

Perencanaan Wisata Trekking Gunung Rungking untuk Mengangkat Potensi Desa Cigunungsari

Jenal Abidin ^{1*}, Lala Siti Sahara ², Rini Octaviany Hasan ³

¹⁻³ D4 Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Negeri Jakarta

*jenal@wiyatatour.co.id

Abstrak

Desa Cigunungsari berada di Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Desa ini memiliki banyak potensi wisata, terutama untuk budidaya bonsai dan ekowisata. Desa Cigunungsari terletak di kaki gunung Sanggabuana yang termasuk dalam wilayah Karawang Selatan yang memiliki beberapa objek wisata alam yang cukup ramai dipadati oleh pengunjung pada setiap akhir pekan salah satunya adalah Curug Cigentis. Desa Cigunungsari menawarkan suasana alam yang alami dan indah ini memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan yang dapat meningkatkan ekonomi lokal melalui pengembangan wisata yang berbasis Masyarakat sebagai pelengkap kegiatan berwisata bagi pengunjung yang tidak hanya mengandalkan kepada wisata Curug Cigentis. Dalam pengembangan potensi wisatanya, permasalahan yang ditemukan di wilayah Karawang Selatan ini masih terbatasnya produk dan aktifitas wisata yang ditawarkan. Sehingga perlu adanya pengembangan daya tarik wisata untuk produk dan pasar wisata yang lebih luas. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan sebagai bagian dari pengembangan potensi alam Desa Cigunungsari menjadi produk wisata. Metode pelaksanaan kegiatan ini metode analisis situasi, identifikasi masalah, dan rencana pemecahan masalah melalui pelatihan perencanaan wisata. Kegiatan pengembangan wisata trekking ini dalam pelaksanaannya melibatkan organisasi Karang Taruna sebagai pelopor dalam kegiatan kepariwisataannya. Diharapkan bahwa kegiatan pendampingan dalam pengembangan Gunung Rungking sebagai wisata trekking akan membantu para pelaku kepariwisataan di Desa Cigunungsari dalam meningkatkan produk, daya tarik wisata, dan kemampuan untuk menyelenggarakan wisata trekking. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah menghasilkan perencanaan produk paket wisata trekking, pedoman pelaksanaan wisata trekking, penyusunan paket wisata trekking di Desa Cigunungsari.

Kata Kunci: *wisata, trekking, paket wisata, desa wisata*

Pendahuluan

Saat ini, motivasi wisatawan berubah dari wisata massal ke wisata desa dan alternatif. Ini terbukti dengan keberhasilan banyak desa dalam memanfaatkan potensi wisata mereka, sehingga kegiatan wisata sekarang tidak hanya terpusat di kota-kota besar tetapi juga berkembang di daerah pedesaan (Bahri et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa wisatawan telah mengubah preferensinya dari sebelumnya hanya berfokus pada rekreasi di destinasi populer menjadi beralih ke kegiatan wisata alam, interaksi dengan

masyarakat, dan berbagai aktivitas untuk mempelajari keunikan dan karakteristik daerah tujuan wisata. Di pedesaan, wisata alternatif banyak ditemukan karena keunikan, kearifan lokal, dan daya tarik wisata (alam, budaya, dan buatan) yang masih tersedia. Desa wisata ini menawarkan pengalaman wisata yang menekankan interaksi langsung antara wisatawan dan masyarakat setempat melalui kegiatan yang aktif dan beragam. Dengan menonjolkan keunikan budaya lokal, diharapkan desa wisata ini dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya (Nurhajati, 2018).

Desa Cigunungsari Karawang, terletak di Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang, memiliki pemandangan yang indah di bawah kaki Gunung Sanggabuana di wilayah selatan Kabupaten Karawang. Keindahan alam, udara segar, dan sepi dari keramaian wisata massal menjadi daya tarik utama desa ini. Potensi ini dapat dikembangkan menjadi produk wisata alam untuk menarik minat wisatawan baik kelompok kecil maupun individu, dengan menyajikan berbagai aktivitas alam. Pandemi telah mengubah minat wisatawan, memindahkan fokus dari wisata massal ke wisata minat khusus, terutama wisata alam. Di era new normal, wisatawan mencari spot wisata yang lebih eksklusif dan terhindar dari kerumunan, sehingga pariwisata NEWA (Nature, Ecology, Wellness, dan Adventure) dan aktivitas trekking menjadi semakin populer (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2023).

Pada Desember 2023, kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia mencapai 1,14 juta kunjungan. Jumlah ini naik sebesar 22,91 persen dibandingkan November 2023 (month-to-month) dan naik 20,17 persen dibandingkan bulan yang sama pada tahun lalu (year-on-year). Secara kumulatif, kunjungan wisman pada Januari hingga Desember 2023 meningkat 98,30 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2022. Jumlah perjalanan wisatawan nasional (wisnas) selama tahun 2023 mencapai 7,52 juta perjalanan. Jumlah tersebut naik drastis sebesar 112,26 persen bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 3,54 juta perjalanan (<https://www.bps.go.id/>, 2024). Sementara Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencatat pada 2022 kunjungan wisata alam ke kawasan konservasi tercatat sebanyak total 5,29 juta orang yang terdiri dari wisman dan wisatawan lokal atau meningkat hampir dua kali lipat daripada pencapaian 2021 (Nunu Anugrah, 2023). Pada sisi pasokan, paradigma pariwisata telah berubah dari pariwisata massal (mass tourism) ke pariwisata baru yang lebih ramah lingkungan dan mengurangi dampak negatif dari aktivitas pariwisata sebelumnya (Suryanti & Indrayasa, 2021). Pemanfaatan waktu luang di luar aktivitas utama, seperti bekerja, adalah aktivitas rekreasi yang memadukan keunikan budaya dan keindahan alam. Selain itu, pengelolaan wisata menekankan pada kegiatan wisata yang tidak merusak lingkungan tetapi tetap lestari dan harmonis (Prasiasa et al., 2019).

