

## **PENINGKATAN POTENSI DESA CIGUGURGIRANG MELALUI PELATIHAN PENGOLAHAN BAHAN MAKANAN BERBAHAN DASAR HASIL BUMI PERTANIAN DAN PETERNAKAN**

**Rochiyat Setiawan**

**Program Studi Perhotelan, Politeknik Jakarta Internasional, Jakarta**

**Email : [Rochiyat.stwn1978@gmail.com](mailto:Rochiyat.stwn1978@gmail.com)**

### **ABSTRACT**

*Cigugurgirang Village is a village located in Parongpong District, West Bandung Regency, Cigugurgirang Village has a lot of agricultural products that can have an impact on the economy of the local community because this village has enormous potential, especially in agro-tourism which produces vegetables, fruits and livestock. in this village lack of creativity for the produce into processed food, which can also have a large enough impact for business actors such as Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), from the results of researchers conducting structured observations and interviews that the purpose of research in Cigugurgirang Village is to changing the mindset of the community through training can open up great opportunities to gain more skills and knowledge for the community and business actors. In this writing method uses SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) in increasing food innovation based on natural products which are the largest agricultural commodities such as agriculture and animal husbandry. Data processing using a swot analysis matrix turned out to be in the Strength and Opportunity (S-O) strategy that it is necessary to empower human resources and involve village development with academics and local government.*

**Keywords: Training, Commodities of agricultural products, food innovation, MSMEs, Swot Analysis**

### **ABSTRAK**

Desa Cigugurgirang merupakan desa yang berlokasi di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat, Desa Cigugurgirang banyak sekali hasil bumi yang dapat memberikan dampak pada perekonomian masyarakat setempat dikarenakan desa ini memiliki potensi yang sangat besar terutama pada agrowisata yang menghasilkan sayuran, buah-buahan dan Peternakan, tetapi masyarakat di desa ini kurang memiliki kreatifitas atas hasil bumi tersebut menjadi olahan makanan, yang juga dapat memberikan dampak yang cukup besar untuk para pelaku usaha seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dari hasil peneliti melakukan observasi dan wawancara terstruktur bahwa Tujuan penelitian di Desa Cigugurgirang untuk mengubah pola pikir masyarakatnya melalui pelatihan dapat membuka peluang besar untuk mendapatkan keterampilan dan pengetahuan lebih pada masyarakat dan pelaku usaha. Pada metode penulisan ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) dalam meningkatkan inovasi makanan yang berbahan dasar hasil bumi yang merupakan komoditas hasil bumi terbesar seperti pertanian dan peternakan. Pengolahan data menggunakan matriks analisis swot ternyata pada strategi kekuatan dan peluang (S-O) bahwa perlu adanya pemberdayaan sumber daya manusia serta adanya keterlibatan pengembangan desa bersama akademisi dan pemerintah daerah setempat.

**Kata Kunci : Pelatihan, Komoditas hasil bumi, inovasi makanan, UMKM, Analisa Swot**

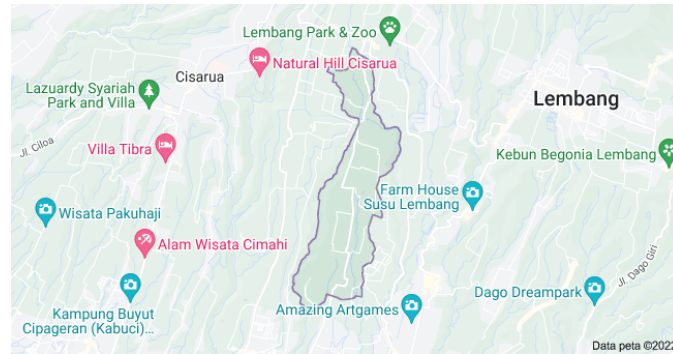
**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno meluncurkan Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kepmen) Nomor KM/107/KD.03/2021 Tahun 2021 tentang Panduan Pengembangan Desa Kreatif, sebagai upaya untuk mengembangkan dan menggali potensi kreativitas masyarakat desa di Tanah Air sehingga menjadi kekuatan dalam pemulihan ekonomi dengan terbukanya lapangan kerja menurut (inews.com). Jumlah desa di Indonesia pada 2019 telah mencapai 83.820 yang didominasi desa berkembang. Kemenparekraf berkomitmen penuh menggarap Program Desa Kreatif melalui pengembangan produk unggulan dan ekosistem ekonomi kreatif desa. “Ini adalah awal bagaimana kita menghadirkan peluang usaha dan lapangan kerja bagi masyarakat di sektor ekonomi kreatif. Pada tahun 2022, Program Desa Kreatif akan diajukan menjadi program inisiatif baru agar dapat masuk dalam RKP 2023 dan menjadi program prioritas Kemenparekraf.

Telah ditetapkannya keputusan menteri ini, diharapkan dapat dijadikan acuan oleh kementerian dan lembaga, pemerintah daerah, asosiasi, akademisi, swasta dan semua stockholder terkait dalam mendukung pengembangan Desa Kreatif.

Desa Cigugurgirang sangat berpotensi menjadi desa wisata, dikarenakan Desa ini masi banyak sekali potensi yang dapat dikembangkan, terutama pada hasil bumi yang dapat diolah menjadi makanan berinovasi. Desa wisata merupakan sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata.

