



## Penyusunan Paket Wisata, Produk Wisata, dan Pemasaran Wana Wisata Berbasis Alam serta Pemberdayaan Masyarakat di Kawasan Nagara Puntang, Kabupaten Bandung

Donni Junipriansa<sup>1✉</sup>, Fanni Husnul Hanifa<sup>2</sup>, Widya Sastika<sup>3</sup>, Ratna Gema Maulida<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40257

<sup>4</sup>Perhotelan, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40257

E-mail : [donnijunipriansa@telkomuniversity.ac.id](mailto:donnijunipriansa@telkomuniversity.ac.id)✉

### Info Artikel:

Diterima : 28 Juni 2023

Diperbaiki : 3 Juli 2023

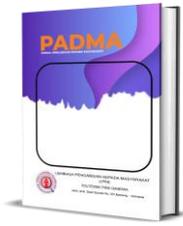
Disetujui : 6 Juli 2023

**Keywords:** *Tour Packages, Tourism Products, Marketing of Nature-Based Ecotourism*

**Kata Kunci :** Paket Wisata, Produk Wisata, Pemasaran Wana Wisata Berbasis Alam

**Abstract:** *Mount Puntang is located in the Cimaung Village Area, Bandung Regency. The potential of tourist attractions is natural and historical tourism from the Dutch heritage. The potential that is owned has not been able to be managed and utilized optimally. For this reason, it is essential to carry out community service activities by organizing activities and assistance related to the preparation of tour packages, preparation of tourism products, training in marketing nature-based ecotourism, as well as related to further empowerment, namely the preparation of tourism products, the manufacture of tour packages, and the evaluation of tour packages. I already made it. The activity was implemented on May 30, 2023, with 20 target community participants. As a result, the target community gives a positive appreciation and hopes for sustainability with a different theme.*

**Abstrak :** *Gunung Puntang berada du Kawasan Desa Cimaung Kabupaten Bandung. Potensi yang dimiliki oleh tempat wisata adalah wisata alam dan wisata sejarah peninggalan bangsa Belanda. Potensi yang dimiliki tersebut belum mampu dikelola dan dimanfaatkan dengan maksimal. Untuk itu, kegiatan ini pengabdian kepada masyarakat penting untuk dilakukan dengan menyelenggarakan kegiatan dan pendampingan terkait penyusunan paket wisata, penyusunan produk wisata, pelatihan pemasaran wana wisata berbasis alam, serta terkait pemberdayaan lanjutan yaitu penyusunan produk wisata, pembuatan paket wisata, serta evaluasi atas paket*

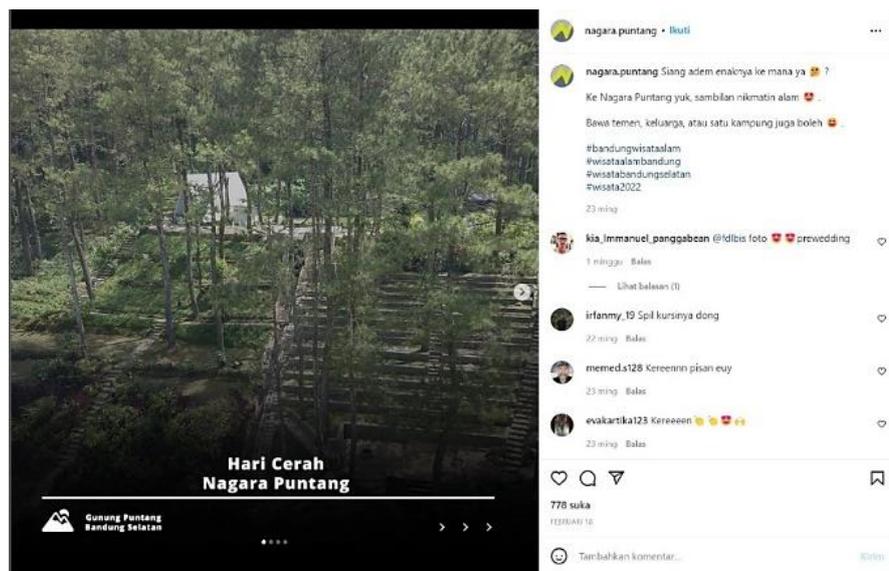


*wisata yang sudah dibuat. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada tanggal 30 Mei 2023 dengan peserta 20 orang masyarakat sasaran. Hasilnya masyarakat sasaran memberikan apresiasi positif dan berharap adanya keberlanjutan dengan tema yang berbeda.*