Berdasarkan data tersebut maka data disimpulkan bahwa destinasi wisata yang berbasis kepada alam, ekologi, kesehatan dan petualangan menjadi peluang untuk bisa berkembang dalam usaha produk kepariwisataan. Salah satu yang kemudian menjadi peluang untuk dikembangkan adalah wisata olahraga yang memadukan alam, olahraga, kesehatan dan petualangan yaitu trekking. Trekking adalah aktivitas pariwisata alam yang melibatkan berjalan kaki dari satu tempat ke tempat lainnya di jalur atau medan yang menantang, sering kali terletak di daerah pegunungan, hutan, atau pantai (Pritiwasia & Demolingo, 2020). Biasanya, jalur trekking tidak dilengkapi dengan infrastruktur yang lengkap, sehingga memerlukan persiapan fisik dan mental yang baik (Bharata et al., 2023). Para peserta trekking biasanya harus membawa peralatan khusus, memahami lingkungan

sekitar, dan siap menghadapi tantangan. Wisata trekking juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan keberlanjutan lingkungan, dengan membatasi dampak negatif terhadap alam, mengelola penggunaan sumber daya secara bijaksana, dan mendukung upaya pelestarian lingkungan, yang bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara pelestarian alam, pendidikan, dan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan (Angela, 2023).

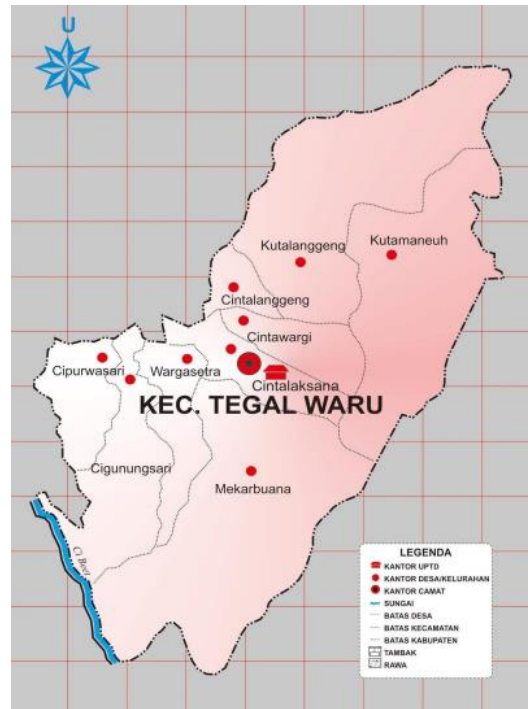
Dengan merancang rute trekking yang berkelanjutan, mengelola sampah dengan baik, dan mengurangi erosi tanah, wisata trekking dapat menjadi pilihan pariwisata yang ramah lingkungan (Rojo-Ramos et al., 2020). Trekking merupakan kegiatan yang menggabungkan manfaat olahraga dan pariwisata. Aktivitas ini dapat membantu meningkatkan kesehatan fisik dan mental, serta memberikan pengalaman wisata alam yang tak terlupakan (Dewi et al., 2021). Di era new normal ini, sektor pariwisata perlu beradaptasi dengan berbagai protokol kesehatan dan mencari alternatif wisata yang aman dan menarik bagi wisatawan. Wisata trekking, sebagai bagian dari *adventour tourism* dengan berbagai manfaatnya bagi kesehatan fisik dan mental, serta nilai edukasi yang dapat ditanamkan, menjadi pilihan yang tepat untuk dikembangkan (Weber, 2001). Wisata trekking tidak hanya menawarkan petualangan alam yang menantang, tetapi juga dapat menjadi media edukasi yang menarik bagi wisatawan. Dalam kegiatan trekking, wisatawan dapat belajar tentang berbagai hal, seperti flora dan fauna, budaya lokal, sejarah serta kelestarian alam.

Desa Cigunungsari memiliki beberapa faktor pendukung yang menjadikannya pilihan ideal untuk pengembangan wisata trekking yakni lanskap yang mendukung, lokasi strategis yang tidak begitu jauh dari Kota Jakarta sebagai kota asal pasar wisatawan, dan faktor pendukung lainnya. Namun, dalam upaya pengembangan wisata trekking, terdapat beberapa permasalahan yang ada yaitu; Kurangnya kesadaran dan pengetahuan Masyarakat tentang peluang wisata trekking di Desa Cigunungsari, kurangnya pemahaman masyarakat terkait pembuatan produk paket wisata trekking, dan Sumber daya manusia (SDM) di Desa Cigunungsari yang belum memiliki pengalaman dan kapasitas yang memadai untuk mengelola potensi yang ada terkait dengan produk paket wisata trekking. Perencanaan produk wisata trekking di Desa Cigunungsari tidak hanya berfokus pada menciptakan pengalaman trekking yang aman dan menyenangkan bagi wisatawan, tetapi juga pada pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan membangun *branding* desa sebagai destinasi wisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dengan perencanaan yang baik, Desa Cigunungsari dapat mencapai potensinya sebagai destinasi yang menarik bagi para pecinta trekking serta menjadi contoh dalam pengembangan wisata berkelanjutan. Desa Cigunungsari memiliki lanskap alam yang indah di bawah pegunungan, hamparan sawah, dan aliran sungai, yang semuanya berpotensi untuk dikembangkan menjadi wisata trekking.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Cigunungsari, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang. Kecamatan Tegalwaru sendiri merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Karawang yang berada di wilayah selatan dan berbatasan dengan Kabupaten Cianjur serta Kabupaten Bogor. Kecamatan Tegalwaru terdiri dari 9 desa yang tersebar wilayahnya yaitu Cipurwasari, Cigunungsari, Mekarbuana, Wargasetra, Cintelaksana, Cintawargi,

Cintalanggeng, Kutamaneuh dan Kotalanggeng. Lokasi Desa Cigunungsari sendiri berjarak 38 km dengan estimasi waktu tempuh sekitar 1 jam dari pusat kota Karawang. Untuk akses menuju Desa Cigunungsari sendiri bagi pengunjung yang ini menuju lokasi bisa melalui 2 rute, yaitu melalui rute wilayah Bogor melalui wilayah Jonggol Cariu dan melalui jalur Karawang dan keluar pintu tol exit Karawang Barat dan menuju ke arah selatan menuju kawasan wisata Gunung Sanggabuana.



