PENGEMBANGAN AGROWISATA BERBASIS COMMUNITY BASED TOURISM MELALUI PENGENALAN BAHASA ASING

Elisa Susanti^{1*}, Didin Muhafidin², Nina Karlina³

^{1,2,3} Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

Article history

Received: 25 September 2020 Revised: 14 Januari 2021 Accepted: 18 Januari 2021

*Corresponding author Email: 1elisa.susanti@unpad.ac.id

No. doi:

https://doi.org/10.24198/sawala.v2i1.29581

ABSTRAK

Artikel ini merupakan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang bertujuan untuk mengembangkan agrowisata berbasis community based tourism melalui pengenalan bahasa asing. Kegiatan pengenalan bahasa asing ini juga merupakan upaya untuk meningkatkan promosi daerah agrowisata. Analisis situasi menunjukkan bahwa pelaku agrowisata kurang memiliki kemampuan berbahasa asing, kurangnya keterampilan penggunaan media digital, dan juga daerah agrowisata yang kurang dikenal. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi: analisis situasi masyarakat. merancang kegiatan pengabdian, pelaksanaan kegiatan, evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di empat lokasi yaitu Desa agrowisata Cihideung Kabupaten Bandung Barat, Kebun Mini Serba Ada Kabupaten Bandung Barat, Cibugary Jakarta Timur, dan Hutan Mangrove Kota Tegal. Terdapat lima bahasa asing yang dikenalkan yaitu bahasa inggris, bahasa jepang, bahasa prancis, bahasa jerman dan bahasa rusia. Kegiatan yang dilakukan dalam pengenalan bahasa asing adalah dengan pemasangan poster/ornament bahasa asing, membagikan buku edukasi pengenalan bahasa asing, serta pembuatan video promosi dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa asing. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan sebagai upaya pengembangan sumber daya manusia agar mereka dapat berpartisipasi dalam pengembangan agrowisata berbasis komunitas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa Kegiatan-kegiatan pengenalan bahasa asing tersebut diterima dengan baik oleh pengelola agrowisata dan juga masyarakat sekitar, dianggap memberikan pengetahuan mengenai bahasa asing, juga membantu mempromosikan daerah agrowisata melalui video promosi berbahasa

Kata kunci: Agowisata, Community based tourism, Pelatihan bahasa asing

ABSTRACT

This article is the result of community service activities, which aim to develop a community-based agritourism through the introduction of foreign languages. The introduction of foreign languages is part of an effort to promote the agritourism regions. Situation analysis shows that agritourism actors lack of foreign language skills, lack of digital media skills, and that the agritourism region is not popular. The community service activity comprises of four stages: situation analysis of the community, setting up the community service activity, implementation of activity, and evaluation. This community service activity took place in four locations, namely Desa Agrowisata (Agritourism Village) of Cihideung in West Bandung Regency, Kebun Mini Serba Ada (All-in-one Mini Garden) in West Bandung Regency, Cibugary in East Jakarta, and Mangrove Forest in Tegal. Five languages introduced to the people were English, Japanese, French, German, and Russian. The introduction of these foreign languages was carried out by installing the posters or ornaments, distributing books about foreign languages, and making promotional video using Indonesian and foreign languages. These activities were conducted to develop human resources so that they can participate in the development of a community-based agritourism. The results of the evaluation show that the introduction of foreign language activities are well-received by the manager of the agritourism and the surrounding community, considered to provide knowledge of foreign languages, and also helped to promote the agritourism regions through promotional videos in foreign languages.

Keywords: Agritourism, Community-based tourism, foreign language training

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Pariwisata telah berkembang pesat di Indonesia dan telah menjadi salah satu sumber utama pendapatan mata uang asing (OECD, 2019). Demikian juga dengan agrowisata di Indonesia yang merupakan kegiatan pariwisata berbasis masyarakat, memanfaatkan usaha pertanian sebagai daya tarik wisata yang memiliki banyak dampak positif yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat terutama berupa pendapatan masyarakat, lapangan kerja dan peluang usaha (Pangestuti et al., 2018).

Namun demikian, sektor pariwisata di Indonesia mengalami hantaman karena pandemi COVID-19. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2020), secara kumulatif jumlah (Januari-Juli 2020) kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 3,25 juta kunjungan atau turun 64,64 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun 2019 yang berjumlah 9,18 juta Menyikapi kunjungan. hal tersebut, pemerintah Indonesia memiliki perhatian khusus terhadap perkembangan pariwisata di Indonesia. Dalam RPJMN 2020-2024, sektor Pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan untuk mendukung ketahanan ekonomi. Berdasarkan Nota Keuangan beserta RAPBN Tahun Anggaran 2021, pembangunan kepariwisataan dikembangkan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi kesejahteraan rakyat pembangunan yang berorientasi pada

pengembangan bertumpu wilayah, kepada masyarakat, dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakupi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, pemasaran, destinasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, keterkaitan lintas sektor, kerja sama antarnegara, kerjasama antara Pemerintah, pemerintah daerah, dan Badan pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya.

