

PENGEMBANGAN WISATA TREKKING GUNUNG AGUNG DI DESA SELAT KARANGASEM

I Putu Budiarta^{*)}, I Wayan Jendra dan I G P Fajar Pranadi
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung-Bali
^{*)} Email: putubudiarta42@yahoo.com

RINGKASAN EKSEKUTIF

Program Iptek bagi Masyarakat (IbM) ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan dalam pengelolaan *trekking* Gunung Agung. Program ini dilakukan melalui: pelatihan manajemen usaha, pembuatan *standard operational procedure* (SOP) perizinan mendaki, dan SOP pendakian Gunung Agung; pelatihan produk tambahan memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) setempat sebagai upaya pemberdayaan masyarakat; serta pelatihan pemasaran secara *online* melalui *website* “balimountagung.com”. Kabupaten Karangasem terletak di ujung timur Pulau Bali. Wilayahnya sebagian besar kering dan termasuk kabupaten termiskin di Bali. Wilayah kering tersebut sebagian besar berada di daerah Gunung Agung. Akan tetapi, wilayah sekitar Gunung Agung memiliki pesona yang luar biasa. Di samping sebagai kiblat spiritualitas umat Hindu, juga sebagai objek wisata. Kepopuleran Gunung Agung sebagai objek wisata *trekking* sudah terkenal sejak dahulu. Hal ini disebabkan karena Gunung Agung adalah gunung yang tertinggi di Bali dan tergolong masih aktif. Namun, sayang sekali tidak bisa ditemukan data yang akurat tentang jumlah pendakian sampai saat ini yang dilakukan wisatawan petualang pada kelompok usaha wisata *trekking* di Desa Selat, termasuk juga pada aparat pemerintahan tingkat desa dan kecamatan. Hal tersebut menjadi alasan utama program pengabdian ini. Desa Selat termasuk wilayah Kabupaten Karangasem, Propinsi Bali. Dari hasil wawancara dengan pelaku usaha wisata di desa tersebut tanggal 20 April 2013 dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya objek wisata Gunung Agung memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan petualang. Pangsa pasar wisata *trekking* Gunung Agung yang tercatat sampai saat ini adalah Eropa, Amerika Serikat, dan Kanada. Tantangan dan keindahan jalur *trekking* Gunung Agung sudah dikenal di kalangan wisatawan petualang mancanegara. Pengelolaan usaha *trekking* ini masih lemah dan belum dirasakan manfaatnya oleh masyarakat di desa tersebut. Hal ini terjadi karena masyarakat kurang mampu menangkap peluang yang ada.

Kata kunci : Trekking, Gunung Agung, Desa Selat

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Karangasem merupakan salah satu kabupaten dari sembilan kabupaten/kota yang ada di wilayah Provinsi Bali. Kabupaten Karangasem yang berada di ujung timur Pulau Bali tergolong daerah yang sangat kering, dan oleh karenanya termasuk kabupaten termiskin di Bali. Wilayah kering tersebut sebagian besar berada di sekitar lereng Gunung Agung, dalam hal ini wilayah di sebelah selatan dan timurnya. Akan tetapi, di balik semua itu, wilayah seputar Gunung Agung memiliki pesona yang sangat luar biasa. Di samping sebagai kiblat spiritualitas umat Hindu, juga sebagai objek

wisata. Sebut saja, misalnya Besakih dengan “mother temple-nya” dan lereng Gunung Agung dengan Pura Pasar Agung dan Pura Taman Sarinya. Hanya saja kedua pura yang disebutkan belakangan tidak sepopuler Pura Besakih. Kepopuleran Gunung Agung sebagai objek wisata *trekking* sudah disandangnya sejak dahulu. Hal ini disebabkan Gunung Agung adalah gunung tertinggi di Bali dan tergolong masih aktif. Sayangnya sekali tidak bisa ditemukan data akurat tentang jumlah pendakian sampai saat ini yang dilakukan wisatawan petualang pada kelompok usaha wisata *trekking* di Desa Selat, termasuk juga data pada aparat pemerintah tingkat desa dan kecamatan. Hal tersebut menjadi alasan utama program pengabdian IBM ini dilaksanakan.

