

SOCIOPRENEURSHIP CONCEPT DAN STORYNOMIC TOURISM SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN EKONOMI WISATA KAPAL BOSOK SERANG

Vadilla Mutia Zahara¹, Cep Jandi Anwar², Stannia Cahaya Suci³, Rah Adi Fahmi Ginanjar⁴

^{1, 2, 3, 4}Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
email: vadillamutia@untirta.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk pengembangan dan optimalisasi objek wisata budaya Monumen Kapal Bosok Curugmanis Kota Serang yang mulai mengalami penurunan dikarenakan dampak *lockdown* selama pandemi Covid-19 serta dikarenakan ketidaktahuan masyarakat tentang keberadaan objek wisata ini. Salah satu upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut adalah dengan metode *sociopreneurship concept*, yaitu melakukan kolaborasi dan sinergitas antar masyarakat desa, perangkat desa serta akademisi untuk menyelenggarakan kewirausahaan sosial untuk meningkatkan keterampilan, menemukan usaha baru serta melakukan inovasi produk yang sesuai dengan pasar seperti pelatihan pembuatan souvenir/oleh-oleh, melakukan inovasi dan diversifikasi produk pangan. Hal ini semata-mata bukan hanya mencari profit atau nilai tambah ekonomis, akan tetapi dapat menciptakan masyarakat yang memiliki *skill* baru untuk nantinya dapat dimanfaatkan baik untuk diri sendiri maupun masyarakat sekitar objek wisata. Selanjutnya digunakan pula metode *storynomic tourism* sebagai solusi terkait permasalahan penurunan jumlah wisatawan. Metode ini kembali populer sejak adanya pandemi Covid-19, metode ini mulai digunakan Kemenparekraf Indonesia sebagai sebuah strategi baru untuk mempromosikan pariwisata dan akan dikembangkan di 244 desa wisata di Indonesia yang melibatkan komunitas lokal, BUMDes dan masyarakat, dengan metode ini objek wisata dapat diangkat melalui cerita budaya, mitos, sejarah dan sebagainya yang dituangkan dalam bentuk video cerita terkait sejarah asli objek wisata tersebut, sehingga diharapkan nantinya wisatawan tertarik untuk berkunjung berdasarkan cerita budayanya.

Kata kunci: *Sociopreneurship Concept, Storynomic Tourism, Ekonomi Wisata*

Abstract

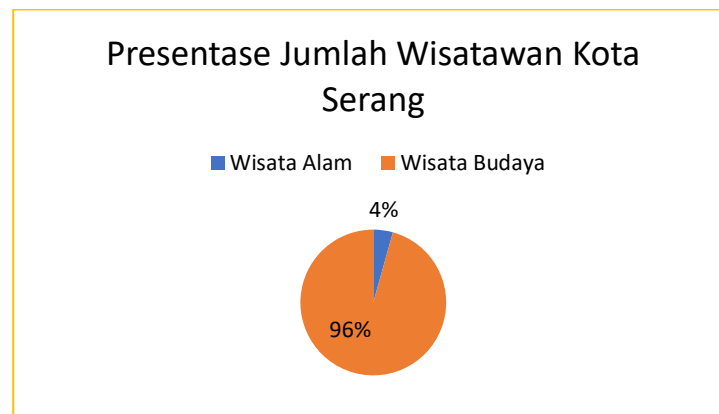
The Purpose of community service activities is to develop and optimize the cultural tourism object of the Kapal Bosok Curug Manis Serang City, which began to decline due to the impact of the lockdown during the Covid-19 pandemic and due to public ignorance about the existence of this tourist attraction. One of the efforts to realize this goal is the sociopreneurship concept method, which is to collaborate and synergize between village communities, village officials and academics to organize social entrepreneurship to improve skills, find new businesses and innovate products that are in accordance with the market such as training on making souvenirs/ souvenirs, innovate and diversify food products. This is solely not just looking for profit or economic added value, but can create people who have new skills that can later be used both for themselves and the community around the tourist attraction. Furthermore, the storynomic tourism method is also used as a solution related to the problem of decreasing the number of tourists. This method has begun to be used by the Indonesian Ministry of Tourism and Creative Economy as a new strategy to promote tourism and will be developed in 244 tourist villages in Indonesia involving local communities, BUMDes and the community. the form of video stories related to the original history of the tourist attraction, so that it is hoped that later tourists will be interested in visiting based on their cultural stories.