Salah satu aspek dari pembangunan kepariwisataan adalah bertumpu kepada masyarakat, memberdayakan bersifat masyarakat (sumber daya manusia). Sejalan dengan arah kebijakan tersebut, terdapat strategi pengembangan pariwisata juga agrowisata yang berbasis komunitas/masyarakat, yaitu community based tourism. Community Based Tourism adalah strategi pengembangan pariwisata didasarkan pada partisipasi aktif masyarakat setempat, sekaligus juga membantu menciptakan hubungan antara komunitas lokal dan pengunjung.

demikian, Namun terdapat beberapa hambatan yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata yang berbasis komunitas. Nurhidayati (2015) mengemukakan hambatan pelaksanaan pariwisata pembangunan berbasis masyarakat berkaitan dengan dua aspek yaitu aspek internal pemerintah dan hambatan eksternal. Hambatan yang bersifat eksternal di antaranya adalah masyarakat tidak memiliki pengetahuan dasar khususnya bahasa asing

wawasan kepariwisataan, partisipasi yang merata, dan kurangnya kurang penguasaan teknologi. Nyaupane et al. mengemukakan (2006)bahwa keterbatasan utama dihadapi yang masyarakat lokal dalam mengembangkan pariwisata diantaranya adalah kurangnya sumber daya keuangan, infrastruktur dan pengetahuan. Demikian juga dikemukakan Umam et.al (2020), bahwa salah satu permasalahan dihadapi yang Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) di desa wisata adalah aggotanya belum dibekali dengan pelatihan kepemanduan wisata.

Permasalahan dalam pariwisata di Indonesia juga tercantum dalam Nota permasalahan Keuangan 2021 bahwa umum yang terjadi dalam pembangunan pariwisata adalah: 1) pengaturan dan pengendalian tata ruang, 2) akses menuju destinasi, 3) fasilitas kebutuhan wisatawan, kapasitas dan kompetensi SDM. khususnya pekerja di dunia wisata yang tidak memiliki background pendidikan kepariwisataan, 5) frekuensi kegiatan pameran kebudayaan dan pasar seni, 6) pengembangan tradisi daerah destinasi yang memiliki nilai tambah, 7) batas dan pembagian kewenangan antar lembaga, dan 8) promosi pariwisata.

OECD (2019) juga mengemukakan bahwa Indonesia memiliki kekayaan alam yang kaya dan beragam, namun potensi pariwisatanya masih kurang dimanfaatkan. Meningkatkan keterampilan penduduk lokal yang terkait dengan pariwisata akan memberi mereka kesempatan kerja yang lebih luas. Hal ini menuntut reformasi pendidikan dan pelatihan kejuruan

Kondisi keterbatasan yang dihadapai oleh masyarakat pelaku usaha agrowisata juga dihadapi oleh salah salu lokasi dari kegiatan pengabdian ini yaitu di Desa Cihideung, Kecamatan Parompong, Bandung Barat. Kabupaten Potensi agrowisata Desa Cihideung di antaranya 1) obyek agrowisata, 2) budaya pertanian yang khas, 3) sarana dan prasarana, 4) dukungan masyarakat, 5) peningkatan kapasitas SDM, komunitas, kelembagaannya, 6) program agrowisata, kelembagaan yang mendukung/mengelola program agrowisata, 8) pelayanan untuk kegiatan agrowisata, 9) dukungan pemerintah dan

pihak terkait, serta 10) jalinan kerja sama dengan pihak terkait (Budiarti et al., 2013). Namun berdasarkan analisis situasi dan wawancara dengan berbagai pengelola usaha tanaman hias dan tanaman buah yang terdapat di Desa Cihideung diketahui bahwa terdapat permasalahan dari segi sumber daya manusia yaitu kurangnya masyarakat pemahaman terhadap penggunaan media online atau sosial, mayoritas masyarakat tidak kemampuan berbahasa asing, kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mempelajari bahasa asing disebabkan oleh faktor usia, sinyal internet yang kurang baik untuk beberapa kartu perdana, berkurangnya pengunjung selama pandemi COVID-19.

Diperlukan tindak lanjut dan peran pihak terkait untuk melakukan tahapan-tahapan pengembangan agrowisata berbasis masyarakat, yaitu 1) pembinaan dan program peningkatan produksi dan mutu produk pertanian, 2) pelatihan dan pendampingan tentang kepariwisataan, serta promosi program wisata 3) pelatihan pengolahan produk pendampingan, pertanian, pemasaran 4) kerja sama dengan pihak wisata/biro perjalanan kunjungan wisatawan, dan 5) kerja sama dengan perguruan tinggi/lembaga penelitian untuk informasi teknologi dan hasil-hasil penelitian yang dapat diterapkan di masyarakat (Budiarti et al., 2013)

Kondisi di Desa Cihideung tersebut juga dialami di daerah agrowisata lainnya, yaitu di Kebun Mini Serba Ada (Kemserda) Kabupaten Bandung Barat, Cibugary Jakarta Timur, dan Hutan Mangrove di Kelurahan Mintaragen Kota Tegal. Pada ketiga lokasi tersebut diketahui terdapat hambatan yang sama yaitu masyarakat merasa kurang mendapatkan pelatihan dan pendampingan, kurangnya kemampuan berbahasa asing, keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi, terdapat kesulitan dalam mempromosikan agrowisata dengan menggunakan penurunan teknologi, serta jumlah pengunjung pada masa pandemic COVID-19.

