam hal ini dapat dikatakan terbatas. Adapun dalam pengelolaan keseharian wisata, ketua BUMDes memberikan mandatnya kepada keamanan wisata dan pengelola cafe. Kedua pengelola yang diberikan mandat tersebut dibantu oleh 2 orang tenaga kerja yang tidak termasuk kedalam struktur pengelola wisata. Diketahui bahwa dengan tenaga kerja yang sangat terbatas tersebut, gaji yang diperoleh tidak berasal dari BUMDes. Akan tetapi, gaji yang diperoleh dari para tenaga kerja tersebut dihasilkan dari retribusi parkir dan juga pengelolaan cafe.

Adapun dalam pengelolaan keuangan, dikarenakan kondisi wisata masih sepi dari pengunjung. Maka terkait pemasukan kepada BUMDes disetorkan setiap 3 bulan sekali dengan prosentase yang diambil dari pendapatan keduanya adalah 2,5%. Hal ini tentunya masih sangat minim jika dibandingkan dengan biaya perawatan wisata seperti pembayaran listrik, taman dan lain sebagainya.

Strategi yang disampaikan untuk pemberdayaan SDM pada BUMdes Palaan adalah model bisnis canvas. Model bisnis canvas yaitu gambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai terkait segmen konsumen, nilai proporsi, Jaringan, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, sumberdaya kunci, aktifitas kunci, mitra kunci, dan struktur pembiayaan. Pemateri juga menekankan tentang pengelolaan aset atau harta yang dikelola oleh BUMdes. Laporan keuangan yang harus dikelola yaitu laporan arus kas, neraca, laporan sisa hasil usaha (SHU), dan laporan perubahan modal. Sedangkan aktivitas yang harus dimasukkan dalam laporan keuangan adalah aktivitas pembiayaan, investasi, dan bisnis.



Gambar 2. Workshop Digital Marketing

Implementasi strategi atau pelaksanaan dari strategi yang sudah dirumuskan sebelumnya merupakan tahap dimana adanya penambahan sumber daya manusia yang terlibat. Melalui hasil observasi diketahui bahwa strategi yang sudah direncanakan pada dasarnya sudah mulai dilaksanakan secara bertahap. Hal ini dapat dilihat dari sudah adanya playground dan penambahan kolam renang anak meski dalam hal ini masih belum sempurna. Dari strategi pemasaran juga sudah mulai aktif dilakukan seperti penggunaan facebook, instagram, tiktok dan story whatsapp. Hal ini merupakan penerapan dari strategi digital marketing. Dalam materi ini disampaikan, penggunaan digital marketing bertujuan untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Jenis-jenis digital marketing yang bisa dipakai oleh pihak BUMdes untuk mempromosikan Kampung Nanas adalah:

- 1) Pemanfaatan website desa Palaan untuk mengenalkan Kampung Nanas kepada calon wisatawan.
- 2) Pemanfaatan Search Engine Optimize (SEO), bisa dengan mempublikasikan berita atau artikel yang berkaitan dengan kampung nanas agar mudah ditemukan oleh calon wisatawan.
- 3) Penggunaan sosial media seperti Instagram, facebook, youtube, dll. Kampung Nanas sendiri sudah memiliki beberapa sosial media namun kurang digunakan. Dalam hal ini diharapkan dapat terus konsisten membuat konten untuk mempromosikan Kampung Nanas.
- 4) Promosi melalui online advertising. Dengan mengeluarkan biaya maka Kampung Nanas dapat otomatis di promosikan secara berkala.
- 5) Membuat video promosi. Menjelaskan keunggulan dan fasilitas lokasi wisata serta menampilkan testimonial pelanggan dalam bentuk video.

Hasil dari workshop ini berupa pemanfaatan media sosial untuk media promosi wisata edukasi kampung nanas. Pembuatan video promosi kemudian diunggah pada laman video berbagi "Youtube", seperti terlihat pada gambar berikut.



KAMPOENG NANAS WISATA CENTER NANAS NGAJUM MALANG

Gambar 3. Video Promosi Wisata Edukasi Kampung Nanas

Pada sisi lain, penambahan fasilitas cafe juga semakin meningkat yang diantaranya sudah dilengkapi dengan penambahan interior dan beberapa alat seperti pendingin minuman dan freezer ice cream. Namun dalam pembuatan produk dirasa dalam hal ini masih belum sepenuhnya dijalankan. Akan tetapi sudah terdapat beberapa upaya yang sudah dilakukan seperti pembelian alat serta pembentukan kelompok produksi yang diisi oleh masyarakat Desa Palaan serta pelatihan pembuatan produk yang diantaranya adalah pelatihan pembuatan keripik nanas, permen nanas, mie nanas, kerajinan dari daun nanas dan berbagai pelatihan lainnya. Selanjutnya perlu peran aktif BUMDes untuk melakukan rencana tindak lanjut pelatihan-pelatihan yang sudah dilakukan sebelumnya.