Desa Selat termasuk wilayah Kecamatan Selat, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Dari hasil wawancara dengan Kepala Desa Selat pada tanggal 2 Maret 2013 dapat disimpulkan bahwa program kegiatan yang dijalankan oleh Pemda. Tk. II sering tidak sejalan dengan kebutuhan riil masyarakat desa. Tiap-tiap desa sebenarnya memiliki permasalahan sendiri-sendiri yang tidak bisa digeneralisasi. Pemda sebaiknya melakukan studi kebutuhan (*need analysis*) terlebih dahulu, sehingga program kegiatan yang dicanangkan tepat sasaran. Ditambahkan oleh Kepala Desa Selat bahwa pengembangan perekonomian daerah harus dimulai dari pemberdayaan potensi sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM). Hal ini sudah pasti akan dapat menghindarkan terjadinya tumpang tindih program antara satu desa dan desa lainnya. Di samping itu, belum adanya program sosialisasi dan penanaman kecintaan (militansi) akan produk lokal, yaitu produk yang dihasilkan dari potensi SDA dan SDM sendiri. Mental konsumerisme dan lebih menghargai produk luar, terlebih lagi produk luar negeri, berpengaruh sampai ke desa-desa. Hal ini berbahaya sekali bagi pertumbuhan perekonomian atau daya saing masyarakat pedesaan, karena secara tidak langsung mendidik masyarakat hanya sebagai konsumen bukan produsen.

B. SUMBER INSPIRASI

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: 1) Kelompok pemandu wisata Desa Selat belum memiliki *standard operating procedures* (SOP) pendakian (*trekking*) yang profesional. 2) Kelompok pemandu wisata belum memiliki *standard operating procedures* (SOP) pengelolaan usaha yang baik. 3) Kelompok pemandu wisata hanya mampu menguasai bahasa Inggris komunikatif berkaitan dengan bidang kerjanya masing-masing, sehingga mereka tidak punya kemampuan untuk menawarkan program lain yang bisa menunjang atau memperkaya program *trekking* sebelum maupun sesudah pelaksanaan *trekking*. 4) Kelompok pemandu wisata belum mampu melihat potensi desa lainnya yang dapat dikemas menjadi produk wisata dipadukan dengan potensi keindahan alam pedesaan dan kenyamanan udara, seperti *spa*. 5) Kelompok pemandu wisata belum mampu menguasai teknologi informasi (*internet*), sehingga tidak mampu menyosialisasikan program *Mount Agung Trekking* secara global lewat internet. 6) Kelompok pemandu wisata belum memiliki alat pemasaran atau *marketing tools* yang memadai, baik berupa brosur maupun *website*.

C. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kelompok usaha wisata *trekking* Gunung Agung di Desa Selat, Karangasem melalui *focus group discussion (FGD)* dan praktik langsung di lapangan. FGD dilakukan untuk menyusun SOP perizinan dan pendakian Gunung Agung. Dalam FGD tersebut kami melibatkan masyarakat yang berperan aktif dalam *trekking* Gunung Agung seperti *guide* lokal dan sopir. Dalam IbM ini kami juga memberikan pelatihan bahasa Inggris komunikatif, pelatihan teknologi informasi (internet), identifikasi potensi, pengemasan produk wisata, dan promosi. Dengan demikian, mereka mampu mengembangkan produk wisata alternatif lain yang dapat ditawarkan kepada wisatawan seperti *rice-terrace trekking*, *cooking class*, dan *spa*.

Dalam metode praktik langsung, kami melakukan pendakian langsung ke Gunung Agung dengan didampingi oleh *guide* lokal. Kami berperan sebagai wisatawan asing dan *guide* lokal memberikan informasi dan penjelasan kepada kami dalam bahasa Inggris. Melalui praktik langsung tersebut kami dapat mempraktikkan langsung bahasa Inggris yang telah kami ajarkan kepada *guide* lokal.

