

# PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK UMKM DI DESA WISATA GUNUNGSARI, KECAMATAN PAMIJAHAN, KABUPATEN BOGOR

Ridwan Effendi<sup>1</sup>, Revi Agustin  
Aisyianita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>)Program Studi Usaha Perjalanan  
Pariwisata, Universitas Negeri  
Jakarta

Email : [reviagustin@unj.ac.id](mailto:reviagustin@unj.ac.id)

## Abstrak

Desa Wisata Gunungsari, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menggambarkan partisipasi masyarakat dalam meningkatkan kualitas produk UMKM sebagai upaya penguatan ekonomi lokal serta melakukan pendampingan dalam peningkatan kualitas produk UMKM. Metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Hasil dari kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam pelatihan, produksi, dan pemasaran produk UMKM mampu meningkatkan kualitas dan nilai jual produk. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sarana produksi dan rendahnya kapasitas promosi digital. Namun, dengan dukungan kelembagaan serta pelibatan masyarakat secara menyeluruh, UMKM di Desa Gunungsari berpotensi menjadi pilar ekonomi yang mendukung keberlanjutan desa wisata. Melalui kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa partisipasi masyarakat merupakan faktor kunci dalam pengembangan produk UMKM yang berdaya saing.

Kata Kunci: partisipasi masyarakat, UMKM, desa wisata, kualitas produk, pengembangan ekonomi lokal.

## Abstract

Gunungsari Tourism Village in Pamijahan District, Bogor Regency, holds significant potential in the tourism sector and creative economy development through Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to describe community participation in improving the quality of MSME products as a strategy to strengthen the local economy. The research employed a descriptive qualitative method with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings reveal that active community involvement in training, production, and marketing contributes to enhancing product quality and market value. Challenges faced include limited production facilities and low digital promotion capacity. Nevertheless, with institutional support and inclusive community engagement, MSMEs in Gunungsari Village have the potential to become a vital pillar of the sustainable tourism village economy. This study affirms that community participation is a key factor in the development of competitive MSME products.

Keywords: community participation, MSMEs, tourism village, product quality, local economic development

© 2025 Some rights reserved

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor bisnis unggulan yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian. Menurut Sucofindo (2024) sektor bisnis pariwisata umumnya memiliki entitas usaha seperti restoran, penginapan, pelayanan perjalanan, transportasi, dan pengembangan daerah tujuan wisata. Desa wisata adalah salah satu contoh penerapan dari pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah.

Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi (2021) menyatakan desa wisata merupakan kawasan yang menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung, memperlihatkan pesona khusus pedesaan dengan

keindahan tradisi dan kehidupan masyarakatnya. Para wisatawan berkesempatan untuk menikmati dan merasakan langsung kekayaan budaya serta potensi alam yang dimiliki oleh desa tersebut, memberikan pengalaman autentik yang berbeda dari wisata konvensional. Hal ini didukung dengan pendapat Sandiaga Uno (2021) desa wisata atau rural tourism menjadi tren pariwisata karena memberikan pengunjung pengalaman liburan yang unik dan baru. Maka dari itu, usaha maksimal dari pemerintah dan masyarakat sangat dibutuhkan dalam mengelola dan mengembangkan pariwisata agar berkelanjutan. Desa Gunungsari merupakan desa wisata yang berlokasi di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Jadesta Jawa Barat menyebutkan bahwa Desa Wisata Gunungsari masih dalam kategori berkembang. Hal ini sangat disayangkan mengingat potensi di daerah wisata Desa Gunungsari yang menyuguhkan Agrowisata, Wisata Alam, Wisata Adventure, dan Wisata Edukasi. Jika hal ini bisa terwujud maka bisa memberikan pengalaman baru yang beragam bagi para wisatawan. Desa Gunungsari ini memiliki UMKM yang dinamakan Saung Kreatif dan di saung mereka membuat yang namanya stik sayur, namun UMKM ini belum berjalan sepenuhnya dikarenakan belum banyak promonya dan mereka juga belum berani mencoba untuk membuka toko sendiri, jadi mereka masih menggunakan sistem PO.

Dalam mengembangkan Desa Wisata Gunungsari tidak bisa diabaikan pentingnya UMKM dalam mengembangkan perekonomian masyarakat setempat. Kurangnya sumber daya manusia dalam melakukan pengembangan UMKM, dan masih menggunakan metode manual dikarenakan tidak tersedianya alat yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menyusun permasalahan terkait dengan tepat agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Secara umum, partisipasi masyarakat dapat diartikan sebagai keterlibatan aktif warga dalam proses pembangunan, baik dalam tahap perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi. Kurniawan et al. (2019) menjelaskan bahwa keterlibatan ini penting untuk menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap program yang dijalankan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keberhasilan program tersebut.

