



BAPPERIDA
KOTA BOGOR

ISSN 2962-4045



BULETIN PEMBANGUNAN DAERAH

NOMOR 1

VOLUME 3

BAPPERIDA KOTA BOGOR



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT., Tuhan semesta alam atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Bogor bisa menyelesaikan penerbitan Buletin Pembangunan Daerah. Shalawat serta salam senantiasa kami haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Buletin Pembangunan Daerah ini merupakan edisi ketiga yang diterbitkan sebagai sarana komunikasi dan publikasi informasi mengenai kegiatan pembangunan di Kota Bogor.

Akhirnya, kami mengharapkan semoga buletin ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

**Kepala
Badan Perencanaan Pembangunan
Riset dan Inovasi Daerah
Kota Bogor**



Rudy Mashudi, S.T., MP





DAFTAR ISI

1 **PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA/PEMBANGUNAN WEBSITE FORUM ANAK
KOTA BOGOR**
IMAM SANTOSO, DRIE SARWIEDI, ARIF WICAKSONO DAN
TEAM RIDA

5 **KICK OFF BOGOR INNOVATION AWARD (BIA)
TAHUN 2024**
Lusi Nurbaiti Badri, ST, M.Si

7 **ANALISA SWOT, FASILITAS PARIWISATA,
DIVERSIFIKASI PRODUK, PEMASARAN DAN
PENDAMPINGAN DI KAMPUNG LABIRIN UNTUK
MENJADI KAMPUNG WISATA KOTA BOGOR**
Bambang Hengky Rainanto, Charles Parnauli
Saragi, Edi Nurachmad

17 **KOTA BOGOR**
Tsabita Fiddiini Sunyono

19 **INDEKS INOVASI DAERAH 2024 TELAH DIMULAI**



SUSUNAN REDAKSI

PENGARAH:

Dr. Ir. Hj. Syarifah Sofiah, M.Si.

PENANGGUNG JAWAB:

Rudy Mashudi, S.T., MP

KETUA TIM REDAKSI :

Irma Arlini Dewi, S.T.P., M.Sc.

TIM REDAKSI:

Lusi Nurbaiti Badri, S.T, M.Si

Oni Hidayati, S.Pi, M.Si

Drie Sarwiedi S., S.P., M.Si

Erni Solikhati, S.E

Ratu Desy Savitri, S.T., M.T

Dwi Hari Wibowo, S.Kom

SEKRETARIAT:

Imam Santoso, SE, MM

Gandi Aria Wijaya, SP, MSi

Amsal Esa Hasana, S.Stat.

MITRA BESTARI:

Dr. Ir. Bambang Sulistyantara

(IPB University)

Dr. Eko Sakapurnama

(Universitas Indonesia)

Dr. Eka Suhardi

(Universitas Pakuan)

Ifan Muttaqien, SP, MIT

(Pusat Perpustakaan dan Literasi

Pertanian)

Edy Suryanto S.Sos., M.I.Kom

(Dinas Arsip dan Perpustakaan)

“

Redaksi menerima kiriman tulisan/artikel dari luar. Isi berkaitan dengan Pembangunan Daerah Kota Bogor, dan belum pernah dipublikasikan.

Bagi yang ingin berkontribusi mengisi buletin ini, dapat mengirimkan naskah tulisan artikel serta data identitas diri ke alamat:

Bidang Riset dan Inovasi Daerah

Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Daerah Kota Bogor

Jl. Kapten Muslihat No. 21, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16121

atau

bit.ly/FormArtikelBuletin

Email

bapperida@kotabogor.go.id

Website

<https://bapperida.kotabogor.go.id>

”

PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA/PEMBANGUNAN WEBSITE FORUM ANAK KOTA BOGOR

IMAM SANTOSO, DRIE SARWIEDI, ARIF WICAKSONO DAN TEAM RIDA



RINGKASAN

Fanator atau Forum Anak Kota Bogor adalah salah satu forum anak tingkat kota yang berfungsi untuk membantu Pemerintah Kota Bogor dalam pemenuhan dan perlindungan hak-hak anak di Kota Bogor. Kepala Bappeda Kota Bogor sebagai Ketua Gugus Tugas Kota Layak Anak sesuai dengan SK Walikota Bogor Nomor 463/kep.241-DPPPA/2021 tentang Pembentukan Gugus Tugas Kota Layak Anak Kota Bogor Periode 2021-2023 memiliki tugas antara lain melakukan sosialisasi, advokasi, dan komunikasi informasi dan edukasi kebijakan Kota Layak Anak (KLA). Tujuan dari kajian ini adalah terselenggaranya Website Forum Anak Kota Bogor yang menyediakan fitur-fitur interaktif dan dapat memperoleh informasi layanan publik yang ada di pemerintah Kota Bogor yang berkaitan dengan anak/pemenuhan hak anak terkait lima klaster Kota Layak Anak dari OPD di bawah pemerintah kota Bogor dalam satu halaman website yang terintegrasi. Kajian ini menggunakan 2 pendekatan, yaitu metode *primary research* dan *desk study* yang selanjutnya digunakan untuk proses analisis kebutuhan untuk pengembangan Website Fanator. Hasil kegiatan Kajian Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika adalah tersedianya website yang dibangun dan dikembangkan berdasarkan kebutuhan dari Forum Anak Kota Bogor (Fanator) mendukung tugas Ketua BAPPEDA sebagai Ketua Kota Layak Anak Kota Bogor dalam sosialisasi dan advokasi kebijakan khususnya yang terkait dengan anak.

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil dari Kajian Ketahanan Keluarga Kota Bogor tahun 2021-2025, diperoleh informasi bahwa sebanyak 29 kasus kekerasan pada anak terjadi di Kota Bogor. Jenis kekerasan yang terjadi pada anak bervariasi, namun kasus kekerasan terbanyak terjadi pada kekerasan seksual dan diikuti oleh kekerasan fisik. Jika dilihat dari jenis kelamin korbannya, maka anak perempuan menjadi korban terbanyak kekerasan terutama kekerasan seksual sedangkan anak laki-laki lebih banyak korban kekerasan fisik. Anak-anak yang mengalami kekerasan seksual akan mengalami dampak psikologis yang serius dan akan mengakibatkan trauma jika tidak mendapatkan penanganan yang tepat. Selain dampak psikologis, kekerasan seksual pada anak juga menyisakan masalah pada fisik, diantaranya luka memar dan rasa sakit. dengan demikian, anak yang mengalami kekerasan seksual, dengan sendirinya mengalami kekerasan fisik sekaligus kekerasan psikis. Berdasarkan Peraturan Menteri Nomor 1 Tahun 2022 Perubahan Atas Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Nomor 18 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Forum Anak, maka Forum Anak adalah wadah Partisipasi Anak dimana anggotanya merupakan perwakilan dari Kelompok Anak atau Kelompok Kegiatan Anak atau perseorangan, dan dibina oleh pemerintah, sebagai sarana menyalurkan aspirasi, suara, pendapat, keinginan, dan kebutuhan Anak dalam proses pembangunan.



Fanator atau Forum Anak Kota Bogor adalah salah satu forum anak tingkat kota yang berfungsi untuk membantu Pemerintah Kota Bogor dalam pemenuhan dan perlindungan hak-hak anak di Kota Bogor

Kepala Bappeda Kota Bogor sebagai Ketua Gugus Tugas Kota Layak Anak sesuai dengan SK Walikota Bogor Nomor 463/kep.241-DPPPA/2021 tentang Pembentukan Gugus Tugas Kota Layak Anak Kota Bogor Periode 2021-2023 memiliki tugas antara lain melakukan sosialisasi, advokasi, dan komunikasi informasi dan edukasi kebijakan Kota Layak Anak (KLA).

Kajian ini berdasarkan permasalahan di Kota Bogor yaitu :

1. Masyarakat masih banyak yang belum mengetahui keberadaan organisasi Fanator[es1] sebagai organisasi resmi yang dibentuk oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Bogor.
2. Pengurus Fanator kesulitan menemukan rekam jejak pengurus sebelumnya terkait informasi kegiatan yang sudah pernah dilakukan oleh pengurus sebelumnya.
3. Kurangnya aspirasi dari anggota Fanator untuk dapat mengintegrasikan informasi layanan publik yang ada di pemerintah Kota Bogor yang berkaitan dengan anak/pemenuhan hak anak.

TUJUAN

Tujuan dari kajian [es1] ini adalah :

1. Terselenggaranya Website Forum Anak Kota Bogor yang menyediakan fitur-fitur interaktif sehingga memudahkan anak Kota Bogor untuk memperoleh informasi terkait Kota Layak Anak dan mendukung tugas Ketua Gugus Tugas Kota Layak Anak Kota Bogor dalam sosialisasi dan advokasi kebijakan.
2. Anak-anak di kota Bogor dapat memperoleh informasi layanan publik yang ada di pemerintah Kota Bogor yang berkaitan dengan anak/pemenuhan hak anak terkait ma klaster Kota Layak Anak (Hak sipil dan kebebasan,

lingkungan keluarga dan pengasuhan alternatif, kesehatan dasar dan kesejahteraan, pendidikan, pemanfaatan waktu luang, dan kegiatan budaya, serta perlindungan khusus) dari OPD dibawah pemerintah kota Bogor dalam satu halaman website yang terintegrasi.

Metodologi Kajian ini menggunakan 2 pendekatan, yaitu metode primary research dan desk study. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

a. Metode Primary Research

Pada metode ini dilakukan proses pengumpulan data seperti interview dengan anggota Fanator, survei, analisis data, dan observasi dengan melihat aktivitas. Hasil dari pengumpulan data menggunakan metode primary research selanjutnya digunakan dalam berbagai tahap kajian seperti identifikasi data, proses pengolahan data, tes keamanan, dan survei kepuasan. Data primer yang diperoleh berupa data profile tentang fanator, data pengguna yang akan terlibat dalam penggunaan website, dan informasi lainnya yang terkait dengan lima klaster Kota Layak Anak (Hak sipil dan kebebasan, lingkungan keluarga dan pengasuhan alternatif, kesehatan dasar dan kesejahteraan, pendidikan, pemanfaatan waktu luang, dan kegiatan budaya, serta perlindungan khusus).

b. Desk Study

Dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi melalui pemeriksaan dan analisis data serta informasi yang menggunakan data sekunder, baik berupa dokumendokumen internal/eksternal Pemerintah Kota Bogor, peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian dan pengembang komunikasi dan informatika, kegiatan rapat dan kegiatan Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan dengan mengundang stakeholder terkait untuk mendapatkan masukan tentang materi terkait pembuatan Website forum anak kota Bogor.