D. KARYA UNGGULAN

Secara umum kegiatan pengabdian IbM Kelompok Usaha Wisata *Trekking* Gunung Agung Desa Selat Karangasem ini dilaksanakan dalam tiga tahap, meliputi: 1) penjangjagan dan sosialisasi, 2) pelaksanaan pelatihan dan uji coba mendaki Gunung Agung, dan 3) pendampingan, terutama menyangkut pemasaran produk wisata *trekking* melalui internet.

E. ULASAN KARYA

1. Tahap Persiapan

Kegiatan persiapan pengabdian masyarakat di Desa Selat diawali dengan melakukan penjangjagan dan sosialisasi yang bertujuan untuk menyampaikan atau melaporkan adanya kegiatan ini kepada pihak berwajib, terutama Kepala Desa Selat, mengingat kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan sepenuhnya di wilayah Desa Selat. Di samping itu, tahapan kegiatan ini dimaksudkan untuk menyinkronkan program yang diusulkan dalam proposal dengan kebutuhan mitra saat kegiatan akan dilaksanakan.

Ada beberapa perubahan yang dilakukan mengingat salah satu kelompok mitra yang dalam proposal dilibatkan, yakni pihak akomodasi (hotel) ternyata mengalami perubahan kepemilikan dan manajemen, dan pada saat program berlangsung sedang dilaksanakan renovasi, maka tidak bisa diikutsertakan dalam program ini. Dengan demikian, sosialisasi dan pembaruan (*update*) program (kegiatan) hanya dilakukan bersama kelompok pemandu (*guide*) *trekking* dan usaha transportasi.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan bahasa Inggris komunikatif dan etika pemanduan merupakan pelatihan pokok, mengingat hal ini menyangkut produk utama (*core product*). Sebagai upaya untuk meningkatkan kompetensi tambahan mitra, diberikan juga pelatihan menyangkut produk wisata alternatif terutama yang berbasis desa. Dengan