Berdasarkan uraian analisis situasi, maka masalah yang dihadapi khalayak sasaran adalah: 1) Pengelola agrowisata merasa kurang mendapatkan pelatihan dan pembinaan, 2) Permasalahan dari segi manusia sumber daya pengelola agrowisata, yaitu mayoritas pengelola tidak memiliki kemampuan berbahasa serta kurangnya pemahaman terhadap penggunaan media digital, 3) Terdapat berbagai potensi dari desa agrowisata namun masih kurang dikenal. Dengan demikian diperlukan upaya dalam peningkatan promosi daerah agrowisata.

Pentingnya pelatihan bagi pelaku agrowisata telah dikemukakan dalam berbagai tulisan (seperti Guzman et.al, 2011; Swastika et.al, 2017; Astuti, 2013; Putra et.al. 2018: Umam et al., 2020). Secara khusus, Putra et al. (2018), Astuti (2013), Nurhidayati (2015) dan Hasyim et al. (2018), pentingnya mengemukakan pelatihan asing bagi pelaku agrowisata untuk pengembangan agrowisata berbasis (Community Based Tourism). komunitas Kegiatan pengabdian ini memiliki keunikan karena mengenalkan bahasa dengan menggunakan pendekatan yang mempertimbangkan kondisi masyarakat lokal. Pengenalan bahasa asing tersebut juga digunakan sebagai strategi untuk mempromosikan daerah agrowisata. Pendekatan yang digunakan akan menyesuaikan dengan keinginan dan kemampuan masyarakat, memperhatikan kondisi pada saat pandemi COVID-19. Selain itu, terdapat lima bahasa asing yang akan dikenalkan kepada masyarakat pengelola angrowisata.

Berdasarkan pada latar belakang dan analisis situasi, maka tujuan dari pengabdian ini adalah sebagai upaya untuk mengembangkan agrowisata berbasis community based tourism melalui pengenalan bahasa asing.

KAJIAN PUSTAKA

Agrowisata telah didefinisikan oleh banyak ahli dengan berbagai cara. Agrowisata aktivitas wisata merupakan berbasis pertanian yang memberikan pengalaman rekreasi dan pendidikan kepada pengunjung terkait dengan pertanian, pedesaan, alam, aktivitas budaya, dan atraksi yang juga membuka peluang bagi petani untuk menjual produknya. dan berbagi pengalaman, karena memberikan gagasan yang lebih holistik tentang agrowisata. (Rambodagedara et.al, 2015).

Ana (2017) mengemukakan bahwa ekowisata, agrowisata, wisata pedesaan adalah bentuk pariwisata yang muncul pada abad terakhir, menjadi sektor industri pariwisata yang semakin penting di seluruh Ketiganya memiliki dunia. kesamaan, namun demikian memiliki karakteristik tersendiri. Berdasarkan Ana (2017),ekowisata adalah bentuk pariwisata berbasis alam, motivasi utama wisatawan pengamatan dan adalah apresiasi terhadap alam serta budaya tradisional yang ada di kawasan alam. Ekowisata memiliki fitur pendidikan dan meningkatkan kesadaran terhadap konservasi aset alam dan budaya. Sedangkan agrowisata adalah kegiatan pariwisata berhubungan langsung dengan pertanian. Kegiatan pendidikan dilakukan dengan tujuan menyoroti dan menjelaskan aspek gaya hidup pertanian. Agrowisata ini terintegrasi sepenuhnya dalam pariwisata pedesaan. Wisatawan tertarik pertanian, kerajinan tangan, cerita rakyat,atau produk pertanian alami. Senada dengan agrowisata ini adalah wisata pedesaan (rural tourism), yaitu bentuk pariwisata segala berlangsung di pedesaan atau masyarakat pedesaan, yang menyoroti area alam, praktik lokal dan budaya. pedesaan ini sering disebut sebagai agrowisata.

Terdapat strategi pengembangan pariwisata juga agrowisata yang berbasis komunitas/masyarakat, yaitu community based tourism. Community Based Tourism adalah strategi pengembangan pariwisata didasarkan pada partisipasi aktif yang masyarakat setempat. Jenis pariwisata ini sekaliqus membantu menciptakan hubungan antara komunitas lokal dan pengunjung. Untuk memfasilitasi berbagai organisasi publik, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), lembaga swasta dan masyarakat setempat sendiri harus terlibat dan bekerja sama (Guzman et al., 2011). Pengelolaan destinasi wisata memerlukan partisipasi dari seluruh elemen masyarakat sehingga terjadi menciptakan kesesuaian program dengan aspirasi dan keinginan dari masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar destinasi wisata (Putra

et al., 2018). Tujuan dari community Based diantaranya Tourism adalah pemberdayaan dan kepemilikan masyarakat, pembangunan sosial dan ekonomi, konservasi sumber daya alam dan budaya, pengalaman pengunjung yang berkualitas tinggi (Manyara dan Rastegar, 2010), Jones, 2007; serta berdampak pada penyerapan lapangan menghindari dan terjadinya perpindahan kepemilikan serta melindungi lahan pertanian (Swastika et al., 2013)

Berdasarkan keterbatasan permasalahan dalam pengembangan agrowisata, terdapat berbagai strategi dan upaya yang dapat dilakukan. Guzman (2011) mengemukakan bahwa masyarakat lokal sangat menyadari bahwa tidak memiliki pelatihan, mereka pendidikan dan kualifikasi yang memadai untuk menghadapi tantangan membangun produk pariwisata berkualitas baik. Dengan situasi ini, LSM dan lembaga lain seperti perguruan tinggi, baik nasional maupun asing, dapat berperan sebagai pemimpin dalam pembinaan penduduk setempat. Swastika et al. (2017) juga mengemukakan bahwa pemerintah harus berusaha keras membangkitkan usaha - usaha agrowisata yang dibarengi dengan peningkatan kualitas sumber daya melalui manusia pelatihan dan pendampingan.

