



PENDAMPINGAN PERENCANAAN USAHA WISATA GEOPARK GUNUNG KAPUR

Mokhammad Syaefudin Andrianto*,
Rindang Matoati, Wita Juwita Ermawati

Departemen Manajemen, FEM, IPB
University

Abstrak

Perencanaan usaha penting agar investasi yang akan dilakukan dapat diukur keberhasilannya. BUM Desa perlu mengidentifikasi potensi produk ataupun jasa dan melakukan perencanaan usaha sehingga dapat dipahami oleh stakeholder terkait. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu BUM Desa Cibadak, Ciampea melakukan perencanaan usaha dengan menggunakan pendekatan BMC (Business Model Canvas). Produk jasa yang dipilih hasil identifikasi awal BUM Desa adalah wisata geopark Gunung Kapur. Metode pendampingan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, workshop yang meliputi brainstorming partisipatif dan diskusi pendalaman. Tahapan kegiatan meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil kegiatan pada perencanaan meliputi koordinasi dan survei lokasi. Pada pelaksanaan menghasilkan BMC perencanaan usaha wisata geopark Gunung Kapur t Desa Cibadak. Terdapat 9 blok kunci yang dapat diterapkan. Hasil evaluasi, peserta khususnya BUM Desa dan pengelola wisata mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam melalui presentasi, diskusi, kritik dan masukan dari pakar. Perlu tindakan lebih lanjut seperti pemasaran obyek wisata dan promosi yang terukur. Implikasi dari kegiatan ini adalah perlu perubahan mindset dan penguatan SDM pengelola BUM Desa. Diharapkan hasil model bisnis ini menjadi bahan diskusi pengelola BUM Desa dan pengelola wisata dalam mencari calon investor.

Kata kunci: Brainstorming; BMC; BUM Desa; Wisata Geopark

Abstract

Business planning is important so that the investment to be made can be measured for its success. BUM Desa needs to identify potential products or services and conduct business planning so that it can be understood by related stakeholders. This community service activity purpose to help BUM Desa Cibadak Ciampea conduct business planning using the BMC (Business Model Canvas) approach. The service product selected from the initial identification of BUM Desa is Gunung Kapur Geopark tourism. The mentoring method used in this activity is lectures, workshops that include participatory brainstorming and in-depth discussions. The stages of activity include planning, implementation and evaluation. The results of activities in planning include coordination and location surveys. In the implementation, it produces BMC for planning a business for Gunung Kapur Cibadak Village Geopark tourism. There are 9 key blocks that can be applied. The results of the evaluation, participants, especially BUM Desa and tourism managers, gain a more understanding by presenting, discussion, critique and feedback from expert. Further actions are needed such as the marketing of tourist attractions and measurable promotions. The implication of this activity is that there needs to be a change in mindset and strengthening of human resources for managing BUM Desa. It is hoped that the results of this business model will be a discussion material for BUM Desa managers and tourism managers in finding potential investors.

Keywords: Brainstorming; BMC; BUM Desa; Geopark tourism

*Corresponding author
Mokhammad Syaefudin Andrianto
Email: syaefudin1@apps.ipb.ac.id

© 2025 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) sesuai namanya diharapkan menjalankan usaha produktif yang dapat membantu perekonomian desa. BUM Desa sesuai dengan PP no 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa pasal 1, "adalah badan hukum yang didirikan oleh desa dan/atau bersama desa-desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas,

menyediakan jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa".

Sesuai dengan pasal 10 PP no 11 tahun 2021 usaha BUM Desa juga mempertimbangkan kelayakan usaha dan model bisnis, sesuai dengan kebutuhan masyarakat ataupun pemecahan masalah bersama. Terdapat beberapa indikator agar

BUMDes dapat sukses. Misalkan menurut Fitrianto (2016) terdapat 3 faktor pendorong BUMDes sukses yaitu perbaikan konsep BUM Desa, konsistensi sosialisasi pelaku dan kesiapan internal desa. Disisi lain, BUM Desa juga memerlukan pengetahuan dan pengalaman dalam pemetaan potensi Produk Unggulan Kawasan Perdesaan (prukades) (Yudanto et al., 2019; Yulianto et al., 2021), dilanjutkan dengan perencanaan dan kelayakan usaha (Maulana et al, 2023).