Proses analisis kebutuhan untuk pengembangan Website Fanator dilakukan melalui kegiatan pengambilan data primer dan data sekunder. Setelah data terkumpul, maka selanjutnya dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh untuk digunakan pada tahap selanjutnya. Rekomendasi dari hasil analisis data adalah pembuatan Website Forum Anak Kota Bogor dengan fitur-fitur yang mengakomodir kebutuhan stakeholder yang terlibat, mengacu pada data primer dan sekunder yang telah diperoleh untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

RUANG LINGKUP

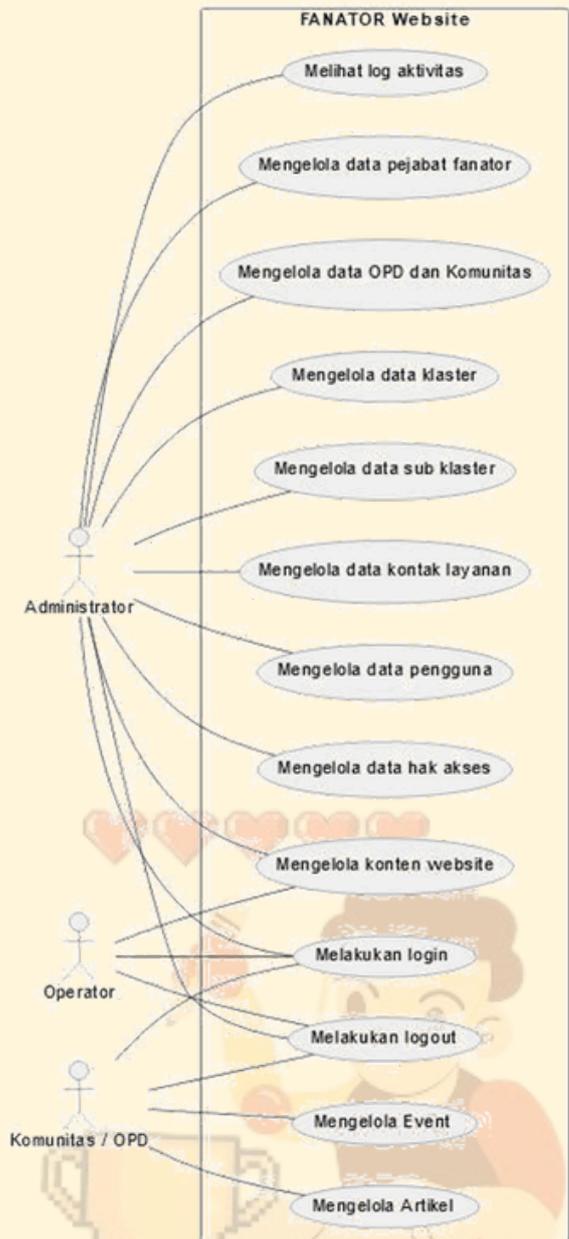
Ruang Lingkup Kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pencarian data primer dan sekunder terkait penyusunan Website Forum Anak Kota Bogor;
2. Melakukan Foccus Group Discussion (FGD);
3. Melakukan standarisasi aplikasi dari Diskominfo (termasuk assesmen keamanan);
4. Melakukan pembangunan Website Forum Anak Kota Bogor;
5. dengan tim asesment Diskominfo Kota Bogor dalam melaksanakantes keamanan Website;
6. Berkonsultasi dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dan mendapatkan persetujuan Website;
7. Membuat buku panduan dan SOP Website;
8. Melakukan integrasi ke Website Bappeda Kota Bogor atau Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak;
9. Melakukan serah terima pekerjaan kepada Bappeda Kota Bogor;
10. Melakukan pelatihan dan bimbingan teknis tentang cara-cara mengoperasikan Website;
11. Melakukan pemantauan Website selama satu tahun setelah integrasi Website.

- Lingkungan keluarga dan pengasuhan alternatif (Informasi dasar tentang klaster 2, infrastruktur ramah anak, lembaga pengasuhan alternatif)
- Kesehatan dasar dan kesejahteraan (Informasi dasar tentang klaster 3)
- Pendidikan, pemanfaatan waktu luang, dan kegiatan budaya (Klaster 4)
- Perlindungan khusus (Klaster 5)

7. Menu FAQ;
8. Informasi tentang Forum Anak Kota Bogor;
9. Informasi kontak layanan Dinas terkait anak yang ada di Kota Bogor;
10. Menu Halaman administrator, operator, OPD dan komunitas.

2. Business Process Indentification



Hasil Kajian adalah sebagai berikut :

1. Identifying Bulkiness Value

Berdasarkan hasil dari kegiatan wawancara dengan pengurus Forum Anak Kota Bogor dan Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

a.) user Pengguna

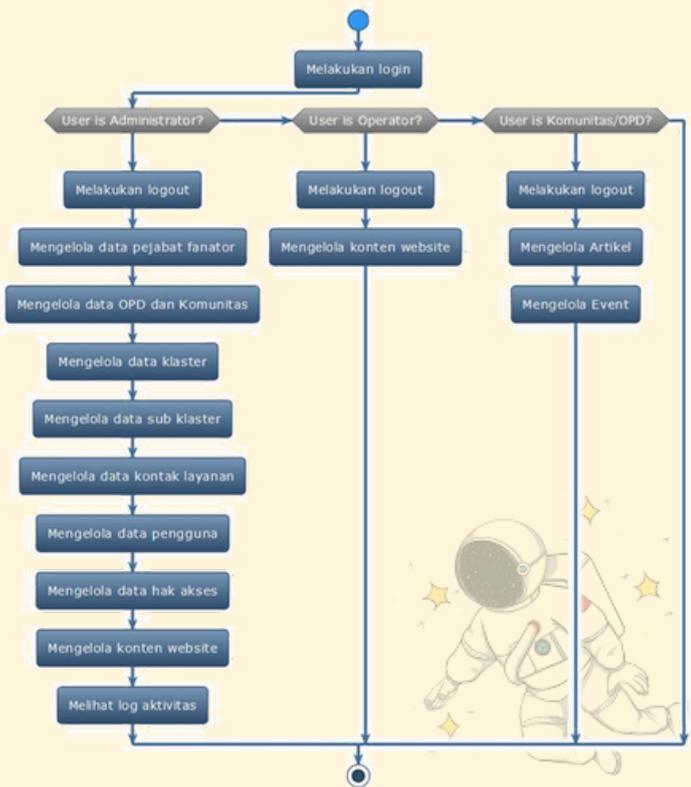
Terdapat 3 tingkatan user pengguna yang akan ada di dalam aplikasi dan memiliki hak akses yang berbeda pada program, yaitu administrator, operator dan komunitas/OPD.

b.) Fitur pada Halaman Web

Fitur yang ada pada halaman Website Forum Anak Kota Bogor adalah sebagai berikut :

1. Berita/isu terbaru mengenai anak, beriringan dengan penanganannya;
2. Rekreatif (info yang sifatnya hiburan bagi anak);
3. Informasi layanan anak yang informatif;
4. Info lomba/kegiatan/event mengenai di kota Bogor;
5. Informasi Kebijakan mengenai perlindungan anak;
6. Mencantumkan lima klaster Kota Layak Anak, yaitu :
 - Hak sipil dan kebebasan (Informasi dasar tentang klaster 1, seperti kartu identitas anak (kia), akte kelahiran, media aspirasi)

3. Business Process Modelling Model



4. Bisnis Proses Realization

Berikut ini realisasi proses bisnis untuk semua user yang terlibat untuk setiap aktivitas yang sudah ditentukan:

- 1) Aktivitas login dan logout dari sistem
- 2) Melihat Log Aktivitas
- 3) Mengelola Data Pejabat Fanator
- 4) Mengelola Data OPD Dan Komunitas
- 5) Mengelola Data Klaster
- 6) Mengelola Data Subklaster
- 7) Mengelola Data Kontak Layanan
- 8) Mengelola Data Pengguna
- 9) Mengelola Data Hak Akses
- 10) Mengelola Konten Website
- 11) Mengelola Artikel
- 12) Mengelola event

5. Desain Awal Tampilan Aplikasi

- 1) Halaman Beranda
- 2) Halaman Fanator
- 3) Halaman Klaster
- 4) Halaman Menu Info Layanan
- 5) Halaman Menu Impian Kita
- 6) Halaman Menu Kegiatan
- 7) Tampilan Halaman FAQ
- 8) Halaman Dashboard Administrator/Operator/OPD/ Komunitas
- 9) Halaman Admin Mengelola Master Data
- 10) Halaman Admin Mengelola Manajemen Pengguna
- 11) Halaman Administrator Mengelola Menu Depan

6. Desain Tampilan Keluaran

- 1) Tampilan Keluaran Data Fanator
- 2) Tampilan Keluaran Data OPD/Komunitas
- 3) Tampilan Keluaran Data Klaster
- 4) Tampilan Keluaran Data Subklaster
- 5) Tampilan Keluaran Data Kontak Layanan
- 6) Tampilan Keluaran Data Administrator
- 7) Tampilan Keluaran Data Permission
- 8) Tampilan Keluaran Data Role
- 9) Tampilan Keluaran Data Artikel
- 10) Tampilan Keluaran Data Event
- 11) Tampilan Keluaran Data Regulasi

7. Program Design

- 1) Class Diagram
- 2) Sequence Diagram

8. Implementation

- 1) Software Construction
- 2) Struktur Database (struktur basis data)
- 3) Software Testing
- 4) Spesifikasi Kebutuhan Server

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan Kajian Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (Pembuatan Website Forum Anak Kota Bogor) adalah sebagai berikut :

1. Adanya produk berupa website yang dibangun dan dikembangkan berdasarkan kebutuhan dari Forum Anak Kota Bogor (Fanator) yang menyediakan fitur-fitur interaktif sehingga memudahkan anak-anak di Kota Bogor untuk memperoleh informasi terkait Kota Layak Anak dan mendukung tugas Ketua BAPPEDA sebagai Ketua Kota Layak Anak Kota Bogor dalam sosialisasi dan advokasi kebijakan khususnya yang terkait dengan anak.

2. OPD di bawah pemerintah Kota Bogor dapat memberikan informasi terkait anak seperti informasi berita berdasarkan klaster, informasi lomba, dan informasi lainnya yang terkait anak, sehingga anak-anak di kota bogor dapat melihat keseluruhan informasi dari dinas terkait pada satu laman website yaitu Website Forum Anak Kota Bogor.

