



# Journal of Community Service

Volume 6, Issue 1, June 2024

P-ISSN: 2715-2901 E-ISSN: 2715-291X

Open Access at: <https://idm.or.id/JCS/index.php/JCS>

## FULFILLING CONSUMER RIGHTS FOR MSMEs IN CIBOGO VILLAGE AS AN EFFORT TO INCREASE TOURIST ATTRACTION

### PEMENUHAN HAK KONSUMEN KEPADA UMKM DESA CIBOGO SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK WISATAWAN

Rafan Darodjat<sup>1</sup>, Deviana Yuanitasari<sup>2</sup>, Helza Novianty<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Departemen Hukum Ekonomi, Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

<sup>2</sup> Dosen Hukum Perlindungan Konsumen, Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

<sup>3</sup> Pusat Kajian Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

E-mail: [rafan@unpad.ac.id](mailto:rafan@unpad.ac.id)

#### ARTICLE INFO

##### Correspondent

Rafan Darodjat  
[rafan@unpad.ac.id](mailto:rafan@unpad.ac.id)

##### Keywords:

rights, MSMEs, tourist attraction, Cibogo Village

##### Website:

<https://idm.or.id/JCS/index.php/JCS>

Page: 175 - 185

#### ABSTRACT

Cibogo Village has great tourism potential due to its location in North Bandung, at the foot of Mount Tangkuban Perahu. Service activities aim to inspire MSMEs, communities, and village officials to enhance tourism potential by considering tourists as consumers whose rights need to be fulfilled. Hospitality, quality products, and a harmonious community environment will attract tourists. This collective effort by the entire community is necessary to create a unique attraction. The service activities are implemented through counseling and mentoring by the PPM Team, integrated with Unpad Student KKN activities. The team intensively assists 15 MSMEs in Cibogo Village. The research results indicate an increase in tourist attraction in Cibogo Village following the promotion of consumer rights. The study demonstrates that promoting consumer rights can enhance tourist attraction by increasing MSMEs' knowledge and understanding of these rights and building consumer trust in the products and services offered by MSMEs in Cibogo Village.

Copyright © 2024 JCS. All rights reserved

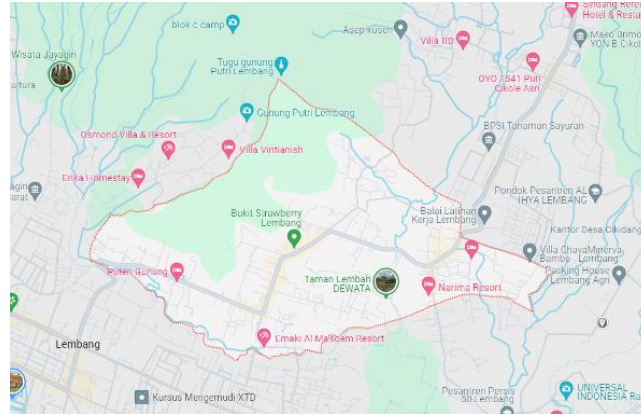
INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p><b>Koresponden</b> <b>Rafan Darodjat</b> <i>rafan@unpad.ac.id</i></p> <p><b>Kata kunci:</b> <b>hak konsumen, UMKM,</b> <b>daya tarik wisatawan,</b> <b>Desa Cibogo</b></p> <p><b>Website:</b> <i><a href="https://idm.or.id/JCS/index.php/JCS">https://idm.or.id/JCS/index.php/JCS</a></i></p> <p><b>Hal: 175 – 185</b></p>	<p>Desa Cibogo memiliki potensi wisata yang besar karena terletak di Bandung Utara, di kaki Gunung Tangkuban Perahu. Kegiatan pengabdian berupaya menggugah UMKM, masyarakat, dan perangkat desa untuk meningkatkan potensi wisata dengan menempatkan wisatawan sebagai konsumen yang haknya perlu dipenuhi. Keramahmatan, produk yang baik, dan lingkungan masyarakat yang rukun akan menjadi daya tarik bagi wisatawan, hal ini perlu dilakukan secara masal oleh segenap masyarakat sehingga menjadi daya tarik tersendiri. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan penyuluhan dan pendampingan Tim PPM yang terintegrasi dengan kegiatan KKN Mahasiswa Unpad, secara intensif Tim mendampingi kepada 15 (lima belas) UMKM di Desa Cibogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan daya tarik wisata di Desa Cibogo setelah dilakukan sosialisasi pemenuhan hak konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi pemenuhan hak konsumen dapat meningkatkan daya tarik wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman UMKM tentang hak konsumen, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM di Desa Cibogo.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2024 JCS. All rights reserved</i></p>

