



## Wisata Desa Sapana dalam Peningkatan Ekonomi di Desa Bonto Salama Kabupaten Sinjai

Amar Sani<sup>1</sup> Roni Herison<sup>2</sup>, Arifuddin Mane<sup>3</sup>, Indah Syamsuddin<sup>4</sup>, Amrullah Ahmad<sup>5</sup>, Abdul Karim

<sup>1,2</sup>STIE Amkop, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

<sup>3,4,5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

### Abstrak

Desa Pallantikang Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto merupakan kegiatan pelaksanaan Desa Bonto Salama merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sinjai Barat, Kabupaten Sinjai. Penduduk Desa Bonto Salama masyarakat desa ini berprofesi sebagai petani. Masyarakat di Desa Bonto Salama masih belum optimal memanfaatkan peluang pariwisata yang tersedia. Pada data kependudukan tahun 2021, tingkat pendidikan didominasi orang yang tidak sempat melalui pendidikan jenjang formal. Perhatian masyarakat Desa terhadap potensi pariwisata dalam meningkatkan perekonomian sudah mulai terbuka, namun tetap diperlukan dukungan ide dan fasilitas agar destinasi wisata di Desa Bonto Salama terdapat bisa berkembang. Tingkat kesadaran masyarakat Desa Bonto Salama untuk mengembangkan potensi wisata desa sangat tinggi. Tingkat pengetahuan masyarakat secara spesifik menjadi kendala utama bagi masyarakat desa pengembangan potensi ekonomi dalam mencapai taraf kesejahteraan. Kendala tersebut diperlukan pendampingan secara lebih intens dalam mendukung peningkatan ekonomi desa berbasis wisata desa. Wisata Desa Sapana merupakan potensi yang cukup menarik dan mampu menarik wisatawan domestik. Ketiadaan instrumen untuk mencitrakan potensi-potensi yang dimiliki Wisata Sapana kepada calon pengembang, investor, dan pemerintah pusat menjadi kendala utama saat ini.

**Kata Kunci:** *Wisata desa; Sapana; Peningkatan ekonomi.*

Copyright (c) 2022 **Amrullah Ahmad**

✉ Corresponding author :

Email Address : [abdul.karim8284@gmail.com](mailto:abdul.karim8284@gmail.com)

### PENDAHULUAN

BUMDes merupakan suatu media atau lembaga ekonomi yang efektif dan edukatif dengan proses menjembatani masyarakat dalam mewujudkan kehidupan lebih layak (Hardani dkk, 2019). Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, sumber daya yang dikembangkan dan aspirasi serta harapan dari masyarakat, dalam hal ini berkaitan dengan BUMDes (Asmoro dkk, 2020). Proses kegiatan pengabdian inilah menjadi interaksi sinergis, saling menerima dan memberi, saling asah, saling asih dan asuh antar Tim PkM serta dengan masyarakat Desa Bonto Salama. Tidak terdapat *landmark* pada suatu wilayah destinasi wisata, *landmark* merupakan sesuatu yang penting untuk kemajuan suatu desa (Metanfanuan dkk, 2021). Tidak hanya sebagai patok penanda

lokasi namun juga perlu diperhitungkan nilai-nilai estetikanya (Aeni dkk, 2021). Agar bersifat monumental, serta merepresentasikan kesan dan energi positif suatu wilayah bagi yang melihatnya, sehingga akhirnya menjadi sebuah “merk” yang membekas di benak wisatawan (Karim, 2020).