Keywords: *Sociopreneurship Concept, Storynomic Tourism, Tourism Economics, Creative Economy.*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak pada hampir semua sektor, termasuk ekonomi dan sektor pariwisata serta industri kreatif. Sektor pariwisata berkontribusi cukup besar terhadap PDB pada 2019 yaitu sebesar 4,7%, dan menurun pada tahun 2020 menjadi sebesar 4,1% hal ini disebabkan karena kebijakan pemerintah untuk *lockdown* dan menutup akses ke beberapa tempat wisata, sehingga kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan adanya peningkatan kontribusi pariwisata terhadap PDB sekitar 10% - 12% dalam 5-10 tahun mendatang.

Banten merupakan provinsi yang potensial untuk mengembangkan pariwisata, daya tarik wisata Banten sejumlah 1166 wisata, yang diklasifikasikan 344 daya tarik wisata alam, 591 wisata budaya (sejarah dan religi) dan 231 daya tarik wisata buatan. Dari ketiga klasifikasi tersebut, daya tarik wisata budaya (sejarah dan religi) merupakan yang terbesar (BAPPEDA, 2019), dengan klasifikasi tersebut, maka prioritas pengembangan pariwisata di Banten adalah pada klasifikasi wisata sejarah, budaya dan religi. Kota Serang merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah wisatawan terbesar di provinsi Banten, yaitu sebanyak 2.209.785 Wisatawan, (Dinas Pariwisata Provinsi Banten, 2019), dengan tujuan wisata adalah wisata budaya (religi dan Sejarah) sebesar 96%, dan sisanya 4% berkunjung ke wisata alam.



Gambar 1. Presentase Jumlah Wisatawan Kota Serang

Salah satu objek wisata budaya (Sejarah dan Religi) adalah Monumen Kapal Bosok, sebuah masjid antik berbentuk kapal yang terdiri di Desa Curugmanis Kecamatan Curug Kota Serang Banten. Desa ini memiliki luas wilayah 3,59 Km² dengan jumlah penduduk 4361 jiwa yang diantaranya 2223 Laki-laki dan 2138 Perempuan, rata-rata mata pencarian adalah petani, pedagang serta pengrajin (BPS, 2019). Kapal bosok dibangun berdasarkan cerita sejarah keberadaan kapal yang membusuk di kampung tersebut, lalu masyarakat desa membangun kapal tersebut untuk dijadikan masjid, dengan total pembangunan selama 4 tahun. Keunikan monumen inilah yang menjadikan wisatawan tertarik untuk berkunjung ke objek wisata kapal bosok. Objek wisata ini mulai viral di media sosial pada tahun 2017, banyak wisatawan dari berbagai daerah ramai-ramai berfoto dan mengunggah ke media sosial, sehingga objek wisata kapal bosok semakin dikenal masyarakat. Hal ini berdampak pada pendapatan masyarakat sekitar yaitu desa Curugmanis yang semakin meningkat. Masyarakat mendapatkan peluang ekonomi baru dari banyaknya kunjungan tersebut, seperti berdagang makanan, minuman, souvenir dan jasa foto. Hal ini juga berkontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Serang. Akan tetapi, hal ini hanya berlangsung selama kurang lebih 2 tahun setelah diresmikan pada tahun 2017 sebelum adanya pandemi covid-19. Selama pandemi, kunjungan wisatawan mengalami penurunan drastis. Sehingga aktivitas perdagangan disekitar objek wisata juga terhenti.

