

GEWIRAUSAHA SEBAGAI STRATEGI KONSERVASI DAN PEMBERDAYAAN: PROGRAM DI SITUS GUNUNG PADANG, CIANJUR

¹Eli Jamilah Mihardja, ²Sapta Agung Pratama, ³Hasan Ali Murtadha, ⁴M. Irsyad Jamin

¹ Pusat Inovasi dan Inkubator Bisnis, ²⁻³ Magister Ilmu
Komunikasi Universitas Bakrie, ⁴ *Bumi Resources Minerals*

eli.mihardja@bakrie.ac.id, sapta.agung@bakrie.ac.id, hasanalimurtadha@gmail.com,
Irsyad.jamin@brm.co.id

Abstrak

Situs Gunung Padang di Cianjur, Jawa Barat, merupakan salah satu situs megalitikum terbesar di Asia Tenggara yang menyimpan potensi geoheritage sekaligus menjadi ruang kontestasi berbagai kepentingan. Sayangnya, masyarakat lokal di sekitar situs masih berada di posisi pinggiran dalam diskursus konservasi maupun pemanfaatan ekonomi. Artikel ini membahas implementasi Program Edukasi Kewirausahaan Terpadu yang dilaksanakan oleh Universitas Bakrie bekerja sama dengan Palu Citra Minerals dan Bakrie Resources Minerals, sebagai bagian dari pengabdian masyarakat berbasis keilmuan. Program yang berlangsung dari April hingga Agustus 2025 ini mengembangkan pendekatan geowirausaha berbasis potensi lokal seperti gula aren, madu hutan, dan kerajinan batok kelapa. Melalui pelatihan partisipatif, pendampingan digital, serta pameran produk dan konten naratif, masyarakat didorong untuk menjadi pelaku usaha sekaligus agen konservasi situs. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas komunikasi digital, munculnya prototipe produk lokal berbasis geoheritage, serta tumbuhnya kesadaran kolektif terhadap pelestarian situs. Temuan ini menunjukkan bahwa geowirausaha dapat menjadi jembatan strategis antara konservasi dan kesejahteraan, dan bahwa universitas memiliki peran penting sebagai agen inovasi sosial dalam pembangunan berbasis warisan budaya.

Kata kunci: geowirausaha, Gunung Padang, pemberdayaan masyarakat, konservasi situs, pengabdian kepada masyarakat

Abstract

Gunung Padang in Cianjur, West Java, is one of Southeast Asia's largest megalithic sites, holding significant geoheritage value while also becoming a contested space among various interest groups. Unfortunately, the local community remains marginal in both conservation discourse and economic utilization. This article examines the implementation of the Integrated Entrepreneurship Education Program conducted by Universitas Bakrie in collaboration with Palu Citra Minerals and Bakrie Resources Minerals, as part of a knowledge-based community engagement initiative. Conducted from April to August 2025, the program applies a geo-entrepreneurship approach utilizing local resources such as palm sugar, wild honey, and coconut shell handicrafts. Through participatory training, digital mentoring, and a product-content exhibition, local residents are empowered as entrepreneurs and conservation agents. The results show increased digital communication skills, the emergence of geoheritage-based product prototypes, and a growing collective awareness of site preservation. These findings demonstrate that geo-entrepreneurship can serve as a strategic bridge between conservation and community welfare, and highlight the crucial role of universities as social innovation agents in heritage-based development.

Keywords: *geo-entrepreneurship, Gunung Padang, community empowerment, heritage conservation, university engagement*

1. PENDAHULUAN

Situs Gunung Padang yang terletak di Desa Karyamukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, merupakan salah satu situs megalitikum terbesar di Asia Tenggara. Situs ini terdiri atas lima teras batu andesit yang disusun secara monumental di atas bukit, dan hingga kini masih menjadi objek penelitian interdisipliner yang menggabungkan arkeologi, geologi, sejarah, dan bahkan studi geospiritual (Simanjuntak, 2013; Hilman et al., 2014). Nilai penting dari situs ini tidak hanya bersifat ilmiah, tetapi juga kultural dan ekonomi karena potensinya sebagai destinasi geowisata berbasis warisan geologi (*geoheritage*).