## PENDAHULUAN

Industri wisata pada perkembangannya mengalami kemajuan pesat, hal ini karena adanya kebutuhan masyarakat untuk menyegarkan pikiran di tengah hiruk-pikuk kehidupan perkotaan dan eksistensi di media sosial sebagai konten. Usaha pariwisata dukungan utama memang pada investasi yang tersedia, tetapi masyarakat dapat mengoptimalkan keindahan alam dan juga UMKM masyarakat sekitar, tentunya harus ditunjang kreatifitas serta layanan yang maksimal bagi pengunjung agar memiliki daya tarik. Adanya potensi alam yang dimiliki, hal ini akan mendorong adanya sebuah kegiatan pariwisata yang dapat menciptakan lapangan kerja dan tentunya berdampak pada kesejahteraan masyarakat sekitar (Rahma, 2023).

Desa Cibogo terletak di kaki Gunung Tangkuban Perahu dan Gunung Putri Lembang sebagai destinasi wisata yang sangat menarik bagi wisatawan domestik. Keindahan alam dan cuaca yang sejuk akan memberikan pengalaman yang menarik bagi pengunjungnya. Desa Cibogo berada di ketinggian 1.200 MDPL, Curah Hujan: 2.200 mm/tahun, dan suhu rata-rata: 19-22 derajat Celcius (Cibogo, 2024). Kondisi ini memiliki keunggulan karena dapat dengan mudah untuk ditanami kopi, teh, kina, dan sayuran. Kesadaran perangkat desa dan masyarakat untuk memajukan wisata sangatlah tepat, tetapi harus ditunjang dengan *service excelent* pada pengunjung. Tim PKM dalam kegiatannya memberikan pendekatan baru yang menempatkan pengunjung sebagai konsumen yang haknya harus terpenuhi dengan baik. *Impact*

dari kegiatan pengabdian ini, diharapkan mampu memberikan daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Cibogo dan kembali untuk mengunjunginya. Peningkatan kunjungan wisatawan akan sejalan dengan naiknya pendapatan masyarakat dan Pendapatan Asli Desa (yang selanjutnya disingkat: PADes).



**Gambar 1. Peta Lokasi Desa Cibogo**  
Sumber: Google Maps, 2024

Sosialisasi yang dilakukan merupakan bagian pengabdian masyarakat Universitas Padjadjaran yang terintegrasi dengan Kuliah Kerja Nyata Integratif (selanjutnya disingkat: KKN-Integratif). Sosialisasi dilakukan untuk peningkatan literasi UMKM dan masyarakat Desa Cibogo dalam melayani wisatawan, keberadaan mereka sebagai konsumen yang harus dipenuhi hak-haknya. Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disingkat: UU Konsumen) mengamanahkan bahwa: “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

Wisatawan dalam konteks industri pariwisata berperan sebagai konsumen yang mengeluarkan uang atau imbalan lain untuk mendapatkan rekreasi dari keseluruhan kondisi geografis, bangunan, budaya, dan keunikan lain yang ditawarkan. Desa Cibogo selain memiliki tempat wisata, keberadaannya strategis karena dilalui kendaraan yang akan berwisata ke Gunung Tangkuban Perahu, Pemandian Air Panas di Ciater Kabupaten Subang, perkemahan Jayagiri, Gunung Putri Lembang, dan banyak tempat wisata lainnya yang tentunya wisatawan melewati Desa Cibogo. Hal ini tentunya harus dapat dimanfaatkan dengan baik dengan kretifitas masyarakat untuk menyajikan destinasi wisata yang menarik ataupun menyajikan budaya. Apabila mengacu pada budaya tentunya akan berkaitan dengan hal yang baik, pelayanan optimal yang dilakukan secara massal oleh segenap masyarakat Desa Cibogo, tentunya akan memberikan daya tarik tersendiri karena barang dan jasa yang ditawarkan berorientasi pada pemenuhan hak konsumen.