Belum dilakukan “branding” pada Gerbang, sehingga Nama dan lokasi Wisata Sapana tidak terekspos. Gazebo tidak terdapat signet nomor gazebo sebagai penamaan sehingga tidak ada patokan navigasi (Talalu dkk, 2021). Belum diterapkan trik-trik pemasaran digital sehingga Wisata Sapana tidak begitu terekspos wisatawan luar (Anurogo dkk, 2021). Hasil pencarian di google hanya menampilkan 1 (satu) foto dan 2 (dua) testimoni. Jam berkunjung tidak ditentukan dan tidak ada nomor telepon yang dapat dihubungi Dalam menentukan destinasi, wisatawan milenial cenderung kesulitan melakukan review dan mengakses ulasan atau testimoni wisatawan Wisata Sapana di Google (Anwar dkk, 2020). Belum memanfaatkan Instagram dan Facebook sebagai media sosial yang paling efisien untuk berpromosi destinasi wisata (Karim dkk, 2021). Tidak terdapat konten berupa artikel maupun grafis yang mengulas dan memberikan informasi mengenai Wisata Sapana.

Desa Bonto Salama adalah desa yang memiliki banyak potensi pariwisata yang belum dimaksimalkan. Salah satunya yang tengah dikembangkan saat ini adalah Kawasan Wisata Sapana. Suatu Kawasan yang sangat strategis, berada pada suatu lembah dan *sapana* (pertemuan dua sungai). Tidak terdapatnya informasi atau data mengenai ketinggian kawasan Wisata Sapana pada permukaan bumi, bentuk lereng baik itu cekung, cembung atau pun datar, serta menginformasikan kemiringan lereng baik itu terjal ataukah landau (Karim, 2020). Tidak ada berkas tersedia untuk diserahkan kepada arsitek perencanaan pengembangannya. *Landmark* merupakan sesuatu yang penting (Maddatuang dkk, 2021). Tidak hanya sebagai patok penanda lokasi namun juga perlu diperhitungkan nilai-nilai estetikanya agar bersifat monumental, serta merepresentasikan kesan dan energi positif suatu wilayah bagi yang melihatnya (Zaenuri dkk, 2019). Sebuah “merk” yang membekas di benak wisatawan. Selain sebagai *landmark*, tugu ini merupakan penunjuk arah utama untuk menyambut wisatawan (Rini & Tarigan, 2020).

## **METODOLOGI**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Bonto Salama mencakup 3 bidang kegiatan yang telah direncanakan, yaitu (1) Wisata Sapana sebagai BUMDes Bonto Salama, (2) Program Kerja Kampus, kemudian meliputi bidang (3) Lingkungan dan Infrastruktur. Setelah melakukan sosialisasi dan diskusi terbuka pada Seminar Program bersama pihak Kampus, Desa, dan masyarakat. Berikut metode pelaksanaan program kegiatan pengabdian:

### **1. Pembuatan Tugu Sapana Desa Bonto Salama**

Pembuatan Tugu Wisata Sapana terdiri dari 3 (tiga) tahap, yakni perencanaan, *modelling*, *finishing*. Tahap perencanaan berlangsung di 1 (satu) minggu pertama, yaitu 14-21 Agustus 2021. Pada tahap perencanaan ini ditentukan konsep, desain, dan metode yang digunakan dalam pembuatan gambar dan huruf timbul dipermukaan batu

alam. *Output* dari tahap perencanaan ini, diputuskan konsep Tugu untuk menjadi Tugu Wisata Sapana karena lokasinya yang masih berada di Kawasan Wisata Sapana. Tahap *modelling* dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2021. Prosesnya adalah membuat campuran semen dengan rasio 1:1 kemudian mengaplikasikannya pada dinding batu alam yang telah ditentukan.



Gambar 1. Tugu Wisata Sapana dari Batu

## 2. Branding Papan Nama Gerbang dan Gazebo Sapana

Branding Papan Nama Gerbang dan Gazebo Wisata Sapana dilaksanakan sejak minggu kedua yakni 22 Agustus 2021. Seiring dengan pembangunan gazebo yang masih terus berlanjut selama masa kegiatan pengabdian dilaksanakan. Hingga hari penarikan pada tanggal 25 September 2021, terdapat 11 (sebelas) papan Nama yang sudah dibuat