KICK OFF BOGOR INNOVATION AWARD (BIA)

TAHUN 2024

Lusi Nurbaiti Badri, ST, M.Si



Latar Belakang Pelaksanaan Bogor Innovation Award (BIA)

Dalam rangka mewujudkan Visi Kota Bogor yang dijabarkan dalam Misi 2 Kota Bogor yaitu Mewujudkan Kota Bogor yang Cerdas, Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Daerah Kota Bogor melakukan penjaringan atas inovasi yang telah dilakukan oleh warga Kota Bogor sekaligus sebagai bentuk apresiasi terhadap warga Kota Bogor, diselenggarakan Lomba Bogor Innovation Award Tahun 2024. Adapun lomba inovasi sendiri merupakan amanat dari [es] :

1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah;
3. Peraturan Walikota Bogor Nomor 43 Tahun 2016 tentang Sistem Inovasi Daerah Kota Bogor
4. Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2023 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Bogor Tahun 2024

Tujuan penyelenggaraan Lomba Bogor Innovation Award (BIA) Tahun 2024 untuk memberikan dorongan kepada para pelaku inovasi (individu, kelompok, organisasi, lembaga) agar dapat terpacu dalam mewujudkan ide kreatif dalam penciptaan nilai tambah, baik sebagai individu maupun melalui kemitraan dan kerjasama antar unsur inovasi adapun Tema Lomba Bogor Innovation Award (BIA) Tahun 2024 adalah **"Membangun Ekosistem Inovasi dan Kreasi serta Menebar Inspirasi"**

Sebaiknya dikaitkan juga dengan visi dan misi Walikota Bogor

Pelaksanaan lomba inovasi telah diselenggarakan oleh Bappeda Kota Bogor sejak Tahun 2019

1. Dilaksanakan mulai Tahun 2019, dengan nama "KRIBO" Kreativitas Inovasi Urang Bogor
2. Tahun 2020 tidak dilaksanakan karena pandemic Covid-19

3. Tahun 2021 dilaksanakan dengan jumlah peserta yang mendaftar sebanyak 86 peserta, yang diverifikasi untuk masuk ke tahap seleksi subsatansi sebanyak 76 peserta.

4. Tahun 2022 dilaksanakan dengan nama Bogor Innovation Award (BIA) dengan jumlah peserta yang mendaftar sebanyak 93 peserta, yang diverifikasi untuk masuk ke tahap seleksi subsatansi sebanyak 91 peserta.

5. Tahun 2023 dilaksanakan dengan nama Bogor Innovation Award (BIA) dengan jumlah peserta yang mendaftar sebanyak 134 peserta, yang diverifikasi untuk masuk ke tahap seleksi subsatansi sebanyak 127 peserta.



Kick Off Bogor Innovation Award (BIA) 2024

Untuk memulai pelaksanaan Bogor Innovation Award (BIA) Tahun 2024 dilaksanakan kick off pada 28 Februari 2024 di Ruang Auditorium Perpustakaan Kota Bogor. Pelaksanaan kick off dilangsungkan secara hybrid dengan dengan peserta offline terdiri dari pemenang Lomba Bogor Innovation Award Tahun 2024, Tim Juri Bogor Innovation Award Tahun 2024, Perangkat Daerah se-Kota Bogor, BUMD Kota Bogor dan Pemberi Sponsor Bogor Innovation Award Tahun 2022. Adapun peserta online terdiri dari Perguruan Tinggi/Lembaga se-Kota Bogor, SMA/SMK/MA sederajat Negeri dan Swasta se-Kota Bogor, SMP/MTs sederajat Negeri dan Swasta se-Kota Bogor, Komunitas dan Pelaku Usaha se-Kota Bogor.

Rangkaian kegiatan kick off adalah sebagai berikut :

NO	START TIME	END TIME	DUR	AGENDA
28-Feb-24				
1	08:30	09:12	0:42	Kedatangan Tamu Undangan
2	09:12	09:15	0:03	Pemutaran Video Pendek BIA 2023
3	09:15	09:15	0:00	Kedatangan Walikota
4	09:15	09:20	0:05	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya
5	09:20	09:22	0:02	Pembacaan Doa
6	09:22	09:24	0:02	MC membuka acara & menyapa seluruh undangan
7	09:24	09:29	0:05	Pembukaan: Penampilan Paduan Suara dari SMA Bogor
8	09:29	09:34	0:05	Pembukaan: Penampilan Tari dari Tim RIDA
9	09:34	09:37	0:03	Sambutan Kepala BAPPERIDA sekaligus memperkenalkan dewan juri BIA 2024
10	09:37	09:40	0:03	Sambutan Walikota Kota Bogor
11	09:40	09:43	0:03	Ceremony Kickoff BIA 2024
12	09:43	09:45	00:02	Foto Bersama. Lalu, Walikota meninggalkan tempat



Dokumentasi Pelaksanaan Kick Off Bogor Innovation Award Tahun 2024

Jadwal Pelaksanaan Bogor Innovation Award Tahun 2024



Bidang Lomba

 Energi Terbarukan	 Pangan & Agribisnis	 Teknologi Informasi & Komunikasi
 Air Minum, Kebersihan & Lingkungan Hidup	 Transportasi Ramah Lingkungan	 Pendidikan
 Kerajinan Rumah Tangga	 Sosial	 Ekonomi Kreatif
 Kesehatan & Obat-Obatan		

Kategori Peserta

- Pelajar SMP/MTs Sederajat
- Pelajar SMA/SMK/MA Sederajat
- Perguruan Tinggi/Lembaga/Pelaku Usaha
- Masyarakat
- ASN Pemerintah Kota Bogor

Tim Juri Lomba Bogor Innovation Award (BIA) 2024

NO	NAMA	INSTANSI
1.	Isman AP	Kepala Pusat Strategi Kebijakan Pembangunan Keuangan Daerah dan desa, Badan Strategi Kebijakan Dalam Negeri Kemendagri
2.	Irwan Budhi Iswanto, ST, MBA	Koordinator Pelindungan Kekayaan Intelektual - Direktorat Manajemen Kekayaan Intelektual pada Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)
3.	R. Iin Roseptina Maryam, S.E, M.Si	Analisis Kebijakan Ahli Muda pada Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (BP2D) Provinsi Jawa Barat
4.	Henny Nurliani, S.Pi, M.M	Kepala Bagian Organisasi pada Sekretariat Daerah Kota Bogor
5.	Dr. Ir. Tri Prartono, M.Sc	Wakil Kepala Bidang Pengembangan Inovasi dan Alih Teknologi pada LKST IPB

Adapun inovasi yang dilombakan adalah inovasi yang telah dilaksanakan dan memberikan manfaat, baik kepada innovator maupun untuk pihak lain (orang, lingkungan atau sosial), bukan inovasi yang masih berupa proposal atau rencana. Bentuk inovasi yang dilombakan dapat berupa program, pelayanan, aplikasi, produk maupun kegiatan dengan memilih bidang lomba yang paling mendekati dari 10 bidang lomba yang telah disediakan.

ANALISA SWOT, FASILITAS PARIWISATA, DIVERSIFIKASI PRODUK, PEMASARAN DAN PENDAMPINGAN DI KAMPUNG LABIRIN UNTUK MENJADI KAMPUNG WISATA KOTA BOGOR

Bambang Hengky Rainanto, Charles Parnauli Saragi, Edi Nurachmad



1. Pendahuluan

Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi utama dunia. Bidang ini merupakan kategori ekspor terbesar ketiga (setelah bahan bakar dan bahan kimia) dan pada tahun 2019 dan menyumbang 7% dari perdagangan global. Bagi beberapa negara, sektor ini dapat mewakili lebih dari 20% PDB mereka dan secara keseluruhan, sektor ini merupakan sektor ekspor terbesar ketiga dalam perekonomian global. Pariwisata mendukung satu dari 10 lapangan kerja dan menyediakan mata pencaharian bagi jutaan orang lainnya baik di negara berkembang maupun maju. Di beberapa Negara Berkembang Kepulauan Kecil, sektor pariwisata berkontribusi sebesar 80% terhadap ekspor, dan sektor ini juga mewakili kontribusi penting terhadap perekonomian nasional baik di negara maju maupun berkembang. (Gössling et al., 2020; Nguyen & Nguyen, 2021)

Sebagai bidang usaha yang terkemuka, pariwisata menciptakan jutaan lapangan kerja secara langsung dan tidak langsung. Namun, di banyak tempat, manfaat pariwisata, termasuk peningkatan lapangan kerja dan peluang keseimbangan gender, terkonsentrasi di wilayah perkotaan dan pesisir, sehingga berkontribusi terhadap distribusi kekayaan dan peluang ekonomi yang tidak merata. Selain itu, tekanan terhadap lokasi-lokasi yang paling banyak dikunjungi juga disertai dengan risiko seperti kepadatan penduduk, permintaan sumber daya alam dan budaya yang tidak berkelanjutan, dan kemungkinan gangguan terhadap tatanan sosial dan kehidupan Masyarakat (Wildani Pasaribu et al., 2021).

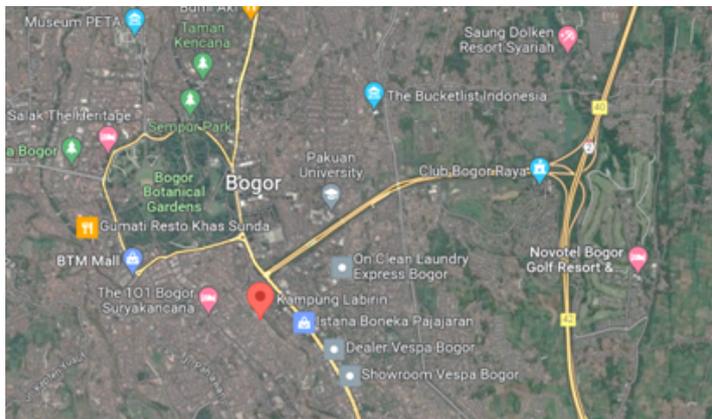
Menurut *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)*, Pariwisata Perkotaan adalah "suatu jenis kegiatan pariwisata yang berlangsung di ruang perkotaan dengan atribut-atribut inherennya yang bercirikan ekonomi berbasis non-pertanian seperti administrasi, manufaktur, perdagangan dan jasa dan menjadi titik pusat transportasi. Perkotaan/destinasi kota menawarkan pengalaman dan produk budaya, arsitektur, teknologi, sosial dan alam yang luas dan heterogen untuk rekreasi dan bisnis". Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), pada tahun 2015, 54% populasi dunia tinggal di daerah perkotaan dan pada tahun 2030, jumlah ini diperkirakan akan mencapai 60%. Bersama dengan pilar-pilar utama lainnya, pariwisata merupakan komponen sentral dalam perekonomian, kehidupan sosial dan geografi banyak kota di dunia dan dengan demikian merupakan elemen kunci dalam kebijakan pembangunan perkotaan.