Karakteristik sebuah tempat dalam suatu daerah seringkali menarik mata masyarakat untuk berkunjung ke daerah tersebut, pariwisata berarti segala sesuatu yang menarik pada suatu daerah tujuan wisata yang menjadi alasan atau daya tarik bagi orang-orang untuk berkunjung dan menghabiskan waktu di tempat tersebut (Adinda Rizkyatul, 2023).

### **Pentingnya Pemenuhan Hak Konsumen**

Pola usaha yang mengedepankan kepentingan konsumen tentunya akan mendapatkan keunggulan profit. Karena pelaku usaha akan menempatkan diri sebagai konsumen yang ingin hak-haknya terpenuhi dengan baik. Pemenuhan hak konsumen berimplikasi kepada banyak hal yang dapat menjamin kepuasan konsumen, antara lain:

1. Pelaku usaha tentunya akan memenuhi legalitas usaha sebagai jaminan usahanya memiliki keabsahan operasional dan dapat dipasarkan,
2. Produk yang dijual memiliki informasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan,
3. Kualitas produk sudah sesuai standar, bahkan melampaui standar yang ada,
4. Adanya layanan purna jual, dan
5. uang yang konsumen keluarkan sebagai investasi untuk pengembangan usaha.

Implikasi dari pemenuhan UMKM dan BUMDes Cibogo yang berorientasi pemenuhan hak konsumen, tentunya akan menjamin kualitas produk yang ditawarkan. Meskipun untuk pengembangan usaha pada desa wisata, diperlukan campur tangan pemerintah untuk menyediakan infrastruktur dalam membuka akses wisata dan pelestarian lingkungan.

### **Daya Tarik bagi Wisatawan**

Wisatawan berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, didefinisikan sebagai berikut: "Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata." Menurut ahli wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu (Spillane, 2003). Wisatawan tentunya melakukan perjalanan untuk ke tempat tujuannya, sehingga ada proses perjalanan yang merupakan bagian dari perjuangan ke destinasi wisata, maka haknya sebagai konsumen harus dapat terpenuhi dengan baik. Karena hak konsumen yang terpenuhi dengan baik, apalagi melampaui ekspektasi dapat memberikan keuntungan lebih. Pada era digital, pengunjung memiliki media sosial yang tentunya review yang positif akan memancing wisatawan lain untuk datang. Kekuatan ini dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai media promosi yang efektif.

Daya tarik ialah sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu destinasi pariwisata. Daya tarik di suatu objek wisata dapat membuat program pemerintah berhasil dalam melestarikan adat serta budaya bangsa sebagai hal penting yang dapat dijual kepada wisatawan (Virgiawan, 2022) Untuk saat ini daya tarik perlu di dukung promosi melalui teknologi informasi, hal ini tidak hanya dilakukan pelaku usaha, tetapi juga dapat melalui ulasan wisatawan. Karena potensi promosi yang dilakukan melalui media digital memiliki keunggulan karena daya jangkauannya yang luas terlebih lagi memasuki Revolusi Industri 4.0 dengan ciri *IoT (Internet of things)* internet menjadi sumber dominan untuk masuknya informasi.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk menambah daya tarik Desa Cibogo yang berdampak pada meningkatnya jumlah wisatawan. Wisatawan yang berkunjung diharapkan dapat menjangkau wisatawan mancanegara, tidak sebatas wisatawan lokal. Wisatawan lokal dengan tingkat visitasi yang tinggi pun sebetulnya mampu menghidupkan ekonomi desa, terlebih lagi apabila ditunjang dengan industri dan pusat perdagangan yang dimiliki Desa Cibogo, mampu membuat roda perekonomian desa berputar.