Desa Cigugurgirang memiliki luas sebsar 411,5 Ha dengan ketinggian diatas permulaan laut 1100 MDPL yang memiliki curah hujan 5.00 mm suhu rata rata harian 23<sup>0</sup> C dengan ketinggian kemiringan tanah 40<sup>0</sup>. dari profile Desa Cigugurgirang merupakan desa yang sangat berpotensi menanam sayuran dan buah-buahan.



**Gambar 1. Peta Desa Cigugurgirang**

Sumber : Website Desa Cigugurgirang

Desa Cigugurgirang merupakan desa yang sebagian besar mata pencaharian masyarakat hampir 3009 orang memilih profesi sebagai petani atau 62% nya, hal ini tentunya dapat profesi petani pun dapat juga menjadi pedagang tetapi mereka hanya menjual sayuran atau buah-buahan saja dari hasil pertanian ini ke kota atau tengkulak tentunya jika masyarakat ini diberikan pengetahuan dan keterampilan mengolah hasil pertanian ini menjadi makanan berinovasi yang memiliki nilai jual tinggi. Hal ini perlu adanya peran serta dari sisi akademisi untuk memberikan pelatihan secara berkala bahwa bahan hasil pertanian ini. Desa Cigugurgirang yang masyarakatnya banyak memilih profesi sebagai petani yang sangat disayangkan Desa ini belum memiliki produk unggulan baik makanan atau minuman yang dapat meningkatkan perekonomian Desa., berikut table komoditas hasil pertanian dan perkebunan di Desa Cigugurgirang.

<b>Nama Komoditas</b>	<b>Luas (Ha)</b>	<b>Hasil Panen (Ton/Ha)</b>
Brokoli	6 ha	2.392.857
Slada	4 ha	474.500
Kembang Kol	2 Ha	391.280
Tomat	2 ha	29.200
Jeruk	5 ha	2738
Pisang	1 ha	600

**Tabel 1. Komoditas hasil pertanian dan perkebunan 2020**

Sumber : Desa Cigugurgirang



**Gambar 2. Pertanian Brokoli dan Slada**

Sumber : Desa Cigugurgirang

Adanya keterlibatan dari sisi akademisi untuk melakukan pelatihan khususnya kepada para pelaku usaha (UMKM) masyarakat dan kader desa untuk diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan bahan makanan berbahan dasar hasil bumi seperti beberapa komoditas di tabel 1. Kegiatan ini dapat berbentuk Pengabdian kepada masyarakat hasil produk ini dapat menjadi produk desa yang tentunya dapat menjadi andalan desa untuk meningkatkan perekonomian, hasil produk dapat berbahan dasar brokoli seperti kripik brokoli, pasta brokoli serta sirup lemon.

Melihat dari lahan di wilayah Kabupaten Bandung Barat, penggunaan lahan untuk budidaya pertanian merupakan penggunaan lahan terbesar di Kabupaten Bandung Barat yaitu seluas 66.500,294 m<sup>2</sup>. Potensi dari hasil bumi di desa Cigugurgirang tentunya akan memberikan peluang besar untuk pelaku usaha dalam berinovasi dan bereksperimen dalam membuat olahan makanan dan minuman berbahan dasar hasil bumi dengan pendekatan para akademisi atau praktisi dalam mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dengan rasa, warna, kemasan dan harga yang akan memberikan dampak kemajuan perekonomian masyarakat desa.



**Gambar 3. Contoh Pelatihan Pengolahan bahan makanan berbahan dasar hasil bumi**

Sumber : Politeknik Jakarta Internasional

Desa Cigugurgirang begitu beragam matapencahrian masyarakatnya ada yang sebagai petani ada juga sebagai peternak, hal ini mennadai bahwa desa ini sangat berpotensi untuk dalam menginovasi masakanan, minuman baik dari hasil pertanian maupun dari hasil peternakan.

Pengembangan pemberdayaan masyarakat berdasarkan *Forum Group Discussion* (FGD) dengan masyarakat setempat peneliti melakukan penelitian di Desa Cigugurgirang ini dilihat dari fakta di lapangan bahwa Desa Cigugurgirang ini dari hasil pertanian dan peternakan hanya diproduksi dan langsung dijual, hal ini masyarakat setempat belum melakukan percobaan dari hasil pertanian dan peternakan tersebut untuk dilakukan pengolahan menjadi makan yang berinovasi, sehingga belum ada produk unggulan di desa tersebut yang menjadi nilai jual yang tinggi. bersama Tim Pemerdayaan Masyarakat UMKM dan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) di bidang inilah yang sangat berperan untuk meningkatkan pelatihan-pelatihan keterampilan untuk para pelaku bisnis di Desa Cigugurgirang, berdasarkan informasi pelatihan pelatihan seperti yang dilakukan oleh salah satu kampus Politeknik Jakarta Internasional masih sangat jarang sekali, sudah hampir kurun waktu lama desa ini belum mendapatkan pelatihan seperti yang dilakukan oleh kampus Politeknik Jakarta Internasional.

Dari data yang didapat bahwa pelatihan yang dilakukan hanya setahun sekali, dar bidang Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) harus lebi melakaukan kerjasama dnegan perguruan tinggi dan pemerintahan untuk dapat megembangkan secara berkala melalui pelatihan-pelatihan, sehingga nama Desa Cigugurgirang dapat terangkat keunggulannya dengan hasil inovasi olahan makanan dan minuman dari hasil pertanian dan peternakan ke masyarakat luas sehingga dapat menjadi desa wisata berinovasi.