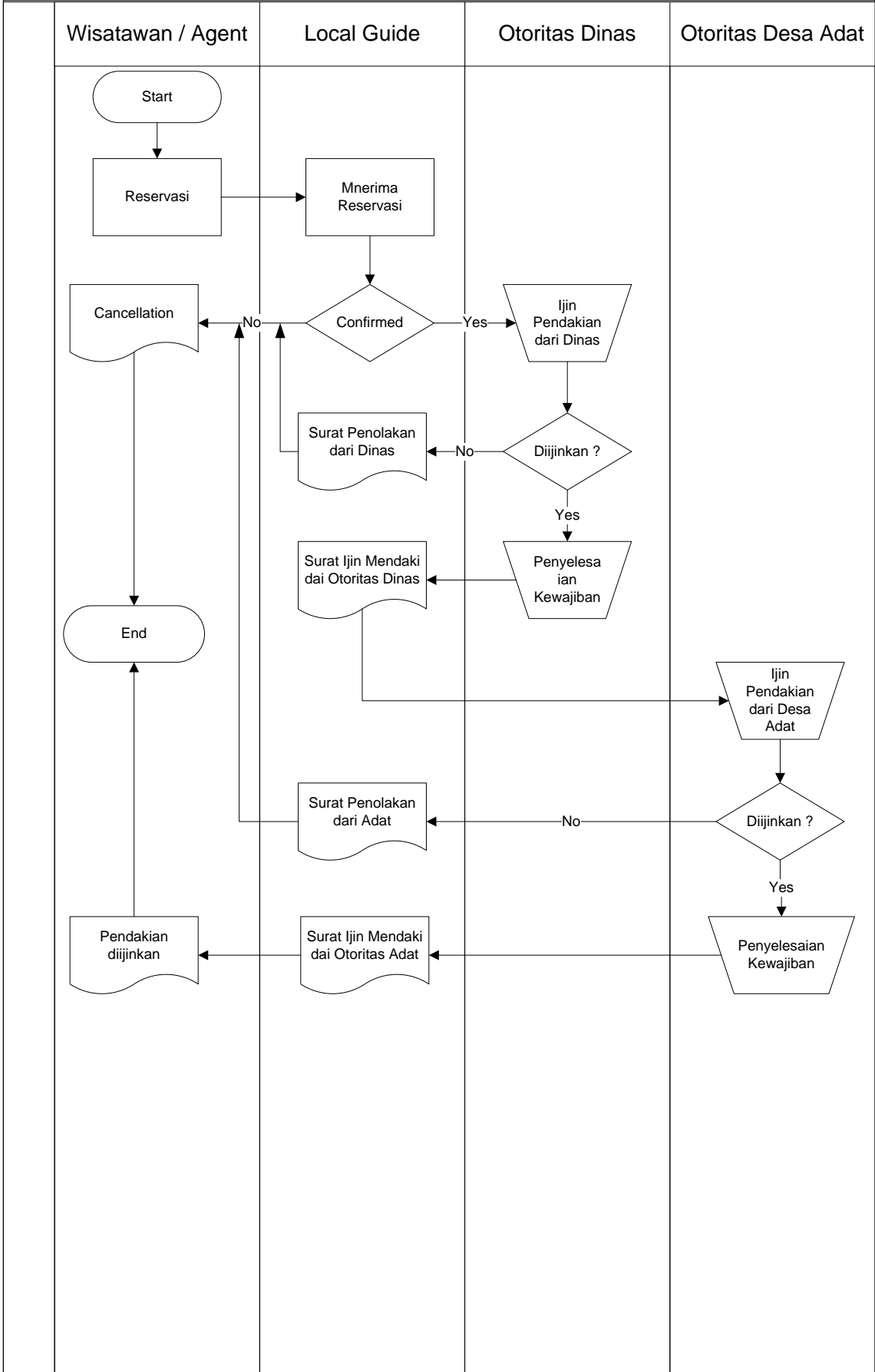
tambahan kompetensi ini, mitra terutama pemandu lokal diharapkan mampu mengemas produk wisata alternatif yang dapat ditawarkan kepada wisatawan sebelum atau pascaprogram mendaki (*trekking*). Kegiatan wisata opsional ini meliputi belanja di pasar desa pada pagi hari sehari sebelum mendaki, apabila wisatawan yang membeli produk mendaki (*trekking*) menginap di hotel di Desa Selat; *cross-country (hiking)* di seputar desa dan pinggir desa (pesawahan); menyaksikan upacara (ritual) Hindu apabila ada warga desa yang melakukan ritual; dan mengikuti *cooking class*, yoga, meditasi, dan spa. Khusus untuk empat kegiatan terakhir ini masih perlu banyak mendapat bimbingan para ahli. Akan tetapi, khusus untuk kegiatan yoga dan meditasi dapat mengikutinya di tempat lain, mengingat sekitar 6 km dari Desa Selat ke arah barat ada sebuah pasraman, Pasraman Ratu Bagus, yang menawarkan kegiatan *shaking yoga* dan meditasi. Wisatawan yang membeli produk mendaki dapat mengikuti kegiatan yoga dan meditasi tersebut sebelum atau pascamendaki sebagai *optional program*, dengan dikenakan bayaran ekstra (*extra charge*). Untuk sementara waktu, *cooking class* dan spa dapat dilakukan di Hotel Great Mountain Views Resort yang berjarak sekitar 4 km dari Desa Selat. Hotel ini menjalin kerjasama dengan mitra semenjak Hotel Puri Agung Inn yang berlokasi di Desa Selat beralih kepemilikan dan manajemen.

Pelatihan juga menyangkut pembuatan SOP perizinan dan pendakian yang bertujuan agar mitra memahami prosedur pendakian itu sendiri, dari persiapan sampai akhir kegiatan. Hal ini penting artinya, mengingat tidak menutup kemungkinan suatu saat terjadi permasalahan dalam pelaksanaan pendakian. Dengan demikian, semua pihak yang terlibat di dalamnya, baik pihak pemerintah, swasta maupun masyarakat memiliki peran yang jelas. Wisatawan juga akan merasa nyaman apabila ada aturan atau prosedur yang jelas dan transparan. Kedua SOP tersebut selesai disusun, seperti terlampir.