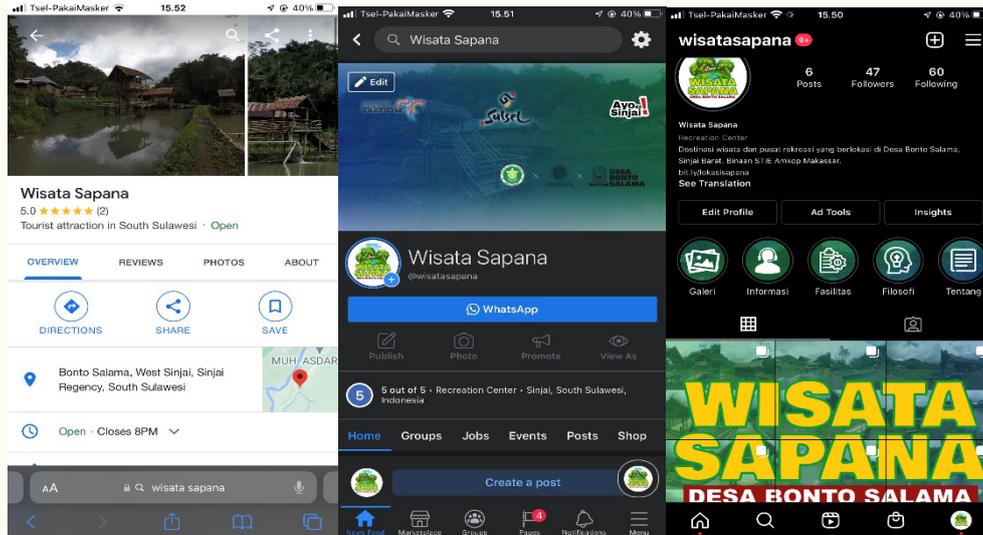
dan terpasang di Kawasan Wisata Sapana. Adapun Papan yang dibuat adalah papan penanda bertuliskan; SELAMAT DATANG DI WISATA SAPANA BONTO SALAMA, AULA, MUSALA, G01, G02, G03, G04, G05, G06, G07, G08. Berikut pembuatan Papan Nama Gerbang dan Gazebo Sapana di Desa Bonto Salama.



Gambar 2. Pembuatan Gerbang dan Gazebo Sapana

### 3. Pembuatan Paket Media Pemasaran Digital Wisata Sapana

Pembuatan Paket Media Pemasaran Digital ini mulai digarap bertahap sejak 23 Agustus 2021. Dimulai dengan pembuatan email bisnis dengan server Gmail, sehingga email ini terhubung ke semua layanan Google untuk kepentingan promosi Wisata Sapana. Alamat email yang dibuat adalah *wisatasapana@gmail.com*, dengan kata sandi 8 (delapan) digit, kombinasi alfa-numerik dan huruf kapital. Tahap berikutnya ialah pembuatan akun Instagram dengan nama pengguna *@wisatasapana*. Akun ini kemudian ditingkatkan menjadi akun professional sehingga bisa beriklan dan grafik lalu-lintas informasi bisa terpantau secara detail.



Gambar 3. Akun Instagram, Facebook Pages, Pencarian Google.

Setelah akun Instagram, dibuat juga Facebook Pages Wisata Sapana. Pengelolaan akun Instagram dan Facebook Pages ini sangat efisien menggunakan aplikasi Business Suite dari Facebook, Inc. Pembekalan dasar kepada Pengelola Wisata Sapana mengenai pemanfaatan aplikasi ini, bagaimana ia berfungsi dengan fitur-fitur untuk mengelola beberapa akun bisnis sekaligus, lintas platform selama berada dibawah naungan Facebook, Inc. Selain pembuatan akun-akun pada platform esensial, dilakukan juga optimalisasi pencarian Google untuk kata kunci Wisata Sapana. Sebelumnya yang muncul hanya 2 (dua) ulasan dan 2 (dua) foto. Tidak terdapat informasi jam operasional, dan narahubung. Kini bisa terlihat, hasil pencarian Google Wisata Sapana sudah lebih informatif lagi (Junaid dkk, 2019). Paket Media Pemasaran Digital ini telah diserahkan informasi loginnya secara privasi kepada Pengelola Wisata Sapana untuk dilanjutkan pemanfaatan dan pengelolaannya (Goraph, 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Produksi Konten Pemasaran Digital Wisata Sapana