Adanya pelatihan yang memberikan motivasi kepada masyarakat dan pelaku bisni di desa tersebut terdorong dan termotivasi dengan baik, bahkan hasil dari pengolahan bahan makanan hasil bumi yang dilakukan oleh salah satu kampus tersebut Kepala Desa Cigugurgirang langsung mendaftarkan produk tersebut menjadi makanan halal yang akan diproduksi oleh Desa Cigugurgirang dan menjadi makanan andalan Desa Cugugurgirang.

Hasil data yang ada bahawa masyarakat selain petani juga sebagai peternak yang tentukanya hasil dari peternakan menjadi andalan Desa seperti peternakan sapi yang menghasilkan susu yang bisa juga dikemas berbagai varian rasa dan di jual menjadi minuman sehat yang bisa meningkatkan pendapatan untuk peternak sapi.

**Tabel 2 Jenis Populasi Ternak Tahun 2020**

Jenis Ternak	Jumlah Pemilik (Orang)	Perkiraan Jumlah Populasi (Ekor)
1. Sapi	198	1004
2. Ayam kampung	53	168
3. Jenis ayam broiler	3	598
4. Bebek	5	85
5. Kuda	3	7
6. Kambing	35	192
7. Domba	89	454

Sumber : Desa Cigugurgirang

Data diatas pada dasarnya Desa Cigugurgirang ini masyarakat, kader dan pelaku usaha sudah dilibatkannya dalam mengikuti pelatihan-pelatihan dari hasil pertanian dan peternakan, berikut pelatihan yang sudah dilakukan tetapi memang belum menjadikan hasil pelatihan tersebut untuk dijadikan produk unggulan Desa Cigugurgirang.

**Tabel. 3. Jenis Pelatihan di Desa Cigugurgirang**

No	Nama Kegiatan	Waktu	Instansi
1	Aneka Olahan berbahan dasar Brokoli & Lemon	2022	Politeknik Jakarta Interansional
2	Membuat Susu Kefir	2020	UIN Bandung
3	Membuat Susu Yogurt	2017	Politeknik Bandung
4	Aneka Olahan Dari Susu	2014	Dinas Perindustrian Bandung

Sumber : Desa Cigugurgirang

Tujuan yang ingin dicapai pada kegiatan pelatihan-pelatihan yang melibatkan akademisi dan pemerintah daerah adalah terwujudnya desa mandiri yang menjunjung tinggi kearifan lokal masyarakat dapat partisipatif aktif dalam upaya meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat. Target khusus kegiatan untuk peningkatan sadar usaha masyarakat khususnya dalam meningkatkan aktivitas pertanian dan budaya local masyarakat, peningkatan pengetahuan dan keterampilan usaha rumah tangga yang dikelola secara mandiri dengan memanfaatkan sumber daya alam serta untuk peningkatan kreatifitas masyarakat dalam mengolah makanan dan minuman dari hasil pertanian dan peternakan dalam peningkatan perekonomian keluarga dan desa.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pengamatan penulis melakukan observasi di Desa Cigugurgirang bahwa banyak hasil pertanian dan peternakan yang menjadi aktifitas masyarakat setempat dalam kehidupan sehari hari. Desa Cigugurgirang memiliki potensi menjadi desa wisata dengan melakukan pelatihan sebagai

salah satu untuk menghasilkan produk unggulan desa. Bagaimana potensi desa Cigugurgirang menjadi desa wisata melalui pelatihan pengolahan hasil bumi pertanian dan peternakan?

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Desa Cigugurgirang merupakan salah satu Desa yang berada di Bandung Barat yang tentunya banyak memiliki Destinasi Wisata, sebagai penunjang Desa Wisata maka desa Cigugurgirang tentunya harus memiliki produk andalan desa sebagai pelengkap dan memiliki nilai jual desa tersebut salah satunya adalah produk kuliner Dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh pihak kampus seperti pengolahan bahan makanan berbahan dasar hasil bumi yang bernilai ekonomis karena bahan utama sudah dihasilkan oleh para petani di Desa Cigugurgirang.

Desa Cigugurgirang sangat memiliki potensi sebagai Desa Wisata, di desa ini memiliki pemandangan yang masih asri, suhu yang sangat dingin antara 19-23<sup>0</sup> C bahan pada kondisi Panas atau musim kemarau pada saat malam hari kondisi berubah menjadi sangat dingin. Yang membuat Desa Cigugurgirang menjadi lebih asri hampir 75% masyarakat bermatapencaharian sebagai petani, baik petani sayuran, buah-buahan bahkan banyak sekaili sebagaia petani tanaman hias yang dikirim hingga keluar daerah sebagai pemasok pedagang tanaman hias di kota Jakarta dan daerah luar pulau jawa.

### **Potensi Desa**

Proses pengembangan potensi desa agar dapat diketahui oleh masyarakat atau pasar memang tidak jarang membutuhkan waktu baik dari jangka pendek, menengah hingga jangka panjang sekalipun. Maka dari itulah pengembangan potensi desa tersebut haruslah berkelanjutan.

Dalam meningkatkan potensi Desa Cigugurgirang tentunya perlu adanya kesadaran para pemangku kepentingan dan masyarakat, hal pemangku kepentingan sebagai penggerak ada Kepala Desa Cigugurgirang yang tentunya lebih ditingkatkan kembali Pemberdayaan UMKM dan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K).Desa akan dapat lebih bernilai jika aspek pendukung untuk meningkatkan potensi desa dapat dilaksanakan secara maksimal.