Partisipasi masyarakat penting dalam penentuan prioritas unggulan BUM Desa sehingga masyarakat sadar dan mau terlibat dalam transaksi ekonomi BUM Desa (Thalib et al., 2020). Pengelolaan BUMDes yang baik dapat mendorong produk desa ke pasar nasional bahkan internasional sehingga BUM Desa memiliki peran strategis dalam memperkuat perekonomian nasional (Chikmawati, 2019).

Peran strategis BUMDes dan kebutuhan desa menjadi bahan utama Tim Dosen dari IPB dan Kepala Desa Cibadak Kecamatan Ciampea, Bogor menjalin kerjasama pendampingan untuk menggerakkan BUM Desa. Upaya revitalisasi BUMDes dan diidentifikasi awal menghasilkan 3 prioritas yaitu usaha Wisata Gunung Kapur, Penyaluran air bersih dan potensi usaha AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) (Andrianto et al., 2023). Artikel ini fokus pada proses pendampingan penggalian ide perencanaan bisnis Wisata geopark Gunung Kapur yang masuk wilayah Desa Cibadak Ciampea

Salah satu model perencanaan bisnis yang populer adalah BMC (Business Model Canvas) (Osterwalder & Pigneur, 2010). BMC terdiri dari 9 Blok dan memiliki keunggulan menggambarkan suatu bisnis secara ringkas dalam 1 halaman. Keunggulan lain BMC :

1. Big Picture. Menangkap gambar besar atau keseluruhan ide bisnis
2. Fokus. Orientasi BMC adalah konsumen dan pasar, maka perlu kreativitas dan inovasi produk yang sesuai kebutuhan konsumen. Fokus satu atau beberapa produk/komoditas sesuai target pasar dan menajamkan model bisnisnya.
3. Fleksibel untuk dimodifikasi. BMC Seperti orang membuat sketsa, dapat diubah, diperbaiki, dimodifikasi agar menghasilkan gambar yang indah.
4. Transparan. BMC memberikan kemudahan untuk mengkomunikasikan gagasan atau ide bisnis tersebut kepada tim atau investor. Bahkan kita dapat meminta saran dan pendapat dari orang-orang yang lebih berpengalaman di bidang bisnis.

Di banding perencanaan bisnis yang lain misalkan studi kelayakan bisnis, walaupun umumnya hanya 5 aspek yaitu aspek pemasaran, aspek teknis-teknologis, aspek SDM dan organisasi, aspek keuangan dan aspek hukum dan lingkungan, BMC

lebih ringkas. Studi kelayakan bisnis dikerjakan oleh pakar sedangkan BMC memungkinkan dikerjakan bersama dengan pendekatan partisipatoris.

BMC cukup fleksibel dapat digunakan untuk berbagai hal seperti perencanaan bisnis di desa (Veriasa, 2018), Pelatihan Manajer SMK (Andrianto MS, 2021) dan pengembangan bisnis sekolah peternakan (Wiska et al., 2016) serta pendampingan perencanaan bisnis produk lokal

Tujuan dari kegiatan PKM adalah membantu mengembangkan usaha wisata geopark Gunung Kapur dengan perencanaan bisnis menggunakan BMC. Program dosen mengabdikan ini selain diharapkan dapat membantu BUM Desa, juga dapat mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDG's), yaitu SDG's No 17 terkait kemitraan agar BUMDes yang terdampak pandemi dapat direvitalisasi sehingga dapat aktif kembali dan menjalankan fungsinya yaitu dapat menciptakan pekerjaan yang layak dan menggerakkan ekonomi daerah di mana hal ini sesuai dengan SDG's No 8. Adanya pertumbuhan ekonomi ini diharapkan pada akhirnya dapat dicapai SDG's No 3 yaitu kehidupan yang sehat dan sejahtera.