Hal ini ditujukan untuk melihat kekurangan atau beberapa langkah atau tahapan tahapan yang kurang sesuai dengan strategi sebelumnya. Ketua BUMDes menjelaskan bahwa sampai sekarang masih belum ada evaluasi mengenai strategi yang dilakukan oleh BUMDes. Adapun dalam hal ini yang dimaksud merupakan evaluasi yang diadakan secara formal. Namun, secara tidak formal proses evaluasi tetap dilaksanakan bersama anggota setiap minggu. Sehingga dengan adanya komunikasi yang dilakukan setiap minggu nantinya dapat menyelesaikan masalah masalah dikemudian hari



Gambar 5. Pelaksanaan Monotoring dan Evaluasi

IV. KESIMPULAN

Pelaksanaan Workshop Community Development untuk meningkatkan kapasitas BUMDes serta memperbaiki tata kelola wisata edukasi Kampung Nanas, serta pembuatan video promosi diharapkan dapat mengenalkan Kampung Nanas ke calon wisatawan. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selesai diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Nanas.

BUMDes selaku pengelola “Kampung Nanas” masih kurang dalam kegiatan promosinya, dengan pembinaan digital marketing yang sudah dilaksanakan diharapkan pengelola dapat meningkatkan dan melakukan upaya yang lebih ekstra dalam kegiatan promosi, terutama menggunakan digital marketing sebagai media promosi “Kampung Nanas”.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mainolfi, Giada dan Marino, Vittoria. 2020. Destination Beliefs, Event Satisfaction And Post-Visit Product Receptivity In Event Marketing. Results From A Tourism Experience ELSEVIER. VOL. 116 PAGES 699 - 710, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.001>
- [2] Melovic, Boban., Jocovic, Mijat., Dabic, Marina. 2020. The Impact Of Digital Transformation And Digital Marketing On The Brand Promotion, Positioning And Electronic Business In Montenegro. Technology In Society. VOLUME 63, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
- [3] Mogaji, Emmanuel., Soetan, Taiwo O., Kieu, Tai Anh. 2020. The Implications Of Artificial Intelligence On The Digital Marketing Of Financial Services To Vulnerable Customers. Australasian Marketing Journal. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.003>
- [4] Nugroho, R., & Suprpto, F. A. (2021). Membangun Desa Wisata Bagian 2: Strategi Desa Wisata. Elex Media Komputindo.
- [5] Pakarti, S., Andriani, K., & Mawardi, kholid m. (2017). The Influence of City Branding and Tourism Events on Visiting Decisions and Their Impact on Interest in Returning to Banyuwangi Regency. Jurnal Administrasi Bisnis, 47(1), 1–8.
- [6] Rachmadhian, Annisa Karni dan Chaerudin, Rendra . 2019. The Impact Of Event Marketing On Building Brand Awareness For Fashion Customers. Asean Marketing Journal. Vol. 12,No.1, <https://doi.org/10.21002/amj.v11i1.12097>

- [7] Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2020). Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang Abstrak. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(April), 1–8. Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.
- [8] Wulandari, D., Suroso, I., & Asbullah, A. S. (2015). Event Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Brand Awareness Kabupaten Jember. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 43–55.
- [9] Yacob, S., Qomariyah, N., Marzal, J., & Maulana, A. (2021). *Strategi Pemasaran Desa Wisata*. WIDA Publishing.
- [10] Putra, Nyoman Nugraha Ardana, dkk. (2019). *Mengukur Kinerja BUMDesa*. Mataram: Pusat Data Dan informasi Badan Penelitian Dan Pengembangan.
- [12] Ritonga, Zuriani. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- [13] Suleman, Abdul Rahman, dkk. (2020). *BUMDES Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa: Cetakan pertama: Yayasan Kita Menulis*.
- [14] Anggito, Albi dan Setiawan J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- [15] Butler, R.W. (1980). *The Concept of A Tourism Area Cycle Of Evolution: Implikationfor Managemen Resources*. The Canadian Geographer
- [16] Fatikha, Annisa Citra. (2017). *Reinventing Government Dan Pemberdayaan Aparatur Pemerintah Daerah*. Mahasiswa Program Pascasarjana IPDN.