Menurut Haris (2014) pemberdayaan masyarakat dapat tercapai, jika masyarakat memiliki kemampuan, kekuatan dan dapat melepaskan diri dari berbagai keterpurukan, ketertinggalan dan keterbelakangan dan dengan demikian keinginan untuk menjadi suatu kelompok yang maju, mandiri dan terpenuhi segala kebutuhannya bisa tercapai. Adapun tujuan dari proses pemberdayaan masyarakat adalah untuk memandirikan warga masyarakat agar dapat

meningkatkan taraf hidup keluarga dan mengoptimalkan sumberdaya yang dimilikinya (Widjajanti, 2011).

Potensi desa merupakan segenap sumber daya alam serta sumber daya manusia yang dimiliki desa. Sumber daya tersebut dianggap sebagai modal dasar yang nantinya dapat dikelola dan juga dikembangkan demi kepentingan, kelangsungan dan perkembangan desa. Untuk menilai potensi desa, ada beberapa faktor yang bisa dijadikan sebagai pedoman.

#### 1. Potensi Fisik

- a. Tanah
- b. Air
- c. Iklim
- d. Peternakan dan Perikanan
- e. Manusia

#### 2. Potensi Non Fisik

- a. Kondisi Masyarakat
- b. Lembaga Sosial
- c. Kreativitas Aparatur Desa

Tentunya sebuah desa dapat menjadi daya tarik atau menjadi Destinasi Wisata para wisatawan local maupun mancanegara bukan hanya mengandalkan pada sumber daya alam yang asri dan masyarakat lokal yang tentunya kearifannya masih terjaga, tetapi perlu didukung pengetahuan dan keterampilan yang tentunya akan memberikan manfaat besar untuk desa dan masyarakatnya seperti pelatihan-pelatihan yang rutin terkait keterampilan yang didukung dari hasil bumi baik itu pertanian, perkebunan dan peternakan.

Terkait dengan dengan hal tersebut tentunya akan dapat dikatakan desa berkualitas dengan menyajikan paket layanan yang berkarakteristik tentunya akan dapat dipasarkan ke luar melalui berbagai cara untuk memperkenalkan Desa Cigugur Girang secara luas. Berkaitan dengan Pemasaran Produk pariwisata. Menurut Pitana dan Diarta (2009:160) Aspek kualitas produk dapat diamati dan dikategorikan sebagai berikut :

1. Keragaman Produk, hal ini produk fisik yang dapat dilihat oleh konsumen termasuk produk yang dipasarkan.



2. Reliabilitas/kenadalan, hal ini menyangkut konsistensi dari keragaman produk yang disediakan untuk konsumen, itu berarti menghormati janjinya karena menyangkut pada kepercayaan konsumen dan memenuhi standar kualitas.
3. Responvisitas, hal ini dilihat dari kesiapan masyarakat desa dalam memberikan pelayanan seperti reaksi untuk membantu menjelaskan keunggulan desa, memberikan pelayanan pada konsumen dengan cepat, mampu menjelaskan produk unggulan dengan detail.
4. Kompetensi, hal ini berfokus pada pengetahuan dan keterampilan masyarakat desa dari hasil pelatihan-pelatihan secara berkala dan dapat bekerjasama dengan kampus-kampus yang disesuaikan bidangnya, Balai latihan kerja karena akan membentuk masyarakat yang percaya diri dalam membantu meningkatkan para wisatawan local maupun mancanegara.
5. Empati, hal ini bertalian dengan perhatian ke konsumen secara pribadi, menyangkut kebutuhan konsumen, keluhan konsumen hal ini akan menjamin kepuasan wisatawan.

Dari situ kita dapat memahami apa yang perlu kita persiapkan untuk memahami keadaan potensi desa. Ada beberapa alasan mengapa potensi daerah di setiap daerah berbeda satu sama lain adalah karena faktor berikut ini:

1. Keadaan Lingkungan Geografis, keadaan yang sangat strategis dengan curah hujannya cukup banyak dan suhu yang sangat dingin antara 19-23°C
2. Jumlah dari penduduk desa, penduduk desa jumlahnya 15339 jiwa atau 3728 jiwa/km
3. Luas tanah yang bisa digunakan, Hampir setiap warga yang memiliki lahan meskipun sedikit mereka sudah mulai menyadari bahwa lahan tersebut mereka gunakan untuk berjualan tanaman hias dengan luas 411.5 Ha.
4. Jenis dan juga tingkat kesuburan tanah, Desa Cigurgirang masuk ke dalam daerah lembang, sudah kita ketahui bahwa tanah lembang sangat subur dan dapat digunakan untuk olah pupuk serta struktur tanahnya dapat digunakan untuk bercocok tanam baik pertanian, perkebunan.

### **Desa Wisata**

Desa wisata sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya Tarik wisata, misalnya: atraksi, makanan dan minuman, cinderamata penginapan dan kebutuhan wisata lainnya (Fandeli,2002).

Sebuah Desa mampu memberikan deferensi asli produk yang beranekaragam dan tanggap terhadap perubahan kondisi pasar. Produk wisata sebagai salah satu objek penawaran dan pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama terdiri 3 bagian (Oka A.Yoeti, 2002:211) :

1. Daya Tarik daerah wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan atau pengunjung.
2. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.
3. Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut..

