

## PkM (Pengabdian kepada Masyarakat): Pengembangan Paket Wisata di Desa Angsana, Setu, Jasinga, Bogor, Jawa Barat

**Adelly Gabriella<sup>1</sup>, Priscilla Austin<sup>2</sup>, Audrey Callista Candra<sup>3</sup>, Marchellino Nathanael<sup>4</sup>,  
Budi Setiawan<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>S1 Pariwisata, Pariwisata dan Seni Kuliner, Universitas Pradita, Kabupaten Tangerang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>adelly.gabriella@student.pradita.ac.id, <sup>2</sup>priscilla.austin@student.pradita.ac.id,

<sup>3</sup>audrey.callista@student.pradita.ac.id, <sup>4</sup>marchellino.nathanael@student.pradita.ac.id,

<sup>5</sup>budi.setiawan@pradita.ac.id

### Abstrak

Untuk meningkatkan perekonomian lokal, diperlukan pengembangan pariwisata melalui desa wisata dengan partisipasi warga lokal. Desa Wisata Angsana yang terletak di Desa Setu, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor, merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisatanya lebih lanjut melalui keindahan alam dan keunikan budayanya. Namun, desa ini masih memiliki beberapa tantangan. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya promosi mengenai paket wisata yang telah dirancang sebelumnya serta kurangnya dana desa untuk melengkapi infrastruktur yang memadai. Untuk mengatasi masalah ini, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilakukan oleh mahasiswa program studi Pariwisata berfokus pada pembaharuan paket wisata yang sudah ada beserta pelatihan penggunaan sosial media seperti *Instagram* dan *Tiktok* sebagai sarana promosi. Melalui wawancara dan observasi, paket wisata sebelumnya diperbaharui menjadi paket *One Day Tour* di Desa Wisata Angsana. Pelatihan menggunakan *Tiktok* serta pengeditan video di aplikasi *CapCut* pun dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan warga desa dalam mempromosikan paket wisata yang telah dirancang. Diharapkan melalui serangkaian kegiatan ini, Desa Wisata Angsana dapat menarik wisatawan untuk meningkatkan perekonomian lokal.

**Kata Kunci:** Paket Wisata, Sosial Media, Desa Wisata.

### Abstract

*To enhance the local economy, tourism development through tourist villages requires the active participation of local residents. Angsana Tourist Village, located in Setu Village, Jasinga District, Bogor Regency, is one such village with great potential for further tourism development, thanks to its natural beauty and unique culture. However, the village still faces several challenges. The main challenges include inadequate promotion of previously designed tour packages and insufficient village funds to complete necessary infrastructure. To address these issues, a community service activity (PkM) was conducted by students from the Tourism study program, focusing on the renewal of existing tour packages and training in the use of social media platforms like Instagram and TikTok for promotional purposes. Through interviews and observations, the previous tour package was updated into the One Day Tour package in Angsana Tourist Village. Training on using TikTok and video editing with the CapCut app was also provided to improve the villagers' ability to promote the newly designed tour package. It is hoped that through these activities, Angsana Tourist Village will attract more tourists, thereby boosting the local economy.*

**Keywords:** Tourism Package, Social Media, Tourist Village.

### PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata adalah salah satu cara untuk mengembangkan ekonomi komunitas dengan tujuan meningkatkan perekonomian di negara atau daerah tertentu. Dengan demikian, pengembangan pariwisata diharapkan dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan secara langsung meningkatkan

kesejahteraan masyarakat, baik dari segi ekonomi maupun sosial (Sutiarso, 2018). Salah satu pendekatan pengembangan pariwisata adalah desa wisata (Rostiyanti, dkk., 2024). Konsep desa wisata dianggap sebagai salah satu metode untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pernyataan Widyaningsih (2020), yaitu desa wisata dikembangkan tidak hanya untuk mengurangi tingkat urbanisasi dari desa ke kota, tetapi juga untuk memberikan peluang mata pencaharian baru bagi masyarakat. Pengembangan desa wisata yang didasarkan pada potensi alam, pertanian, serta sosial dan budaya lokal dapat menciptakan peluang bagi masyarakat untuk berkembang dalam sektor pariwisata (Hermawan, et al., 2024).