Namun, potensi ini belum sepenuhnya terkelola secara berkelanjutan. Diskursus mengenai status dan masa depan Gunung Padang seringkali didominasi oleh pihak eksternal—baik akademisi, pemerintah, maupun pelaku politik—dengan keterlibatan terbatas dari masyarakat lokal (Indraningrum & Mahyuddin, 2022). Ketimpangan ini memperlihatkan persoalan struktural dalam konservasi situs warisan budaya di Indonesia, yaitu lemahnya integrasi antara pelestarian dengan pemberdayaan sosial-ekonomi komunitas setempat.

Padahal, pendekatan konservasi kontemporer telah menggarisbawahi pentingnya melibatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pelestarian dan pemanfaatan situs, melalui strategi berbasis partisipasi dan pemberdayaan (UNESCO, 2013). Dalam konteks Gunung Padang, pendekatan tersebut menjadi semakin relevan mengingat masyarakat sekitar memiliki tradisi produksi lokal seperti gula aren, madu hutan, dan kerajinan batok kelapa, yang berpotensi dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif berbasis geowisata. Produk-produk ini memiliki nilai tambah tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga sebagai sarana interpretasi budaya dan ekologi kawasan situs.

Konsep geowirausaha atau *geo-entrepreneurship* muncul sebagai kerangka strategis dalam menjawab tantangan tersebut.

Geowirausaha merujuk pada praktik kewirausahaan yang bertumpu pada potensi geoheritage dan nilai budaya lokal, dengan tujuan tidak hanya menciptakan profit, tetapi juga mendorong konservasi sumber daya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Farsani et al., 2014; Hose, 2012). Pendekatan ini membutuhkan penguatan kapasitas masyarakat, termasuk dalam hal inovasi produk, digitalisasi, dan pemasaran berbasis narasi lokal.

Di sinilah peran universitas menjadi krusial. Sebagai lembaga penghasil pengetahuan dan pusat pengembangan teknologi sosial, universitas memiliki mandat untuk tidak hanya melakukan penelitian, tetapi juga mengimplementasikan keilmuan secara langsung melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, melalui kolaborasi dengan Pusat Inovasi dan Inkubator Bisnis (PIIB), serta mitra industri seperti Palu Citra Minerals dan Bakrie Resources Minerals, menyelenggarakan *Program Edukasi Kewirausahaan Terpadu* sejak April 2025 di kawasan Gunung Padang. Program ini merupakan model pengabdian berbasis keilmuan dan teknologi sosial yang bertujuan membangun kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan potensi lokal secara lestari dan produktif.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis model intervensi pengabdian universitas dalam mengembangkan geowirausaha berbasis produk lokal yang terintegrasi dengan strategi konservasi situs Gunung Padang. Sekaligus, artikel ini mengkaji bagaimana pendekatan multidisipliner dapat menggabungkan pelestarian warisan budaya, pemberdayaan ekonomi, dan digitalisasi usaha kecil dalam satu kesatuan program yang berkelanjutan.

2. LANDASAN TEORI

Pengembangan geowirausaha di kawasan situs warisan budaya seperti Gunung Padang berada pada irisan antara teori konservasi partisipatif, pembangunan berkelanjutan, dan kewirausahaan komunitas berbasis potensi

lokal. Ketiga kerangka ini saling melengkapi dan memberikan dasar teoretis yang kuat untuk menjelaskan urgensi, pendekatan, serta arah strategis dari program edukasi kewirausahaan terpadu yang dilaksanakan.

Secara konseptual, geowirausaha (*geo-entrepreneurship*) merupakan bentuk kewirausahaan yang berbasis pada pemanfaatan potensi geologi, lingkungan, dan budaya sebagai sumber daya utama dalam membangun produk atau layanan. Farsani, Coelho, dan Costa (2014) menjelaskan bahwa geowirausaha tidak hanya mengedepankan aspek ekonomi, tetapi juga memperhitungkan dimensi edukasi, pelestarian lingkungan, dan penguatan identitas lokal. Dengan kata lain, geowirausaha merupakan pendekatan kewirausahaan yang selaras dengan prinsip geotourism—yakni pariwisata yang menjaga integritas geologi, mendidik pengunjung, dan memperkuat kesejahteraan komunitas lokal (Dowling & Newsome, 2006).