Pengembangan desa untuk pariwisata dilakukan tidak hanya secara individu, tetapi harus secara kolektif masyarakatnya berkreasi memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Adanya otonomi desa, pemerintah desa berhak untuk mengatur segala urusan pemerintahannya sendiri, hal ini dilakukan sebagai langkah untuk pembangunan desa dan kemandirian desa. Dalam rangka pembangunan desa dan kemandirian desa, desa memiliki hak dan kewajiban untuk mengelola dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki desa sehingga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Desa (selanjutnya disingkat: PADes) (Ma'ruf, 2015). Desa merupakan Pemerintah yang otonom karena Kepala Desa dipilih langsung masyarakat, pemerintahan desa pun diharapkan mampu mengembangkan perekonomian masyarakat, di sisi lain dapat mengembangkannya melalui BUMDes. Sebagaimana diatur dalam Pasal 87A ayat (1) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa (selanjutnya disingkat: UU Desa Perubahan Ke-2) yang mengamanahkan bahwa: "Pengelolaan BUM Desa dilakukan secara profesional untuk mendapatkan keuntungan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat."

Kegiatan pengabdian ini bertujuan menanamkan kesadaran kepada UMKM dan pengelola BUMDes Desa Cibogo untuk memenuhi hak-hak wisatawan yang berkunjung dan berbelanja. Profesionalisme dalam mengelola lokasi wisata harus dilakukan secara kolektif seluruh elemen masyarakat pada desa tersebut bahu-membahu meningkatkan daya tarik. Bagi UMKM dan BUMDes tentunya lokasi usaha tidak dalam lingkup area wisata yang dikelola korporasi, akan tetapi pengembangan terhadap wisata belanja dan wisata kuliner dapat dilakukan. Apabila pengalaman belanja dan kuliner wisatawan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, maka lambat laun usaha tersebut akan besar. Di Lembang contohnya: Pasar Sayur Lembang, Pabrik Tahu Tauhid, sentra susu KPSBU, usaha-usaha ini berasal dari aktifitas mata pencaharian masyarakat karena memberikan pengalaman bagi wisatawan, tentunya menjadi daya tarik. Aktifitas mata pencaharian masyarakat seperti beternak, bercocok tanam, membuat kerajinan, dan aktifitas unik lainnya dapat menjadi potensi wisata.

#### **METODE PELAKSANAAN**

1. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan penyuluhan dan pendampingan Tim PPM yang terintegrasi dengan kegiatan KKN Mahasiswa Unpad, secara intensif Timi mendampingi kepada 15 (lima belas) UMKM di Desa Cibogo. Penyuluhan adalah kegiatan penginformasian yang menekankan pada suatu objek tertentu dan hasil yang diharapkan adanya perubahan perilaku untuk menuju kualitas yang lebih baik. (Bayu Hanggara, 2021).
2. Kegiatan ini pertama dengan adanya penentuan judul PPM yang terintegrasi dengan KKN Mahasiswa. Kedua, Tim KKN dan PPM melakukan observasi lapangan untuk menemukan permasalahan dan memberikan pengabdian yang berkorelasi dengan tema PPM. Ketiga, tim PPM melakukan interview kepada masyarakat. Keempat, tim merencanakan kegiatan yang akan dilaksanakan untuk kegiatan pengabdian. Kelima, pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa penyuluhan, kunjungan, dan membuka konsultasi bagi masyarakat (UMKM dan BUMDes). Keenam, evaluasi kegiatan pengabdian yang dilakukan Tim Dosen kepada Tim KKN terhadap aktivitas yang sudah dilakukan. Ketujuh, pelaporan kegiatan berupa makalah dan output kegiatan yang dipublikasikan.

## HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Industri wisata pada perkembangannya mengalami kenaikan pesat terlebih lagi pasca pandemi wabah Covid-19. Karena saat terjadinya wabah Covid-19, masyarakat di sebagian besar negara di dunia mengalami *lockdown* yang tidak memperbolehkan aktivitas di luar rumah. Setelah berangsur-angsur pulih, industri pariwisata pun mulai kembali bangkit yang diharapkan dapat terus tumbuh. Pertumbuhan industri pariwisata pun mengalami persaingan yang ketat. Sehingga Tim PPM berusaha meningkatkan pertumbuhan pariwisata di Desa Cibogo melalui pendekatan yang memenuhi hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian, karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajibannya (Sulisrudatin, 2015).

Berdasarkan lama waktu orang yang berkunjung ke tempat wisata, pengunjung tersebut diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Wisatawan (*tourist*), yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal 24 jam di negara yang dikunjunginya (Candra Pomantow, 2022).
2. Pelancong (*excursionist*), yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar) (Candra Pomantow, 2022).

Apabila ditelaah berdasarkan asal wisatawan atau sifat perjalanannya. Ada istilah wisatawan asing (*foreign tourist*) yang akrab dengan peristilahan bahasa Indonesia, "Wisatawan Mancanegara" (*wisman*), kemudian ada istilah "*domestic foreign tourist*" (*wisman domestik*), "*domestic tourist*" (*wisatawan nusantara*, dan "*Indigenous Foreign Tourist*" (*wisman pribumi*), "*transit tourist*" (*wisatawan transit/ singgah/ lintas*). Selain itu, ada juga "*local tourist*" (*wisatawan lokal*), sebagai satu pembandingan dari wisatawan nusantara/domestik (*domestic tourist*). Analisis peneliti, maka berdasarkan asal wisatawan klasifikasinya sebagai berikut:

1. wisatawan asing/mancanegara, yaitu orang asing yang berkunjung ketempat wisata dengan negara asal yang berbeda.
2. wisatawan nusantara, yaitu penduduk dari negara yang sama hanya berasal dari provinsi yang berbeda.
3. wisatawan lokal, yaitu orang yang berkunjung ke tempat wisata berasal dari Provinsi yang sama dengan lokasi wisata yang sama, dan
4. wisatawan pribumi, yaitu orang yang berkunjung ke tempat wisata dapat berasal dari kota/kabupaten yang sama dengan lokasi tempat wisata.

Orang yang berkunjung ke tempat wisata tidak sebatas motifnya untuk rekreasi saja. Rekreasi sebagai daya tarik, karena motivasi untuk berbelanja, keingintahuan terhadap budaya, keingintahuan terhadap kondisi alam, dan faktor-faktor lainnya. Sehingga wisatawan memiliki arti suatu kunjungan terhadap destinasi wisata, untuk motif rekreasi bukan merupakan faktor yang menjadikan seseorang dikategorikan sebagai wisatawan.

### Hak Wisatawan sebagai Konsumen

Hak konsumen merupakan hak yang diatur dalam undang-undang sebagai upaya kepastian hukum dan hal yang paling dasar untuk dipenuhi produsen. Konsumen berdasarkan Pasal 4 UUPK memiliki hak secara garis besar sebagai berikut:

- "a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan;

- b. hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya;
- e. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- f. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian”

Wisatawan dalam kunjungannya akan menjadi konsumen apabila membeli produk berupa barang atau jasa. Karena wisatawan apabila hanya melakukan perjalanan untuk mengetahui lokasi, menikmati pemandangan, atau bertemu dengan orang tidak serta merta menjadi konsumen. Keindahan alam dan keunikan budaya, tentunya akan memiliki daya tarik bagi orang untuk melakukan suatu kunjungan. Akan tetapi orang yang dikategorikan wisatawan, pada destinasi wisata tersebut apabila melakukan pembelian baik kepada usaha perorangan atau korporasi atau pemerintah.