Dalam mengembangkan agrowisata berbasis komunitas diperlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan. Umam et (2020) mengemukakan pentingnya pelatihan bagi pokdarwis atau pengelola pariwisata, sehingga dapat melayani pengujung sesuai dengan standar kepariwisataan. Astuti (2013)mengemukakan diperlukan pemberian kursus atau pelatihan kepada petani, baik dalam bidang pertanian maupun bahasa seperti bahasa asing yaitu bahasa inggris. Dengan pelatihan tersebut, petani tersebut dapat memberikan penjelasan ketika wisatawan berkunjung ke kebun. Putra et al. (2018) juga mengemukakan bahwa salah satu strategi dalam pengembangan agrowisata berbasis Community Based Tourism adalah memberikan pelatihan dasar kepariwisataan kepada masyarakat agrowisata. Pelatihan dasar kepariwisaan dapat dilakukan dengan cara memberikan pemahaman tentang Sapta Pesona, pelatihan *standard greeting* dan *grooming*, kemampuan bahasa asing dasar, juga jiwa melayani.

Masyarakat tidak memiliki pengetahuan dasar khususnya bahasa asing memang harus dilatih sedikit demi sedikit dengan metode khusus yang sesuai dengan kemampuan peserta. Pendekatan yang digunakan perlu mempertimbangkan masyarakat lokal (Nurhidayati, Upaya pelatihan bahasa asing 2015). diantaranya dilakukan oleh Hasyim et al. (2018), melalui pelatihan bahasa Prancis bagi stakeholder pariwisata. Penggunaan variasi bahasa Prancis bidang agrowisata melalui pelatihan memberikan pengalaman baru bagi stakeholder dan meningkatkan kompetensi dalam bidang bahasa Prancis agrowisata. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kemampuan bekomunikasi secara lisan dalam bidang bahasa Prancis agrowisata.

METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan ini metode dengan menggunakan masyarakat pendidikan kepada dan pelayanan pada masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada masa Pandemi COVID-19, dengan demikian, pendekatan yang digunakan adalah dengan menghindari terjadinya kerumunan. Terdapat empat lokasi dari kegiatan pengenalan bahasa sebagai upaya untuk mengembangkan agrowisata berbasis community based tourism, yaitu:

- Desa agrowisata Cihideung, Kecamatan Parompong, Kabupaten Bandung Barat
- 2. Kebun Mini Serba Ada (Kemserda) di Desa Padaasih, Kabupaten Bandung Barat.
- 3. Cibugary di Kecamatan Cipayung Jakarta Timur
- 4. Hutan *Mangrove* di Kelurahan Mintaragen Kota Tegal

Keempat lokasi dari pengabdian tersebut menerapkan metode yang sama.

Metode pengabdian dimaksudkan sebagai langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam melaksanakan pengabdian. Adapun langkah-langkah kegiatan dalam pengabdian ini adalah:

Analisis situasi masyarakat

Kegiatan analisis situasi masyarakat bertujuan untuk memahami masalah yang dihadapi oleh masyarakat agrowisata. Dalam pengabdian ini, kegiatan analisis situasi masyarakat berupa indentifikasi kemampuan masyarakat pengelola agrowisata dalam berbahasa asing. Metode digunakan dalam yang indentifikasi kemampuan masyarakat pelaku agrowisata dalam berbahasa asing adalah melalui observasi dan wawancara dengan masyarakat pelaku agrowisata. Pada masa pandemi COVID-19, observasi dan wawancara dilakukan dengan (melalui bantuan teknologi komunikasi Whatsapp) dan juga mengunjungi masyarakat secara langsung dengan memperhatikan protokol kesehatan.

Merancang kegiatan pengabdian

Kegiatan pengabdian dirancang sesuai dengan masalah yang dihadapi masyakat, mempertimbangkan dengan kondisi masyarakat lokal, menyesuaikan dengan keinginan dan kemampuan masyarakat, serta memperhatikan kondisi pada saat pandemi COVID-19. Hasil analisis situasi masyarakat menunjukkan masyarakat kurang memiliki kemampuan dalam berbahasa asing, masyarakat juga kurang menguasai penggunaan media teknologi. Sehingga pelatihan bahasa asing dengan menggunakan bantuan teknologi tidak dapat dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini. Demikian juga pada masa pandemi COVID-19, kegiatan pelatihan dalam bentuk mengumpulkan masyarakat, juga tidak dapat dilaksanakan. Dengan memperhatikan kondisi tersebut, maka kegiatan pelatihan bahasa asing dirancang bersama dengan masyarakat, dengan kegiatan-kegiatan pengenalan bahasa asing yang dapat diikuti dengan mudah oleh masyarakat pelaku agrowisata.