Pariwisata perkotaan dapat mewakili kekuatan pendorong pembangunan di banyak kota dan negara yang berkontribusi terhadap kemajuan Agenda Baru Perkotaan dan 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, khususnya Tujuan 11: Menjadikan kota dan pemukiman inklusif, aman, berketahanan dan berkelanjutan. Pariwisata secara intrinsik terkait dengan bagaimana sebuah kota mengembangkan dirinya dan menyediakan kondisi kehidupan yang lebih baik bagi penduduk dan pengunjungnya. Ruang lingkup pedoman destinasi pariwisata berkelanjutan meliputi:

a. pengelolaan berkelanjutan; b. keberlanjutan sosial dan ekonomi; c. keberlanjutan budaya; dan d. keberlanjutan lingkungan (Kemenparekraf, 2021).

Memenuhi potensi pariwisata di desa wisata sebagai alat pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif di perkotaan memerlukan pendekatan multi-pemangku kepentingan dan multilevel berdasarkan kerja sama yang erat antara penyelenggara pariwisata dan non-pariwisata di berbagai tingkat, sektor swasta, komunitas lokal, dan wisatawan itu sendiri (Rainanto, 2024). Demikian pula, pembangunan berkelanjutan dan pengelolaan pariwisata di perkotaan perlu diintegrasikan ke dalam agenda perkotaan yang lebih luas.

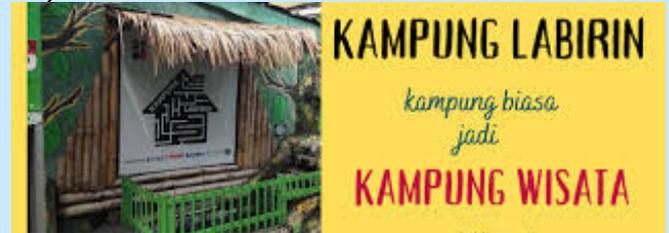
Pemerintah Kota Bogor melalui Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 14 Tahun 2019 tentang RPJMD 2019–2024 menetapkan Program Kampung Tematik sebagai salah satu upaya percepatan penanggulangan kemiskinan di Kota Bogor. Kampung Tematik merupakan sebuah wilayah yang melakukan berbagai perbaikan dengan mengusung suatu tema tertentu yang mengangkat potensi unggulan pada wilayah tersebut. Pemerintah Kota Bogor mengadopsi kebijakan ini dan direalisasikan di beberapa Kelurahan di Kota Bogor. Salah satunya adalah Kampung Tematik Labirin yang berlokasi di Kelurahan Babakan Pasar, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor.



Gambar 1. Lokasi Kampung Labirin di Kota Bogor Sumber: GoogleMaps

Kampung yang pada mulanya merupakan daerah padat penduduk ini memiliki luas 3 hektar. Kampung tersebut disulap menjadi destinasi wisata yang menyajikan beragam festival budaya lokal. Secara umum warga dibina, dilatih, dan dilibatkan untuk mengembangkan dan mengelola Kampung Labirin. Kampung Labirin berdiri sejak 1 Desember 2018 dan diresmikan oleh Wali Kota Bogor Bima Arya Sugiarto dan Wakil Ketua Yayasan Astra Honda Motor (YAHM), Ahmad Muhibbuddin. Kampung Labirin menjadi salah satu kampung tematik dan kampung berseri Astra (KBA) di Kota Bogor yang terus dikembangkan menjadi kampung destinasi wisata budaya dan wisata air.

Tujuan pariwisata berkelanjutan di Kampung Wisata di Indonesia adalah untuk mengukur hal-hal yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kelurahan/desa, memberdayakan masyarakat, membuka lapangan kerja dan peluang usaha, serta memperkenalkan produk masyarakat kelurahan/desa dan menciptakan destinasi wisata berkelanjutan (Bambang Hengky Rainanto et al., 2023).



Gambar 2. Lokasi Kampung Labirin di Kota Bogor Sumber: GoogleMaps

2. Analisis SWOT:

Analisis SWOT adalah identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) kelemahan (weaknesses), peluang (opportunity) dan ancaman (threats) (Ristić et al., 2019). Adapun elemen-elemen dasar yang membentuk adanya SWOT adalah sebagai berikut:

2.1. Strength (Kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki oleh Kampung Wisata Labirin. Dengan mengetahui kekuatan tersebut maka pariwisata di suatu daerah dapat di kembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bersaing untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pengembangan di suatu daerah.

- Jalan-jalan di lingkungan kampung yang sempit tidak menghalangi para tokoh dan pemuda kampung untuk berkreasi mempercantik kampungnya yakni dengan membuat beberapa mural atau gambar tembok maupun aksesoris petunjuk jalan, yang makin menguatkan identitas kampung mereka.
- Mengaktifkan kegiatan warga seperti latihan marawis untuk kaum ibu serta latihan music stomp angklung dan tari-tarian untuk kaum remaja. Pada saatnya, ketika diselenggarakan Festival Kampung Labirin maka kegiatan marawis, music stomp serta tari-tarian dan angklung itu dapat ditampilkan.
- Pembuatan emping jengkol yang menjadi salah satu ciri khas Kampung Labirin. Emping jengkol ini dibuat oleh warga dan produknya dijual dalam bentuk mentah maupun matang.

- Di Kampung Labirin juga ada wisata air yakni menaiki perahu karet di Kali Ciliwung. Para pengunjung maupun warga setempat dapat menaiki perahu karet yang dikemudikan oleh pengemudi perahu karet.
- Kampung Labirin memiliki ciri khas dibandingkan dengan kampung tematik lainnya di Kota Bogor yakni penyelenggaraan festival budaya.

2.2. Weakness (Kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat di dalam suatu organisasi atau konsep bisnis yang ada, kelemahan disini di artikan segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.

Keripik jengkol merupakan salah satu ciri khas Kampung Labirin, tetapi sangat disayangkan keripik jengkol ini hanya ada pada waktu waktu tertentu saja (musiman).

2.3. Opportunity (Peluang/kesempatan)

Peluang merupakan kondisi yang berkembang di masa yang akan datang yang terjadi, kondisi yang dapat terjadi merupakan peluang dari luar organisasi atau konsep bisnis yang ada. Pada tahun 2018 harga tiket masuk festival pertama Kampung Labirin yaitu Rp 30.000, tetapi saat festival Kampung Labirin yang kedua diadakan terjadi penurunan pengunjung sehingga harga tiket masuk diturunkan menjadi Rp 10.000.

Pada Maret 2020 Covid-19 telah masuk ke Indonesia sehingga sangat mempengaruhi berbagai hal. Salah satunya Kampung Labirin yang terkena dampak negatif dari Covid-19, mereka tidak mengadakan festival selama 1 tahun sehingga jumlah pengunjung yang datang ke Kampung Labirin menurun sangat drastis, pada tahun 2021 mereka mengadakan kembali festival tetapi harga tiket masuk semakin turun menjadi Rp 5.000.

2.4. Threat / (Ancaman)

Ancaman merupakan kondisi yang mengancam dari luar suatu organisasi atau konsep bisnis yang ada.

- Pengelola Kampung Labirin belum secara konsisten melakukan kegiatan-kegiatan yang ada di Kampung Labirin, dikarenakan SDM yang masih mengandalkan waktu-waktu tertentu, belum bisa selalu siap jika ada wisatawan yang berkunjung.
- Berkurangnya minat pengunjung, terjadi karena tidak adanya atraksi yang tetap, hanya bisa dilakukan sebulan sekali atau sesuai jadwal, dan produk yang masih belum dikenal oleh wisatawan.
- Kampung Tematik Labirin berpotensi menjadi kampung biasa seperti sebelumnya, jika tidak ada dukungan dari SDM dari kampung tersebut dan dukungan dari pihak ketiga lainnya.

3. Fasilitas Pariwisata

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang (Murdana et al., 2023).

3.2. Fasilitas utama

Merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek wisata. Fasilitas utama dilihat dari:

- Kebersihan
- Kenyamanan
- Keindahan
- Keamanan
- Ketertiban

3.1. Fasilitas pendukung

Sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Terdiri atas akomodasi (penginapan), tempat makan, tempat parkir, tempat belajar, transportasi yang terbagi atas kebersihan, kerapian, kenyamanan dan keindahan (Murdana et al., 2023).



Gambar 3 Lokasi Kampung Labirin di Kota Bogor Sumber: Google

3.2.1. Akomodasi

Akomodasi merupakan salah satu komponen yang sangat penting serta merupakan kebutuhan dasar bagi wisatawan selama mereka berada di daerah tujuan wisata. Para Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. adanya sarana akomodasi, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama.

3.2.2. Tempat Makan dan Minum

Tempat makan dan minuman adalah fasilitas yang disediakan dalam rumah makan dan restoran seperti sarana akomodasi. Sarana rumah makan juga perlu disediakan bagi wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat kebersihan.

3.2.3. Fasilitas Belanja

Belanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata, dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk belanja. Karena fasilitas terhadap aktivitas belanja perlu dipertimbangkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, bukan hanya sebagai pelayanan wisata, namun juga sebagai obyek wisata yang memiliki daya tarik.

Fasilitas dan pelayanan belanja disediakan bagi pengunjung yang akan membeli kerajinan seni, kerajinan tangan, souvenir, barang – barang khas seperti pakaian, perhiasan, dan ketersediaan barang–barang dengan pelayanan yang memadai, lokasinya yang nyaman dan akses yang baik, serta tingkat harga yang relatif terjangkau.

3.3. Fasilitas pelengkap

Merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek wisata. Fasilitas pelengkap yang terdiri atas fasilitas pokok seperti:



Gambar 4. Lokasi Kampung Labirin di Kota Bogor Sumber: GoogleMaps

3.3.1. Toilet umum

Selanjutnya fasilitas berupa toilet juga merupakan sarana wajib yang harus terpenuhi, karena kita tidak akan pernah tahu saat berada di suatu tempat destinasi entah tiba-tiba mendapat masalah diare, kebelet pipis, dan lain sebagainya. Dengan fasilitas umum berupa toilet, diharapkan para wisatawan sudah tidak kebingungan lagi untuk mencarinya, karena saking banyaknya penyedia fasilitas tersebut. Diharapkan dengan banyaknya toilet yang tersedia di setiap objek wisata, tidak ada satupun pengunjung yang kencing sembarangan, meskipun itu anak kecil.

3.3.2. Tempat Ibadah/mesjid

Mesjid merupakan sarana peribadatan yang digunakan pengunjung maupun masyarakat sekitar untuk melaksanakan ibadah.

3.3.3. Pemandu wisata

Untuk bentuk tertentu, dalam sistem kepariwisataan mungkin memerlukan jenis-jenis fasilitas pelayanan wisata khusus. Untuk tiap area dan jenis pariwisata, fasilitas dan pelayanan yang spesifik perlu diidentifikasi. Berkaitan dengan wilayah studi yang memiliki daya tarik wisata berupa aktivitas jelajah wisata alam, diperlukan suatu jasa pemandu wisata yang berperan sebagai petunjuk jalan bagi pengunjung yang mengelajahi objek wisata.