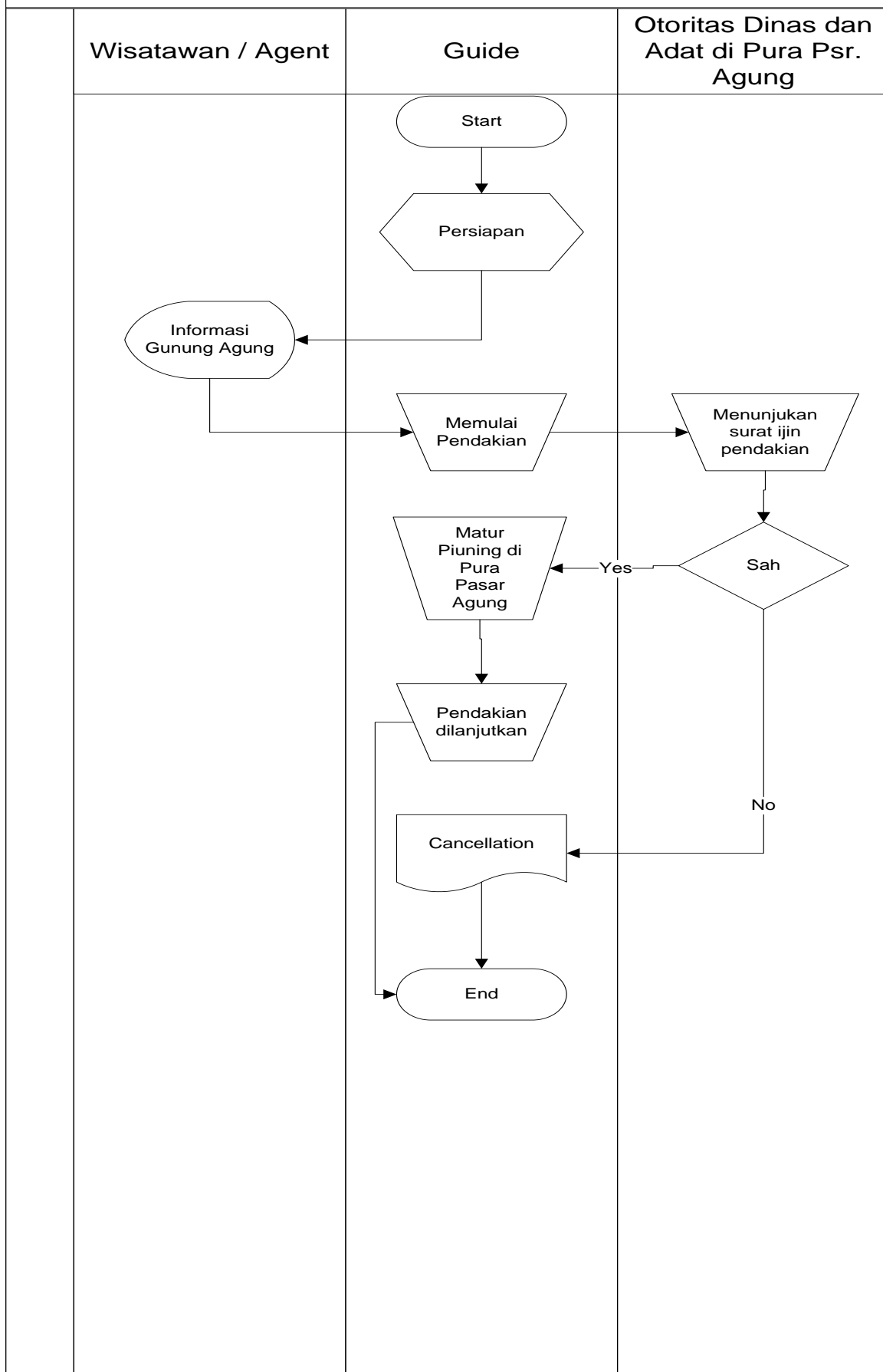
3. Tahap Akhir Pelaksanaan

Guna mengetahui keadaan lapangan yang sebenarnya, khususnya menyangkut keberadaan lintasan *trekking* Gunung Agung dan tingkat kesulitan pendakian, anggota tim pengabdian melakukan uji coba (*try out*) mendaki pada tanggal 9-10 Agustus 2014. Dengan demikian, tim bisa memberikan gambaran yang sebenarnya, terutama kepada “pasar” (wisatawan), baik secara *online* (internet) maupun langsung. Pendakian dimulai pada 10 Agustus 2014, pukul 00.30 dari Pura Pasar Agung sampai pukul 12.30 tiba kembali di Pura Pasar Agung.