Pelaksanaan kegiatan

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendidikan kepada masyarakat dan pelayanan pada masyarakat. Terdapat 3 kegiatan, yaitu: 1) Pengenalan bahasa asing 2) Membagikan Buku Saku "Pintar Bahasa Asing", dan 3) Pembuatan video promosi agrowisata. Pelaksanaan kegiatan disajikan dalam Tabel 1.

Evaluasi kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tanggapan dari pelaku agrowisata terhadap kegiatan pengenalan bahasa sudah yang dilakukan, juga untuk mengetahui harapan masa depan dari para pelaku untuk agorwisata dapat lebih mengembangkan agrowisata. Bentuk evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.

Tabel 1.
Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Masalah yang dihadapi pelaku agrowisata	Kegiatan Pengabdian	Metode Pengabdian	Media
 Pengelola agrowisata merasa kurang mendapatkan pelatihan dan pembinaan Permasalahan dari segi sumber daya manusia pengelola agrowisata, yaitu mayoritas pengelola tidak memiliki kemampuan berbahasa asing, serta kurangnya 	 Pengenalan bahasa asing melalui pemasangan poster/ornament bahasa asing di lokasi agrowisata Membagikan Buku Saku "Pintar Bahasa Asing" 	Pendidikan	Secara langsung kepada masyarakat (disesuaikan dengan kondisi masyarakat)
pemahaman terhadap penggunaan media digital	 Pembuatan video dalam rangka mempromosikan 	Pelayanan kepada masyarakat	Media digital

 Terdapat berbagai potensi dari desa agrowisata namun masih kurang dikenal. agrowisata dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa asing (membantu mempromosikan desa agrowisata)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar terdapat dua kegiatan utama yaitu identifikasi situasi dan kemampuan penggunaan bahasa asing para pengelola agrowisata, dan kegiatan pengenalan bahasa asing dalam upaya pengembangan agrowisata.

Hasil Identifikasi Situasi dan Identifikasi Kemampuan Penggunaan Bahasa Asing para Pengelola Agrowisata

Terdapat empat lokasi agrowisata yaitu Desa agrowisata Cihideung Kabupaten Bandung Barat, Cibugary di Kecamatan Cipayung Jakarta Timur, Hutan Mangrove di Kelurahan Mintaragen Kota Tegal, dan Kebun Mini Serba Ada (Kemserda) di Desa Padaasih Kabupaten Bandung Barat. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa keempat lokasi agrowisata tersebut memiliki kondisi yang sama dalam hal kemampuan pengelola agrowisata dalam menggunakan bahasa asing.

Perkembangan melalui media digital dan perkembangan agrowisata melalui pembelajaran bahasa asing dapat membantu meningkatkan daya tarik agrowisata. Namun terdapat berbagai masalah yang dihadapi oleh pengelola agrowisata dan masyarakat di sekitar agrowisata. Di Desa Cihideung, banyaknya pengelola usaha, ada beberapa pengelola yang tidak terlalu membutuhkan bantuan karena sudah jauh lebih maju, tetapi mayoritas pengelola dan masyarakat banyak yang membutuhkan bantuan karena kurangnya pemahaman. Di Desa agrowisata Cihideung tidak banyak masyarakat yang mampu dan tertarik untuk belajar bahasa asing. Pada masa Pandemi COVID 19, program pelatihan bahasa asing melalui media digital pun tidak mendapat respon dari masyarakat. Media digital dan media sosial juga menimbulkan tantangan baru bagi masyarakat di sekitar Desa Cihideung karena tidak semua masyarakat mampu membeli atau mampu mengoperasikan media tersebut dengan mudah, juga karena adanya berbagai macam keterbatasan. Salah satu contoh keterbatasan yang dirasakan masyarakat adalah jangkauan yang tidak merata di daerah, adanya keterbatasan ekonomi untuk membeli media digital tersebut dan adanya keterbatasan pengetahuan untuk menggunakan media digital dan online. Selain perkembangan melalui media digital, perkembangan agrowisata melalui pembelajaran bahasa asing pun dapat membantu meningkatkan daya Tarik agrowisata.

Demikian juga di Hutan Mangrove, selain kurangnya kemampuan berbahasa asing juga keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi. Terdapat kesulitan dalam memasarkan agrowisata dengan menggunakan teknologi. Sehingga penggunaan teknologi selama masa pandemic COVID-19 tidak mudah dilakukan. Kondisi tersebut salah satunya disebabkan karena pihak pengelola yang sudah tidak muda lagi.

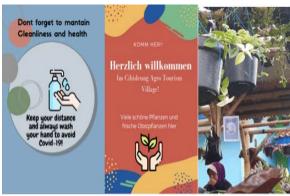
Di lokasi Kebun Mini Serba Ada (Kemserda) di Desa Padaasih Kabupaten Bandung Barat memiliki hambatan dimana para pegawainya kurang mengerti bahasa asing, maka salah satu program kerja menempel poster/ornament dinilai sangat cocok untuk membantu pegawai dalam mempelajari bahasa asing bahasa Inggris dan Prancis sambil bekerja tanpa menyita banyak waktu. Terkait pelatihan bahasa dengan menggunakan media teknologi, pengelola Kemserda kurang tertarik jika harus bergabung dalam WhatsApp atau aplikasi conference untuk mempelajari lebih dalam istilah bahasa asing, karena sudah cukup berumur dan tidak semua pegawainya memiliki smartphone. Di sisi lain, Kemserda berpotensi lebih terkenal dan berkembang ada perkembangan dalam segi promosi dengan menggunakan bahasa dalam strategi asing pemasaran, contohnya dengan membuat promosi dalam bahasa asing.