Gambar 1. Peta Kecamatan Tegalwaru

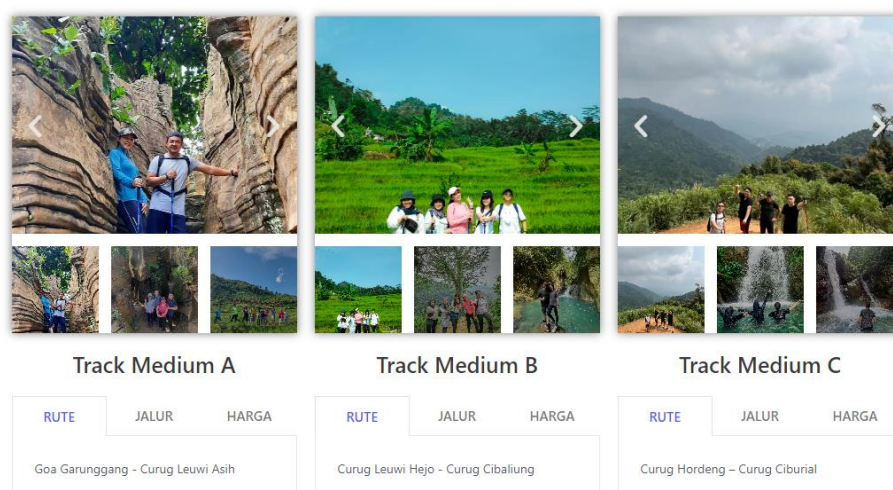
Pelaksanaan berlangsung selama 5 hari pada tanggal 5–9 Mei 2024. Kegiatan ini bermitra dengan pemerintahan Desa Cigunungsari dan Karang Taruna Desa Cigunungsari yang dipilih berdasarkan potensi organisasi yang selama ini memang Karang Taruna terlibat dalam kegiatan rintisan desa wisata untuk optimalisasi potensi yang dimiliki oleh Desa Cigunungsari dalam rangka pengembangan pariwisata di Desa. Metode pelaksanaan dalam pengabdian kepada Masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan.



Gambar 2. Sosialisasi Kegiatan

Dalam tahapan pelaksanaannya, kegiatan ini terbagi menjadi tahapan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahapan persiapan, dilakukan survey awal untuk melaksanakan pengidentifikasian potensi yang akan menjadi subjek pengembangan sekaligus berkoordinasi dengan pihak pemerintahan desa Cigunungsari terkait dengan perijinan dan paparan awal sosialisasi kegiatan yang akan direncanakan dan dilaksanakan. Setelah itu kemudian melakukan tujuan kegiatan dan penyusunan rencana kegiatan dan mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan dan akan digunakan dalam kegiatan. Setelah itu kemudian membentuk tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa yang memiliki kompetensi yang terkait dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, khususnya dalam hal ini adalah perencanaan dan operasional perjalanan wisata khususnya wisata trekking. Tahapan persiapan ini juga digunakan untuk mencari referensi terkait dengan produk paket wisata, pengembangan produk dan perencanaan produk paket wisata trekking.

Untuk memperdalam referensi mengenai Wisata trekking tim melakukan studi literatur dan benchmark terhadap keberadaan wisata jenis ini mulai berkembang. Akhirnya kemudian wisata trekking yang berkembang di wilayah Sentul Kabupaten Bogor menjadi tolak ukur perkembangan wisata ini.



Gambar 3. Wisata Trekking Sentul
Sumber : <https://trekkingsentulseru.id/track-medium/>

Wisata trekking sendiri berkembang sejak awal pandemi Covid 19 pada tahun 2020 yang melanda diseluruh dunia. Adapun kemudian wisata trekking berkembang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu; adanya kebutuhan masyarakat untuk beraktivitas di luar ruangan yang disebabkan Covid 19 yang berakibat adanya pembatasan aktivitas, serta pandemi Covid 19 yang juga meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga Kesehatan (Asnida Riani, 2020). Berdasarkan referensi terkait dengan perkembangan wisata trekking yang ada di wilayah Sentul Kabupaten Bogor, terjadi peningkatan jumlah pengunjung yang cukup tinggi. Kawasan Sentul sendiri memiliki lanskap alam yang cukup indah dan asri sehingga memiliki kriteria ideal untuk melakukan kegiatan trekking. Banyak aktivitas wisata lainnya yang turut melengkapi perkembangan wisata Sentul, ditambah lagi dengan akses kemudahan menuju Sentul yang tidak terlalu jauh dari Jakarta. Atas dasar kondisi latar belakang kemunculan trend wisata trekking itulah dan juga dari hasil

analisis benchmark dengan wilayah yang memiliki potensi kemiripan yang sama, maka wisata trekking ini diyakini akan menjadi wisata yang akan terus berkembang di masa depan, dan ini akan menjadi peluang sendiri bagi desa Cigunungsari.

Tahap sosialisasi dilakukan oleh tim dengan memberikan materi dan penyuluhan tentang peluang wisata trekking sebagai produk unggulan desa wisata, potensi yang dimiliki oleh desa wisata, analisis aksesibilitas, amenitas, dan atraksi, pengelolaan serta peluang pasar wisata trekking. Pada tahap sosialisasi ini, metode yang digunakan adalah ceramah dan diskusi tentang peluang untuk meningkatkan daya tarik wisata trekking.