Pembelian yang dilakukan wisatawan harus dilindungi hak-haknya sebagai konsumen. Produk yang ditawarkan berupa barang, yaitu benda-benda, makanan, obat, dan kosmetik. Perlindungan konsumen atas barang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik, harus diupayakan sebelum konsumen tersebut membeli barang. Pelaku usaha dalam melakukan penjualan produknya harus memastikan produk yang dijualnya menjamin keselamatan bagi konsumen, memiliki harga yang wajar, dan konsumen dapat terlayani dengan baik dalam pembeliannya. Setelah menjadi pembeli konsumen harus mendapatkan produk yang sesuai yang diinformasikan dan mendapatkan ganti rugi apabila produk yang dijual tidak sesuai dengan informasi sebelumnya.

Konsumen jasa pada wisatawan seperti: masuk pada destinasi wisata yang berbayar, jasa menyewa wahana permainan, jasa lukisan, jasa menggambar tubuh, jasa pijat/urut/refleksi, sewa villa, hotel, dan jasa-jasa lainnya yang berkembang sesuai kreatifitas masyarakat. Hak wisatawan yang menggunakan jasa terkadang dirugikan oleh sebagian oknum yang menjadikan citra destinasi wisata kurang baik. Tentunya hal ini perlu ditertibkan dan dicegah oleh elemen masyarakat dan pemerintah. Contoh perbuatan yang tidak terpuji oleh pelaku usaha jasa tato Bandung yang terjadi pada tanggal 2 Januari 2022 di Jalan Asia-Afrika. “Kejadian tersebut saat Wulan Dwi Chantika (16) ditawarkan untuk membuat tato temporer ditawarkan dengan harga Rp3.000 per cm, setelah selesai di tato justru dikenakan biaya hingga Rp1 juta, namun ketika ayahnya bernegosiasi dengan tpenjual jasa tato malah dikeroyok hingga mengalami luka-luka” (Azay, 2022)

Peningkatan daya tarik wisatawan dilakukan secara terus menerus dan harus dapat memberi pemahaman kepada masyarakat lainnya untuk selalu menajaga kondusifitas wilayah. Meskipun wisatawan atau pelancong belum tentu menjadi konsumen, tetapi kedatangan mereka dapat berpotensi untuk menjadi pembeli terhadap produk yang ditawarkan. Terhadap destinasi yang berbayar baik dilakukan swasta, swadaya masyarakat, ataupun pemerintah melalui retribusi, harus menjamin keamanan, keselamatan, kesehatan terhadap diri pengunjung. Pengunjung destinasi yang mengalami gangguan dalam rekreasinya harus ditanggulangi

sehingga tidak terjadi hal yang mengancam keselamatannya. Tempat rekreasi harus memiliki mitigasi terhadap kecelakaan yang terjadi dan apabila sampai terjadi harus dapat memberikan ganti kerugian. Ganti kerugian dapat menggunakan sistem asuransi yang diatur Pasal 20 huruf c dan f Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (selanjutnya disingkat: UU Wisata), yaitu berupa perlindungan hukum dan keamanan serta perlindungan asuransi terhadap kegiatan pariwisata yang berisiko tinggi. Menurut Pasal 26 huruf d dan e UU Kepariwisata, salah satu kewajiban pelaku usaha pariwisata adalah memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan, dan keselamatan wisatawan, serta memberikan perlindungan asuransi bagi pelaku usaha pariwisata dengan aktivitas berisiko tinggi (Chusnida, 2023).

### **Kewajiban Wisatawan**

Pengunjung walaupun memiliki hak karena telah melakukan transaksi, akan tetapi ada kewajiban yang harus dipatuhi. Sebagaimana diatur dalam Pasal 25 UU Wisata, kewajiban tersebut antara lain:

- a. menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;
- b. memelihara dan melestarikan lingkungan;
- c. turut serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan; dan
- d. turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum”

Menurut peneliti sendiri kewajiban yang diamanahkan UU Wisata, akan berlaku universal karena bagaimanapun apabila orang Indonesia berkunjung ke luar negeri hal tersebut harus menjadi pedoman. Pengunjung harus senantiasa mengikuti aturan yang berlaku di negara tujuannya dan menjaga kebersihan. Terkadang ada kebiasaan yang kurang baik dari negara-negara yang kedisiplinannya minim, akan tetapi hal ini perlu dibangun dan masyarakat dapat saling mengingatkan untuk senantiasa menjaga lingkungan dengan kebiasaan hidup bersih. Hal yang paling sederhana dengan membuang sampah pada tempatnya.