3. Fasilitas Pariwisata

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang (Murdana et al., 2023).

3.2. Fasilitas utama

Merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek wisata. Fasilitas utama dilihat dari:

- Kebersihan
- Kenyamanan
- Keindahan
- Keamanan
- Ketertiban

3.1. Fasilitas pendukung

Sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Terdiri atas akomodasi (penginapan), tempat makan, tempat parkir, tempat belaja, transportasi yang terbagi atas kebersihan, kerapian, kenyamanan dan keindahan (Murdana et al., 2023).



Gambar 5. Lokasi Kampung Labirin di Kota Bogor Sumber: Google

3.2.1. Akomodasi

Akomodasi merupakan salah satu komponen yang sangat penting serta merupakan kebutuhan dasar bagi wisatawan selama mereka berada di daerah tujuan wisata. Para Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. adanya sarana akomodasi, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama.

3.2.2. Tempat Makan dan Minum

Tempat makan dan minuman adalah fasilitas yang disediakan dalam rumah makan dan restoran seperti sarana akomodasi. Sarana rumah makan juga perlu disediakan bagi wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat kebersihan.

3.2.3. Fasilitas Belanja

Belanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata, dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk belanja. Karena fasilitas terhadap aktivitas belanja perlu dipertimbangkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, bukan hanya sebagai pelayanan wisata, namun juga sebagai obyek wisata yang memiliki daya tarik.

Fasilitas dan pelayanan belanja disediakan bagi pengunjung yang akan membeli kerajinan seni, kerajinan tangan, souvenir, barang – barang khas seperti pakaian, perhiasan, dan ketersediaan barang–barang dengan pelayanan yang memadai, lokasinya yang nyaman dan akses yang baik, serta tingkat harga yang relatif terjangkau.

3.1. Fasilitas pelengkap

Merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Fasilitas pelengkap yang terdiri atas fasilitas pokok seperti:

3.3.1.Toilet umum

3.3.2.Tempat Ibadah/mesjid

Mesjid merupakan sarana peribadatan yang digunakan pengunjung maupun masyarakat sekitar untuk melaksanakan ibadah.

3.3.1.Pemandu wisata

Untuk bentuk tertentu, dalam sistem kepariwisataan mungkin memerlukan jenis-jenis fasilitas pelayanan wisata khusus. Untuk tiap area dan jenis pariwisata, fasilitas dan pelayanan yang spesifik perlu diidentifikasi. Berkaitan dengan wilayah studi yang memiliki daya tarik wisata berupa aktivitas jelajah wisata alam, diperlukan suatu jasa pemandu wisata yang berperan sebagai petunjuk jalan bagi pengunjung yang mengelajahi objek wisata.



Gambar 6. Lokasi Kampung Labirin di Kota Bogor Sumber: Google

3.3.1.Pusat informasi

Berfungsi untuk memberikan penerangan yang meliputi jenis atraksi atau obyek menarik yang biasa dilihat atau pariwisata penting yang terjadi di waktu– waktu tertentu di obyek pariwisata dan sebagainya. Pusat informasi dan promosi merupakan pelayanan yang sejalan. Adanya informasi,

orang dapat memberikan penilaian yang berkaitan dengan pengalaman dari perjalanan wisata yang akan mereka lakukan, dan penilaian ini akan mempengaruhi keputusan pilihan tujuan wisata. Untuk menarik minat wisatawan agar berwisata ke suatu tempat, informasi yang diberikan harus memberikan nilai promosi yang menggambarkan daya tarik obyek wisata. Memudahkan promosi tersebut, maka dapat digunakan jenis-jenis media promosi seperti brosur, booklets, guide book, folder, leaflets.

3.3.1.Tempat Parkir

Sarana parkir, berpengaruh terhadap kelancaran lalu lintas maupun sirkulasi pergerakan di lingkungan obyek wisata tersebut. Agar tidak terjadi kemacetan lalu lintas karena parkir sembarang dan harus ada tukang parkir untuk mengatur keluar dan masuk kendaraan. Perlu disediakan ruang parkir yang cukup untuk menangani kendaraan-kendaraan yang berhenti di tempat makan, penginapan atau tempat belanja supaya jalan tidak dipadati oleh kendaraan yang diparkir. Tempat parkir dapat berupa parkir terbuka ataupun parkir tertutup, dan berdasarkan letaknya, tempat parkir dapat berupa parkir pinggir jalan dan parkir khusus pada lahan yang merupakan bagian dari lahan bangunan fasilitas tertentu. Lokasi dan rancangan parkir di luar jalan harus mendapat perhatian khusus bagi pemarkir yang akan menggunakannya

4. Hasil Penilaian Tata Kelola

4.1. Assesment

- **Toilet:** Masih kurangnya jumlah Toilet umum yang ada di Kampung Tematik Labirin, diharapkan ada penambahan dan yang layak pakai serta kebersihannya tetap dijaga. Penempatan toilet di beberapa lokasi perlu dilakukan, yaitu di dekat pintu masuk dan pintu keluar Kampung tematik labirin.
- **Pusat Informasi / Ruang untuk Tour Guide:** Perlu adanya 1 tempat / ruangan khusus Pusat Informasi jika ada pengunjung / wisatawan yang ingin berwisata di Kampung Tematik Labirin. Idealnya berada di dekat pintu masuk atau arah pintu keluar.
- **Ruang Galeri:** Perlu adanya 1 tempat / ruangan khusus untuk Galeri dari Sejarah Kampung Tematik Labirin, mulai dari budaya, makanan maupun souvenir dapat dibeli di Ruang Galeri
- **Ruang Atraksi (Indoor / Outdoor) jika memungkinkan:** Perlu adanya 1 tempat / ruangan khusus untuk melakukan atraksi, agar pengunjung tidak perlu berpindah tempat dan SDM yang melakukan atraksi bisa berkumpul dalam 1 lokasi saja.

- **Area Parkir:** Perlu adanya tempat khusus yang bertuliskan area tempat parkir pengunjung Kampung tematik Labirin.
- **Ruang / tempat penjualan makanan:** Perlu adanya tempat penjualan makanan berat dan makanan ringan seperti jajanan dan minuman. Menjual produk makanan yang dibuat oleh warga sekitar Kampung Labirin agar memberikan sebuah kesan atau kenangan saat berkunjung ke Kampung Labirin.
- **Ruang tempat Makan:** Sudah ada tempat makan / jajanan di Kampung Tematik Labirin, namun tempatnya masih kurang nyaman, perlu dirapikan dari sisi tempat penjual dan tempat duduk untuk menikmati makanan dan minuman.
- **Ruang ibadah:** Sudah ada Masjid di beberapa lokasi di dalam Kampung Tematik Labirin, hanya saja mungkin bisa dibuatkan tanda arah untuk beribadah.
- **Petunjuk Arah:** Masih kurangnya tanda petunjuk arah dari jalan raya seperti dari arah Surya Kencana maupun dari jalan Baranangsiang yang menuju arah jalan Riau. Pentingnya Petunjuk adalah berkaitan tata kelola bagian dari tempat wisata, walaupun tempat wisata tersebut belum memberikan atraksi, atau produk yang setiap hari bisa dinikmati oleh pengunjung. Belum terlihat tanda pintu masuk atau pintu keluar agar pengunjung tidak bingung letak pintu masuk maupun pintu keluar.
- **Tempat berfoto untuk pengunjung:** Masih sedikit bahkan kurang jika harus berfoto bersama-sama dengan pengunjung, tidak terlihat atau kurang identitas (tulisan / logo) dari Kampung Tematik Labirin, atau gambar (lukisan) di tembok warga yang menarik untuk digunakan sebagai tempat foto.



Gambar 7. Pembuatan Emping Jengkol
Sumber: <https://www.ganendra.net/2023/>

- **Tempat produksi emping jengkol:** Pembuatan emping jengkol memang dibuat di masing-masing rumah warga kampung labirin, namun baiknya perlu dipilih 1 rumah atau 1 tempat untuk melihat produksi emping jengkol dengan tempat yang bersih dan nyaman saat melihatnya.

5. Rencana Kegiatan lanjutan jika mendapatkan dukungan dari berbagai pihak ketiga

5.1.Strategi Strength + Opportunity:

Lokasi di tengah kota, akses menuju kampung labirin pun cukup mudah, karena bisa dari arah Suryakencana atau bisa melalui Baranangsiang, dan selanjutnya berjalan kaki di wilayah kampung labirin dan dekat dengan akses Tol dan bisa dikembangkan sebagai Destinasi Oleh-oleh atau makanan

- 1.Dibuat Tempat berkumpulnya tempat makanan / jajanan ringan dari Warga sekitar kampung Labirin
- 2.Dukungan fasilitas tempat makan yang tertata rapih, sehingga pengunjung nyaman untuk duduk dan makan
- 3.Fasilitas Parkir yang bertanda bahwa lahan tersebut lahan parkir yang bisa digunakan untuk pengunjung kampung Labirin
- 4.Promosi Emping jengkol sebagai makanan khas tradisional kampung Labirin
- 5.Menyediakan tempat galeri di area dekat pintu masuk, untuk memperlihatkan sejarah berdirinya kampung wisata labirin, souvenir khas Bogor / khas dari kampung Labirin.

5.2.Strategi Weakness + Opportunity:

- 1.Pemasangan penanda lokasi Kampung Labirin dari arah Suryakencana dan dari arah Baranangsiang, agar pengunjung dari kota bogor / dari luar kota bogor bisa melihat Petunjuk ke Kampung Labirin
- 2.Penyediaan tempat parkir yang aman, nyaman serta adanya petugas parkir yang selalu siap agar pengunjung nyaman meninggalkan kendaraannya
- 3.Peningkatan Kemampuan SDM dari pengelola khususnya Digital Marketing yang selalu membuat konten yang menarik serta Tour Guide yang profesional oleh generasi muda, agar terciptanya regenerasi pengembangan di kampung wisata labirin
- 4.Menambah jenis makanan khas Labirin, tidak hanya emping jengkol saja, misalnya keberadaan café di dalam Kampung Labirin agar kegiatan wisata bisa sampai malam hari
- 5.Memastikan souvenir bogor / souvenir khas labirin selalu ada

5.3.Strategi Strength + Threat:

- 1.Kekuatan yang dimiliki oleh Kampung labirin adalah lokasi yang cukup strategis, dan dekat dengan beberapa destinasi seperti kebun Raya, namun kendalanya adalah petunjuk arah yang kurang dari arah jalan raya dan kurangnya atraksi yang bisa diperlihatkan untuk pengunjung
- 2.Perlu adanya atraksi seperti menyelesaikan masalah dengan berkeliling kampung labirin
- 3.Melihat kembali potensi memasak dari masyarakat kampung labirin dalam hal kuliner yang bisa dijadikan kuliner khas kampung labirin

5.4.Kebutuhan pendampingan yang konkrit di Kampung Labirin:

- 1.Pelatihan dalam membuat konten di media sosial untuk memasarkan potensi yang ada kampung wisata Labirin melalui workshop digital marketing (Putri et al., 2023)
- 2.Sosialisasi tentang pembentukan / pengembangan kelembagaan dan organisasi yang akan mengelola wisata kampung Labirin yang terintegrasi dengan tujuan meningkatkan pengunjung serta pengembangan kampung Labirin yang lebih dikenal banyak orang (Murdana et al., 2023).
- 3.Sosialisasi tentang bisnis pendukung pariwisata kampung Labirin. Khususnya dengan para pelaku UMKM yang akan memproduksi oleh khas kampung Labirin, seperti emping jengkol, jajanan ringan, souvenir khas bogor yang dijual di kampung labirin.

6. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk wisata bertujuan untuk mengatasi kejenuhan wisatawan akan suatu produk. Dengan adanya variasi produk wisata melalui penganeka-ragaman produk-produk wisata yang potensial dan inovatif diharapkan dapat menarik minat wisatawan, baik wisatawan baru (*first time visitors*) maupun wisatawan yang sebelumnya pernah berkunjung ke Kampung Labirin (*repeaters*).

6.1. Produk Kampung Labirin

6.1.1. Pembuatan Emping Jengkol dengan variasi yang lain, mulai dari rasa & bentuk:

6.1.2. Pembuatan Kemasan dengan merek Kampung Tematik Labirin:

Sudah ada namun tidak selalu dipakai dalam setiap kemasan, mungkin terkendala dari biaya pembuatan merek tersebut, sehingga penjualan tidak menggunakan merek.

6.1.3. Pembuatan Minuman Bir Kotjok:

Bir Kotjok adalah salah satu minuman tradisional khas Bogor. Bir kotjok tidak mengandung alkohol sama sekali. Bir kotjok terbuat dari beberapa bahan alami dan kaya rempah, di antaranya: jahe, kayu manis, cengkeh, dan gula aren. Jahe yang digunakan dalam pembuatan Bir Kotjok adalah jahe merah, yang rasanya lebih pedas dan hangat dibanding jahe biasa. Kebanyakan penjual bir kotjok hari ini merupakan pewaris dari usaha turun temurun. Bir kotjok ini dapat diminum hangat maupun dingin.



Gambar 8. Bir Kotjok Bogor
Sumber: <https://www.idntimes.com/>

6.1.4. Pembuatan oleh-oleh souvenir dengan merek Kampung Tematik Labirin:

Perlu adanya pembuatan Souvenir seperti gantung kunci, kaos, atau barang-barang yang menggunakan merek kampung Labirin. Bisa bekerjasama dengan pihak luar jika tidak bisa memproduksi sendiri.

7. Pemasaran (promosi) dan Kolaborasi

7.1. Pemasaran (Promosi)

Industri pariwisata saat ini terus menggeliat, kemudahan akses penyebaran informasi membuat semakin terbukanya gerbang menuju objek objek wisata baru. Pergeseran tren di kaum milenialpun terjadi, jika dahulu mereka menghabiskan uang mereka untuk gaya dan style, saat ini konsumsi terbanyak mereka habiskan untuk liburan. Sehingga mengunjungi objek wisata terbaru yang disajikan dalam bentuk foto menjadi hal yang paling mereka cari (Putri et al., 2023).

Destinasi wisata layaknya sebuah produk yang perlu di promosikan agar mendapat perhatian dari para wisatawan untuk dapat tertarik datang berkunjung (Murdana et al., 2023). Kendati penelitian terdahulu banyak menggunakan strategi komunikasi pemasaran tetapi lebih banyak mengupas strategi bauran promosi, namun ketika kita memasuki era digital informasi seperti saat ini, yang memiliki peran penting dalam untuk mempengaruhi masyarakat ada pada konten.

Dalam konteks komunikasi konten pemasaran terletak pada sebuah pesan. Oleh karena itu penelitian ini memfokuskan kajiannya pada konten pemasaran melalui media sosial.

Pada era globalisasi informasi seperti saat ini, perilaku konsumen mulai bergeser. Setiap orang saat ini sebelum mengambil keputusan untuk membeli produk, mereka selalu mencari informasi terlebih dahulu dalam media-media sosial melalui rekomendasi yang ditinggalkan oleh konsumen sebelumnya. Begitu pula pada keputusan untuk melakukan perjalanan wisata, berkunjung ke suatu kota dengan melihat rekomendasi yang diberikan oleh para traveler sebelumnya melalui foto di media sosial atau cerita-cerita perjalanan mereka dalam blog-nya.

Salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan informasi rekomendasi tempat wisata adalah instagram. Melalui kekuatan foto maupun video, media sosial instagram menarik perhatian traveler untuk berkunjung ke kota-kota dengan suguhan yang menarik. Artinya penggunaan instagram akan sangat efektif untuk mempromosikan sebuah destinasi wisata bagi para traveler.

Informasi melalui konten digital instagram bertujuan untuk memudahkan penyampaian informasi ke masyarakat yang kini telah beralih ke media sosial. Komunikasi melalui konten digital instagram harus mengandung makna informatif dan persuasif. Pesan yang informatif akan membuat kepuasan bagi audience yang haus akan informasi. Pesan yang informatif tentunya pesan yang memberikan segala informasi, dalam hal ini berkaitan dengan objek wisata. Setiap wisatawan tentu mengharapkan akses informasi akan sebuah objek wisata, sehingga penting sekali untuk memberikan banyak akses informasi agar memberikan kemudahan bagi wisatawan.

Pesan persuasif tidak kalah pentingnya. Pesan ini seperti seruan atau ajakan bagi pemerintah sebagai komunikator untuk mengajak wisatawan secara halus supaya berkunjung ke sebuah destinasi. Bentuk pesan persuasif ini disajikan dalam bentuk foto-foto yang menyajikan hal-hal menarik, seperti keindahan alam, spot foto yang unik, sehingga membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Pemanfaatan digital marketing di industry 4.0 sangat berperan dalam meningkatkan promosi pariwisata pada generasi Y dan Z. Digital marketing merupakan suatu keharusan karena generasi ini yang sering digunakan baik disadari maupun tidak. Aplikasi Digital marketing yang akan digunakan diantaranya website, media sosial, mobile aplikasi.

Digital marketing merupakan suatu keharusan karena generasi ini yang sering digunakan baik disadari maupun tidak. Aplikasi Digital marketing yang akan digunakan diantaranya website, media sosial, mobile aplikasi. Digital marketing kedepannya adanya aplikasi yang memudahkan wisatawan untuk melakukan travel dengan sistem yang otomatis dan adanya multi bahasa. Pemanfaatan digital marketing di era Revolusi industri 4.0 pada dunia pariwisata selain mengubah paradigma industri, namun juga pekerjaan, cara berkomunikasi, berbelanja, bertransaksi, hingga gaya hidup.

7.2. E-Tourism melalui digital marketing

7.2.1. Website

Website atau web adalah halaman informasi yang disediakan melalui internet sehingga bisa diakses diseluruh dunia selama terkoneksi internet, website ada yang dinamis maupun ada yang statis. Website yang dinamis adalah web yang bisa di input, update, dan delete kontennya oleh admin web setiap saat sedangkan websiste statis yang tidak bisa langsung di input, update dan delete oleh admin web harus pembuat websitenya atau yang ngerti webnya. Website e-tourism adalah website seperti yang berisi informasi konten, gambar atau video seperti tempat wisata, hotel, tours dan lain-lain.

7.2.2. Social Media

Social media adalah media online yang para penggunaanya bisa berbagi, berpartisipasi dan menciptakan isi konten text, gambar, video maupun buat streaming online (Aydin, 2020; Putri et al., 2023). Tiga Media sosial yang populer yang digunakan pada industry 4.0

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter
- d. Youtube

Media sosial ini sebelum sebagai ajang mencari pertemanan, chating, sharing video. Perkembang sosial media sebagai media digital di dunia bisnis sebagai media promosi didukung oleh para follower dengan meng upload gambar-gambar atau konten yang akan di promosikan secara webbase maupun mobile. Dengan adanya media sosial untuk mempromosikan pariwisata lebih cepat dan realtime dan bisa di lihat oleh pengguna sosial media.



Gambar 9. Instagram kampung labirin
Sumber : instagram pemkot kota bogor

7.2.3. Mobile Applications

Mobile applications adalah aplikasi mobile yang didesain khusus untuk perangkat smartphone dan tablet. Platform aplikasi mobile ada 4 yaitu android, ios, windows 8 dan windows phone.

7.3. Hasil Pendampingan dilapangan:

7.3.1. Promosi melalui Instagram

Sudah ada dan sudah berjalan namun perlu ada peningkatan dalam memproduksi foto dan video.

7.3.2. Promosi melalui Tiktok

Sudah ada dan sudah berjalan namun perlu ada peningkatan dalam memproduksi foto dan video.

7.3.3. Promosi melalui What'sApp

Perlu adanya Nomor khusus admin Kampung Tematik Labirin, agar informasi terarah dan terlihat profesional, tidak menggunakan banyak nomor pribadi/perorangan.

7.3.4. Promosi melalui Website

Perlu adanya pembuatan website khusus tentang Kampung Tematik Labirin, agar semua informasi, laporan acara ataupun rencana kegiatan yang baru bisa di share melalui website.

7.3.5. Kolaborasi dengan Pihak Ketiga dari sarana & prasarana:

Kolaborasi dengan destinasi wisata sekitar kampung tematik labirin sehingga terciptanya paket wisata yang menarik jika berkunjung ke Bogor.

7.3.5.1 Bekerjasama dengan Program Studi SI Pariwisata Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

Membuat kegiatan Wisata Malam yaitu "Labirin Mencekam", memberikan petualangan berjalan di Kampung Labirin, ditemani dengan Hantu-hantu yang siap membuat jantung berdebar, serta misi atau pesan yang harus dibacakan dan ditebak untuk bisa melanjutkan perjalanan ke pos berikutnya. Kegiatan Wisata Malam ini terinspirasi karena di Kota Bogor belum ada yang menawarkan Wisata di malam hari, khususnya pada Kampung Wisata di Kota Bogor.

Kegiatan wisata malam ini akan berlangsung pada tanggal 3, 10 & 24 Desember 2022. Setiap malamnya menawarkan pesan atau misi yang berbeda, sehingga pengunjung yang sebelumnya bisa berkunjung kembali untuk menikmati suasana Wisata Malam "Labirin Mencekam" yang ada di Kampung Labirin.