Dalam konteks Gunung Padang, pendekatan ini memiliki makna ganda: di satu sisi memberdayakan masyarakat melalui pengolahan produk lokal (seperti gula aren, madu, dan kerajinan), dan di sisi lain menjadikan narasi geoheritage sebagai landasan pengembangan produk, sehingga produk yang dihasilkan mengandung nilai edukatif sekaligus konservatif. Hal ini sejalan dengan teori *community-based tourism* (CBT) yang menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola dan mengambil manfaat dari destinasi wisata, sehingga tercipta rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pelestarian (Tolkach & King, 2015).

Untuk memahami posisi masyarakat dalam program ini, pendekatan *empowerment theory* dari Zimmerman (2000) dapat digunakan. Teori ini menyatakan bahwa pemberdayaan terjadi ketika individu dan komunitas memperoleh akses terhadap sumber daya, informasi, dan kesempatan untuk mengambil keputusan. Pemberdayaan masyarakat di sekitar Gunung Padang melalui pelatihan, digitalisasi usaha, dan penguatan kapasitas bisnis merupakan bagian dari proses tersebut. Dalam konteks universitas, aktivitas ini sejalan dengan *third mission* perguruan tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat sebagai ekspresi aktualisasi ilmu untuk

menjawab persoalan sosial (Trencher et al., 2014).

Selain itu, pendekatan social innovation juga menjadi kerangka yang relevan, khususnya karena program ini merupakan hasil kolaborasi lintas sektor—akademisi, industri, dan komunitas lokal. Social innovation mengacu pada pengembangan solusi baru yang efektif untuk masalah sosial dan memperkuat partisipasi masyarakat dalam merancang masa depan mereka sendiri (Murray, Caulier-Grice & Mulgan, 2010). Program edukasi kewirausahaan terpadu di Gunung Padang dapat dibaca sebagai praktik inovasi sosial berbasis *geoheritage*, yang menjembatani konservasi dan kesejahteraan.

Dengan menggabungkan konsep geowirausaha, *community-based tourism*, pemberdayaan, dan inovasi sosial, pendekatan ini menyediakan kerangka teoritis yang menyeluruh untuk menganalisis transformasi peran masyarakat lokal dari objek pembangunan menjadi subjek pelestarian dan pengembangan kawasan situs. Universitas, dalam konteks ini, tidak hanya menjadi penghasil pengetahuan, tetapi juga agen transformasi sosial yang menjembatani ilmu, industri, dan komunitas melalui pendekatan transdisipliner.

3. METODOLOGI

Kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu April hingga Agustus 2025, dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis komunitas. Model pelaksanaan program dirancang dalam tiga tahap utama, yaitu: (1) identifikasi potensi dan permasalahan, (2) pelatihan dan pendampingan geowirausaha, serta (3) monitoring dan evaluasi hasil kegiatan. Metodologi ini disusun untuk memastikan bahwa program tidak hanya bersifat *top-down*, melainkan melibatkan masyarakat lokal secara aktif sebagai subjek pembangunan.

1. Identifikasi Potensi dan Permasalahan (April–Mei 2025)

Tahap awal dilakukan melalui kunjungan lapangan, observasi partisipatif, dan wawancara semi-terstruktur dengan anggota

Pokdarwis, pelaku usaha lokal, serta tokoh masyarakat di sekitar kawasan Situs Gunung Padang. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengidentifikasi potensi ekonomi lokal berbasis sumber daya seperti gula aren, madu hutan, dan kerajinan batok kelapa. Selain itu, juga untuk emetakan hambatan yang dihadapi masyarakat dalam memasarkan produk dan menilai tingkat literasi digital, pemahaman branding, dan keterampilan komunikasi masyarakat

Hasil dari tahap ini menjadi dasar perumusan modul pelatihan dan bentuk intervensi program yang disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks lokal.