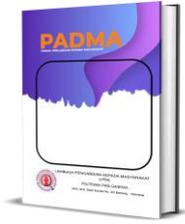
## Pendahuluan

Pariwisata menghadirkan peluang terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian. Beragam aktivitas pariwisata dikembangkan, terlebih lagi kegiatan wisata merupakan bagian dari kehidupan serta gaya hidup seiring dengan perkembangan dan perubahan masyarakat yang semakin aktif melakukan rekreasi. Salah satu Provinsi yang memiliki kekayaan sumberdaya wisata yang berlimpah adalah Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat merupakan daerah tujuan wisata yang sangat potensial, karena Jawa Barat memiliki beragam daya tarik. Jawa Barat yang terdiri memiliki dataran rendah, berbukit serta bergunung-gunung serta pantai. Salah satu destinasi potensial yang memiliki keindahan alam di Provinsi Jawa Barat adalah Gunung Puntang di Desa Cimaung yang berada di Kabupaten Bandung. Objek wisata ini merupakan destinasi alam yang paling dekat jangkauannya dari ibukota Kabupaten Bandung.



Gambar 1. NagaRa Puntang Kawasan Gunung Puntang  
Sumber: Instagram NagaRa Puntang (2023)



Gunung Puntang berada pada rangkaian pegunungan Malabar dengan luas Luasnya mencapai 54,84 ha. Gunung ini memiliki ketinggian 1.300 meter di atas permukaan laut, yang bersuhu sekitar 18-23° C sehingga terasa sangat dingin. Gunung ini memiliki stasiun radio peninggalan bangsa Belanda, yaitu radio Malabar yang dibangun oleh Dr. de Groot, selain itu terdapat goa peninggalan Belanda yang dapat ditelusuri dengan mudah.

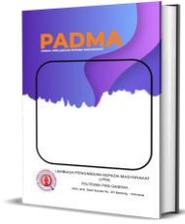
Potensi beragam Gunung Puntang perlu dioptimalkan, terutama wisata alam maupun wisata budaya, yang termasuk pada wisata minat khusus. Namun demikian, potensi itu belum dikembangkan dengan optimal, dan masyarakat belum memperoleh ide dan kompetensi yang memadai untuk mengembangkan potensinya, selain itu juga belum optimalnya dukungan pemerintah daerah melalui pendampingan maupun dukungan lainnya.

Tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (abdimas) adalah bagaimana meningkatkan jumlah kunjungan ke NagaRa Puntang yang merupakan bagian dari Kawasan Gunung Puntang melalui pemberian pelatihan dan pendampingan berupa penyusunan paket wisata, penyusunan produk wisata, pelatihan pemasaran wana wisata berbasis alam, serta terkait pemberdayaan lanjutan yaitu penyusunan produk wisata, pembuatan paket wisata, serta evaluasi atas paket wisata yang sudah dibuat.

Manfaat yang diperoleh adalah peningkatan kapasitas pengelolaan wana wisata berbasis alam melalui pelatihan dan pendampingan berupa penyusunan paket wisata, penyusunan produk wisata, pelatihan pemasaran wana wisata berbasis alam, serta terkait pemberdayaan lanjutan yaitu penyusunan produk wisata, pembuatan paket wisata, serta evaluasi atas paket wisata yang sudah dibuat, baik bagi pengelola kawasan maupun bagi masyarakat sekitar.