METODE

Pelaksanaan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini berlokasi di BUM Desa Cibadak Kecamatan Ciampea Bogor. Waktu pendampingan berjalan antara Agustus-Oktober 2022. Metode dalam kegiatan ini dilakukan melalui 3 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi hasil.

Secara umum tahapan kegiatan PKM adalah (1) Penjajagan ke Kepala Desa dan survei potensi Desa (2). Penyusunan proposal PKM dan persetujuan dari Kepala Desa, (3.) Koordinasi dan persiapan Workshop (4) Workshop 1 (identifikasi permasalahan dan revitalisasi BUM Desa) (5). Workshop 2 (Penyusunan Bisnis Model Canvas), (6) Survey lokasi wisata dan (7). Pembuatan output berita media online dan koordinasi persiapan publikasi.

Kegiatan PKM ini juga dapat diringkas ke dalam tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap perencanaan dilakukan koordinasi dengan Kades & Inisiasi kegiatan dengan hasil disepakati beberapa kegiatan yang melibatkan BUM Desa & Stakeholder terkait. Survei ke Gunung Kapur dilakukan untuk mengecek salah satu potensi usaha BUM Desa. Gunung atau bukit ini dapat dimasuki dari beberapa track yaitu Desa Cibadak, Desa Bojong Rangkas dan Desa Benteng. Fokus kegiatan pada track Desa Cibadak.

Pada tahap Pelaksanaan workshop Fasilitasi Penyusunan BMC mengundang pengurus pengawas

BUM Desa, dan stakeholder terkait usaha. Acara ini dihadiri oleh 25 orang. Bahan dan alat yang digunakan antara lain Laptop, LCD proyektor, template BMC, Spidol, sticky note, kertas plano, soundsystem.

Metode pendampingan meliputi ceramah dan workshop. Di Dalam workshop dilakukan pembagian kelompok, pendampingan fasilitator dan penyiapan bahan brainstorming dan template BMC (Template BMC dapat didownload di beberapa situs misalkan di <https://www.template.net/business/word-templates/business-model-canvas-template/>). kemudian presentasi kelompok. Fasilitator tim dosen menjelaskan BMC dan contoh-contohnya selama 1 jam. Kemudian dilanjutkan dengan workshop dibantu oleh tim fasilitator dengan pertanyaan-pertanyaan kunci. Kemudian peserta menuliskan pada *sticky note* dan kertas plano yang disediakan panitia. Pada tahap akhir pimpinan BUMDes mempresentasikan hasil workshop kelompok. Pada sesi diskusi dilakukan pendalaman oleh stakeholder sehingga perencanaan lebih matang. Perencanaan usaha ini membutuhkan sumberdaya yang tidak sedikit sehingga perlu langkah-langkah strategis berikutnya.

Tahap Evaluasi dan Monitoring meliputi dokumentasi dan pemberitaan media online serta penyusunan laporan akhir dan diseminasi kegiatan.

PEMBAHASAN

Overview Desa Cibadak, BUM Desa Cibadak dan Obyek wisata Geopark Gunung Kapur

Desa Cibadak terletak di Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Desa Cibadak dibentuk sejak tahun 1984 yang berbatasan dengan Desa Bojong Rangkas, Desa Cicadas dan Desa Giri Mulya. Saat ini diperkirakan total penduduk Desa Cibadak sekitar 11.600 jiwa dengan persentase laki-laki 52 persen dan perempuan 48 persen. Mata pencaharian warga Desa Cibadak bervariasi, mulai dari wiraswasta, pedagang, karyawan, buruh, supir, ojeg, dan sebagian kecil petani.