2. Pelatihan dan Pendampingan (Juni–Juli 2025)

Tahap kedua merupakan inti dari program pengabdian, yaitu pelaksanaan edukasi kewirausahaan terpadu. Kegiatan dilakukan melalui lokakarya dan kelas praktik yang difokuskan pada penguatan kapasitas usaha mikro berbasis potensi lokal (produksi, pengemasan, narasi produk), literasi komunikasi dan pemasaran digital, teknik dasar produksi konten digital (foto, video pendek, dan narasi visual), penggunaan platform digital untuk distribusi produk dan storytelling, dan strategi interpretasi geohéritage dalam pengembangan merek produk

Kegiatan ini dilaksanakan dengan memanfaatkan keahlian dosen dan mahasiswa dari Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang memiliki kompetensi dalam bidang komunikasi strategis, digital branding, serta produksi konten audio-visual.

Pendampingan dilakukan secara intensif melalui kunjungan berkala ke lokasi, serta pendampingan daring untuk mendukung proses perencanaan usaha dan produksi konten digital.

3. Monitoring dan Evaluasi (Agustus 2025)

Tahap akhir dari kegiatan adalah proses monitoring dan evaluasi terhadap ketercapaian tujuan program. Evaluasi dilakukan melalui

penilaian terhadap prototipe produk geowirausaha yang dikembangkan peserta, observasi terhadap keterampilan komunikasi dan presentasi produk, refleksi bersama antara peserta, fasilitator, dan mitra industry, dokumentasi perubahan persepsi dan praktik masyarakat terhadap peran mereka dalam konservasi situs

Sebagai bentuk konkret dari hasil kegiatan, dilaksanakan mini eksibisi dan kompetisi konten digital, di mana peserta memamerkan produk dan konten naratif yang telah mereka kembangkan. Kompetisi ini menekankan pada aspek storytelling geohéritage dan inovasi komunikasi digital, sejalan dengan fokus keilmuan dari Program S2 Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Model kompetisi dan eksibisi ini diharapkan menjadi media validasi, diseminasi hasil, serta ruang dialog antara masyarakat lokal, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya, termasuk sektor industri yang menjadi mitra kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan *Program Edukasi Kewirausahaan Terpadu* di kawasan Situs Gunung Padang menghasilkan sejumlah capaian signifikan, baik dalam aspek peningkatan kapasitas individu maupun penguatan peran komunitas lokal dalam konservasi berbasis ekonomi. Kegiatan yang berlangsung selama empat bulan ini berhasil membangun kesadaran baru di kalangan peserta—terutama anggota Pokdarwis—mengenai potensi ekonomi lokal yang dapat dikembangkan tanpa harus merusak nilai historis dan ekologis situs.

1. Peningkatan Literasi Kewirausahaan dan Komunikasi Digital

Salah satu hasil paling menonjol dari program ini adalah peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip dasar kewirausahaan dan branding berbasis geohéritage. Melalui pelatihan intensif, peserta menunjukkan kemampuan dalam mengidentifikasi nilai jual dari produk lokal (gula aren, madu hutan, kerajinan batok kelapa) yang sebelumnya dianggap biasa, menghubungkan narasi

produk dengan cerita asal-usul Gunung Padang sebagai situs megalitikum, menjadikannya bagian dari pengalaman wisata edukatif. Selain itu, merancang kemasan sederhana namun representatif yang menyampaikan unsur budaya dan keberlanjutan

Secara khusus, peserta mulai memahami pentingnya *storytelling* dalam menjual produk, serta strategi komunikasi visual dan verbal yang relevan dengan segmen wisatawan minat khusus.

Dalam aspek digital, sebagian besar peserta yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi kini mampu untuk membuat konten sederhana dalam bentuk foto dan video promosi dan menggunakan media sosial (khususnya WhatsApp Business, Instagram, dan TikTok) sebagai sarana promosi dan komunikasi produk

Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukasi berbasis praktik langsung dan konteks lokal efektif dalam meningkatkan literasi komunikasi digital masyarakat desa wisata.