Kegiatan abdimas ini seiring dengan SDGs: "Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi", terutama kaitannya dengan "mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja produktif serta kerja layak untuk semua". Dengan demikian, kegiatan ini hadir dan berperan langsung dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi di Kawasan NagaRa Puntang yang berada di Gunung puntang Kabupaten Bandung.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memperoleh dukungan yang memadai dari pengelola dan masyarakat di wana wisata Gunung



Puntang dalam rangka melibatkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan pariwisata.

## Metode

Metode pelaksanaan abdimas diawali melalui pengumpulan data melalui pengelola kawasan Gunung Puntang. Tahap ini menghasilkan identifikasi masalah dan rancangan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan serta jumlah peserta yang akan terlibat. Setelah itu, rancangan kegiatan pengabdian masyarakat disusun menjadi tiga kegiatan pelatihan, yaitu pelatihan mengenai produk wisata, pemasaran wana wisata berbasis alam, serta pelatihan penyusunan produk pariwisata dan diakhiri dengan pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan penyusunan produk pariwisata. Setelah itu, diakhiri dengan evaluasi pelaksanaan kegiatan abdimas yang telah dilakukan.

## Hasil dan Pembahasan

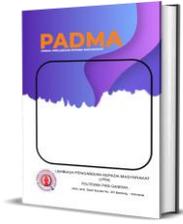
Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah sebagai berikut:



*Gambar 2. Kegiatan Diskusi Pengumpulan Data*

### 1. Pengumpulan Data

Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran kondisi nyata di lapangan. Hasil dari tahap ini adalah:



- a. Kebutuhan pengelola kawasan gunung puntang
- b. Berbagai masalah yang dihadapi dalam pengelolaan kawasan gunung puntang
- c. Jumlah pengelola dan pegawai yang akan menjadi peserta pelatihan sebanyak 20 orang.

## 2. Pelatihan

Pelatihan dibagi menjadi 3 tema seperti diuraikan sebagai berikut:

### a. Paket Wisata

Paket wisata adalah rencana kegiatan yang mencakup transportasi, akomodasi, serta fasilitas perjalanan wisata yang tertera dalam perjanjian paket wisata yang disediakan oleh *stakeholders* di kawasan NagaRa Puntang.



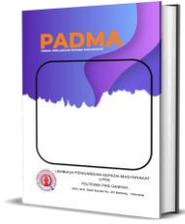
Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

### b. Produk Wisata

Produk wisata terdiri dari jasa berupa pengalaman serta produk fisik yang mendukungnya. Coleman (2016) menyatakan produk wisata meliputi:

#### 1) Fasilitas Pendukung

Fasilitas pendukung terdiri dari objek wisata, daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, fasilitas serta prasarana umum yang ada dan disediakan di kawasan NagaRa Puntang.



2) Pelayanan Pendukung

Pelayanan yang dilakukan oleh pengelola maupun masyarakat dalam mewujudkan wana wisata berbasis alam di kawasan NagaRa Puntang perlu dilakukan dengan mengutamakan sopan santun, penguasaan teritori wilayah gunung puntang yang memadai, serta keterampilan dalam memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

3) Keterlibatan Wisatawan

Partisipasi wisatawan terdiri dari yang bersifat tidak berwujud dan yang bersifat psikologis, seperti motif atau niat, kesabaran, kenikmatan, kenyamanan saat berada di kawasan NagaRa Puntang.

4) Perlengkapan Wisatawan

Partisipasi wisatawan bersifat tangible terkait dengan perlengkapan wisatawan untuk aktivitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan di kawasan NagaRa Puntang, seperti kamera, gadget, dan layanan lainnya.

5) Layanan Eksplisit

Merupakan interaksi antara wisatawan beserta partisipasinya terkait fasilitas di kawasan NagaRa Puntang akan menghasilkan sensasi langsung pada saat wisatawan menggunakannya. Ini terjadi saat interaksi di momen wisatawan makan, minum, menikmati kemah, dan lain sebagainya.