Desa wisata merupakan bentuk pengembangan pariwisata yang berfokus pada peran serta masyarakat lokal di pedesaan serta pelestarian lingkungan di wilayah pedesaan (Imaduddin, 2020). Desa wisata juga merupakan salah satu objek yang sedang berkembang di Indonesia dan merupakan salah satu produk wisata yang memiliki ciri khas seperti kekayaan alam, budaya serta keunikan dari desa tersebut (Vany, et al., 2023). Paket wisata termasuk dalam produk utama yang ditawarkan di desa wisata. Paket perjalanan wisata merupakan kombinasi atau gabungan dari elemen pariwisata yang terdiri dari transportasi, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, serta layanan tour leader yang ditawarkan kepada wisatawan dalam satu harga (Purwanti, 2019). Paket wisata dirancang dengan tujuan utama untuk mempermudah wisatawan, baik yang bepergian secara berkelompok maupun individu, dalam melaksanakan kegiatan wisata (Rahafuna & Rahmawati, 2023).

Desa Wisata Angsana yang terletak di Desa Setu, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor, merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisatanya lebih lanjut melalui keindahan alam dan keunikan budayanya. Meskipun demikian, pengelolaan dan pengembangan desa wisata ini masih perlu ditingkatkan untuk dapat menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Desa Wisata Angsana masih menghadapi beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan pariwisatanya. Mahasiswa Pariwisata angkatan sebelumnya telah merancang paket wisata untuk Desa Wisata Angsana sebagai bagian dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Namun, paket wisata yang telah dirancang oleh mahasiswa Pariwisata angkatan sebelumnya masih belum memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan dampak ekonomi bagi masyarakat di desa ini. Selain itu, promosi/pemasaran yang kurang optimal juga menjadi salah satu kendala yang dihadapi. Setelah diamati, ditemukan bahwa konten harian di media sosial desa belum dikelola secara efektif, dan kualitas konten yang diunggah kurang menarik perhatian calon wisatawan.

Banyak potensi wisata yang bisa digali lebih dalam lagi di dalam desa ini. Masalah yang dapat diangkat dari Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini yaitu kurangnya promosi desa sehingga tidak banyak masyarakat luar yang tahu. Kedua, kurangnya dana desa yang kemudian menghambat perkembangan pembangunan Desa seperti *homestay* yang belum layak untuk ditempati. Ketiga, adanya keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola perkembangan desa. Misalnya akun sosial media yang lebih dipahami dan digunakan oleh masyarakat generasi Z.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pariwisata bertujuan untuk melanjutkan dan mengembangkan upaya pengembangan yang telah dilakukan, yaitu dengan membantu masyarakat Desa Angsana dalam merancang dan mengembangkan paket wisata untuk meningkatkan daya tarik wisata di Desa Wisata Angsana. Melanjutkan pengembangan paket wisata yang telah dilakukan oleh angkatan sebelumnya, terdapat beberapa upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan dalam pengelolaan paket wisata. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah memperbaiki dan merancang ulang paket wisata yang telah dibuat sebelumnya agar lebih sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Kegiatan selanjutnya dilakukan yaitu memberikan pelatihan mengenai cara mengelola akun sosial Instagram dan Tiktok Desa Angsana. Media sosial sangat berperan penting dalam mempromosikan paket wisata untuk meningkatkan pengunjung yang datang. Tidak hanya itu, sosial media di zaman sekarang ini sudah berkembang sangat pesat. Tidak membutuhkan waktu lama untuk desa ini dapat dikenal masyarakat luas jika dipromosikan melalui media sosial (*social media marketing*).

Penelitian ini penting untuk pengembangan pariwisata di desa wisata, khususnya di Desa Angsana. Hal ini dikarenakan aspek pengembangan desa wisata tidak bisa dipisahkan dari keterlibatan masyarakat serta masalah pengelolaan desa wisata itu sendiri (Dewi, et al., 2022). Melalui penerapan upaya-upaya tersebut, paket wisata di Desa Wisata Angsana diharapkan dapat berkembang dan menarik lebih banyak wisatawan, serta mendukung keberlanjutan pariwisata di desa tersebut.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) di Desa Wisata Angsana ini dimulai dengan pendekatan langsung serta observasi untuk mengetahui kondisi wisata dalam desa tersebut. Melalui pendekatan langsung serta observasi, dapat diidentifikasi bagian-bagian yang perlu diperbaiki atau diperbarui berupa paket wisata serta keterampilan dalam menggunakan sosial media berupa *Instagram* dan *Tiktok*.