Di sisi lain, kualitas produk UMKM menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Kualitas ini meliputi desain, kemasan, daya tahan, dan relevansinya terhadap kebutuhan pasar. Upaya untuk meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan teknis, inovasi produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Salim et al. (2023) menekankan pentingnya kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan akademisi dalam meningkatkan kompetensi pelaku usaha, khususnya melalui pelatihan digital marketing agar produk UMKM dapat lebih dikenal secara luas.

Penelitian terdahulu turut memperkuat pentingnya peran masyarakat dalam pengembangan produk lokal. Misalnya, Swandiny et al. (2022) mengungkapkan bahwa masyarakat Desa Gunungsari mampu meningkatkan nilai ekonomi melalui pemanfaatan tanaman obat menjadi produk jamu yang berkualitas. Handayani et al. (2022) menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan produk olahan dan strategi pemasaran digital sangat efektif dalam membangkitkan potensi ekonomi kreatif masyarakat desa. Sedangkan Faroh et al. (2023) menyoroti kontribusi perangkat desa dalam mendukung pelaku UMKM agar mampu bersaing di tingkat nasional melalui pelatihan yang tepat.

Dari teori dan studi sebelumnya, dapat disusun kerangka konsep penelitian yang menggambarkan hubungan

antara partisipasi masyarakat dan peningkatan kualitas produk UMKM, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap pengembangan desa wisata. Partisipasi masyarakat yang aktif dalam berbagai tahapan program dapat mendorong perbaikan kualitas produk UMKM baik dari sisi tampilan maupun strategi pemasaran. Peningkatan ini, pada gilirannya, berperan penting dalam meningkatkan daya tarik desa sebagai destinasi wisata yang memiliki nilai ekonomi berkelanjutan.

## METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan metode partisipatif, bertahap dan kontekstual. Melalui metode ini, penulis berusaha menangkap dan menjelaskan berbagai kondisi sosial yang terjadi di lapangan. Tujuannya adalah mengungkap gambaran nyata tentang fenomena yang diteliti, mengidentifikasi karakteristik khususnya, dan menyajikan potret yang akurat mengenai situasi tersebut. Dengan cara ini, pengabdian dapat menghadirkan pemahaman yang komprehensif tentang realitas sosial yang menjadi fokus kajian. Pengabdian ini sekaligus menjadi upaya pendampingan UMKM yang tidak hanya fokus pada pelatihan secara teknis namun juga pada pemberdayaan, penguatan kapasitas kelembagaan, serta keberlanjutan usaha.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara implementatif dilaksanakan melalui beberapa metode berikut ini:

1. Pelatihan dan Workshop (*Capacity Building*), bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Wisata Gunungsari.
2. Pendampingan (*Coaching/ Mentoring*), bertujuan untuk memberikan arahan langsung kepada pelaku UMKM – harapannya, kegiatan pendampingan dapat dilakukan dalam jangka panjang, termasuk dalam hal pendampingan pengambilan keputusan dan evaluasi kinerja usaha.
3. Pendekatan Partisipatif dan *Asset – Based Community Development* (ABCD), bertujuan untuk menggali potensi lokal dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat Desa Wisata Gunungsari. Dilakukan dengan melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam merumuskan permasalahan, solusi, dan pengembangan bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk UMKM di Desa Wisata Gunungsari menunjukkan dinamika yang cukup kompleks, antara semangat lokal yang tinggi dan tantangan struktural yang belum sepenuhnya teratasi. Desa Gunungsari memiliki beragam produk UMKM, yang utamanya bergerak di sektor kerajinan tangan dan olahan makanan. Produk kerajinan meliputi anyaman lokal seperti hihit, cetok, dan caping, yang menunjukkan kekayaan budaya dan keterampilan masyarakat. Selain itu, terdapat rencana pengembangan

kerajinan berbahan limbah kain perca, memanfaatkan potensi limbah dari kegiatan konveksi setempat. Dari sisi

makanan, produk unggulan meliputi stik sayur dan abon cabai, yang diproduksi secara rumahan dan dipasarkan melalui Saung Kreatif.



**Gambar 1.** Contoh Produk UMKM Stik Sayur



**Gambar 2.** Contoh Produk UMKM Abon Cabe

Proses produksi UMKM masih dilakukan secara manual dengan alat-alat sederhana, khususnya dalam produksi stik sayur. Minimnya peralatan modern menyebabkan efisiensi produksi belum maksimal. Produksi abon cabai pun masih bersifat tradisional, mengandalkan keterampilan ibu-ibu rumah tangga setempat. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan alat produksi dan keterampilan teknis dalam pengolahan produk berbahan dasar lokal. Dalam aspek pemasaran, UMKM Desa Gunungsari masih mengandalkan metode tradisional

berupa penjualan dari mulut ke mulut. Keinginan untuk beralih ke digital marketing melalui media sosial dan marketplace sudah ada, namun terhambat oleh rendahnya kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengelolaan platform digital. Selain itu, keterbatasan modal juga menyebabkan penjualan dilakukan melalui sistem pre-order (PO) tanpa membangun toko fisik.