Berdasarkan Pasal 5 UUP, kewajiban konsumen sebagai berikut:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan produk, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian produk;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut”

Untuk saat ini hal yang menjadi kewajiban konsumen juga, yaitu memberikan riviur yang jujur dan sebagai kontributor apabila ada kekurangan. Karena di era digital, riviur yang tidak sesuai dengan yang dialami atau persepsi yang berlebihan dapat merugikan lokasi atau objek wisata. Efek dari penggunaan sosial media yang mudah diakses siapapun menjadikan wisatawan harus bijak dalam memberikan riviur.

### **Peningkatan Daya Tarik Wisatawan dengan Pemenuhan Hak Konsumen di Desa Cibogo**

Pengembangan pariwisata selain berperan untuk peningkatan PADes, wisata juga berperan meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Menurut segel dan Bruzy (Yati Haryati, 2022) Kesejahteraan sosial adalah kondisi sejahtera dari suatu masyarakat. Kesejahteraan sosial meliputi kesehatan, keadaan ekonomi,

kebahagiaan, dan kualitas hidup rakyat. Keadaan kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari 3 kompromi, Pertama, sejauh mana masalah-masalah sosial diatur, kedua sejauh mana kebutuhan-kebutuhan dipenuhi, ketiga sejauh mana kesempatan untuk meningkatkan taraf hidup dapat disediakan.

Keuntungan yang diperoleh pelaku usaha umumnya berasal dari pengeluaran wisatawan selama berada di destinasi wisata. Hal tersebut kemudian berpengaruh kepada ekonomi masyarakat yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan pada lokasi tersebut. Tidak hanya dari segi ekonomi, keberadaan suatu daya tarik juga berperan penting dari segi sosial bagi masyarakat lokal. (Romer & Sugiarti, 2023) Peran masyarakat dalam pengelolaan suatu destinasi merupakan suatu bentuk pariwisata berkelanjutan, yang orientasi dalam industri pariwisata tidak hanya melihat keuntungan secara materi namun juga meningkatkan kualitas sosial disekitar desa Cibogo.



**Dokumentasi 1: Kegiatan Penyuluhan bersama UMKM dan BUMDes di Kantor Desa Cibogo**

Kegiatan ini berdampak pada keinginan UMKM, BUMDes, dan aparatur Desa bertambah referensi untuk meningkatkan daya tarik bagi Desa Cibogo. Selain itu, materi mengenai kewajiban wisatawan berdampak pada kesadaran adanya tanggung jawab yang harus pengunjung miliki. Tentunya diawali dari *civitas academy* Unpad dan audiens peserta pengabdian apabila berkunjung ke suatu tempat. Membanguna masyarakat yang tertib, bersih, dan disiplin dapat diawali dari tempat wisata kemudian diterapkan ke dalam lingkungan sehari-hari sehingga dapat menciptakan Negara Indonesia yang modern dan berorientasi pada keberlanjutan lingkungan yang lestari.

Usaha wisata pun pada perkembangannya mengalami pasang-surut karena adanya persaingan dengan banyaknya lokasi wisata baru yang dibuka. Hal ini tentunya harus disikapi dengan baik, dengan menumbuhkan kepercayaan pada wisatawan melalui pemenuhan hak konsumen. Perlindungan konsumen wisatawan, merupakan upaya untuk menjamin hak-hak dan keselamatan wisatawan selama melakukan kegiatan wisata. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari jaminan keselamatan dan keamanan dalam perjalanan, transparansi informasi mengenai

paket wisata, hingga perlindungan dari praktik penipuan. Pemerintah desa dan pihak penyedia layanan wisata (agen travel), memiliki tanggung jawab untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan standar kualitas dan keselamatan. Dengan demikian, perlindungan konsumen wisatawan bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan memuaskan, sekaligus mendorong kepercayaan wisatawan terhadap jasa dan produk lokal yang ditawarkan.