Pada bagian paket wisata, data diambil dengan cara observasi lapangan serta wawancara. Observasi merupakan teknik mengumpulkan data dengan mengamati aktivitas yang sedang berlangsung (Hardani, 2020), sedangkan wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab sehingga dapat membentuk sebuah makna mengenai topik tertentu (Sugiyono, 2019). Wawancara dilaksanakan kepada beberapa tokoh penting di Desa Angsana untuk mengetahui apa saja kegiatan menarik yang terdapat di Desa Angsana sebagai bahan pertimbangan untuk pembuatan paket wisata. Setelah mengetahui kegiatan yang terdapat di Desa Angsana, tahap selanjutnya adalah mewawancarai warga desa yang melakukan kegiatan tersebut untuk mendapatkan informasi lebih lanjut seperti modal, waktu penggeraan dan lainnya.

Observasi lapangan serta wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi paket wisata yang sudah ada serta mencari potensi destinasi wisata yang dapat dikembangkan dan dimasukkan ke dalam paket wisata yang baru. Observasi lapangan dilakukan ke beberapa titik di Desa Angsana berdasarkan informasi yang didapatkan melalui wawancara yang telah dilakukan sebelumnya.

Di sisi lain, untuk mempromosikan paket wisata yang ada, seperti yang dinyatakan oleh Hanjaya, dkk (2023), *social media marketing* merupakan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam bentuk produk ataupun jasa, maka pemanfaatan sosial media seperti *Instagram* dan *Tiktok* diperlukan. Para warga Desa Wisata Angsana perlu lebih memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi keindahan serta kegiatan yang terdapat di Desa Angsana. Beranjak dari kebutuhan tersebut, maka diperlukanlah pelatihan mengenai tata cara penggunaan serta pengembangan akun sosial media yang sudah ada. Pelatihan serta demonstrasi secara langsung dengan warga desa Angsana mengenai penggunaan sosial media dimulai dengan cara menentukan foto dan caption yang menarik untuk diunggah ke *Instagram*, dilanjutkan dengan mengedit video dengan aplikasi *CapCut* serta menambahkan tulisan serta transisi dalam video sebelum diunggah ke *Tiktok*.

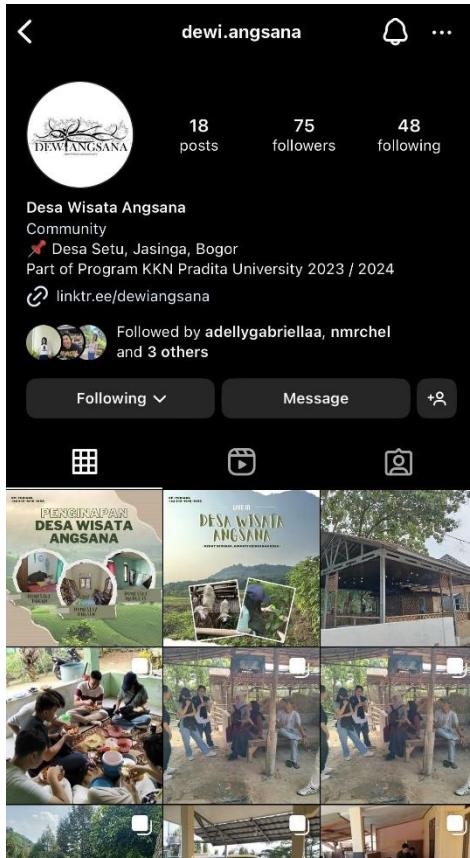
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat kunjungan pertama ke Desa Wisata Angsana, tim PkM melakukan wawancara kepada warga Desa Wisata Angsana mengenai kondisi pariwisata yang ada. Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa tidak banyak wisatawan yang berkunjung ke desa tersebut yang disebabkan oleh kurangnya promosi di sosial media. Selain itu, dapat diketahui terdapat beberapa kegiatan yang dapat ditambahkan ke dalam paket wisata yang nantinya akan dievaluasi seperti kegiatan menganyam, pembuatan makanan tradisional, kebun pendidikan serta kebun durian.