Berdasarkan pengamatan sebelumnya yang dilakukan ketika melaksanakan Program Desa Binaan, penurunan juga terjadi karena akses jalan yang rusak, sehingga membuat pengunjung tidak nyaman untuk berkunjung kesana. Selain itu, ketidaktahuan wisatawan akan objek wisata baru juga menjadi penyebab turunnya angka kunjungan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara.

Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah mengembangkan ekonomi wisata budaya Kapal Bosok dan memperluas peluang usaha yang relatif terbatas serta mengoptimalkan ekonomi produktif melalui sociopreneurship concept. Konsep sociopreneurship menekankan tidak hanya untuk mencari profit, tetapi juga harus memberikan dampak sosial dan berorientasi pada lingkungan sekitar. sociopreneurship juga menghargai kearifan lokal, serta kekuatan komunitas dalam setiap tindakan proses produksi dilakukan. (Kurniawan, 2018).

Sociopreneurship dan entrepreneurship memiliki kesamaan yaitu mencari keuntungan, namun berbeda dalam hasil. Hal ini dikarenakan sociopreneurship mengalami perubahan makna dari yang semula dianggap sebagai kegiatan non-profit (melalui kegiatan amal) menjadi kegiatan yang menguntungkan. (Wulan & Hermanto, 2019). Dalam Sociopreneurship concept mengharuskan para

pelaku usaha dan masyarakat sekitar untuk terus berinovasi terhadap hal-hal baru dengan tetap memperhatikan unsur sosial (people), ekonomi (Profit) dan lingkungan (earth). (Kurniawan, 2018). Sociopreneurship membutuhkan berbagai jenis partisipasi masyarakat partisipasi masyarakat menjadi kekuatan dalam mewujudkan ketajaman social impact dari sociopreneur. (Suyatna & Nurhasanah, 2018), sehingga Sociopreneurship menjadi alternatif pilihan model pembangunan berjangka panjang. (Suyatna & Nurhasanah, 2018).

Selain permasalahan tersebut, permasalahan lain adalah kurangnya minat dan ketidaktahuan masyarakat, baik disekitar wilayah Banten maupun di luar Banten terhadap wisata Budaya Kapal Bosok. (Yasir et al., 2021) dalam penelitiannya menjelaskan, masalah yang paling mendasar dalam pembangunan dan peningkatan ekonomi masyarakat adalah rendahnya pengetahuan dan keahlian dalam mengelola potensi ekonomi dan wisata yang ada. Sehingga, pengembangan wisata budaya kapal bosok perlu dilakukan dari berbagai aspek, baik aspek sumberdaya manusia (masyarakat sekitar), maupun dari aspek teknologi dengan memanfaatkan teknologi sebagai media utama untuk mengenalkan potensi pariwisata budaya. Upaya untuk mewujudkan hal tersebut, dilakukan dengan pengenalan destinasi wisata melalui cerita-cerita rakyat.

Cerita rakyat adalah cerita yang lahir, hidup dan berkembang di tengah-tengah masyarakat, diteruskan dari mulut ke mulut dan disebarkan oleh satu orang ke orang lain melalui mulut ke mulut. (Dewi & Fitriani, 2020) Sebuah cerita dapat menarik minat masyarakat mengambil keputusan untuk membeli sesuatu. Dari sisi pariwisata sebuah cerita rakyat dapat menjadi nilai ekonomis dan dapat menarik minat wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke destinasi tersebut. (Dewi & Fitriani, 2020). Cerita rakyat merupakan warisan budaya (cutural heritage) dari masa lalu yang terus menunjukkan manfaatnya pada kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi dewasa ini. Di Indonesia, banyak cerita rakyat yang diangkat menjadi branding pariwisata yang sangat efektif. Branding tersebut merupakan contoh storynomics di mana cerita rakyat berkontribusi dalam mempromosikan dan memasarkan daya tarik wisata. (Pamungkas, 2021).