### **Daya Tarik**

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud anekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Suatu daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata apabila memiliki sifat-sifat I Gusti Bagus Rai Utama (2016:142) :

- a. Keunikan, contoh: bakar batu (di Provinsi Papua) sebuah cara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan (babi) sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu dibakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut.
- b. Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari-hari, misalnya dalam berpakaian dan kehidupan keluarga dimana seorang perempuan telah mengutamakan menggendong babi yang dianggapnya sangat berharga dari menggendong anak sendiri.
- c. Kelangkaan, sulit ditemui di daerah/negara lain.
- d. Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan. (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Berdasarkan dari beberapa point yang menjadi daya tarik Desa ini bahwa Desa Cugurgirang sudah memenuhi syarat bahwa Desa ini telah banyak memiliki Daya Tarik yang kuat untuk meningkatkan Wisatawan.

### **Destinasi Wisata**

Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu baik secara actual maupun hukum. Destinasi pariwisata didefinisikan sebagai “ *A significant place visited on a trip, with some form for actual of perceived boundary. The basic geographic unit for the production of tourism statistic*

“ maksud kalimat tersebut adalah bahwa tempat penting yang dikunjungi dalam perjalanan, dengan beberapa bentuk aktual dari batas yang dirasakan (Ricardson & Fluker, 2004). Unit geografis merupakan dasar untuk menghasilkan statistik pariwisata.

Destinasi wisata dapat digolongkan atau dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut yaitu sebagai berikut (Kusudianto, 1996) :

1. Destinasi Sumber daya Alam seperti iklim, hutan, perkebunan, pertanian
2. Destinasi Sumber Daya Budaya seperti masyarakat local, budaya khitanan dll
3. Fasilitas Rekreasi seperti taman hiburan
4. Event seperti Pesta kesenian, kompetisi olah raga, event 17 Agustus.

### **Pengertian Pelatihan**

Pelatihan merupakan salah satu untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam menciptakan kreatifitas dan keterampilan guna mengubah mindset masyarakat dalam menciptakan produk andalan desa yang dapat memberikan dampak yang luar biasa dari segi peningkatan ekonomi keluarga dan perekonomian desa.

Pengertian Pelatihan secara sederhana didefinisikan oleh Pramudyo (2010) sebagai: ”Proses pembelajaran yang dirancang untuk mengubah kinerja orang dalam melakukan pekerjaannya” Yang dimaksud dalam hal ini adalah adanya empat hal yang harus diperhatikan. Yaitu proses pelatihan, peserta pelatihan, kinerja dan pekerjaan. Harus dipahami bahwa proses pelatihan mengacu kepada suatu perubahan yang harus terjadi pada peserta pelatihan.

Melalui program pelatihan akan diperoleh dua hal yaitu apakah program pelatihan tersebut berguna atau tidak. Berguna atau tidaknya suatu program pelatihan harus dikaitkan dengan tingkah laku peserta pelatihan setelah kembali bekerja dan dikaitkan dengan pencapaian tujuan pelatihan itu sendiri (Cascio, 1991).

### **Indikator Pelatihan**

Bahwa hal-hal yang digunakan untuk mengukur sejauh mana efektifitas pelatihan yang diberikan perusahaan pada karyawan adalah sebagai berikut (Mangkunegara, 2016):

1. Jenis pelatihan, berdasarkan analisis kebutuhan akan program pelatihan tersebut, maka perlu dilakukan pelatihan peningkatkan kinerja, produktifitas masyarakat dan etika masyarakat dan kader

2. Tujuan Pelatihan, pelatihan yang digunakan harus sesuai kebutuhan dan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan agar peserta mampu mencapai kinerja secara maksimal dan paham terhadap etika kerja yang diterapkan.
3. Materi, materi pelatihan dapat berupa : penegnalalan alat, penggunaan alat, bahan baku, kemasam harga, pemasarnnya.
4. Metode yang digunakan, dalam hal ini seharusnya menggunakan teknik partisipasif dimana peserta juga ikut serta dan aktif dalam kegiatan pelatihan tersebut, Seperti diskusi kelompok mengikutkan peserta melakukan demonstrasi mengolah.
5. Kualifikasi peserta, dalam hal ini adalah pelatihan yang memang membutuhkan pelatihan dan peningkatan masyarakat seperti : pelaku usaha, para petani, kader desa, ibuibu PKK yang memang dapat direkomendasikan dari pihak pelopor.
6. Kualifikasi pelatih, dalam hal ini pelatih atau instruktur harus memiliki kualifikasi dan benar-benar orang yang memiliki kemampuan untuk mengisi kegiatan pelatihan serta mampu memberikan motivasi kepada peserta sehingga peserta benarbenar paham akan materi dan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.
7. Waktu, dalam hal ini pelatihan membutuhkan banyak waktu untuk benar-benar maksimal dalam pelaksanaannya. Semakain sering karyawan mendapatkan pelatihan, maka cenderung kemampuan dan keterampilan

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT diartikan sebagai suatu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). (Rangkuti, 2006). Analisi SWOT adalah suatu metode dalam perencanaan stratejik yang dipakai untuk mengidentifikasi 4 faktor utama yang memepengaruhi kegiatan organisasi. SWOT adalaha akronim dari *Strenght* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Kekuatan dankelemahan sebagai faktor internal, selalu harus dianalisis hubungannya dengan faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman (J.Salusu, 1996).