6) Layanan Implisit

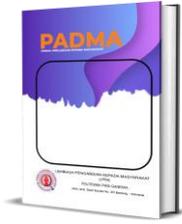
Merupakan paduan pelayanan eksplisit, yang akan memberikan dampak psikologis bagi wisatawan.

c. Pemasaran Wana Wisata Berbasis Alam

Tujuan dasar strategi pariwisata adalah mengkombinasikan kemampuan penyedia wisata dan peluang pasar yang muncul dari wisatawan. Beberapa langkah menentukan strategi pemasaran wana wisata berbasis alam adalah:

1) Mengidentifikasi Pasar

Merupakan pasar potensial yang terdiri dari karakteristik demografis dan berbagai karakteristik lainnya.



2) Mengidentifikasi Kebutuhan Wisatawan

Setelah segmentasi, maka pelaku wisata perlu mengidentifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

3) Menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Berbagai faktor yang mempengaruhi pasar perlu dianalisis, misalnya terkait harga dan berbagai faktor lain.

4) Mempersiapkan Produk Sesuai Segmen Wisatawan

Wisatawan terdiri dari berbagai macam segmen, untuk itu perlu ditetapkan strategi pemasaran untuk pelanggan perantara, misalnya agen perjalanan, operator perjalanan, dan lain sebagainya, serta bagi konsumen akhir yaitu wisatawan.

5) Menyesuaikan Berbagai Unsur Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian

Merupakan tahap menyesuaikan berbagai strategi pemasaran dengan keputusan pembelian. Harga, kenyamanan, dan kualitas pelayanan akan berkontribusi dalam penetapan harga.

6) Kebijakan Penetapan Harga

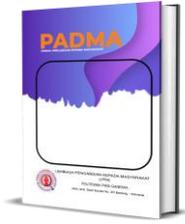
Yaitu menetapkan kebijakan harga dan berbagai faktor yang terkait dengan kebijakan harga tersebut.

d. Pemberdayaan Masyarakat

Pada tahap ini dilakukan *workshop* pemberdayaan masyarakat berupa penyusunan komponen wisata.



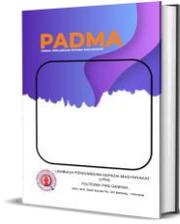
Gambar 4. Pemberdayaan Masyarakat



- 1) Sarana Transportasi  
Terkait mobilisasi wisatawan yang berkunjung ke kawasan NagaRa Puntang, transportasi juga dipakai sebagai atraksi wisata di kawasan NagaRa Puntang yang menarik.
- 2) Sarana Akomodasi  
Dibutuhkan jika aktivitas wisata dilakukan lebih dari 1 hari, sehingga dibutuhkan akomodasi seperti penginapan atau *home stay*.
- 3) Sarana makanan dan minuman.  
Wisata makanan dan minuman perlu dihadirkan dengan beragam dan menarik serta menggugah wisatawan.
- 4) Obyek dan Atraksi Wisata  
Disajikan dalam wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, serta wisata hiburan, karena kawasan NagaRa Puntang sangat memadai.
- 5) Sarana Hiburan  
Hiburan mampu mendatangkan wisatawan berjumlah massal perlu dilakukan agar menarik calon wisatawan untuk berkunjung.
- 6) Pedagang Cenderamata  
Pedagang cenderamata perlu hadir agar wisatawan memiliki pengalaman dan kenang-kenangan yang mudah memberikan ingatan positif saat berada di kawasan NagaRa Puntang.
- 7) Pramuwisata  
Pramuwisata adalah petugas yang bertindak sebagai ikon kawasan NagaRa Puntang yang akan memberikan dukungan dan banyak informasi bagi wisatawan.

Setelah tahapan tersebut dilaksanakan, maka muncul masukan agar dilakukan pemberdayaan masyarakat lanjutan. Secara umum, hasil evaluasi pelaksanaan abdimas disajikan di Tabel 1.