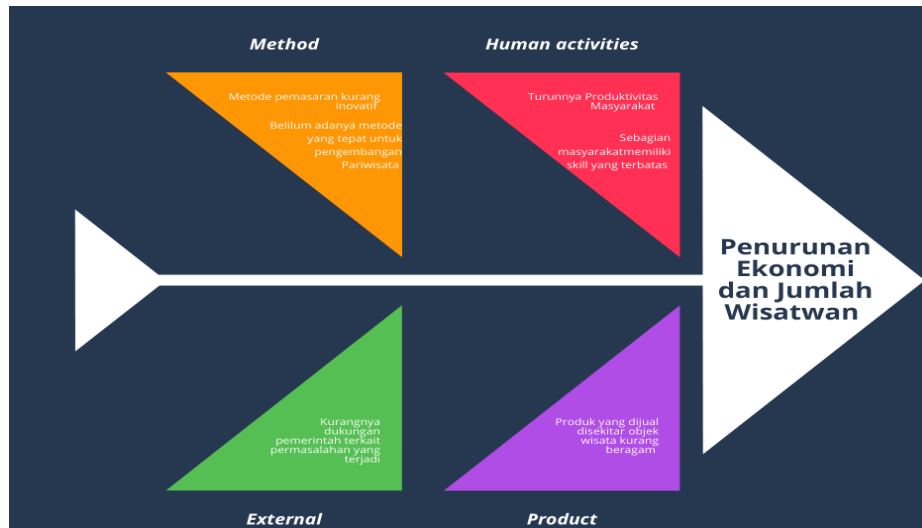
METODE

Dalam rangka mencapai tujuan Program Pengabdian Masyarakat, ditempuh dengan langkah-langkah diantaranya berkoordinasi dengan Karang Taruna Desacurug Manis serta kolaborasi dengan Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan, mendiskusikan dan melakukan brainstorming terkait permasalahan apa saja yang terdapat pada pembembangan objek wisata budaya kapal bosok yang berada di Desa Curugmanis. Berdasarkan hasil brainstorming dan analisis situasi yang dilakukan sebelumnya bersama mahasiswa ekonomi pembangunan yang mengadakan kegiatan di Desa Binaan dan Masyarakat Kelurahan Pasuluhan Kecamatan Walantaka, Kabupatn Serang, dengan menggunakan analisis USG (Urgency, Seriously and Growth) maka didapatlah beberapa permasalahan berikut ini:

Tabel 1 Analisis Masalah Melalui Metode USG

<i>No</i>	<i>Masalah</i>	<i>U</i>	<i>S</i>	<i>G</i>	<i>Total</i>	<i>Rank</i>
1	Akses Jalan menuju objek wisata rusak	5	6	4	15	2
2	Menurunnya jumlah wisatawan dan menurunnya ekonomi masyarakat	8	6	5	19	1
3	Objek wisata yang tidak strategis	3	3	3	9	3
4	Kurangnya dukungan pemerintah	2	3	3	8	4

Berdasarkan analisis USG (Urgency, Seriously and Growth), diketahui bahwa yang menjadi isu prioritas mitra adalah jumlah wisatawan yang menurun, serta turunnya ekonomi masyarakat sekitar objek wisata. Isu prioritas kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan metode fishbond agar mengetahui permasalahan yang lebih terperinci. Dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Hasil Analisis Fishbond

Hasil identifikasi permasalahan mitra yang dijelaskan sebelumnya diperlukan solusi untuk mengatasi beberapa permasalahan tersebut, maka terdapat 2 metode sebagai solusi atas permasalahan penurunan ekonomi dan juga wisatawan, diantaranya adalah:

- a. Melalui *sociopreneurship concept* bagi masyarakat produktif yang berpotensi untuk bisa mengembangkan objek wisata tersebut. Menyelenggarakan pelatihan, dengan materi: Pendidikan Karakter Pribadi; Kewirausahaan (Kewirausahaan Sosial/*Sociopreneurship*); Menemukan Peluang Usaha; Manajemen usaha; Peningkatan keterampilan, berupa pelatihan pembuatan produk yang disesuaikan dengan potensi warga masyarakat seperti kuliner, kerajinan tangan, dan keahlian lainnya. (Ariwibowo et al., 2019).
- b. Melalui *Storynomic Tourism*, dapat digunakan sebagai destinasi pemasaran pariwisata budaya untuk membangun *branding power* destinasi, tidak hanya menyampaikan cerita sejarah tetapi juga dikemas dalam bentuk lain sehingga memberikan nilai edukasi kepada setiap pengunjung. Storynomic dapat digunakan sebagai strategi yang efektif dalam memasarkan suatu destinasi, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan minat berkunjung ke tempat wisata tersebut. (Kartika & Riana, 2020)

Tabel 2 Metode dan Impelentasi

NO	PERMASALAHAN	SOLUSI	METODE	JENIS IMPLEMENTASI
1	Penurunan pendapatan masyarakat sekitar, serta belum adanya diferensiasi produk yang dijual disekitar objek wisata.	Pelatihan pembuatan produk inovasi souvenir sebagai nilai tambah ekonomi wisata	<i>Sociopreneurship concept</i> , dengan mendatangkan ahli/ pengrajin/ wirausaha dengan memberikan workshop dan pelatihan/ tutorial	Aspek Sumberdaya Manusia

			langsung kepada mitra	
2	Menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung, serta adanya kejenuhan wisatawan dalam berkunjung ke objek wisata	Pembuatan video <i>storynomic tourism</i> , sebagai strategi baru dalam promosi pariwisata	Pembuatan video terkait cerita, sejarah tentang objek wisata dll, yang diunggah di media sosial.	Aspek Teknologi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang diadakan di Desa Curug Manis Kecamatan Curug Kota Serang, menghasilkan beberapa aspek berikut. Beberapa tahapan dari mulai awal kegiatan hingga akhir kegiatan dilaksanakan diantaranya, dilaksanakan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, evaluasi akhir dan tahapan pelaporan.

Tabel 3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

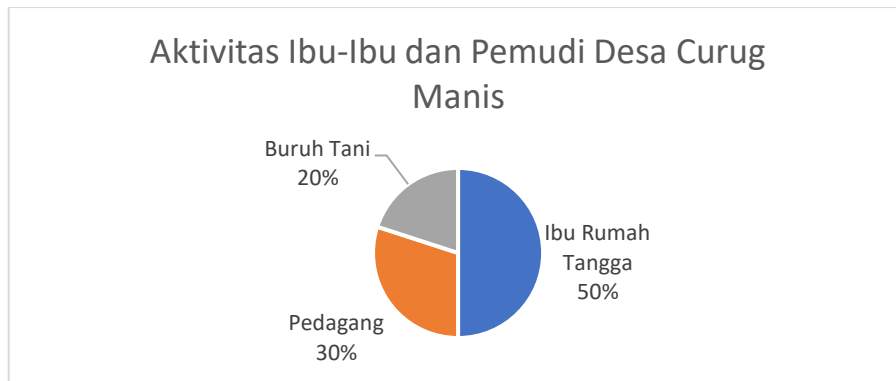
No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Indikator Keberhasilan
1	Persiapan	Survei lokasi dan sasaran, menjalin komunikasi dengan mitra, identifikasi masalah dan rencana solusi permasalahan	Surat izin pelaksanaan pengabdian dari Kelurahan Pasuluhan
2	Pelaksanaan	Pelaksanaan pelatihan pembuatan handycraft dari koran bekas, sebagai inovasi pembuatan souvenir	Terlaksananya pelatihan yang diikuti oleh 30 peserta Ibu-ibu dan Karang taruna di lingkungan desa Curug Manis
4	Pelaksanaan	Pembuatan Video Storynomic Tourism sebagai upaya pengembangan dan pengenalan wisata budaya Kapal Bosok Serang	Terciptanya sebuah video storynomic yang dibuat oleh mahasiswa dan tokoh masyarakat desa sekitar Kapal Bosok
5	Evaluasi	Evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan	Respon positif dari peserta pelatihan (Kuisisioner)
6	Pelaporan	Laporan pelaksanaan	Laporan hasil yang telah dievaluasi