### **SIMPULAN**

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan Tim PPM yang terintegrasi dengan kegiatan KKN Mahasiswa Unpad, secara intensif Tim mendampingi kepada 15 (lima belas) UMKM di Desa Cibogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan daya tarik wisata di Desa Cibogo setelah dilakukan sosialisasi pemenuhan hak konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi pemenuhan hak konsumen dapat meningkatkan daya tarik wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman UMKM tentang hak konsumen, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM di Desa Cibogo

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesempatan dan pendanaan khususnya: Rektor Universitas Padjadjaran, Dekan Fakultas Hukum UNPAD, Kepala Departemen Hukum Ekonomi Fakultas Hukum Unpad. Kami pun mengucapkan banyak terima kasih atas izin yang diberikan oleh Bupati Kabupaten Bandung Barat, Camat Lembang, dan Kepala Desa Cibogo. Untuk Tim KKN Unpad Desa Cibogo Tahun 2024 terima kasih atas bantuan dan pertispipasinya dalam kegiatan pengabdian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adinda Rizkyatul, et.al. "Potensi Lengkong Culinary Night Sebagai Daya Tarik Wisata." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 11.1 (2023): 64.
- Azay. *Tukang Tato di Asia Afrika Bandung Patok "Harga Tak Masuk Akal" Hingga Lakukan Penganiayaan*. Metro Jabar. Bandung, 5 Januari 2022. <<https://metrojabar.id/2022/01/05/kembali-terjadi-tukang-tato-di-asia-afrika-bandung-patok-harga-tak-masuk-akal-hingga-lakukan-penganiayaan/>>.
- Bayu Hanggara, Siti Tri Azura, & Adlan Fauzi Lubis. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan Edukasi Dan Penyuluhan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) di Kampung Serua Poncol, Sawah Baru." *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021. 4.
- Candra Pomantow, Fienny M. Langi, & Cinthya Nikita Waworuntu. "Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata di Kota Manado." *Humanlight Journal of Psychology* 3.2 (2022): 104.
- Chusnida, Nabilah Luthfiah. "Perlindungan Hukum Terhadap Wisatawan dalam Kegiatan Pariwisata Berisiko Tinggi menurut UU Perlindungan Konsumen." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 23.1 (2023): 4.
- Cibogo, Desa. *Desa Cibogo*. 16 15 2024. <<https://cibogo-desa.id/index.php/profil-desa/>>.

- Ma'ruf, Rizky Purna Aji Galih Pangestu & Muhammad Farid. *Upaya Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Studi pada Desa Wisata Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunungkidul)*. Surabaya: Online Electronic Journal Portal Universitas Negeri Surabaya, 2015.
- Rahma, Muhammad Syaoki & Sarita. "Strategi Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ke Ekowisata Kerujuk Pasca Gempa Bumi 2018." *Jurnal Industri Pariwisata* (2023): 137.
- Romer, Krista Sisilia and Dian Pramita Sugiarti. "Kontribusi Daya Tarik Wisata Pantai Melasti Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal Di Desa Ungasan, Kecamatan Kuta Selatan." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 11.1 (2023): 102.
- Spillane, James J. *Pariwisata dan Wisata Budaya*. Jakarta: CV. Rajawali, 2003.
- Sulistrudatin, Niru Anita Sinaga & Nunuk. "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara - Fakultas Hukum Universitas Suryadarma* (2015): 72.
- Virgiawan, Rizki Nurul Nugraha & Fikri. "Pengembangan Daya Tarik Wisata di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur." *Jurnal Inovasi Penelitian* 3.6 (2022): 6446.
- Yati Haryati, Layaman, & Imam Matori. "Analisis Dampak Wisata Terhadap Pendapatan Desa dan Kesejahteraan Masyarakat." *Blantika: Multidisciplinary Journal* (2022): 3