#### **a. Analisis Internal**

- 1) Analisis Kekuatan (*Strengths*) adalah faktor internal yang mendukung perusahaan untuk mencapai visi, misi dan tujuan yang ada. Faktor pendukung bisa merupakan teknologi, sumber daya, keahlian, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan atau kelebihan yang dapat diperoleh

dari sumber keuangan, citra perusahaan, keunggulan di pasar, serta hubungan baik dengan pelanggan.

2) Analisis Kelemahan (*Weaknesses*) adalah faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. *Weaknesses* adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tapi tidak dimiliki oleh organisasi. Suatu kelemahan biasanya lebih mudah dilihat daripada kekuatan.

#### b. Analisis Eksternal

1) Analisis Peluang (*Opportunities*) adalah faktor positif yang mendukung dan memberikan kesempatan kepada perusahaan yang berasal dari lingkungan dan merupakan suatu faktor yang mendukung perusahaan mencapai tujuannya.

2) Analisis Ancaman (*Threats*) adalah faktor negatif yang memberikan hambatan untuk berkembang dan mencapai tujuan yang berasal dari lingkungan. Ancaman ini terkadang terlewatkan karena banyaknya keinginan untuk kontroversi atau melawan arus. Threat merupakan faktor eksternal yang menjadi hambatan dalam berkembangnya suatu perusahaan yang biasanya dengan masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, dll

Melakukan analisis SWOT terdapat beberapa manfaat, yaitu :

a. Sebagai panduan suatu organisasi guna menentukan kebijakan strategis yang menyangkut rencana dan pelaksanaan di masa yang akan datang. Dengan hasil analisis menggunakan analisis SWOT dengan itu organisasi dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang membantu organisasi dalam menentukan kebijakan yang direncanakan oleh organisasi.

b. Menjadi bahan evaluasi dalam melakukan kegiatan dan pengembangan organisasi kedepannya. Dengan melakukan analisis SWOT organisasi mengetahui kekurangan dan ancaman yang dapat dijadikan sebagai evaluasi untuk kegiatan dimasa depan.

c. Memberikan tantangan dan ide-ide baru. Analisis SWOT memberikan gambaran akan peluang dan kekuatan yang dimiliki organisasi yang dapat menimbulkan ide-ide baru dengan memaksimalkan peluang dan kekuatan yang ada.

d. Memberikan informasi mengenai kondisi organisasi. Hasil dari analisis SWOT dapat memberikan point-point penting akan adanya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menjadi dasar informasi mengenai kondisi organisasi saat ini.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah metode deskriptif. Menyatakan bahwa penulisan dengan metode deskriptif ditujukan untuk menyelidiki secara terperinci dari hasil observasi dan wawancara terstruktur sedangkan metode yang digunakan dalam sesi pelatihan adalah demonstrasi (Nasir:2017).

Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskriptifkan, menggambarkan atau melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan factual dan akurat (Kusmayadi:2000). Untuk mendapatkan gambaran factual potensi Desa Cigugurirang sebagai Desa Wisata melalui pelatihan pengolahan hasil bumi pertanian dan peternakan.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil uraian penelitian penulis bahwa Pelatihan- pelatihan yang dilakukan untuk pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat seperti kerjasama antara desa dan akademisi berdasarkan data di table 3 hanya dilakukan satu tahun sekali hal ini kurang efektif dikarenakan setiap jenis pelatihan dalam pengolahan hasil pertanian dan peternakan tidak dilakukan secara berkala sehingga pengembangan potensi desa menjadai desa wisata belum maksimal. Desa Ciguguriran ini merupakan Desa yang berpotensi besar menjadi desa wisata, perlu dukungan dari kementerian dan lembaga, pemerintah daerah, asosiasi, akademisi, swasta, dan semua stakeholder terkait dalam mendukung pengembangan Desa Kreatif.

Kegiatan kegiatan pelatihan yang paling mudah untuk dilakukan dalam meningkatkan kreatifitas masyarakat dalam pengolahan hasil bumi baik pertanian, perkebunan dan peternakan, Pihak penggerak desa harus lebih proaktif kembali menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi yang ada di Bandung Barat ataupun di luar Bandung Barat. Memang Bandung Barat begitu banyak tempat rekreasi atau wisata lainnya, pada dasarnya desa cigugurirang bagian dari wilayah kabupaten Bandung Barat setidaknya dapat mengetahui kekuatan dan peluang Desa Cigugurirang serta kelemahan dan ancaman dari luar desa Cugugurirang yang mempengaruhi potensi desa untuk dapat dikembangkan.

### **A. Faktor Internal :**

#### ***Strengths (Kekuatan)***

Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan strategik dalam mencapai sasarannya. Kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki kelemahan. Kekuatan juga dapat dipakai untuk menangkap

peluang. Adapun kekuatan yang mendukung dan mengembangkan Desa Cigugurgirang sebagai destinasi wisata di Bandung Barat adalah :

1. Citra nama desa cigugurgiramg sudah terkenal maka perlu adanya penegnaln bukan hanya pada nama daerah tetapi juga keunggulan produk.
2. Potensi sumber daya alam yang sangat besar seperti hasil pertanian dan perkebunan yang dapat dilakukan pengolahan bahan makanan yang lebih ekonomis dengan dukungan dari pihak pelopor dan stockholder/pemangku kepentingan.
3. Aktivitas yang sangat beragam bukan hanya bertani, beternak dan berkebun namun juga dapat dibuat edukasi bertani untuk para pengunjung dari wisatawan local selain menikmati pemandangan desa cigugurgirang yang suasananya masi asri dan dingin.
4. Fasilitas sudah cukup baik seperti villa-villa dan infrastruktur sudha mendukung hanya saja homestay yang belum dilakukan management secara khusus untuk para wisatawan yang ingin membaur langung dengan masyarakat local.
5. Kualitas Produk sudah tidak dapat diragukan lagi karna hasil dari pertanian dan peternakan sudah dapat dieksport ke kota dan luar daerah, tetapi produk unggulan yang hasil olahannya saja yang belum ada.