Hasil kegiatan *Sociopreneurship concept* dan *storynomic tourism* sebagai upaya pengembangan ekonomi wisata kapal bosok serang, dilakukan melalui tahapan-tahapn berikut:

Persiapan Kegiatan

Survei lokasi dan sasaran peserta, yaitu dilaksanakan di Desa Curug Manis Kecamatan Curug Serang Banten dengan sasaran yaitu Kelompok ibu-ibu dan Karang Taruna yang dalam pengabdian ini merupakan bagian dari *sociopreneurship concept* yaitu kelompok yang telah memiliki usaha ataupun yang belum memiliki usaha dan berkeinginan untuk memulai usaha baru, survei ini dilakukan untuk mengetahui jenis pekerjaan atau kegiatan sehari-hari dari para peserta, selain itu mengetahui pula minat dari kelompok masyarakat tersebut.

Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta yaitu perempuan desa khususnya ibu-ibu dan pemudi karang taruna, berdasarkan hasil survei awal mengetahui jenis pekerjaan, rata-rata ibu-ibu dan pemudi desa Curug Manis beraktivitas sebagai ibu rumah tangga, beberapa lainnya beraktivitas sebagai pedagang dan buruh tani.



Gambar 3. Hasil Survei Aktivitas Perempuan Desa Curug Manis

Kegiatan pelatihan meliputi:

- a. Kegiatan dilaksanakan dengan mengikuti protocol covid-19 yaitu memakai masker, menggunakan hand sanitizer serta memeriksa suhu tubuh peserta sebelum memulai kegiatan
- b. Pembukaan diisi dengan sambutan Lurah Curug Manis dan Sekretaris Kecamatan Curug dengan melibatkan Ketua RT Desa Curug Manis, Ketua DKM, serta beberapa tokoh masyarakat setempat yang ikut hadir dan ikut berpartisipasi
- c. Pemaparan materi dan praktik pembuatan souvenir yang dipaparkan oleh narasumber yaitu ibu Syarifah Hanum, S.Ikom yang merupakan tokoh penggerak Bank sampah dan Aktivis Lingkungan yang aktif dalam kegiatan dinas sosial provinsi Banten
- d. Sesi praktik, diskusi dan tanya jawab dari peserta pelatihan
- e. Pemilihan pembuatan souvenir terbaik dari peserta pelatihan
- f. Penutupan

Foto bersama dengan peserta pelatihan (Ibu-ibu kempokok masyarakat dan Karang Taruna Pemuda Desa Curug Manis lingkungan Kapal Bosok Serang)



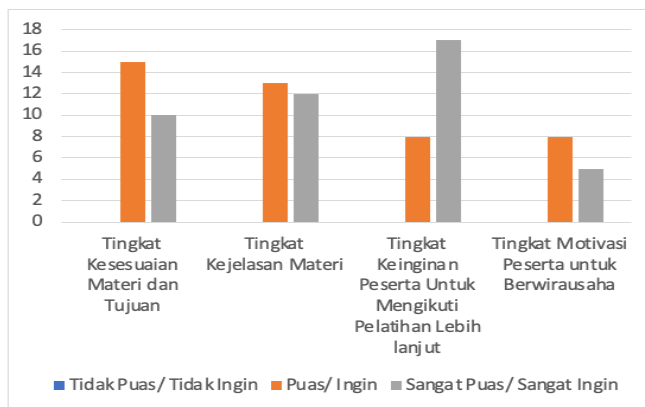
Gambar 4. Dokumentasi Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Evaluasi Hasil