Hasil dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, persiapan dilakukan sebagai upaya untuk memastikan bahwa semua elemen yang diperlukan untuk kelancaran pelaksanaan telah disiapkan dengan baik. Persiapan dan koordinasi pelaksanaan dilakukan secara internal oleh tim pelaksana kegiatan. Rapat awal dilaksanakan untuk koordinasi kegiatan (pembentukan tim PKM dengan gambaran tugas dan kewajiban terkait dengan sasaran kegiatan). Selanjutnya, dilaksanakan rapat koordinasi persiapan pelaksanaan dan penyusunan time line kegiatan. Setelah itu, dilakukan observasi awal Desa Cigunungsari, pemetaan lokasi, identifikasi potensi wisata, identifikasi aksesibilitas, identifikasi amenitas wisata, serta survei dan pemetaan awal tentang trekking Gunung Rungking Desa Cigunungsari.

Selanjutnya, dilakukan koordinasi dengan Kecamatan Tegal Waru Kabupaten Karawang dan koordinasi dengan Desa Cigunungsari untuk mempersiapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan tersebut dilaksanakan di Kantor Kecamatan Tegalwaru untuk memperkenalkan tim, tujuan, dan rencana kegiatan untuk mendukung pengembangan pariwisata desa berbasis masyarakat.



Gambar 4. FGD & Sosialisasi Kegiatan

Pelatihan pembuatan paket wisata di Desa Cigunungsari dilaksanakan pada tanggal 5–9 Mei 2024 di Desa Cigunungsari, kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 13 peserta dari Kelompok Karang Taruna Desa Cigunungsari. Materi pelatihan terfokus pada pengembangan daya tarik wisata di Desa Cigunungsari, yaitu 1) identifikasi potensi wisata; 2) pengembangan daya tarik wisata; dan pengembangan produk wisata.

Materi ini dimulai dengan analisis geografis, yaitu dengan mengidentifikasi jenis dan karakteristik geografis desa, seperti dataran tinggi, perbukitan, atau area persawahan. Selanjutnya, mengidentifikasi potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata, seperti air terjun, gua, atau hutan. Selain itu, juga dilakukan identifikasi budaya dan tradisi lokal yang unik dan menarik untuk dibagikan kepada wisatawan, serta identifikasi potensi kesenian dan kuliner lokal yang dapat menjadi daya tarik wisata.

Materi selanjutnya yaitu pengembangan daya tarik wisata melalui pengembangan jalur interpretasi. Pada materi ini dijelaskan bahwa kegiatan yang perlu dilakukan yaitu merancang jalur trekking yang aman dan nyaman untuk dilalui wisatawan. Setelah itu, disampaikan materi pengembangan produk wisata yang menarik dan sesuai dengan minat wisatawan. Paket wisata perlu didukung dengan penyediaan layanan pemandu wisata yang kompeten, yang dilakukan melalui kerjasama dengan pelaku usaha wisata lokal.

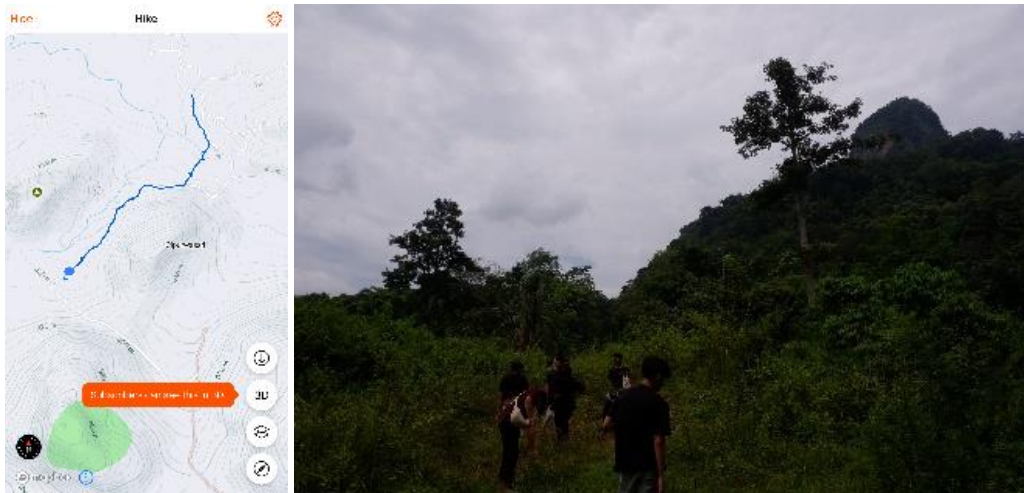
Wisata Alam Desa Cigunungsari dan Gunung Rungking

Berdasarkan diskusi kelompok (FGD) dengan masyarakat dan perangkat desa Cigunungsari, teridentifikasi potensi wisata utama di desa tersebut, yaitu wisata alam Desa Cigunungsari dan Gunung Rungking. Desa Cigunungsari memiliki lanskap alam yang akan memberikan kekuatan untuk potensi wisata, karena desa ini dikelilingi oleh pegunungan. Salah satu yang termasuk potensi wisata adalah Gunung Rungking dengan ketinggian 650 meter di atas permukaan laut. Gunung ini terletak di wilayah pegunungan Sanggabuana, di antara Gunung Kemuning, Gunung Sulah, dan Gunung Goong yang terdapat di wilayah Kabupaten Karawang. Berdasarkan informasi, Gunung Rungking mulai ramai dijadikan sebagai pendakian tebing pada tahun 2016. Area di sekitar gunung rungking memiliki jalur yang menarik bagi mereka yang ingin mengeksplorasi alam.