Kegiatan Pengenalan Bahasa Asing dalam Upaya Pengembangan Agrowisata

Terdapat tiga kegiatan dalam pengenalan bahasa asing yaitu: pemasangan poster yang berisi istilah bahasa asing di lokasi agrowisata, membagikan buku edukasi pengenalan bahasa asing, serta pembuatan video promosi yang melibatkan pelaku usaha atau masyarakat dalam rangka mempromosikan agrowisata dengan menggunakan bahasa asing.

Pengenalan Bahasa Melalui Asing Pemasangan Poster/Ornament Bahasa Asing di Lokasi Agrowisata. Tujuan dari pemasangan poster ini adalah untuk mengenalkan bahasa asing kepada pengelola agrowisata maupun kepada pengunjung, dengan penggunaan bahasa asing pada benda-benda yang berada di lokasi agrowisata maupun sebagai penunjuk arah.

Di Desa agrowisata Cihideung Kabupaten Bandung Barat, dilakukan upaya meningkatkan daya tarik tempat wisata dengan ornamen bahasa asing. Kegiatan ini berdasarkan hasil survei kepada setiap pengelola usaha dan masyarakat, yaitu adanya kesulitan untuk melakukan komunikasi dengan menggunakan bahasa asing kepada pengunjung yang berasal dari luar negeri. Kondisi ini menghambat pengembangan kawasan agrowisata Cihideung karena kurangnya kemampuan masyarakat dan pengelola untuk berbahasa asing sehingga kurang memberikan kenyamanan terhadap wisatawan asing yang berkunjung. Oleh karena itu, kegiatan pemasangaan ornamen bahasa asing ini dilaksanakan untuk membantu meningkatkan potensi pengelola agrowisata dan juga masyarakat sekitar.



Gambar 1. Pemasangan Poster bahasa Inggris dan bahasa Jerman di Desa agrowisata Cihideung Kabupaten Bandung Barat

Di Cibugary Jakarta Timur, pembuatan desain poster dilakukan bersama dengan pelaku agrowisata. Pembuatan desain poster dengan menggunakan aplikasi berbasis komputer dan web. untuk perancangan desain dan dilakukan di rumah maupun di lokasi agrowisata. Selanjutnya, dilakukan penyerahan desain baik digital maupun kepada pengelola agrowisata, sekaligus pemasangan poster.



Gambar 2. Pemasangan Poster bahasa Inggris dan bahasa Jepang di Cibugary Jakarta Timur

Pada Hutan Mangrove, dilakukan survey terlebih dahulu untuk lokasi penempelan ornamen yang sering dilihat orang seperti spot mana pada tempat agrowisata yang akan ditempel ornament. Kegiatan selanjutnya adalah membuat desain ornamen dengan perpaduan tiga bahasa yaitu bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Rusia. Ornamen bahasa ditempelkan asing pada pepohonan, tempat sampah, ajakan untuk membuang sampah pada tempatnya, juga tulisan selamat datang. Penempelan ornamen ini disambut antusias oleh pihak pengelola karena dirasa menambah pengetahuan bahasa bagi pengelola dan juga bagi pengunjung.



Gambar 3. Pemasangan Poster bahasa Inggris dan bahasa Rusia di Hutan Mangrove di Kelurahan Mintaragen Kota Tegal



Gambar 4. Pemasangan Poster bahasa Inggris dan bahasa Prancis di Kebun Mini Serba Ada di Desa Padaasih Kabupaten Bandung Barat

Membagikan Buku Saku "Pintar Bahasa Kegiatan selaniutnya pengenalan bahasa asing adalah dengan pembagian Buku Saku "Pintar Bahasa Asing". Kegiatan ini dibentuk dalam rangka mengoptimalkan pembelajaran bahasa terhadap masyarakat meningkatkan daya tarik tempat wisata memperbaiki permasalahan yang serta dirasakan masvarakat. vaitu sulitnva melakukan komunikasi dengan menggunakan bahasa asing terhadap wisatawan asing. Isi buku saku ini adalah berupa kalimat-kalimat dasar dan cara pengucapan kalimat umum yang sering digunakan dengan menggunakan bahasa asing.