2. Lahirnya Produk Geowirasaha Berbasis Potensi Lokal

Output konkret dari kegiatan ini adalah munculnya prototipe produk geowirasaha yang menggabungkan potensi lokal dan interpretasi situs Gunung Padang. Rencananya, beberapa produk yang dikembangkan peserta antara lain gula aren "Padang Manis", dengan kemasan yang menyertakan narasi tentang budaya bertani dan hubungan masyarakat dengan alam Gunung Padang, madu hutan "Batu Lebah", yang dikemas dalam botol kecil sebagai oleh-oleh dengan label edukatif tentang peran lebah dalam menjaga ekosistem kawasan, kerajinan batok kelapa "GeoSeni", seperti gantungan kunci dan souvenir berbentuk teras batu Gunung Padang, dengan QR code menuju video sejarah situs

Produk-produk tersebut dipamerkan dalam mini eksibisi di akhir program, yang juga menghadirkan sesi kompetisi konten digital. Penjurian dilakukan berdasarkan aspek kreativitas, relevansi narasi geoheritage, dan

potensi pemasaran. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar peserta adalah pemula dalam dunia digital, mereka mampu menghasilkan konten yang komunikatif dan menyentuh aspek identitas lokal.

3. Penguatan Peran Komunitas dalam Konservasi Situs

Yang lebih penting dari capaian teknis adalah terbangunnya kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya konservasi situs Gunung Padang sebagai bagian dari identitas dan sumber penghidupan. Sebelum program dimulai, sebagian besar peserta melihat situs hanya sebagai objek pasif dan milik "pihak luar" (peneliti, pemerintah, atau wisatawan). Namun setelah rangkaian kegiatan, peserta mulai menyadari bahwa keterlibatan mereka sebagai pelaku usaha dan narator lokal justru memperkuat legitimasi sosial terhadap pelestarian situs.

Hal ini menunjukkan bahwa program berbasis geowirasaha dapat menjadi jembatan antara kepentingan pelestarian dan peningkatan kesejahteraan. Dengan menjadikan masyarakat sebagai pelaku ekonomi yang sekaligus penyampai pesan edukatif, keberlanjutan konservasi dapat terwujud melalui pendekatan *bottom-up* yang berbasis pada nilai lokal dan rasa memiliki.

4. Peran Universitas sebagai Agen Inovasi Sosial

Pelaksanaan program ini juga memperlihatkan peran strategis universitas dalam merancang dan mengimplementasikan model pengabdian kepada masyarakat yang relevan dan berdampak. Melalui keterlibatan dosen dan mahasiswa dari Program S2 Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, kegiatan ini bukan hanya menjadi wahana penerapan keilmuan (seperti komunikasi strategis, branding, dan media digital), tetapi juga menjadi arena kolaboratif antara akademisi, industri (Palu Citra Minerals dan Bakrie Resources Minerals), dan masyarakat.

Universitas berperan sebagai agen inovasi sosial, yang menjembatani pengetahuan dengan praktik, dan merancang intervensi

yang tidak hanya menjawab persoalan, tetapi juga menumbuhkan solusi dari dalam komunitas itu sendiri.

5. KESIMPULAN

Program *Edukasi Kewirausahaan Terpadu* yang dilaksanakan oleh Universitas Bakrie melalui Pusat Inovasi dan Inkubator Bisnis, bekerja sama dengan Palu Citra Minerals dan Bakrie Resources Minerals, telah menunjukkan bahwa pendekatan geowirausaha berbasis potensi lokal dapat menjadi strategi efektif dalam mengintegrasikan pelestarian situs warisan budaya dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui rangkaian kegiatan yang berlangsung dari April hingga Agustus 2025, peserta—yang terdiri dari anggota Pokdarwis dan pelaku usaha lokal—mengalami peningkatan signifikan dalam hal pemahaman kewirausahaan, kemampuan komunikasi digital, serta kesadaran terhadap pentingnya konservasi situs.

Program ini berhasil menghasilkan prototipe produk geowirausaha yang mengangkat nilai-nilai lokal seperti gula aren, madu hutan, dan kerajinan batok kelapa, serta memproduksi konten digital yang relevan untuk promosi wisata edukatif. Lebih dari itu, tercipta pula transformasi peran masyarakat dari sekadar penjaga situs menjadi narator aktif dan pelaku ekonomi berbasis warisan budaya.