Gambar 5. Gunung Rungking

Untuk mengoptimalkan pengalaman wisata, diperlukan rute trekking yang menarik. Perjalanan trekking akan lebih menarik jika memiliki beberapa rute yang berbeda. Dengan variasi yang berbeda, wisatawan akan memiliki pengalaman yang berbeda dan bervariasi selama perjalanan. Untuk rute trekking yang ideal, jalan tanah, jalan perkampungan, perbukitan, sawah, dan kebun masyarakat harus digunakan untuk menghubungkan beberapa lokasi yang berbeda.



Gambar 6. Penentuan Jalur Trekking

Selanjutnya dilakukan penentuan *Point of Interest*. Kegiatan ini menjelaskan pentingnya melakukan klasifikasi *point of interest* untuk objek penting dan menarik yang akan dilalui selama perjalanan. Bagi preferensi wisatawan untuk pangsa pasar wisata trekking, lokasi ini akan menjadi daya tarik selama melaksanakan perjalanan. Tempat-tempat penting dan menarik ini bisa menjadi tempat istirahat, tempat mengambil foto, atau tempat wisatawan berhenti selama perjalanan.



Gambar 7. Penentuan Point Interest

Setelah penentuan *point of interest*, hal yang tak kalah penting dalam pengalaman wisata adalah *storyline* perjalanan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberi nama jalur trekking atau tema yang sesuai dengan perjalanan yang ditempuh agar trekking lebih menarik. Nama-nama seperti Trekking Gunung Rungking, Trekking Cidoro–Gunung Rungking adalah beberapa contoh untuk tagline nama wisata trekking yang direncanakan.

Paket Wisata

Paket wisata adalah produk yang dijual oleh yang mencakup bagian-bagian khusus dari perjalanan, seperti perjalanan wisata yang memiliki satu tujuan atau lebih untuk dikunjungi dan disusun dari berbagai fasilitas perjalanan yang berbeda dalam suatu acara perjalanan yang ditetapkan, dan dijual dengan harga tunggal yang mencakup semua aspek perjalanan (Nuriata, 2014). Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan

paket wisata trekking Gunung Rungking ini peserta pelatihan diberikan pemahaman terkait konsep dasar paket wisata yaitu; jenis paket wisata, komponen paket wisata dan karakteristik wisatawan. Paket wisata dapat dianggap sebagai produk jika dilihat dari sudut pandang ekonomi. Paket wisata adalah kombinasi atau pengemasan dari atraksi dan objek wisata, akomodasi, transportasi, makanan, dan lainnya. Penyelenggara perjalanan dalam hal ini pengelola wisata di desa, bertanggung jawab atas pemilihan, pengemasan, dan penyusunan bagian-bagian wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. (Suyitno, 2001) menyatakan bahwa menghasilkan paket wisata yang terencana secara matang harus mempertimbangkan proses produksinya. Proses produksi wisata secara keseluruhan mencakup komponen masukan (input), proses, dan keluaran (output). Komponen yang terkandung pada setiap tahapan terdiri dari masukan, yang berfokus pada kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan mengkonsolidasikan keseluruhan komponen yang ada dalam paket wisata. Paket wisata yang akan dirancang haruslah memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan dengan mengambil beberapa langkah penting. Dalam pelatihan ini peserta pelatihan diberikan pemahaman dasar tahapan dalam pembuatan paket wisata. Maksud dari tujuan pemberian materi ini, agar supaya perencanaan produk paket wisata yang akan dilaksanakan berdasarkan kepada data-data yang tepat dan akurat.

Dalam pembuatan paket wisata, gagasan pembuatan produk paket wisata bersumber dari segmen pasar potensial. Gagasan ini bisa berupa kebutuhan dan keinginan pasar wisatawan, oleh karena itu pengelola wisata harus melakukan identifikasi kebutuhan pasar wisatawan, sehingga pengelola wisata bisa membuat arah produk paket wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Pada sesi materi ini, peserta diberikan gambaran mengenai wisata trekking melalui pemutaran video dan website dari profil desa yang memiliki paket wisata trekking salah satunya adalah wisata trekking Sentul. Dengan pemberian visualisasi terhadap peserta, diharapkan peserta pelatihan lebih memahami dan mendekatkan persepsi peserta terhadap materi yang disampaikan. Peserta diberikan kesempatan untuk mengeluarkan pendapat dan pertanyaan pendalaman terhadap materi yang diberikan.



Gambar 8. FGD Pengenalan Produk Wisata Desa

Dalam merumuskan tujuan wisata, pengetahuan yang diperoleh dari identifikasi kebutuhan konsumen digunakan sebagai dasar. Rumusan tujuan ini berfungsi sebagai hipotesis tentang tujuan yang hendak dicapai, serta sebagai definisi wisata yang akan diselenggarakan. Untuk membuat rumusan tujuan yang efektif, pertanyaan-pertanyaan yang umum dikenal dengan rumusan 5W+1H harus dijawab, yaitu:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| Apa (<i>what</i>) | : Wisata apa yang akan disusun?
Wisata yang akan disusun adalah wisata trekking |
| Mengapa (<i>why</i>) | : Mengapa wisata itu disusun?
Karena ada segmen pasar yang memiliki preferensi dan menjadikan wisata trekking sebagai paket wisata yang dibutuhkan dan trend wisata di luar ruangan termasuk wisata trekking ini semakin berkembang. |
| Siapa (<i>who</i>) | : Siapa saja yang akan terlibat dalam wisata tersebut?
Yang terlibat dalam wisata trekking ini adalah kelompok masyarakat yang tergabung dalam lembaga desa wisata |
| Di mana (<i>where</i>) | : Di mana wisata itu diselenggarakan?
Wisata diselenggarakan di Desa Cigunungsari, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang. |
| Kapan (<i>when</i>) | : Kapan wisata tersebut diselenggarakan?
Karena wisata trekking merupakan kegiatan wisata di luar ruangan, dalam hal ini berkegiatan di alam, maka waktu yang tepat untuk pelaksanaan wisata trekking ini adalah pada waktu atau musim panas atau kemarau. Diluar waktu itu kegiatan wisata akan menjadi sangat beresiko terkait keamanan rute dan jalur trekking. |
| Bagaimana (<i>how</i>) | : Bagaimana wisata itu diselenggarakan?
Wisata trekking merupakan wisata yang memiliki unsur kesenangan dan Kesehatan. Wisata trekking memerlukan perencanaan, persiapan dan pelaksanaan yang benar-benar terencana. Adapun pemilihan rute trekking, penyusunan acara wisata, menentukan biaya wisata, persiapan perlengkapan, persiapan SDM, logistik dan kepastian keamanan, serta aturan terkait dengan keberlangsungan kelestarian alam yang masuk dalam rute jalur trekking. |
| Berapa banyak (<i>how much</i>) | : Berapa besar biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan ketika mengikuti wisata trekking ini?
Terkait harga paket yang akan dibeli oleh wisatawan yang terdiri dari komponen biaya yang terdiri dari biaya fix dan biaya variabel. |