7.3.5.2 Kampung Labirin dekat dengan kelenteng tertua di Bogor yakni Pan Kho Bio

Sebaiknya saat pembelian tiket wisata Kampung labirin, bisa dibuatkan paket wisata yaitu bekerjasama dengan Kelenteng Pan Kho Bio ditemukan pada 1703, bersamaan dengan patung Dewa Pan Kho yang saat ini masih ada di dalamnya. Pada 2011, Pan Kho Bio resmi dijadikan cagar budaya. Saat ini, vihara berusia tiga abad ini menjadi ikon Kampung Wisata Pulo Geulis, yang tengah dikembangkan menjadi kampung etnik. Sehingga Kampung Labirin tidak hanya wisata kampungnya saja.

7.3.5.3. Kampung Labirin dekat dengan Persatuan Gerak Badan (PGB) Bangau Putih

Sebaiknya saat pembelian tiket wisata Kampung labirin, bisa dibuatkan paket wisata yaitu bekerjasama dengan Perguruan Silat Persatuan Gerak Badan (PGB) Bangau Putih berdiri sejak tanggal 25 Desember 1952. Pendiri adalah (alm) Suhu Subur Rahardja. Penerus sekarang adalah Guru Besar Gunawan Rahardja. Perguruan ini berpusat di Bogor, beralamat di Jl. Kebon Jukut No,1, Sukasari – Bogor Sehingga Kampung Labirin tidak hanya wisata kampungnya saja.

8. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari kegiatan Pendampingan pada Kampung Tematik Labirin dalam pengembangan Kampung Wisata dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kelurahan Babakan Pasar sudah berjalan efektif namun masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, terdapat 4 hal yang perlu diperbaiki dari pelaksanaan Pendampingan pada Kampung Tematik Labirin dalam memberdayakan masyarakat di Kelurahan Babakan Pasar Kota Bogor diantaranya:

1. Penataan ulang stand kuliner agar lebih tertata dan rapi. Masih terlihat kurang nyaman saat melihat stand dan terbatasnya area tempat duduk untuk menikmati makanan, atau bisa juga bekerjasama dengan pihak ketiga untuk memberikan sponsor yaitu stand kuliner sehingga terlihat rapih dan nyaman bisa dilihat.

2..Penataan sarana dan prasarana sehingga pengunjung merasa nyaman dan kembali berkunjung. Dari tempat Sampah, Toilet yang terbatas serta area spot foto yang semakin berkurang, cat-cat mural dari rumah warga juga sudah banyak yang luntur sehingga kurang menarik untuk dijadikan spot foto. Arena bermain anak saat festival juga mulai memudar dan perlu adanya cat ulang dengan gambar-gambar yang lebih menarik lagi

3.Penambahan dan penataan SDM terkait atraksi yang terhalang dengan kesibukkan masing-masing SDM, sehingga atraksi tidak bisa standby saat ada pengunjung. Terkait dalam promosi juga baiknya dibuat dalam konten yang sedang ramai di media sosial, untuk modelnya bisa menggunakan Masyarakat sekitar Kampung Labirin. Sehingga promosi tetap berjalan walaupun tidak ada festival atau event di Kampung Labirin.

4.Peningkatan informasi terkait Kampung Tematik Labirin agar pengunjung tidak merasa kebingungan saat akan berkunjung ke Kampung Labirin. Dalam pelaksanaannya, secara umum masyarakat memberikan respon yang baik terhadap adanya Kampung Tematik Labirin meski pada awalnya ditemukan beberapa pro dan kontra dari beberapa masyarakat di Kampung Labirin. Kendati demikian, seiring dengan berjalannya waktu masyarakat semakin merasakan manfaat dan dampak baik dari hadirnya Kampung Labirin. hal ini mendorong masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam pelaksanaan Program-program yang dilakukan di Kampung Tematik Labirin dan tetap harus didukung oleh Pemerintah Kota Bogor serta sponsor pihak Ketiga atau secara mandiri dengan memanfaatkan Program atau produk yang ada di Kampung Labirin.

DAFTAR PUSTAKA

- Aydin, G. (2020). Social media engagement and organic post effectiveness: A roadmap for increasing the effectiveness of social media use in hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1588824>
- Bambang Hengky Rainanto, Andrew Jason, Abdul Talib Bon, Jonathan van Melle, Cecilia Valentina Srihadi, & Bambang Rudyanto. (2023). Strategy for Sustainable Tourism Village Development case study of Kampung Lahang, Indonesia. *Journal Of Tourism And Economics*, 6(2), 122–142. <https://doi.org/10.36594/jtec/e6v6n28a9>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Kemenparekaf. (2021). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Kemenparekaf, Kemenparek, 2–75. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/203906/perm-enpar-no-9-tahun-2021>
- Murdana, I. M., Kurniawan, R., Rainanto, B. H., Soewandi, E., Marlin, T., Pribadi, F. S., Rusata, T., Misnawati, D., Abdurohim, Suryantari, Y., & Satyarini, N. W. M. (2023). Perencanaan Pariwisata Pendesaan (Vol. 1).
- Nguyen, L. P., & Nguyen, H. T. (2021). Factors Impacting Tourism Demand: An Analysis of 10 ASEAN Countries. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 385–393. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.385>
- Putri, Z. E., Rainanto, B. H., Abidin, Z., Saragi, C. P., Alyani, C., Herawati, F., Gaol, L. L., Kurniawan, R., Pandowo, A., Suryantari, Y., Sunantoputri, S. Y. S., Wicaksono, F. S. A., & Deliana, D. (2023). Komunikasi Pariwisata. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Rainanto, B. H. (2024, February 7). Pariwisata Berkelanjutan pada Desa Wisata. *Kompasiana*, 2. <https://www.kompasiana.com/bambang20202/65be239bc57afb0f057c0b82/pariwisata-berkelanjutan-pada-desa-wisata>
- Ristić, D., Vukoičić, D., & Milinčić, M. (2019). Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas - Example NP Kopaonik (Serbia). *Land Use Policy*, 89(April), 104231. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104231>
- Wildani Pasaribu, A., Christian Sipayung, R., Sulistya Rini, E., & Karina Fawzee Sembiring, B. (2021). How to Cite The Effect of Characteristics of Celebrity Endorser on Intention to Buy Hotel Room through Destination Images (Study on Celebrity Endorser Followers on Instagram). *International Journal of Business, Economics & Management*, 4(2), 310. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v4n2.1647>
- <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts#:~:text=Tourism%20is%20one%20of%20the,sector%20of%20the%20global%20economy>

KOTA BOGOR

Tsabita Fiddiini Sunyono



Bogor Kota yang mayoritasnya orang sunda yang termasuk di wilayah Jawa Barat, dan jumlah penduduk sekitar 1.122.772 dengan kepadatan 10.001 Jiwa/km kerajaan sunda diantara prasasti-prasasti tentang kerajaan silam. Pada tahun 1533 kekuasaan Prabu Surawisesa dari Kerajaan Sunda . Pada tahun 1745, Gubernur Jendral Gustaaf Wiliem Baron Van Imhoff membangun Istana Bogor Merdeka dibangun pada 1873 dengan salah satu daya tarik Kebun Raya Bogor merupakan Kebun Botani terkenal di Indonesia. Pada tahun 1817 oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda, Thomas Stamford Raffles kebun ini memiliki luas 87 hektar.

Selain itu, Bogor dikenal dengan Kota hujan karena memiliki iklim cuaca tidak menentu sehingga curah hujan sangat tinggi. Curah hujan yang melimpah ini disebabkan oleh posisi geografis Bogor yang berada di kaki Gunung Salak dan dikelilingi oleh pengunungan lainnya. Udara lembab dari Samudera Hindia bertemu dengan udara yang naik dari dataran rendah menciptakan kondisi yang ideal untuk terjadinya hujan.

Tugu Kujang adalah sebuah tugu yang merupakan ikon kota Bogor. Bentuknya menyerupai sebuah kujang, yakni senjata pusaka masyarakat Sunda. Tugu Kujang dibangun pada 4 Mei 1982 pada masa pemerintahan walikota Achmad Sobana dengan biaya pembangunan mencapai 80 juta. Tugu kujang kira-kira tingginya sekitar 25 meter dari permukaan tanah dengan seluas 26 meter x 23 meter. Tugu Kujang terletak di simpang tiga jalan raya Padjajaran, Otto Iskandar, dan Baranangsiang

Jalan Jembatan Otista dibangun sekitar tahun 1920 dengan menggunakan pondasi lengkung. Setelah itu pada tahun 1970 jembatan dilebarkan dan tahun 1990-an menjadi arus utama di Kota Bogor. Bogor yang saat itu bernama Buitenzrong berkembang salah satu lewatnya pembangunan Jembatan Otista. Jembatan Otista perbaikan jalan pada tanggal 19/12/2023 Jembatan Otista tersebut perbaikan jalan karena Jalan Otista dibangun lebih bagus lagi dan perbaiki jalan yang sudah rusak.



Suryakencana dikenal memang kaya dengan Sejarah dan telah melegenda di masyarakat. Ornament, kelenteng, patung naga yang dibangun pada 2021.

Biasanya Surken banyak dikunjungi oleh masyarakat karena banyaknya ragam kuliner serta makanan yang sangat khas dan diminati.

Suryakencana mempunyai cagar budaya yang beragam, salah satu nya Vihara Hok Tek Bio yang berfungsi sebagai tempat ibadah umat yang beragama budha serta diajdikan sebagai wisata religius.

Sampai saat ini, Suryakencana tidak pernah padam dari peradaban dan akan terus berkembang seiring berjalan nya waktu .

Kota Bogor ini juga memiliki keindahan alam, salah satunya adalah Gunung Salak. Gunung Salak merupakan kawasan gunung yang penuh misteri yang termasuk ke dalam wilayah Kabupaten Sukabumi Bogor Jawa Barat.

Gunung Salak juga banyak diminati oleh pencinta alam, karena keindahan alam serta sejuk dan pohon-pohonan.

Gunung Salak berusia relatif tua sehingga memiliki beberapa puncak dengan ketinggian puncak 2.211 mdpl.



INDEKS INOVASI DAERAH 2024

TELAH DIMULAI

Penyelenggaraan pemerintahan memerlukan suatu gagasan-gagasan baru atau inovasi dalam menyelesaikan permasalahan dan melaksanakan urusan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan, mencapai kemajuan dan memiliki daya saing daerah. Pemerintah Pusat, dalam hal ini Kemendagri mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah.

Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah mengatur 3 bentuk inovasi daerah, yaitu :

1. Inovasi Tata Kelola Pemerintah Daerah
2. Inovasi Pelayanan Publik
3. Inovasi Daerah lainnya sesuai urusan Pemerintah Daerah

8 prinsip yang harus dipenuhi dari ketiga bentuk inovasi daerah yang telah diatur, 8 prinsip tersebut adalah :

1. Peningkatan efisiensi
2. Perbaikan efektivitas
3. Perbaikan kualitas layanan
4. Tidak menimbulkan konflik kepentingan
5. Berorientasi pada kepentingan umum
6. Terbuka
7. Memenuhi nilai kepatutan, dan
8. Dapat dipertanggungjawabkan hasilnya tidak untuk kepentingan diri sendiri

Sebagai bagian dari pembinaan untuk meningkatkan inovasi daerah, Badan Strategis Kebijakan Dalam Negeri (BSKDN), Kementerian Dalam Negeri menyelenggarakan pengukuran inovasi daerah sejak Tahun 2018. *Kick off* Pengukuran Indeks Inovasi Daerah 2024 telah dilaksanakan pada 13 Juni 2024 secara online oleh BSKDN Kementerian Dalam Negeri, untuk itu Kota Bogor bersiap untuk mengikuti pengukuran Indeks Inovasi Daerah 2024. Pada tanggal 5 Juli 2024 diselenggarakan Workshop Indeks Inovasi Daerah di Pondok Kapilih Pancawati Bogor dengan peserta inovator dari Perangkat Daerah Kota Bogor yang telah diinventarisir sebelumnya sebanyak 110 inovator. Adapun narasumber Workshop Indeks Inovasi Daerah adalah:



1. Dr. Yusharto Huntoung, Kepala Badan Strategis Kebijakan Dalam Negeri (BSKDN) Kemendagri
2. Alfian Pamungkas, S.Stat Statistisi Ahli Pertama BSKDN Kemendagri

Pesan yang disampaikan oleh Kepala BSKDN Kemendagri saat Workshop Indeks Inovasi Daerah diantaranya *"Kita tidak lagi memulainya (pengembangan inovasi) dari era baru, tetapi kita memiliki strategi ATM, yakni amati, tiru dan modifikasi dari daerah lain. Catatannya kemudian adalah sesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing daerah"*. Terkait pendekatan ATM tersebut, Kepala BSKDN menjelaskan bahwa BSKDN memiliki aplikasi Tuxedovation yang memuat beragam data inovasi yang bisa menjadi acuan bagi daerah untuk menumbuhkan ekosistem inovasi di daerahnya secara lebih efektif dan efisien. Tuxedovation memiliki ±14.000 data inovasi dari seluruh daerah di Indonesia yang dapat diterapkan di daerah lain yang memiliki kesulitan berinovasi karena *resources* internal yang terbatas.





Untuk pengembangan inovasi dengan pendekatan ATM yang lebih baik, beliau menyampaikan bahwa BSKDN bersedia membantu pemerintah daerah dengan berbagai bentuk asistensi, mulai dari pelatihan, bimbingan teknis dan penyediaan platform untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman antar daerah.

Adapun beberapa hal penting dalam pengukuran Indeks Inovasi Daerah Tahun 2024 adalah :

1. Inovasi yang diukur adalah :

- a. Inovasi yang dilaporkan dalam aplikasi IID tahun ukur 2024
- b. Inovasi yang sudah diterapkan, bukan tahap **inisiasi** atau **uji coba**
- c. Ditetapkan pada tahun 2022/2023 berdasarkan SK Penetapa

2. Inovasi harus :

- a. Terstatistik
- b. Terukur
- c. Mengandung perubahan sebagian atau keseluruhan
- d. Dapat dipertanggungjawabkan

3. Dalam membuat profil inovasi, inovator harus dapat menarasikan kebaruan yang dilakukan secara sistematis, jelas dan berbasis data untuk menguraikan tujuan, dampak dan manfaat dari inovasi yang dilaksanakan

4. Inovasi yang diajukan telah diimplementasikan maksimal 2022-2023, jika sebelum itu boleh dimasukkan asal ada kebaruan Tahun 2024 boleh dimasukkan namun tidak akan dinilai karena tidak masuk kategori, hanya sebagai database.

5. Indikator wajib harus dipenuhi semua, jika ada yang kosong maka akan tertolak



6. Tahapan Pelaksanaan

- a. Tahap penjaringan/penginputan sampai 2 Agustus 2024
- b. Validasi dan QC dilakukan oleh pihak eksternal (UI dan UGM) Agt - Okt 2024
- c. Tahap presentasi KDH, oktober 2024
- d. Validasi lapangan, oktober - November 2024
- e. Terbit SK Kemendagri untuk pemenang IGA, rencana Desember, bisa lebih cepat

7. Kota Bogor termasuk dalam cluster kota

8. Pemenang IGA akan mendapatkan dana insentif daerah

9. Profil inovasi daerah ditambahkan kolom isian sertifikat HAKI dan penghargaan inovasi daerah, penyesuaian definisi operasional, indikator yang perlu diperbaharui, dan parameter

10. Inovasi yang diajukan memenuhi minimal 2 urusan wajib pelayanan dasar (pendidikan, kesehatan, trantibum linmas, perumahan rakyat dan kawasan permukiman, sosial, pekerjaan umum dan penataan ruang)

11. Nilai

- a. Satuan pemda
- b. Satuan inovasi daerah

12. Profil inovasi daerah

- a. Nama inovasi
- b. Tahapan inovasi
- c. Inisiator inovasi dan nama inisiator
- d. Jenis inovasi : digital dan non digital
- e. Bentuk inovasi : tata kelola pemerintahan, pelayanan publik, lainnya



- f. Tematik : menyesuaikan isu yang sedang berkembang, tidak semua mengisi, tidak ada efek terhadap penilaian hanya pendataan saja
- g. Urusan pemerintahan
- h. Waktu uji coba, waktu penerapan dan waktu pengembangan

13. Rancang bangun harus memuat :

- a. Dasar hukum
- b. Permasalahan (makro dan mikro)
- c. Isu strategis (global, nasional, dan lokal)
- d. Metode kebaruaran
- e. Keunggulan kebaruaran
- f. Cara kerja inovasi

14. Sustainable inovasi

a. Update

- Integrasi data layanan (bigdata)
- Penambahan varian / menu layanan
- Tambah bidang / subbidang layanan
- Pengayaan substansi layanan
- Pemanfaatan data layanan
- Pengembangan area / subjek layanan
- Mengurangi proses / biro layanan
- Mengurangi biaya layanan
- Mengurangi syarat layanan
- Penambahan kuantitas

b. Upgrade

- Tingkatkan versi teknis layanan
- Integrasi sistem layanan
- Pembaharuan fitur layanan
- Peningkatan kecepatan proses layanan
- Peningkatan / penambahan menu layanan
- Peningkatan dari manual → elektronik
- Peningkatan kualitas produk layanan

15. 20 Indikator yang harus dipenuhi dalam pengukuran indeks inovasi daerah :

- a.Regulasi inovasi daerah
- b.Ketersediaan SDM terhadap inovasi daerah
- c.Dukungan anggaran
- d.Bimtek inovasi
- e.Integritas program dan kegiatan inovasi dalam RKPD
- f.Keterlibatan aktor inovasi
- g.Pelaksana inovasi daerah
- h.Jejaring inovasi
- i.Sosialisasi inovasi daerah
- j.Pedoman teknis
- k.Kemudahan informasi layanan
- l.Kecepatan penciptaan inovasi
- m.Kemudahan proses inovasi yang dihasilkan
- n.Penyelesaian layanan pengaduan
- o.Layanan terintegrasi
- p.Replikasi
- q.Alat kerja
- r.Kemanfaatan inovasi
- s.Monitoring dan evaluasi inovasi daerah
- t.Kualitas inovasi daerah (video yang isinya meliputi :
 - latar belakang inovasi daerah
 - penjangkaran ide inovasi
 - pemilihan ide
 - manfaat dan dampak)

→ video diberikan narasi teks dan dubber untuk memudahkan panitia memahami inovasi



Pelaksanaan indeks inovasi daerah bertujuan untuk mengukur tingkat inovasi daerah; memacu dan memotivasi pemerintahan Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas sesuai dengan bentuk inovasi; mendorong arah penyelenggaraan Pemerintahan Daerah dan Pembangunan Daerah sesuai dengan kebijakan pembangunan nasional yang selaras dengan penerapan *good governance*; meningkatkan pengawasan dan peran serta masyarakat dalam setiap perumusan kebijakan dan program yang diterapkan pemerintah daerah; disamping itu pengukuran indeks inovasi daerah juga memberikan penghargaan kepada Pemerintah Daerah yang melakukan –



inovasi dan kreativitas dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah dalam meningkatkan pelayanan publik, meningkatkan pembangunan, pemberdayaan masyarakat dan daya saing daerah dan yang terpenting adalah memperbaiki ekosistem inovasi daerah tersebut.

Pengukuran indeks inovasi daerah merupakan seperangkat variabel dan indikator yang digunakan bukan hanya untuk mengukur tingkat kematangan inovasi daerah pada periode tertentu tetapi juga memperbaiki ekosistem inovasi di daerah sehingga cara yang digunakan untuk mendapatkan nilai

kematangan inovasi harus memperhatikan kejujuran dalam mengisi dan menyampaikan evidence. Workshop Indeks Inovasi Daerah diselenggarakan agar inovator mendapatkan penjelasan secara langsung dari BSKDN Kemendagri sehingga dalam proses penginputan tidak mengalami kendala sert inovator dapat menerima masukan mengenai langkah-langkah efektif untuk menciptakan ide inovasi di masing-masing perangkat daerahnya.

ACARA PUNCAK BOGOR INNOVATION AWARD 2024



ACARA PUNCAK

**BOGOR
INNOVATION
AWARD 2024**

Berbagai kegiatan menarik ada di sini !



Catat Tanggalnya !

BOGOR CREATIVE CENTER (BCC)
4-5 SEPTEMBER 2024

KOMPETISI BAKAT FESTIVAL INOVASI BOGOR INNOVATION AWARD 2024



BOGOR INNOVATION AWARD 2024

TUNJUKAN BAKAT DAN KREATIVITAS KAMU
DENGAN MENGIKUTI

- Kompetisi Tari
- Kompetisi Musik
- Kompetisi Fashion
- Kompetisi Video Kreatif

IKUTI KOMPETISINYA
MENANGKAN HADIAH MENARIKNYA

Jadwal Kompetisi

Pendaftaran Peserta
21 Juni-16 Agustus 2024

Grand Final
4-5 September 2024



Informasi lebih lanjut?
Pindai barcode di samping atau
kunjungi tautan di bawah ini :

bit.ly/MekanismeKompetisiBIA2024

CP: 083894302011 (Nabila)