Universitas, dalam hal ini, terbukti memiliki peran strategis sebagai agen inovasi sosial yang mampu menghubungkan keilmuan, teknologi, dan kebutuhan komunitas melalui pendekatan *pengabdian masyarakat berbasis keahlian*. Pendekatan transdisipliner yang diterapkan memungkinkan ilmu komunikasi berperan dalam menciptakan intervensi sosial yang berdampak dan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Replikasi dan Skalabilitas Program. Model pengembangan geowirausaha yang berbasis pelatihan partisipatif, narasi lokal, dan penguatan literasi

digital ini dapat direplikasi di kawasan geowisata lain di Indonesia. Namun, perlu dilakukan adaptasi kontekstual berdasarkan potensi dan karakter masyarakat setempat.

2. Penguatan Jejaring Pasar dan Distribusi. Untuk menjamin keberlanjutan usaha mikro yang lahir dari program ini, diperlukan dukungan lanjutan dalam bentuk pembentukan koperasi lokal, kemitraan distribusi produk, serta integrasi dengan ekosistem ekonomi digital yang lebih luas.
3. Integrasi dengan Kurikulum dan Riset Universitas. Program pengabdian semacam ini sebaiknya diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan tinggi, khususnya dalam mata kuliah berbasis praktik sosial, komunikasi pembangunan, dan kewirausahaan kreatif. Selain itu, potensi riset lanjutan mengenai geowirausaha berbasis komunikasi publik dapat dikembangkan untuk memperkaya literatur dan praktik.
4. Kebijakan Dukungan dari Pemerintah Daerah. Pemerintah Kabupaten Cianjur dan pengelola Situs Gunung Padang disarankan untuk mendorong kolaborasi lintas sektor dengan kampus dan industri, serta menyediakan ruang inkubasi usaha dan promosi produk lokal di kawasan wisata sebagai bagian dari strategi pembangunan berbasis warisan.
5. Pelibatan Generasi Muda Lokal. Partisipasi pemuda lokal sebagai *digital ambassador*, pemandu wisata, dan produser konten perlu diperkuat agar regenerasi aktor konservasi berbasis ekonomi dapat terjamin. Pelibatan mereka akan menjaga kesinambungan praktik geowirausaha yang relevan dengan zaman.

Dengan demikian, geowirausaha bukan hanya menjadi pendekatan alternatif untuk konservasi dan kesejahteraan, tetapi juga wujud nyata dari keberhasilan universitas dalam memainkan perannya sebagai kekuatan transformatif bagi masyarakat dan lingkungan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih diucapkan untuk PT Bakrie Resources Minerals Tbk., Citra Palu Minerals, Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Bakrie, Pokdarwis Situs Gunung Padang, serta Bapak Nanang dari Cagar Budaya Situs Gunung Padang.

REFERENSI

Dowling, R. K., & Newsome, D. (2006). *Geotourism*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2014). Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 68–81. <https://doi.org/10.1002/jtr.1890>

Hilman, D., Pratomo, I., & Bronto, S. (2014). Geological and geophysical study of Gunung Padang site. *Laporan Riset LIPI*. [Laporan tidak dipublikasikan].

Hose, T. A. (2012). 3G's for modern geotourism. *Geoheritage*, 4(1–2), 7–24. <https://doi.org/10.1007/s12371-012-0050-7>

Indraningrum, N., & Mahyuddin, R. (2022). Kontestasi narasi dan wacana dalam pengembangan Situs Gunung Padang. *Jurnal Arkeologi Indonesia*, 45(2), 133–147. <https://doi.org/10.24832/jai.v45i2.538>

Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. London: Nesta & The Young Foundation. <https://www.nesta.org.uk/report/open-book-social-innovation/>

Simanjuntak, T. (2013). Gunung Padang dalam perspektif arkeologi prasejarah. *Jurnal Masyarakat Arkeologi Indonesia*, 1(1), 1–8.

Tolkach, D., & King, B. (2015). Strengthening community-based tourism in a new resource-based island nation: Why and how? *Tourism Management*, 48, 386–398. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.013>

Trencher, G., Yarime, M., McCormick, K., Doll, C. N. H., & Kraines, S. B. (2014). Beyond the third mission: Exploring the

emerging university function of co-creation for sustainability. *Science and Public Policy*, 41(2), 151–179. <https://doi.org/10.1093/scipol/sct044>

UNESCO. (2013). *Managing cultural World Heritage*. World Heritage Resource Manual Series. <https://whc.unesco.org/en/managing-cultural-world-heritage/>

Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6_2