Gambar 5. Membagikan Buku Saku "Pintar Bahasa Asing" di Desa Agrowisata Cihideng Kabupaten Bandung Barat

Pembuatan video dalam rangka mempromosikan agrowisata dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa asing. Pembuatan video dalam mempromosikan rangka agrowisata berlatar belakang dari bahwasanya pada modern seperti zaman yang serba sekarang ini, segala aktivitas ataupun kegiatan dapat dilakukan dengan mudah melalui media digital. Media-media tersebut dapat digunakan untuk mengirim informasi dengan melibatkan berbagai media sosial, seperti Instagram, Twitter, Whatsapp, dan sebagainya. Media digital merupakan sarana yang sangat potensial untuk memasarkan daerah agrowisata. Meskipun demikian, terdapat berberapa kendala dan keterbatasan dari pengelola agrowisata yaitu kurangnya keterampilan dalam menggunakan teknologi dan media dalam melakukan pemasaran digital agrowisata. Seperti halnya di hutan Mangrove, hutan kota ini kurang terekspos media sehingga pengunjung sepi dan hanya dari masyarakat sekitar yang berimbas pada kurangnya pemasukan untuk keperluan perawatan hutan kota.

Sehingga dalam kegiatan ini dilakukan pengambilan video untuk mempromosikan agrowisata dengan melibatkan masyarakat sekitar dan juga pengelola agrowisata. Dilakukan pembuatan video dalam rangka mempromosikan kawasan Agrowisata yang disertai keterangan menggunakan bahasa asing. Program ini dilaksanakan karena adanya hambatan untuk melakukan promosi oleh masyarakat melalui media online karena kurangnya kemampuan masyarakat untuk melakukan promosi yang lebih luas, maka dari itu program ini dilaksanakan untuk membantu masyarakat meningkatkan daya tarik wisatawan dari luar daerah khususnya luar untuk mengunjungi tempat agrowisata. Selanjutnya, video tersebut diupload pada media sosial dan juga diserahkan langsung kepada secara pengelola dalam bentuk agrowisata digital.

Berikut adalah tampilan dari video promosi agrowisata dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa asing.



Gambar 6. Cuplikan Video Promosi Daerah Agrowisata

Evaluasi

Evaluasi secara umum adalah, kegiatan pengenalan bahasa asing dapat diterima dengan baik oleh pengelola agrowisata dan juga masyarakat sekitar. Terdapat perubahan dari segi pengetahuan serta sikap masyarakat. Perubahan tersebut meliputi meningkatnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terutama pegawai dan pengelola agrowisata dalam upaya pengembangan kawasan Agrowisata, serta pengetahuan bahasa asing melalui ornament yang ditempel di lokasi agrowisata.

Secara khusus di Desa agrowisata Cihideung Kabupaten Bandung Barat, kegiatan berhasil dilaksanakan sesuai dengan rancangan kegiatan yang telah ditentukan sebelumnya. Namun, tidak dapat dimungkiri bahwasanya kegiatankegiatan tersebut terlaksana dengan baik walaupun disertai beberapa hambatan. Hambatan-hambatan seperti sulitnya menemukan pengelola usaha dan kooperatif masyarakat yang untuk wawancara, juga kurangnya antusias masyarakat terhadap pelatihan bahasa asing yang dianggap terlalu sulit untuk diingat pada awalnya. Masyarakat serta pengelola usaha merasa umur menjadi hambatan mereka untuk melakukan lagi pelatihan bahasa asing, tetapi setelah kegiatan ini berjalan setiap minggunya masyarakat pun mulai menunjukkan rasa ketertarikan terhadap kegiatan yang dilaksanakan, masyarakat mulai antusias dan kooperatif seperti pembuatan video promosi dan sedikit-sedikit belajar kalimat dasar bahasa asing yang terdapat di buku saku yang sebelumnya sudah dibuat.

Kelemahan-kelamahan kurangnya pemahaman terhadap media kurangnya ketertarikan sosial, juga terhadap bahasa asing perlahan-lahan mulai membaik, masyarakat mengerti bagaimana caranya melakukan penjualan dan promosi melalui media online/media sosial, masyarakat perlahan-lahan mulai mau belajar kalimatberhubungan dengan kalimat yang komunikasi pedagang dan penjual dengan menggunakan bahasa asing. Kegiatan sebelumnya direncanakan yang efek menghasilkan positif, seperti masyarakat menjadi mampu melakukan promosi di media sosial. Selain itu, masyarakat dan pengelola usaha pun mulai mau belajar bahasa asing dan mulai percaya diri untuk terus berlatih bahasa asing.

Di Cibugary Jakarta Timur, kegiatan yang dilakukan mendapat reaksi yang sangat baik dari awal kegiatan. Masyarakat dan juga pelaku usaha sangat antusias untuk terlibat dalam kegiatan. Hasil desain ornamen dan juga video berjalan dengan lancar dan mendapat tanggapan yang positif dari pihak Demikian pengelola. juga di Mangrove, kegiatan pengenalan bahasa asing dan pembuatan video berbahasa asing mendapat antusias dari pihak pengelola agrowisata, karena hutan kota ini kurang terekspos media sehingga sepi pengunjung.

Di Kemserda, kedua program kerja dapat diterima dengan baik oleh para pelaku usaha agrowisata maupun oleh masyarakat sekitar. Pengelola agrowisata antusias dengan pengenalan bahasa asing karena sangat berhubungan dengan kegiatan di tempat wisata, mereka cukup terbantu dalam mempelajari istilah bahasa asing. Demikian juga bagi pengunjung agrowisata dapat mempelajari bahasa asing dari poster atau ornament tersebut. Pengelola agrowisata juga terbantu dengan adanya pembuatan video dengan menggunakan bahasa asing sebagai media promosi di media sosial.