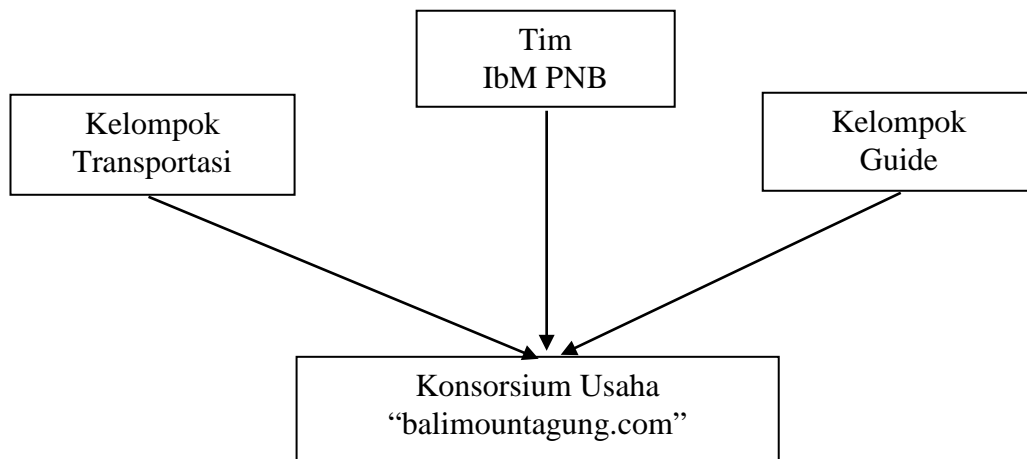
SOP Perijinan Pendakian Gunung Agung - Bali



SOP Pendakian Gunung Agung



Gambar Struktur Konsorsium Usaha “bali.mountagung.com”



Tabel
Ringkasan Capaian Pelaksanaan IbM Pengelolaan Trekking Gunung Agung di Desa Selat Karangasem