#### ***Weaknesses (kelemahan)***

Kelemahan merupakan ketidakmampuan internal yang mengakibatkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya. Kelemahan dapat pula diartikan sebagai hal-hal yang dapat menimbulkan kesan negatif terhadap organisasi sehingga dapat mendatangkan kerugian bagi organisasi. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Desa Cigugurgirang dalam pengembangannya sebagai Potensi desa Cigugurgirang adalah:

1. Kurangnya Dana yang dibutuhkan untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan masyarakat.
2. Pelopor penggerak harus dilakukan secara berkala, bukan hanya menunggu dari pihak akademisi maupu pemerintah dalam memberikan pelatihan keterampilan.
3. Kurangnya Promosi Daerah terutama dalam mempromosikan keunggulan desa dari hasil pertanian dan peternakan.
4. Kurangnya pengembangan fisik dari segi pengembangan system pertanian dan peternakan dengan peralatan yang lebih baik.

#### **B. Faktor Eksternal**

**Opportunities (Kesempatan)**

Peluang merupakan kondisi yang berkembang di masa mendatang. Kondisi yang terjadi merupakan peluang yang datang dari luar organisasi yang akan memberikan keuntungan dan memberikan kesempatan besar bagi organisasi untuk berkembang. Adapun peluang yang dapat ditangkap oleh Desa Cigugurgirang adalah:

1. Meningkatnya pendapatan lain dari hasil pertanian dan peternakan.
2. Meningkatnya kesadaran pentingnya berfikir kritis.
3. Dukungan dari masyarakat dan tokoh-tokoh masyarakat sekitar
4. Dukungan dari Akademisi dalam meningkatkan Keterampilan masyarakat.
5. Dukungan dari pemerintah daerah dan dinas pariwisata.

**Treaths (ancaman)**

Ancaman merupakan kondisi yang dapat mengancam organisasi. Kondisi yang mengancam organisasi tersebut datang dari luar organisasi yang dapat mengancam eksistensi/kepopuleran di masa mendatang. Adapun yang menjadi ancaman bagi Desa Cigugurgirang adalah:

1. Bencana alam, lokasi yang berada di atas bukit Merek dan cuaca yang sangat ekstrim sehingga dikhawatirkan akan terjadi longsor.
2. Pencemaran lingkungan, khususnya di sekitar pinggir jalan yang diakibatkan oleh rendahnya kepedulian penduduk local dan pengunjung terhadap lingkungan, dalam hal ini wisatawan kurang menjaga kebersihan, sampah-sampah bungkusan plastik makanan dibuang di sembarang tempat.
3. Kurs valuta asing relative terhadap mata uang lokal yang berubah-ubah, sehingga sulit membuat perencanaan. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal di atas, maka digunakan matriks analisis untuk mengetahui strategi pengembangan Desa Cigugurgirang, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4. Matriks Analisis SWOT**

	<b>STRENGTHS</b>	<b>WEAKNESSES</b>
<b>INTERNAL</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra nama desa</li> <li>2. Potensi sumber daya alam</li> <li>3. Aktivitas yang sangat beragam</li> <li>4. Fasilitas sudah cukup baik</li> <li>5. Kualitas Produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya Dana</li> <li>2. Pelopor penggerak</li> <li>3. Kurangnya Promosi Daerah</li> <li>4. Kurangnya pengembangan fisik</li> </ol>
<b>EKSTERNAL</b>		



<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya pendapatan lain</li> <li>2. Meningkatnya kesadaran</li> <li>3. Dukungan dari masyarakat</li> <li>4. Dukungan dari Akademisi</li> <li>5. Dukungan dari pemerintah daerah</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan sumber daya manusia dengan ketrampilan dan pengetahuan melalui pelatihan</li> <li>2. Bekerjasama dengan akademisi</li> <li>3. Bekerjasama dengan Pemerintah daerah</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kesadaran masyarakat</li> <li>2. Meningkatkan sarana dan prasarana</li> <li>3. Meningkatkan kemandirian masyarakat dengan keterampilan</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>TREATHS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bencana alam</li> <li>2. Pencemaran lingkungan</li> <li>3. Kurs valuta asing</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan Potensi fasilitas Desa dengan baik</li> <li>2. Meningkatkan kesadaran masyarakat dan pengunjung</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kerjasama dengan investor/swasta</li> <li>2. Meningkatkan promosi daerah</li> </ol>

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan analisis SWOT yang disajikan dalam tabel 4 diatas disusun strategi pengembangan Potensi Desa Cigugurgirang melalui pemberdayaan sumber daya manusia. Adapun beberapa alternative strategi yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Strategi *Strenghts - Opportunities* (S-O)

Strategi ini berupaya untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar atau lingkungan eksternal. Strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan potensi Desa Cigugurgirang dengan meningkatkan Sumber Daya Manusia, meningkatkan kerjasama dengan akademisi dan pemerintah daerah.