Dalam proses observasi dan pengumpulan data dalam pembuatan paket wisata trekking ditekankan bahwa dalam proses pengumpulan data untuk paket perjalanan trekking, identifikasi rute trekking, penilaian fasilitas dan layanan, penilaian kondisi alam dan lingkungan, dan penilaian keamanan dan kesehatan selama perjalanan sangat penting (Reynolds, 2013). Tujuannya adalah untuk membuat program perjalanan trekking yang menarik, aman, dan memuaskan bagi para wisatawan.

Dalam merancang dan menyusun paket wisata yang menarik dan memuaskan, peserta pelatihan diberikan pemahaman penting untuk memperhatikan beberapa komponen pokok dalam pembuatan wisata trekking yaitu aspek *aksesibilitas*, *amenitas*, *atraksi* dan *ancillaries* yang diterjemahkan dalam bahasa sederhananya adalah akses menuju rute utama wisata trekking, fasilitas penunjang wisata, daya tarik yang dilewati sepanjang rute trekking dan kelembagaan yang mengelola wisata trekking Gunung Rungking.

Analisis pasar merupakan hal yang penting untuk disampaikan pada pelatihan pembuatan paket wisata trekking. Peserta pelatihan dikenalkan kepada dasar alasan mengapa wisata trekking ini bisa menjadi peluang. Adapun materi yang disampaikan adalah target pasar wisatawan lokal dan mancanegara, wisatawan yang berusia muda atau kelompok hobi seperti penggiat wisata alam dan petualangan. Selain itu pemahaman motivasi wisatawan juga dijelaskan kepada peserta untuk memberikan gambaran kepada peserta pelatihan bahwa informasi ini dapat membantu dalam merancang paket wisata yang menarik yang akan dibuat. Pada akhir materi kemudian diberikan gambaran mengenai pemasaran dan promosi yang efektif untuk menjangkau target pasar wisata trekking. Benchmark saluran komunikasi pemasaran seperti media sosial, situs web dan kerjasama dengan biro perjalanan untuk mempromosikan paket wisata trekking dengan menayangkan secara langsung profil desa wisata yang memiliki produk paket sejenis, dalam hal ini wisata trekking.

Dalam pelatihan pembuatan paket wisata trekking, dimasukan materi biaya perjalanan wisata, komponen biaya perjalanan wisata dan cara penghitungan komponen biaya wisata trekking. Pelatihan penghitungan harga wisata bertujuan untuk membantu pengelola wisata yang nanti bertanggung jawab dalam menentukan harga yang tepat untuk paket wisata trekking yang ditawarkan maupun diminta oleh wisatawan. Peserta akan mempelajari cara menghitung biaya yang terkait dengan paket wisata serta teknik untuk menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Materi pelatihan yang diberikan peserta mempelajari tata cara menghitung biaya, menentukan komponen-komponen apa saja yang masuk dalam paket wisata trekking.



Gambar 9. Pelatihan Pembuatan Produk Wisata

Pelatihan ini memberikan pemahaman kepada peserta bahwa harga wisata adalah sejumlah biaya yang menggunakan uang sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu jasa layanan. Untuk menentukan harga suatu jasa layanan, diperlukan suatu kebijakan harga. Kebijakan merupakan keputusan-keputusan penting mengenai harga yang ditetapkan oleh pengelola. Dalam penetapan harga wisata trekking, pengelola harus mempertimbangkan tujuan dari penetapan harga tersebut antara lain mencapai maksimalisasi keuntungan, meraih pangsa pasar, melaksanakan promosi sebagai bagian dari strategi promosi pemasaran, dan menutupi biaya produksi dari wisata trekking yang dibuat.

Penghitungan biaya wisata selalu didasarkan pada harga per orang. Biaya wisata dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang tidak mempengaruhi harga wisata karena adanya penambahan jumlah peserta wisata. Contoh yang diberikan kepada peserta adalah biaya jasa pandu trekking, jalur trekking, tiket parkir kendaraan, perijinan wisata, dokumentasi. Biaya variabel atau biaya tidak tetap adalah biaya wisata yang berpengaruh terhadap harga per orang karena adanya penambahan jumlah peserta wisata seperti tiket perorangan, mineral water, refreshment/snack, jas hujan.