**Gambar 1.** Diskusi tim PkM setelah wawancara dengan warga Desa Wisata Angsana

Saat kunjungan pertama tim PkM juga meminta *Instagram handle* kepada warga yang memegang akun *Instagram* tersebut yang bernama Kang Dede. Setelah melihat akun *Instagram* milik Desa Wisata Angsana dengan *username* dewi.angsana, tim PkM memutuskan untuk merapikan *feeds* atau postingan yang ada sebelumnya agar terlihat lebih rapi dan menarik.



**Gambar 2.** Halaman *Instagram* Desa Wisata Angsana

Kunjungan berikutnya diisi dengan kegiatan wawancara dengan warga sekitar yang melakukan kegiatan menganyam, membuat makanan tradisional dan lainnya seperti yang tim PkM temukan saat wawancara di kunjungan pertama. Warga yang pertama tim PkM wawancara adalah warga yang melakukan berbagai macam anyaman. Melalui wawancara tersebut, tim PkM mendapat informasi mengenai macam-macam anyaman yang dibuat seperti hihid (kipas sate) berukuran kecil, topi petani serta hewan laut seperti lobster, lama pengrajin serta modal yang dibutuhkan.



**Gambar 3.** Tim PkM dengan warga pengrajin anyaman



**Gambar 4 dan 5.** Contoh hasil kerajinan bambu (lobster dan hihid)

Selanjutnya, tim PkM ber kunjung ke peternakan kambing dan sapi perah milik warga, namun pemilik peternakan tersebut tidak berada di tempat untuk diwawancara..



**Gambar 6 dan 7.** Sapi dan kambing milik warga

Kebun Pendidikan Kamila atau Kamila *Edufarm* adalah lokasi selanjutnya. Tim PkM melihat banyak potensi kegiatan yang dapat dilakukan di *edufarm* tersebut seperti memetik jambu batu, pembelajaran mengenai polybag, menanam jahe dan lainnya. Sayangnya, pemilik kebun pendidikan Kamila tidak berada di tempat untuk diwawancara maka komunikasi dilakukan melalui *Whatsapp*.



**Gambar 8.** Jambu biji Kamila *Edufarm*



**Gambar 9 dan 10.** Polybag dan pemandangan Kamila *Edufarm*

Lokasi terakhir untuk wawancara adalah warga yang handal membuat makanan tradisional seperti rengginang, opak serta enyek. Setelah berbincang dengan warga, tim PkM mengetahui modal serta lama pembuatan makanan tradisional.



**Gambar 11.** Makanan tradisional hasil olahan warga

**Gambar 12.** Rengginang buatan warga

Melalui wawancara yang dilakukan kepada beberapa warga desa, tim PkM mendapatkan informasi yang terdiri dari nama kegiatan, lama kegiatan serta modal yang diperlukan.

**Tabel 1.** Informasi dari wawancara dengan warga Desa Angsana

Kegiatan	Lama Kegiatan	Modal
Menganyam (Hihid)	2 - 2.5 jam	Rp 2.000 - Rp 2.500
Kebun Pendidikan atau Kamila Edufarm (Hidroponik, Petik Jambu, Penanaman tanaman herbal, dll)	1-2.5 jam (tergantung kegiatan)	Rp 50.000 - Rp 100.000 (tergantung kegiatan)
Pembuatan Makanan Tradisional (Opak, Enyek, Getuk)	1 - 2 jam (tergantung jenis makanan)	Rp 50.000 - Rp 100.000 (pembuatan jumlah besar)
Feeding Kambing dan Sapi	15 - 30 menit	Rp 10.000 - Rp 20.000

Berdasarkan informasi yang didapatkan, tim PkM juga merancang paket wisata *One Day Trip* in Desa Wisata Angsana yang nantinya akan diunggah ke akun *Instagram* Desa Wisata Angsana. Dalam paket *one day trip* ini terdapat dua kegiatan yang dapat dilakukan yaitu, *workshop* anyaman berupa hihid serta *workshop* makanan tradisional seperti opak, rengginang dan enyek. Paket ini ditetapkan seharga Rp 250.000/5 pax dimana sudah termasuk *local guide*, makan siang, alat dan bahan *workshop*, serta *trainer* atau pengajar *workshop*. Selama pembuatan paket wisata *One Day Trip* in Desa Wisata Angsana, terdapat beberapa pertimbangan seperti, aksesibilitas yang belum cukup memadai dalam mendukung kegiatan *feeding*, kondisi Kamila Edufarm yang belum tertata rapi dan butuh waktu yang cukup lama untuk ditata berhubung pemilik dari Kamila Edufarm memiliki kesibukan lain.