Secara umum, antusiasme masyarakat terhadap kegiatan UMKM cukup tinggi, terutama di kalangan ibu-ibu rumah tangga yang melihat peluang usaha sampingan. Namun, partisipasi aktif masih terhambat oleh kekhawatiran terhadap keberhasilan pemasaran produk. Masyarakat cenderung lebih fokus pada potensi penjualan ketimbang pengembangan produk itu sendiri, yang berdampak pada tingkat kesinambungan produksi.

Keberadaan Desa Wisata Gunungsari sebelumnya berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan produk UMKM, melalui sistem penitipan di warung-warung wisata. Namun, penurunan jumlah pengunjung saat ini menyebabkan pemasaran produk melalui jalur wisata ikut menurun. Sementara itu, dukungan dari pemerintah desa dirasakan masih minim. Pemerintah desa cenderung pasif dan menunggu inisiatif pengajuan proposal dari masyarakat, padahal banyak warga belum memahami mekanisme administratif tersebut. Pelatihan untuk peningkatan kualitas produk lebih banyak diikuti oleh individu tertentu dan belum merata di kalangan masyarakat luas. Program-program desa lebih banyak diarahkan pada pembangunan infrastruktur daripada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Untuk jangka panjang, diharapkan adanya integrasi berbagai pihak pemerintah, akademisi, dan masyarakat guna mengembangkan potensi UMKM secara lebih berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk UMKM di Desa Wisata Gunungsari menunjukkan antusiasme lokal yang cukup tinggi, namun masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga, aktif dalam produksi kerajinan tangan dan olahan makanan lokal, seperti stik sayur dan abon cabai. Meski demikian, keterbatasan alat produksi, kurangnya keterampilan teknis, serta rendahnya kapasitas dalam pemanfaatan teknologi digital menjadi kendala utama dalam meningkatkan skala usaha dan daya saing produk.

Pemasaran produk yang masih bergantung pada metode konvensional dan minimnya dukungan pemerintah desa memperlambat perkembangan UMKM setempat. Upaya pelatihan peningkatan kualitas produk juga belum merata di kalangan masyarakat, sehingga inovasi dan keberlanjutan usaha belum optimal. Untuk memperkuat pengembangan UMKM di Desa Gunungsari, diperlukan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan lembaga akademik melalui program pelatihan, pendampingan teknis, serta penguatan kapasitas digital marketing secara

berkelanjutan. Dengan demikian, partisipasi masyarakat yang lebih terarah dan dukungan lintas sektor akan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara lebih berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Gunungsari, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor yang telah memberikan izin dan dukungan selama proses penelitian. Terima kasih juga kami tujukan kepada pengelola Desa wisata Gunungsari, Bumdes dan seluruh masyarakat desa yang telah bersedia menjadi responden dan berbagi informasi berharga terkait pengelolaan agrowisata di wilayahnya.

Selanjutnya, kami menyampaikan apresiasi kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum dan Universitas Negeri Jakarta atas dukungan fasilitas dan pendanaan yang diberikan selama penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kurniawan, U. T., Lubis, D. P., & Muljono, P. (2019). Strategi Penguatan Partisipasi Masyarakat dalam Program Wisata Jampang Bogor.
- Swandiny, G. F., Syamsudin, S., Putra, R. D., & Rahmat, D. (2022). Pemberdayaan kelompok masyarakat Desa Gunung Sari Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor dalam pemanfaatan tanaman obat keluarga (TOGA) dan pembuatan jamu yang baik. \*Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat\*
- Handayani, N., K N, J., Harun, S. H., Putri, D. Y., & Melati, V. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Berbasis Potensi Desa melalui Pembuatan Produk Olahan dan Digital Marketing di Desa Mekarjaya, Bogor. \*Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat\*
- Faroh, W. N., Hastono, H., & Irmal, I. (2023). Peningkatan Kualitas Perangkat Desa Dalam Meningkatkan Kualitas UMKM Dengan Digital Marketing di Desa Sukajadi Bogor. \*Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen\*
- Salim, M., Hayu, R. S., Atmaja, F., Sumarni, Y., & Yulinda, A. T. (2023). Kolaborasi Peningkatan Kualitas UMKM Berbasis Digital Marketing Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). \*Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat\*