Penghitungan biaya wisata dapat ditinjau dari berbagai aspek. Pada pelatihan ini kemudian dijelaskan cara menghitung dan mempraktekan perhitungan berdasarkan jenisnya. Cara penghitungannya adalah total biaya tetap dibagi jumlah peserta, lalu di jumlahkan dengan biaya variabel yang sudah ditetapkan per orang.

$$\frac{F}{N} + V = \text{Biaya Wisata Per Orang}$$

Keterangan:

F = Fixed Cost (Biaya tetap)

N = Jumlah peserta

V = Variable Cost (Biaya tidak tetap)

Contoh yang diberikan dalam penghitungan biaya wisata trekking adalah sebagai berikut:

Jumlah peserta	: 10 orang
Waktu	: 4 jam
Biaya pemandu	: Rp. 150.000,-/Group
Sewa kendaraan	: Rp. 400.000,- (Pengantaran dan penjemputan di titik starting dan finish)
Biaya parkir	: Rp. 10.000,-/Kendaraan
Biaya administasi	: Rp. 15.000,-/Orang
Air Mineral	: Rp. 10.000,-/Orang (2 Botol air mineral 600 ml)
P3k Standard	: Rp. 200.000,-/Group
Jas Hujan Plastik	: Rp. 15.000,-/Orang
Dokumentasi	: Rp. 200.000,-/Group
Biaya Perijinan	: Rp. 250.000,-/Group

Langkah selanjutnya dalam menentukan jenis biaya berdasarkan beberapa komponen di atas.

Tour Component	Subjek	Price	Unit	Fix Cost	Variabel Cost
Transportasi	Shuttle Transport	Rp 400.000	1	Rp 400.000	
	Parkir	Rp 10.000	1	Rp 10.000	
Refreshment	Air Mineral	Rp 10.000	1		Rp 10.000
Entrance Fee	Biaya Administrasi	Rp 15.000	1		Rp 15.000
Guide	Pemandu	Rp 150.000	1	Rp 150.000	
Tour Equipment	Jas Hujan	Rp 15.000	1		Rp 15.000
	P3k Standar	Rp 200.000	1	200.000	
Dokumentasi	Tim Dokumentasi	Rp 200.000	1	200.000	
Biaya Perijinan	Desa	Rp 250.000	1	250.000	
SUB TOTAL				Rp 1.210.000	Rp 40.000

Setelah menentukan jenis biaya wisata, kemudian ditentukan harga wisata per orang

$$\frac{F}{N} + V = \text{Biaya Wisata Per Orang}$$

$$Rp. \frac{1.210.000}{10} + Rp. 40.000 = Rp. 161.000,-$$

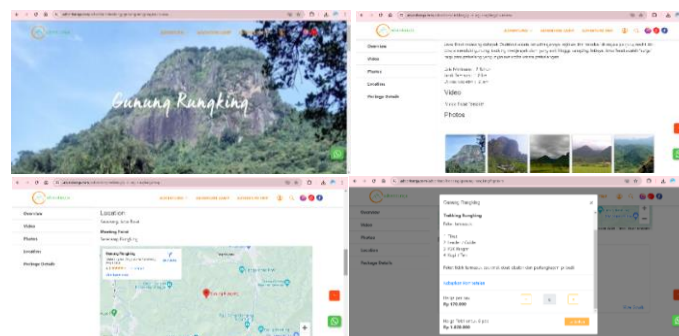
Jadi, biaya yang diperhitungkan untuk setiap peserta adalah Rp. 161.000,-

Dengan menambahkan surcharge margin 10% dari biaya wisata dan 5% untuk agency commision atau komisi agent yang bekerjasama mempromosikan paket wisata trekking Gunung Rungking maka harga jual paket wisata adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual Keuntungan } 10\% = (161.000,- \times 10\%) + 161.000,- = 185.000,-$$

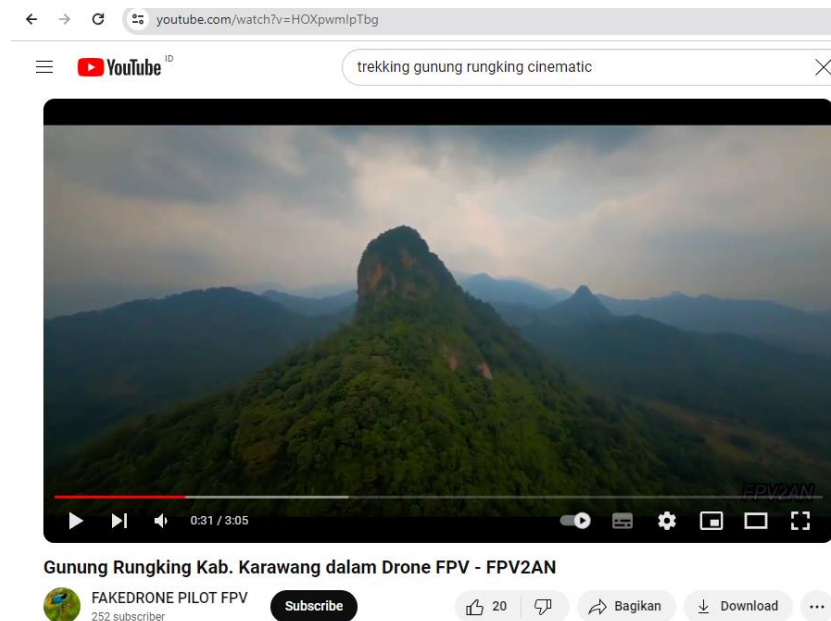
$$\text{Harga Jual Agency Commision } 5\% = \frac{100\%}{100\% - 5\%} \times 185.000,- = 194.895 (195.000,-)$$

Kegiatan pelatihan ini juga diberikan wawasan yang sifatnya sederhana kepada peserta pelatihan untuk pengembangan media promosi wisata trekking yang sudah dibuat. Salah satu cara untuk mempromosikan desa wisata adalah dengan membuat video promosi. Video promosi dapat menampilkan identitas desa wisata, membuatnya layak untuk digunakan sebagai alat promosi dan menjadi alat promosi yang murah dan efektif. Video promosi dapat digunakan sebagai cara untuk mempromosikan produk agar lebih banyak orang tahu tentangnya dan menarik perhatian pelanggan. Video promosi biasanya digunakan untuk mempromosikan produk yang menampilkan keunggulan lable atau merk produk tersebut (Aan et al., 2021). Pada pelatihan ini juga diperlihatkan bagaimana Gunung Rungkin memiliki peluang menjadi produk wisata dengan menampilkan website salah satu provider penyedia jasa yang mempromosikan Gunung Rungking sebagai salah satu pilihan untuk aktivitas wisata trekking. Tujuan dari paparan secara visual ini untuk membuktikan kepada peserta pelatihan bahwa betapa berpeluangnya wisata trekking gunung rungking ini sebagai daya tarik wisata unggulan di Desa Cigunungsari.