| No | Permasalahan | Solusi yang Ditawarkan | Luaran | Hasil yang Dicapai |
|----|---|--|---|---|
| 1 | Mitra 1 belum memiliki <i>standard operating procedures</i> (SOP) pendakian (<i>trekking</i>) yang profesional. | Menyusun SOP pendakian (<i>trekking</i>) yang profesional yang melibatkan pihak-pihak terkait dengan keamanan, baik keamanan nyata (bersifat duniawi) seperti pihak kepolisian, maupun keamanan yang bersifat spiritual seperti pengelola Pura Pasar Agung mengingat Gunung Agung merupakan salah satu gunung yang dikeramatkan umat Hindu. Artinya, sebelum melakukan pendakian, pemandu harus melaporkan peserta <i>trekking</i> ke pihak Polsek setempat dan secara spiritual melakukan persembahyangan atau berdoa memohon keselamatan bersama-sama di Pura Pasar Agung sebelum menuju puncak. | Progam IbM ini dapat membantu menyelesaikan kesenjangan antara kelompok utama (pemandu) dan kelompok pendukung. Kerjasama antara kedua kelompok tersebut perlu dijalin secara formal, misalnya dalam bentuk konsorsium. | Dapat tersusunnya SOP perizinan dan pendakian |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| 2 | Mitra 1 dan Mitra 2 belum memiliki <i>standard operating procedures</i> (SOP) pengelolaan usaha yang baik. | Menyusun SOP pengelolaan usaha tiap-tiap unit usaha yang terlibat, dalam hal ini kelompok usaha pemanduan (<i>guide</i>) <i>trekking</i> , maupun kelompok usaha penunjang seperti akomodasi dan transportasi. | Program IbM ini dapat menumbuhkembangkan profesionalisme dalam pengelolaan tiap-tiap unit usaha sehingga program <i>Mount Agung Trekking</i> dapat berjalan dengan baik. | SOP ini masih dalam proses, diselesaikan pada masa pendampingan, mengikat pihak hotel tidak ikut dalam kelompok usaha ini. Tim pengabdian IbM ikut terlibat. |
| 3 | Mitra 1 dan Mitra 2 hanya mampu menguasai bahasa Inggris komunikatif berkaitan dengan bidang kerjanya masing-masing, sehingga mereka tidak punya kemampuan untuk menawarkan program lain yang bisa menunjang atau memperkaya program <i>trekking</i> sebelum maupun sesudah <i>trekking</i> . | Menyelenggarakan pelatihan bahasa Inggris komunikatif; menyangkut produk-produk lain yang layak ditawarkan kepada wisatawan sebelum atau sesudah <i>trekking</i> , seperti aktivitas petani di sawah /ladang, kehidupan masyarakat sehari-hari di desa terutama menyangkut aktivitas ritual budaya Hindu, dan kegiatan pasar tradisional. | Program IbM ini dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat di desa objek sasaran, mengingat potensi SDA dan SDM dapat dioptimalkan untuk “memperkaya” program <i>Mount Agung Trekking</i> . Kedepan diharapkan wisatawan tidak hanya tertarik mengikuti <i>Mount Agung Trekking</i> , tetapi juga tertarik oleh potensi desa, misalnya keindahan alam dan aktivitas sosial budaya masyarakat. | Pelatihan bahasa Inggris komunikatif, dan menjadi lebih paham akan potensi lain yang bisa dikembangkan menjadi optional program untuk ditawarkan kepada wisatawan. |
| 4 | Mitra 1 dan Mitra 2 belum | Melakukan pendataan atau identifikasi potensi desa dan pelatihan pengemasan | Program IbM ini dapat menumbuhkan | Produk wisata alternatif lain yang bisa |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| | <p>mampu melihat potensi desa lainnya yang dapat dikemas menjadi produk wisata dipadukan dengan potensi keindahan alam pedesaan dan kenyamanan udara, seperti spa.</p> | <p>potensi tersebut menjadi produk wisata yang layak dijual kepada wisatawan, baik wisatawan petualang yang melakukan <i>trekking</i> maupun sanak famili atau teman mereka yang datang hanya untuk menikmati suasana desa.</p> | <p>inovasi dan kreativitas anggota kelompok dalam mengembangkan produk lain yang dapat ditawarkan kepada wisatawan peserta <i>trekking</i> sebelum atau sesudah pelaksanaan <i>trekking</i>.</p> | <p>dilakukan meliputi <i>ricetrace trekking/hiking</i>, <i>cooking class</i> dan spa bekerja sama dengan Great Views Resort (hotel), yoga dan meditasi bekerja sama dengan Asram Ratu Bagus.</p> |
| 5 | <p>Mitra 1 Mitra 2 belum mampu menguasai teknologi informasi (internet) sehingga tidak mampu mensosialisasikan program Mount Agung Trekking secara global lewat internet.</p> | <p>Menyelenggarakan pelatihan teknologi informasi komunikasi (internet) sehingga mitra mampu mengoptimalkan promosi secara global</p> | <p>Program IbM ini dapat menumbuhkan jiwa wirausaha anggota kelompok, pada khususnya, dan masyarakat Desa Selat pada umumnya.</p> | <p>Website sedang dirancang, dengan nama domain: www.balimountagung.com, dan selanjutnya penegelolaannya diserahkan kepada tim pengabdian IbM, sebagai marketer produk "Mount Agung Trekking" ++.</p> |
| 6 | <p>Mitra 1 dan Mitra 2 belum memiliki alat pemasaran atau marketing tools yang memadai, baik berupa</p> | <p>Menyelenggarakan pelatihan membuat brosur online program Mount Agung Trekking sebagai alat promosi.</p> | <p>Program IbM ini dapat meningkatkan keterampilan anggota kelompok dalam berbahasa Inggris komunikatif, membuat alat-alat promosi dan berinteraksi dengan</p> | <p>Pemasaran dilakukan melalui internet (online), sehingga brosur konvensional disepakati ditiadakan. Marketing</p> |

| | | | | |
|--|------------------------|--|--|---|
| | brosur maupun website. | | internet dengan klien serta meningkatkan wawasan global. | sepenuhnya dilakukan oleh tim pengabdian IbM PNB. |
|--|------------------------|--|--|---|