Keberhasilan pelaksanaan program pelatihan bagi ibu-ibu kelompok masyarakat dan karang taruna desa curug manis dilihat dari beberapa tolok ukur sebagai berikut:

a. Respon positif dari peserta

Tanggapan dan umpan balik peserta dilakukan dengan pengamatan serta pengisian survei yang dilakukan peserta pasca pelatihan. Hal tersebut dilakukan untuk melihat seberapa jauh peserta memahami isi materi yang disampaikan narasumber. Dari hasil survei pasca pelatihan, menunjukkan hasil yang positif baik kesesuaian materi, penyampaian narasumber dan pemahaman peserta pada proses pelatihan, selanjutnya adalah keinginan peserta untuk mengikuti program sejenis dengan tema yang berbeda.



Gambar 5. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

b. Adanya motivasi dan keinginan peserta untuk mempelajari lebih dalam serta mempraktekan pembuatan handycraft dengan jenis maupun dari bahan yang berbeda.

SIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah pelaksanaan kegiatan dengan Sociopreneurship Concept dan Storynomic Tourism ini menjadi sangat penting untuk pengembangan wisata budaya kapal Bosok Serang. Kolaborasi antar kelompok masyarakat bukan hanya dapat menguntungkan untuk kepentingan individu akan tetapi dalam jangka panjang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar wisata.

SARAN

Saran untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya adalah dengan mengoptimalkan potensi wisata dan terus berkolaborasi dengan menggunakan metode Community Based Tourism.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih untuk LPPM Untirta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untirta, Ekonomi Pembangunan Untirta, Mahasiswa Ekonomi Pembangunan dan Masyarakat Desa Curug Manis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, P., Priyono, P., & Yulanda, N. (2019). Penerapan Socialpreneurship Dalam Pengembangan Kualitas Potensi Hidup Pada Anak Jalanan Di Jakarta Timur. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 7. <https://doi.org/10.30997/qh.v5i1.1648>
- BAPPEDA. (2019). *Kajian Pengembangan Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Commerce Di Provinsi Banten*.
- BPS. (2019). *Kecamatan Curug Dalam Angka*.
- Dewi, I. K., & Fitriani, D. R. (2020). Storynomic As Marketing Strategy Of Telaga Sarangan Magetan. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1384–1393.

- Dinas Pariwisata Provinsi Banten. (2019). *Pariwisata Banten Dalam Angka*. <https://dmsppid.bantenprov.go.id/upload/dms/52/buku-pbda-2019-final.pdf>
- Kartika, T., & Riana, N. (2020). Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia). *Tourism and Sustainable Development Review*, 1(1), 33–40. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i1.8>
- Kurniawan, F. (2018). Sociopreneurship Masyarakat Gusuran Dalam Membangun Konsep Kampung Wisata Tematik Topeng Malang. *Jurnal.Uns.Ac.Id*, 2(2), 35–48. <https://jurnal.uns.ac.id/dmjs/article/view/27920>
- Pamungkas, S. (2021). *Memfaatkan Cerita Rakyat Sebagai Kekuatan Branding Promosi Objek Wisata Sentono Gentong Pacitan*. 6, 73–76.
- Suyatna, H., & Nurhasanah, Y. (2018). Sociopreneurship Sebagai Tren Karir Anak Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(1), 527. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.38011>
- Wulan, V. R., & Hermanto, A. (2019). Sociopreneurship Business Incubator Design Based On Information Technology As an Innovative Solution for Enhancing Community Welfare. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 240–254. <https://doi.org/10.29138/ijebed.v2i2.749>
- Yasir, Y., Heltonika, B., Firdaus, M., Ismandianto, I., & Salam, N. E. (2021). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Wisata Minapolitan di Desa Petalongan Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 416–427. <http://ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/765>