Gambar 10. Contoh Media Promosi Website

Sumber: <https://www.adventuraja.com/adventure/trekking/gunung-rungking>



Gambar 11. Contoh Media Promosi Video

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=HOXpwmlpTbg>

Kesimpulan

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Cigunungsari, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, pengembangan produk wisata trekking, seperti Gunung Rungking, merupakan langkah positif dalam memanfaatkan potensi alam yang dimiliki oleh Desa Cigunungsari. Kedua, melibatkan organisasi Karang Taruna sebagai pelopor kepariwisataan lokal menunjukkan kolaborasi yang baik antara pemerintah desa dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Ketiga, fokus pada keberlanjutan lingkungan, seperti merancang rute trekking yang berkelanjutan menunjukkan komitmen terhadap pariwisata ramah lingkungan. Keempat, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan masyarakat merupakan langkah penting dalam mempersiapkan masyarakat lokal untuk terlibat dalam industri pariwisata. Kelima, dengan adanya pengembangan produk wisata trekking, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata Desa Cigunungsari, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, dan memperluas cakupan pariwisata di wilayah Karawang Selatan.

Beberapa saran dan rekomendasi untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cigunungsari berikutnya. Salah satunya adalah pelatihan dan workshop secara berkala untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, termasuk pengembangan produk wisata, pemasaran, dan pelayanan kepada wisatawan. Selain itu, perlu juga dilaksanakan pendampingan untuk mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui pengembangan kerajinan lokal, kuliner tradisional, atau produk-produk wisata lainnya yang dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi mereka. Selanjutnya, perlu menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan, lembaga riset, dan pihak terkait lainnya untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Cigunungsari, termasuk dalam hal penelitian, pengembangan produk wisata, dan pelatihan SDM.

Ucapan Terimakasih

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan kegiatan ini, terutama Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Jakarta yang memberikan bantuan moril dan materiil hingga bisa terlaksananya kegiatan ini. Tim penulis juga berterima kasih kepada mitra, yaitu karang taruna dan pemerintah desa, serta warga Cigunungsari yang telah berpartisipasi untuk melaksanakan kegiatan ini.

Referensi

- Aan, A., Permana, J., & Wirayani, M. P. (2021). *Media Promosi untuk Membantu Promosi Desa Wisata*. 9(2), 231–236.
- Angela, V. F. (2023). Strategi Pengembangan Ekowisata dalam Mendukung Konservasi Alam Danau Tahai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 984–993.
<http://jim.unsyiah.ac.id/sejarah/mm>
- Asnida Riani. (2020). Wisata Trekking Naik Daun di Masa Pandemi, Apa Saja yang Harus Diperhatikan Traveler? *Liputan6.Com*.
https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4329979/wisata-trekking-naik-daun-di-masa-pandemi-apa-saja-yang-harus-diperhatikan-traveler?page=2#google_vignette
- Bahri, A. S., Basalamah, A., Fitri, A. A., & Rahmat, T. A. (2023). Penerapan kriteria desa wisata pada desa wisata Batulayang, Bogor, Jawa Barat. *Kontan: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(5).
- Bharata, I. B. A. Y., Wesnawa, I. G. A., & Astawa, I. B. M. (2023). Karakteristik Jalur Trekking Sebagai Potensi Landskap Wisata Alam di Desa Panji Anom. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 11(3), 320–329. <https://doi.org/10.23887/jjpg.v11i3.59355>
- <https://www.bps.go.id/>. (2024). *Perkembangan Pariwisata Desember 2023*.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2023). *Wisata Berbasis NEWA: Tren Pariwisata Pascapandemi*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. <https://kemenparekraf.go.id/kebijakan/wisata-berbasis-newa-tren-pariwisata-pascapandemi>
- Nunu Anugrah. (2023). *Kunjungan Wisata Alam Konservasi Meningkatkan di Tahun 2022*. <https://ppid.menlhk.go.id/berita/siaran-pers/6992/kunjungan-wisata-alam-kawasan-konservasi-meningkat-di-tahun-2022>
- Nurhajati, N. (2018). Dampak Pengembangan Desa Wisata terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung). *Publiciana*, 11(1), 1–13.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/136/128>
- Nuriata. (2014). *Paket Wisata : Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga* (1st ed.). Alfabeta.
- Prasiasa, D. P. O., Sri Widari, D. A. D., & Menuh, N. (2019). Pengembangan Wisata Trekking Di Kawasan Hutan Taman Wisata Alam Danau Buyan, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 124–145.
<https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15423>
- Pritiwas, I., & Demolingo, R. H. (2020). Bukit cinta campuhan sebagai daya tarik wisata

- trekking di ubud bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 20(1), 17–37.
- Reynolds, K. (2013). *Trekking in the Himalaya*. Cicerone.
- Rojo-Ramos, J., Martín-Carmona, R., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., García-Gordillo, M. Á., & Adsuar, J. C. (2020). Trekking tourism in Spain: Analysis of the sociodemographic profile of trekking tourists for the design of sustainable tourism services. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–10. <https://doi.org/10.3390/su12219113>
- Suryanti, P. E., & Indrayasa, K. B. (2021). Perkembangan Ekowisata Di Bali : “Upaya Pelestarian Alam Dan Budaya Serta Pemberdayaan Masyarakat Lokal.” *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 6(1), 48. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1970>
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata* (6th ed.). Kanisius.
- Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism: A Review of Research Approach. *Annals of Tourism Research*, 28, 360–377.