BUM Desa Cibadak. Berdiri Tahun 2017, awalnya dipimpin oleh Bu Kades sendiri. Usaha awal adalah simpan pinjam. Awalnya usaha simpan pinjam berjalan lancar. Namun sejak pandemi covid tahun 2019-2021, usaha peminjam mengalami kendala sehingga sempat macet dan tidak terjadi pembayaran pinjaman. Baru mulai 2022 dilakukan pembayaran kembali cicilan dari peminjam. Usaha kedua adalah bengkel tahun 2020. Namun hingga saat ini usaha bengkel tersebut belum berjalan seperti yang diharapkan. Para pemuda yang dibina untuk menjalankan usaha bengkel beberapa mengundurkan diri. Usaha lain, pada awal Tahun

2022 dilakukan penjajakan untuk usaha air minum. Saat ini prosesnya sampai pada assessment dari PUPR.

Geopark Gunung Kapur di Kecamatan Ciampea ini memiliki 3 puncak yaitu puncak lalana, puncak bukit roti dan puncak galau. Gunung Kapur ini dapat dimasuki dari beberapa pintu masuk. Gunung lalana dapat dimasuki dari pintu masuk Desa Cibadak. Pintu masuk ini sudah dibuka dari 1 Oktober 2015. Kemudian karena Covid-19 sempat tidak aktif. Gunung Kapur ini dapat dikembangkan sebagai bagian dari Geopark Pongkor yang memiliki fungsi konservasi alam, edukasi dan menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar. Puncak lalana memiliki ketinggian 385 DPL (Diatas Permukaan Laut). Tidak terlalu tinggi untuk ukuran gunung tetapi memiliki nilai strategis antara lain dekat dengan pusat kota dan mudah didaki untuk pemula.

Potensi dan BMC Geopark Gunung Kapur

Pada tahap perencanaan atau penjajagan dilakukan survey ke gunung kapur lebih dikenal dengan istilah GKC (Gunung Kapur Cibadak) melalui pintu Desa Cibadak. Pada pintu masuk ini dapat dilihat jalan sebagian sudah plester dan jalan yang masih alami dengan tingkat kecuraman yang cukup tajam. Terdapat simbol pisau komando di atas gunung (Gambar 1) . Kemudian berjalan lebih jauh dapat ditemui goa kapur (Gambar 2).



Gambar 1. Tugu Sangkur Komando



Gambar 2. Goa Kapur

Tahap berikutnya adalah melakukan workshop. Kegiatan dimulai dengan penjelasan singkat terkait BMC (Gambar 3). Kemudian dilakukan identifikasi dengan metode brainstorming partisipatif. Peserta diberikan kesempatan menuliskan pada sticky note kemudian ditempelkan pada kertas plano. Setelah semua ide ditempelkan pada kertas plano, kemudian dilakukan review Bersama. Tidak ada benar-salah tetapi yang sama akan dikelompokkan dalam kategori yang sama (Gambar 4). Kemudian tahap akhir dilakukan presentasi dan diskusi pendalaman (Gambar 5).



Gambar 3. Penjelasan BMC oleh tim dosen IPB



Gambar 4 Proses Brainstorming



Gambar 5. Presentasi Ide oleh Pengelola Wisata

Hasil brainstorming dan penyusunan BMC mengacu pada buku Business Model Generation (Osterwalder & Pigneur, 2010) secara partisipatif menghasilkan perencanaan bisnis sebagai berikut :

1. Customer Segments (CS)

Customer segment adalah kelompok orang atau organisasi yang jadi sasaran yang ingin dilayani atau dijangkau. Segmentasi untuk pasar konsumen bisa dikelompokkan ke dalam kategori geografis, demografis, psikografis dan behavior (perilaku) sedangkan untuk pasar bisnis dapat ditambahkan segment status pengguna, loyalitas, karakteristik operasi, pendekatan pembelian, faktor situasional dan karakteristik personal (Armstrong et al., 2017).