Hasil tabel menginformasikan pendapat masyarakat sasaran, bahwa masyarakat sasaran menyatakan 55% sangat setuju, 44% setuju, dan 1% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian, jika diakumulasikan pada kategori setuju dan sangat setuju, maka dapat disimpulkan masyarakat merasa kegiatan pengabdian masyarakat ini berkontribusi optimal.



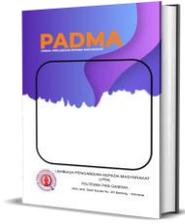
Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Abdimas

No	Penilaian Terhadap Kegiatan	Jumlah Masing-masing faktor yang dipertimbangkan			
		Sangat Tdk Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1.	Kegiatan ini sudah sesuai dengan tujuan itu sendiri	0	0	10	10
2.	Kegiatan ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran	0	0	8	12
3.	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan	0	0	10	10
4.	Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan	0	0	7	13
5.	Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan kegiatan Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang	0	1	9	10
Jumlah		0	1	44	55
% (Jumlah masing-masing : Total)		0	1%	44%	55%
Jumlah % Setuju + Sangat Setuju		99%			

Sumber: Hasil Penyebaran Angket (2023)



Gambar 5. Pemberdayaan Masyarakat



## **Kesimpulan**

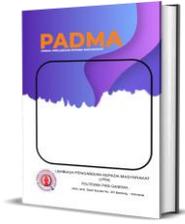
Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 30 Mei 2023, yang dilakukan di Kawasan Nagara Puntang dan dihadiri oleh 20 peserta. Secara umum, kegiatan berlangsung sesuai perencanaan dan masyarakat sasaran memberikan apresiasi positif pada kepada tim dan materi yang disajikan, yang telah memberikan tambahan pengetahuan dan kemampuan teknis dalam peningkatan program paket wisata, produk wisata, serta pemasaran wana wisata berbasis alam. Antusiasme masyarakat sasaran nampak dari harapan yang disampaikan oleh peserta yaitu adanya kegiatan masyarakat lanjutan dengan tema yang berbeda.

## **Ucapan Terima Kasih**

Kami haturkan terima kasih yang mendalam bagi pimpinan Direktorat PPM Universitas Telkom serta reviewer yang memberikan dukungan bagi pelaksanaan kegiatan masyarakat ini. Juga kepada pengelola kawasan nagara puntang dan masyarakat sasaran yang berkenaan untuk terlibat.

## **Referensi**

- Kristiana, Y., P. Sinulingga, dan R. Lestari. (2018). *Kunci Sukses Pemandu Wisata*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Damanik, Janianton. (2013). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Manafe, Janri D. dkk. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 4, No.1 Juni.
- Yoeti, Oka A. (2019). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Amerta, I. M. S. (2019). *Pengembangan Pariwisata Alternatif*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hiryanto, L. Wibawa dan E. Tohani. (2017). Dampak Ekonomi dan Social Wisata Alam Berbasis Masyarakat dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus pada Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Ilmu Penelitian Pendidikan*. (10) 2 : 149 -160.



**JURNAL PADMA**  
**Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**  
**Politeknik Piksi Ganesha**  
**Vol. 03 No. 02 (2023)**

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



Fadlil, M. A., W. Sumekar dan D. Mardiningsih. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Bunga Krisan (*Chrysanthemum Morifolium R.*) di Taman Bunga Celosia, Desa Candi Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 4 (1) : 39-50

Ariodhita, G. dan E. Djuwendah. (2016). Analisis Kepuasan Pengunjung Berkunjung ke Agrowisata dengan Konsep Edufarming di PT Jendela Alam Parongpong Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Agricore* 1 (1) : 42-48.

### **Website**

Kompas.com. (2022). *Wana Wisata Gunung Puntang Bandung, Harga Tiket, Fasilitas, hingga Daya Tarik.* Dapat diakses di <https://bandung.kompas.com/read/2022/12/29/070646378/wana-wisata-gunung-puntang-bandung-harga-tiket-fasilitas-hingga-daya-tarik?page=all> (Diakses 21 Januari 2023)