F. PENUTUP

Kegiatan wisata *trekking* Gunung Agung semakin diminati wisatawan, terutama wisatawan Eropa dan Amerika Utara, seperti Kanada dan Amerika Serikat. Akan tetapi animo wisatawan untuk membeli paket wisata *trekking* tersebut tidak banyak mendapat perhatian oleh para pemangku kepentingan (*stakeholders*) di bidang pariwisata. Terbukti dari tidak adanya perhatian terhadap pengembangan sumber daya manusia (SDM) lokal di sekitar Gunung Agung, terutama yang berasal dari wilayah Desa Selat. Padahal masyarakat yang berasal dari desa tersebut memiliki potensi besar sebagai pramuwisata (*guide*) pendakian (*trekking*) yang mumpuni. Dikatakan demikian, mengingat mereka sudah sejak awal menguasai medan pendakian dengan baik karena dari kecil sudah terbiasa dengan jalur tersebut. Program pengabdian IbM ini mampu memberikan sedikit manfaat bagi mereka, walaupun tidak semua *guide* terlibat mengikuti program ini. Manfaat yang paling berarti bagi mereka adalah menyangkut kompetensi bahasa Inggris praktis, pengenalan *standard operating procedures* (SOP) perizinan dan pendakian, pengemasan produk wisata alternatif yang bisa ditawarkan kepada wisatawan sebelum atau sesudah (pasca) kegiatan mendaki, serta pengelolaan usaha secara sederhana. Pengelolaan usaha bersama atau dalam bentuk konsorsium disepakati antara pihak atau kelompok pemandu, transportasi dan tim pengabdian IbM Politeknik Negeri Bali (PNB). Kesepakatan ini diambil mengingat kelompok pemandu dan transportasi belum mampu menguasai teknologi internet, sementara ini merupakan tuntutan pasar saat ini. Oleh karena demikian, diharapkan agar tim IbM PNB bisa membantu dan terlibat langsung dalam hal ini. Peran tim pengabdian IbM PNB adalah sebagai pengelola usaha dan pemasar (*marketer*) produk wisata *trekking* secara *online*.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Covarrubias, Miguel. 1973. *Island of Bali*. Singapore.
- Kartasasmita, Ginanjar. 1995. *Pembangunan Sosial dan Pemberdayaan: Teori, Kebijakan dan Penerapan*.
- Mancini, Marc. 2004. *Selling Destination: Geography for the Travel Professional*. USA: Thomson Learning, Inc.
- Morisson. 2006. *Jalan-jalan: Petunjuk Wisata Lengkap*. Jakarta: Ramdina Prakarsa
- Muhajir. 2005. *Menjadi Pemandu Wisata Pemula*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suyitno. 2005. *Pemandu Wisata (Tour Guiding)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swarbrooke, John, et al. 2003. *Adventure Tourism: The New Frontier*. London: Butterworth- Heinemann.

- Udoyono, Bambang. 2008. *Sukses Menjadi Pramuwisata Profesional*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Weed, Mike and Bull, Chris. 2004. *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*. London: Butterworth-Heinemann
- Yoeti, Oka A. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

H. UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada: 1) P3M dan Unit Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bali yang telah mendukung dan mendanai program ini; 2) Kepala Desa Selat Karangasem selaku penguasa wilayah yang telah memberikan izin untuk melakukan pengabdian masyarakat; 3) kelompok mitra yang sangat mendukung dan antusias mengikuti pembinaan dan pelatihan; 4) Semua pihak yang berkontribusi selama kegiatan ini.