**Gambar 13.** Poster paket wisata *One Day Tour* Desa Wisata Angsana

Setelah paket wisata, tim PkM pun melanjutkan kegiatan berikutnya yaitu pelatihan penggunaan sosial media. Sosial media yang dilatih berupa TikTok dimana akunnya sudah dibuat oleh tim PkM. Materi pelatihan berupa cara mengambil video, mengedit serta menambahkan *caption* pada video tersebut menggunakan aplikasi CapCut dan mempostingnya di akun TikTok Desa Wisata Angsana dengan username @desawisata.setu. Setelah dilakukannya pelatihan, warga desa Angsana pun mulai mengunggah konten-konten mengenai Desa Angsana. Walaupun belum begitu lincah dalam menggunakan sosial media, warga Desa Angsana menunjukkan kemajuan dalam mengunggah konten baik foto maupun video di *Instagram* serta Tiktok.



**Gambar 14.** Proses pelatihan penggunaan TikTok

## KESIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Desa Wisata Angsana yang meliputi pembaharuan paket wisata serta pelatihan penggunaan sosial media berupa TikTok telah dilaksanakan. Para warga Desa Angsana juga sangat antusias dalam membantu tim PkM untuk mendapatkan informasi. Diharapkan dengan adanya pembaharuan paket wisata serta pelatihan penggunaan sosial media, Desa Wisata Angsana dapat mendorong minat wisatawan untuk datang berkunjung sehingga mendukung kegiatan UMKM yang berada di Desa Wisata Angsana.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami ucapkan kepada Bapak Budi Setiawan selaku Dosen Pembimbing dan pembina Universitas Pradita sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Kepada Ketua Desa Angsana, Pokdarwis Desa, dan masyarakat Desa Angsana atas dukungan dan arahan yang telah diberikan serta kerjasama dan partisipasi nya sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan sukses.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S. N., Dienaputra, R., & Rakhman, C. U. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Lambangjaya. *BARISTA: Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, 9(1), 61-71. DOI: 10.34013/barista.v9i1.394
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM. *JRIME : JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 1(3), 92-101. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hermawan, H. Y., Viotano, E., Zalukhu, K. S., & Setiawan, B. (2024). Pembuatan Peta Sebaran Destinasi Wisata di Desa Wisata Angsana, DesaSetu, kecamatan Jasinga. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 8(1).
- Imaduddin, H. (2020). *Persepsi Dan Preferensi Pengunjung Desa Wisata Cibuntu Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3871/>

- Purwanti, I. (2019). Strategi Kelompok Sadar Wisata Dalam Penguatan Desa Wisata. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3), 101-107.
- Rahafuna, M. Z., & Rahmawati, A. (2023). *Modul Penyusunan Paket Wisata Desa Banyubiru*. Yogyakarta: STiPRAM. <http://repository.stipram.ac.id/2682/1/Pengabdian%20Aneke.pdf>
- Rostiyanti, M., Pattaray, A., & Ratmaja. (2024). Pengembangan Paket Wisata dalam Mendukung Pemasaran Desa Wisata Sukarara Kecamatan Jonggat Lombok Tengah. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 145-156. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i1.353>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiarso, M. A. (2018). Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan Melalui Ekowisata. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q43ny>
- Vany, J., Pricsillia, F., Arifin, M., Deo, C., & Setiawan, B. (2023). Perencanaan Dan Pengembangan Homestay Di Desa Wisata Angsana, Desa Setu, Kab. Bogor. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 8(1).
- Widyaningsih, H. (2020). Pengembangan Pengelolaan Homestay Dalam Mendukung Desa Wisata Diro Sendangmulyo, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 9-15.