PENUTUP

Terdapat banyak potensi yang dapat dikembangkan di kawasan agrowisata, namun dihadapkan kepada berbagai permasalahan. Di sisi lain, pengembangan agrowisata berbasis komunitas (community based tourism) juga memerlukan partisipasi dari semua pihak. Diperlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan, sehingga diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi dengan dalam baik agrowisata pengembangan berbasis komunitas.

Kegiatan pengenalan bahasa asing merupakan salah satu upaya untuk pengelola meningkatkan kemampuan agrowisata, sehingga diharapkan mereka dapat berpartisipasi dalam pengembangan agrowisata. Kegiatan pengenalan bahasa asing melalui pembuatan video juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan promosi Kegiatan-kegiatan agrowisata. pengenalan bahasa asing tersebut diterima dengan baik oleh pengelola agrowisata dan juga masyarakat sekitar, memberikan pengetahuan dianggap mengenai bahasa asing, juga membantu mempromosikan daerah agrowisata melalui video promosi berbahasa asing.

Kegiatan pengabdian ini memiliki keterbatasan beberapa karena dilaksanakan dalam masa Pandemi COVID 19, juga dalam situasi dimana terdapat keterbatasan perangkat dan infrastruktur teknologi, serta masyarakat kurang menguasai penggunaaan teknologi. masyarakat tetap Meskipun demikian, antusias dan memberikan tanggapan yang positif terhadap kegiatan pengenalan bahasa asing. Masyarakat mengharapkan lebih banyak pelatihan pendampingan untuk pengembangan agrowisata, khususnya yang berbasis komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Universitas Padjadjaran atas bantuan dana PPM tahun anggaran 2020. Terima kasih juga kepada tim mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Virtual Universitas Padjadjaran Tahun 2020 dari Fakultas Ilmu Budaya yaitu: Syauka Syukra Jazila, Shanya Krislasabella, Anisa Karunia dan Audry Maulidia Fitri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, M.I (2017). Ecotourism, Agro-tourism and Rural Tourism in The European Union. Cactus Tourism Journal, 15(2), 6-14.
- Astuti, N.W.W (2013). Prospek Pengembangan Agrowisata Sebagai Alternatif di Desa Pelaga. Soshum Jurnal Sosial dan Humaniora, 3(3).
- Badan Pusat Statistik. (2020) Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Juli 2020. No. 70/09/Th. XXIII, 1 September 2020.
- Budiarti, T., Suwarto., & Muflikhati, I (2013).
 Pengembangan Agrowisata Berbasis
 Masyarakat pada Usahatani Terpadu
 guna Meningkatkan Kesejahteraan
 Petani dan Keberlanjutan Sistem
 Pertanian. Jurnal Ilmu Pertanian
 Indonesia (JIPI), 18 (3), 200-207.
- Guzman, T.L., Cañizares, S.S., & Pavón, V. (2011). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Case Study. Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism, 6 (1), 69-84.
- Hasyim, M., Akhmar, A.M., Kuswarini, P., & Masdiana. (2018). Pemahaman dan Penggunaan Variasi Bahasa Prancis Bidang Agrowisata Bagi Stakeholder Pariwisata di Makasar Sebagai Upaya Peningkatan Pelayanan Kepada Turis Mancanegara. Jurnal Ilmu Budaya, 6 (2).
- Manyara, G. & Jones, E. (2007). Community-Based Tourism Enterprises Development in Kenya: An Exploration of Their Potential as Avenues of Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628-644.
- Nurhidayati, S.E (2015) Studi evaluasi penerapan Community Based Tourism (CBT) sebagai pendukung agrowisata berkelanjutan. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik,* 28 (1), 1-10.
- Nyaupane, G.P., Morais, D.B. & Dowler, L. Role Community (2006).The of Involvement and Number/Type of Visitors on Tourism Impacts: Controlled Comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunna, China. Tourism Management, 27 (6), 1373-1385.

- OECD. (2019). Making The Most of Tourism in Indonesia To Promote Sustainable Regional Development. Economics Departement Working Papers No.1535.
- Pangestuti, W., Hanum, L & Wahyudi, L.E (2018). Development of Agrotourism Potentiality in Kampung Kopi Amadanom, Malang. Journal of Indonesian Tourism and Development Studies, 6(3), 194-199.
- Putra, A.P., Amalia, F.R., & Utami, S.W. (2018).Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Community Based Desa Sumber Arum Tourism di Kecamatan Songgon Banyuwangi. Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Rambodagedara, R.M.M.H.K., D.A.C.S & Perera, S (2015). Agro-Development in Farming **Opportunities** Community: and Challenges. Kobbekaduwa Hector Agrarian Research and Training Institute.
- Rastegar, H. (2010). Tourism development and residents' attitude: A case study of Yazd, Iran. *Tourismos*, 5 (2), 203-211.
- Swastika, I.P.D., Budhi, M.K.S, & Dewi, M.H.U (2017). Anaisis Pengembangan Agrowisata untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 6(12), 4103-4136.
- Umam, C., Pangesti, F.S.P., & Yuslistyari, E.I (2020). Pemberdayaan Pokdarwis TAZGK dalam Pengembangan Desa Wisata di Kaduengang. Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat, 1(1), 17-22.