2. Strategi *Weaknesses-Opportunities* (W-O)

Strategi yang berupaya untuk memanfaatkan kelemahan untuk meraih peluang yang datang dari luar atau lingkungan eksternal. Strategi yang harus diterapkan adalah meningkatkan kesadaran masyarakat desa agar mau meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, meningkatkan sarana dan prasaran serta kemandirian masyarakat.

3. Strategi *Strenght – Treaths* (S-T)

Strategi ini berupaya untuk memanfaatkan kekuatan untuk menghalangi ancaman dari lingkungan eksternal, maka strategi yang harus diterapkan harus meningkatkan potensi desa dengan baik seperti potensi SDM, potensi Lingkungan, potensi fasilitas dan perlu dilakukan peningkatan kesadaran para masyarakat dan pengunjung terhadap kualitas lingkungan seperti menjaga kebersihan dan memelihara lingkungan.

#### 4. Strategi *Weaknesses – Treaths* (W-T)

Strategi yang berupaya untuk memanfaatkan suatu kelemahan dari lingkungan internal dengan ancaman dari lingkungan eksternal melalui kegiatan peningkatan kerjasama dengan investor/swasta untuk peningkatan kualitas desa serta lakukan promosi daerah ke luar melalui suatu event atau website serta sosial media lainnya.

### **SIMPULAN**

Desa Cigugurgirang merupakan desa yang berpotensi sangat besar dalam menjadikan desa wisata hal ini perlu adanya dukungan yang kuat dan kemauan atas pemangku kepentingan untuk meningkatkan kreatifitas dan keterampilan para pelaku usaha dan kader serta usaha mikro kecil menengah (UMKM) serta para kader yang tentunya bukan hanya mengikuti sekedar pelatihan yang dilakukan hanya sekali dalam setahun tetapi harus dilakukan pelatihan secara berkelanjutan atau berkala dengan materi dan waktu yang ideal untuk meningkatkan kreatifitas masyarakat dalam pengolahan hasil pertanian dan peternakan. Klasifikasi pelatihan juga harus dapat mentrasfer ilmu dari pelatihan pelatihan kepada masyarakat akan secara merata dapat terciptanya sinergi menjadi desa yang memiliki masyarakat yang berpotensi dalam membentuk desa menjadi desa wisata yang didukung dengan produk unggulan yang menjadi sajian untuk para wisatawan.

Berdasarkan dari analisis SWOT yang telah dijabarkan pada pembahasan strategi *strenghts – opportunities* (S-O) bahwa Desa Cigugurgirang dapat dinyatakan sebagai desa yang berpotensi sebagai desa wisata melalui pemberdayaan sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan yang bekerjasama dengan para akademisi atau pemerintah daerah. Yang efektif berdasarkan analisis adalah jenis pelatihan, metode pelatihan, materi yang disajikan, kualifikasi peserta pelatihan serta waktu dan durasi pelatihan yang diberikan.

### **REREFENSI**

- Cascio, Wayne, F, (1991). *Applied Psychology in Personal Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Fandeli. (2002). *Perencanaan Kepariwisata Alam*, Fakultas Kehutanan, Univerisats Gajah Mada, Bulaksumur, Yogyakarta.
- Fitzsimmons, J. A., dan Fitzsimmons, M. J. (2006). *Service Management: Operations, Strategy, information Technology* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Haris.A. (2014). *Memahami Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Media*, Jupiter xiii(2), 50-62

I Gusti Bagus Rai Utama. (2020). Pengantar Industri Pariwisata, Yogyakarta : publish : 2016

J.Salusu, Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit, (Jakarta: Grasindo, 1996), 175

Kusmayadi. (2004). Metodologi Penelitian Pariwisata, Jakarta, Gramedia.

Kusudianto Hadinoto. (1996) : Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata, Jakarta: UI-Press.

Mangkunegara, Anwar Prabu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung, Remaja Rosdakarya.

M.Nasir. (2013). Metodologi Penelitian, Cetakan 8, Bogor Ghalia Indonesia.

Muhammad Rifai Katil, Sitti Suhada, Lanto Ningrayati Amali. (2019). Jurnal Sibermas : Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa.

Pitana I Gede, Diarta I Ketut Surya. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata: Yogyakarta, Andi offset

Pramudyo, Anung. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Dosen Negeri

Dipekerjakan pada Kopertis Wilayah V Yogyakarta. Jurnal. Vol 1 No. 1, JBTI: Yogyakarta.

Richardson, John I dan Fluker Martin, 2004, Understanding Managing Tourism Australia : Pearson Educational Australia, NSW Australia.

Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Suwena & Widyatmaja. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, Denpasar: Pustaka.

Widjajanti, K. (2011). Model Pemberdayaan Masyarakat, Jurnal Ekonomi Pembangunan 12(1):15-27

Yoeti.Oka A.(1991). Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung : Angkasa.

\_\_\_\_\_2002, Pemasaram Pariwsata, Bandung, Angkasa.

<https://dispmd.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/43-contoh-potensi-desa-yang-dapat-dikembangkan-di-era-digital>.

<https://www.inews.id/finance/bisnis/luncurkan-panduan-pengembangan-esakreatifmenparekraf-sandiaga-uno-simbol-pemulihan-ekonomi>