Peserta mengidentifikasi CS nya adalah pecinta alam sekitar, study tour, mahasiswa yang sedang melakukan penelitian, komunitas hiking dan fotografer. Lokasi strategis dekat kota Bogor. Puncak gunung tidak terlalu tinggi bisa disebut bukit, apabila naik dan turun Lokasi tidak lebih dari 4 jam tetapi Tingkat kemiringan cukup tajam di beberapa lokasi dari akses Cibadak.

2. Value Propositions (VP)

VP adalah kesatuan (bundling) produk dan jasa yang diciptakan untuk konsumen spesifik diharapkan menjawab masalah atau memuaskan kebutuhan konsumen. VP yang diidentifikasi oleh peserta adalah adanya camping ground dengan pemandangan indah, 2 pilihan trekking yang ekstrim dan ramah, satwa liar (monyet), goa kapur dan tugu sangkur komando. Memiliki tiket berasuransi, guide local dan tempat parkir kaki gunung yang luas dan aman

3. Customer Relationships (CR)

Customer Relationships menggambarkan tipe-tipe hubungan yang ingin diciptakan dengan segmen konsumen. Peserta mengidentifikasi hubungan yang dibangun melalui penyediaan pengetahuan lingkungan wisata, penyediaan souvenir, sarana yang nyaman termasuk berfoto

4. Distribution Channels (DC)

DC adalah bagaimana cara perusahaan berkomunikasi dengan dan mencapai target konsumen sesuai dengan value proposition. Peserta mengidentifikasi untuk mencapai konsumen maka akan disediakan brosur, papan penunjuk jalan, serta media online seperti media sosial, youtube dan website pemerintah desa.

5. Revenue Streams (RS)

Revenue Streams adalah representasi uang yang dapat ditarik dari konsumen. Peserta mengidentifikasi potensi pendapatan dari penjualan ticketing, souvenir, parkir, jasa guide, sewa peralatan camping, penjualan makanan-minuman sekitar.

6. Key Partnerships (KP)

- Maulana, D., Raharjo, T. dan Marianto, M. (2023). Mengelola Potensi Desa Sebagai Modal Bisnis Badan Usaha Milik Gampong Bakau Hulu. *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 5(2), 71–77. <https://doi.org/10.31092/kuat.v5i2.2166>
- Osterwalder, A., dan Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sukmono C.J. 7 (2020). *Sesat Pikir dalam Pengelolaan BUM Desa*. PT Narasi Desa Nusantara
- Thalib, S., Hermawati, A., dan Ichwani, T. (2020). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Antajaya, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Bogor melalui Penguatan BumDes. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 1(2), 95–104. <https://doi.org/10.35814/suluh.v1i2.1153>
- Veriasa, T. O. (2018). *Perencanaan Bisnis Berbasis Potensi Desa: Sebuah Panduan Untuk Pemodelan Bisnis dan Penilaian Kelayakan Finansial*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22338.02240>
- Wirawan, A., dan Raharjo, T. 2019. Pengelolaan Embung Desa Menuju Desa Wisata Melalui Bumk Tanjung Anom. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 167–174. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v2i2.2304>
- Wiska, F., Syarief, R., & Baga, L. M. (2016). Developing " Sekolah Peternakan Rakyat " Program Using the Business Model Canvas Approach (Case Study: Bojonegoro Regency). *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 69–81.
- Yudanto, A. A., Raharjo, T., dan Ubed, R. S. (2019). Pendampingan Pengembangan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan Pada Usaha Berbasis Komunitas Desa Cibogo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 161–166. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v2i2.2297>
- Yulianto, Y., Meilinda, S. D., Fahmi, T., Hidayati, D. A., dan Inayah, A. (2021), Pemetaan Potensi Desa-Prukades dan Pendampingan Peningkatan Kapasitas BUMDES di Pekon Sukabanjar, Lumbok Seminung, Lampung Barat. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24198/sawala.v2i1.28476>