Pengelola Wisata Sapana sejak 26 Agustus 2021, Tim Pengabdian telah membuat artikel yang menyajikan secara detail tentang Wisata Sapana. Hasil asistensi dengan Pengelola, didapati 3 (tiga) artikel utama yang meliputi; (1) Tentang (deskripsi dan asal-usul) Wisata Sapana, (2) Filosofi penamaan Wisata Sapana, (3) Fasilitas yang terdapat di Wisata Sapana. Berdasarkan artikel yang sudah dibuat, dilakukan pengambilan foto untuk materi pendukung dengan fasilitas yang disediakan oleh Mahasiswa KKN meliputi, GoPro untuk foto lansekap, dan kamera DSLR :



**Gambar 4.** Konten Deskripsi dan Fasilitas Wisata Sapana

foto udara oleh Mahasiswa KKN. Foto Udara diambil dari 4 (empat) perspektif yang mencakup seluruh Kawasan Wisata Sapana. Setelah pengambilan gambar, dilakukan proses editing minor agar foto terlihat lebih menarik. Foto udara ini dimaksudkan untuk menjadi stock materi promosi. Sehingga tersaji gambaran utuh dan kondisi keseluruhan dari kawasan Wisata Sapana, mencitrakan potensi-potensi yang dimiliki Wisata Sapana kepada calon pengembang, investor, dan pemerintah pusat. Hasil Foto Udara Wisata Sapana kemudian dicetak secara fisik untuk dipajang di galeri Wisata Sapana, dan soft copy-nya diserahkan kepada pengelola untuk dimanfaatkan.

## 2. Desain Denah Master Plan Wisata Sapana

Pada pengambilan foto udara tanggal 19 September 2021, juga dilakukan pengambilan gambar ortomosaik dengan Teknik modifikasi software kontrol drone. Gambar ortomosaik adalah gambar tegak lurus yang diambil dengan cara memotret secara detail area kecil demi area kecil dari suatu Kawasan. Kemudian diolah dengan menggabungkannya menjadi satu gambar foto yang memiliki resolusi tinggi. Setelah didapatkan gambar ortofoto, dengan software pemetaan professional ArcMap, dibuat ulang berupa peta denah masterplan sesuai hasil asistensi dengan pengelola, terkait rencana pengembangan selama periode 2021. Desain Denah Masterplan Wisata Sapana kemudian dicetak secara fisik untuk dipajang di galeri Wisata Sapana, dan soft copy-nya

diserahkan kepada pengelola untuk dimanfaatkan sebagai materi promosi dan kebutuhan lainnya (Dwiningwarni dkk, 2021).

Setelah didapatkan gambar ortofoto, dengan beberapa software pemetaan profesional, dibuat kemudian berupa peta kontur. Dari foto didapatkan Digital Surface Model, lalu kemudian dalam beberapa proses pengolahan data, secara digital. Tim Pengabdian menghilangkan kontur pepohonan dan bangunan sehingga tersisa Digital Terrain Model, yaitu data elevasi permukaan tanah, untuk kemudian didapatkan model kontur tanah Wisata Sapana. Peta Kontur Wisata Sapana kemudian dicetak secara fisik untuk dipajang di galeri Wisata Sapana, dan soft copy-nya diserahkan kepada pengelola untuk dimanfaatkan.

## SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian ini dengan mengambil “Pulang Kampung Edisi Covid-19”. Topik tersebut diambil dikarenakan untuk dapat berkontribusi dalam kemanfaatan bagi masyarakat di Desa Bonto Salama Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai selama masa Covid-19. Program pada pengembangan Wisata Sapana merupakan program yang didukung berbagai pihak. Partisipasi dan dukungan masyarakat cukup tinggi, dimana masyarakat turut aktif dalam pelaksanaan program sehingga masyarakat dapat mengambil manfaatnya dengan lebih maksimal.

## Referensi :

- Aeni, I. N., Mahmud, A., Susilowati, N., & Prawitasari, A. B. (2021). Sinergitas Bumdes dalam Manajemen Pengelolaan Desa Wisata Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Abdimas*, 25(2).
- Anurogo, D., Suarni, A., Parikesit, A., Sofro, M., & Putri, W. A. (2021). e-BINTECH 5.0: Desa Siaga COVID-19 Berbasis Edubioneurolitechnopreneurship Menuju Indonesia 5.0. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(3), 247-256.
- Anwar, S. A., Sulton, M., Zufri, A. K., Arif, R., Khoirudin, M., Rochman, S. F., ... & Tasya, R. A. (2020). Website Desa Sebagai Wadah Potensi Ekonomi Mandiri Desa di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(2), 125-130.
- Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati, A. (2020). Analisis Potensi Wisata Desa dengan Kerangka 6A: Studi Kasus Desa Ngajum, Malang. *Media Wisata*, 18(2), 231-250.
- Dwiningwarni, S. S., Indrawati, M., Ali, M., & Andari, S. Y. D. (2021). PKM Peningkatan Kapasitas Desawisata Di Desa Galengdowo Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1122-1129.
- Goraph, F. A. (2021). Pemberdayaan Desa Wisata Pantai Dalam Memasuki Era New Normal. *BAKTI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 41-48.
- Hardani, D. N. K., Kurniawan, I. H., & Winarso, W. (2019). Wisata Edukasi Berbasis Energi Terbarukan Sel Surya. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 245-252.

- Junaid, A., Amiruddin, A., & Muslim, M. (2019). PKM Pendampingan Bimbingan Teknis Administrasi Keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). *Jurnal Pengabdian Bina Ukhuwah*, 1(2), 134-142.
- Karim, A. (2020). Peningkatan Ekonomi Pedesaan dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Perkotaan di Masa Pandemic Global. Tersedia (Online): <https://bit.ly/3iKMIr0>. [Diunduh, 04 Juni 2021].
- Karim, A. (2020). The role of BUMDes as supporting regional economy in Enrekang Regency based on local wisdom. [HTTPS:// WWW. ACADEMIA. EDU, 43785786](https://www.academia.edu/43785786).
- Karim, A., Musa, C. I., Sahabuddin, R., & Azis, M. (2021). The Increase of Rural Economy at Baraka Sub-District through Village Funds. *The Winners*, 22(1).
- Maddatuang, B., Syukur, A., & Karim 3rd, A. (2021). The Role of BUMDes in Sustainable Economic at Enrekang Regency. *Indian Journal of Economics and Business*, 20(2).
- Metanfanuan, T., MM, M. A. T. H. S., Indra Krishernawan, S. E., Lestari, N. P., Ginting, S., Supriyanto, E. E., ... & Nugroho, L. (2021). Pengantar Manajemen Potensi Desa: Aku Yakin desaku Punya Sejuta Potensi. *Agrapana Media*.
- Rini, W. S. D., & Tarigan, M. I. (2020). Pemanfaatan Wisata Mata Air yang Dikelola oleh BUMDES di Desa Belik. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 75-81.
- Talalu, T. R., Putri, C. F. I. L. D., & Mokodompit, I. V. (2021). Digital Marketing: Metode Utama Komunikasi Pemasaran Atraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *ETTISAL: Journal of Communication*, 6(2), 215-224.
- Zaenuri, M., Atmojo, M. E., & Iqbal, M. (2019). Penataan Kelembagaan Bumdes Berbasis Pariwisata. *ABDIMAS ALTRUIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 28-36.