

## **BAB II. DESA WISATA ALAMENDAH DAN OPINI MASYARAKAT**

### **II.1 Pariwisata**

Secara etimologis, kata 'pariwisata' berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* jika diterjemahkan dalam bahasa Sanskerta diartikan banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan *wisata* memiliki arti sebagai perjalanan, bepergian, pergi terus-menerus atau mengembara. Sehingga menurut pengertian ini, 'pariwisata' dapat diartikan sebagai perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain yang berulang-ulang atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lain (Suwena & Widyatmaja 2017). Definisi dari wisata sendiri adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, 2009). Bagi pelaku yang sedang melakukan wisata sendiri dinamakan wisatawan. Istilah pariwisata pertama kali muncul di Indonesia pada awal tahun 1960-an, ketika Presiden Soekarno mengusulkannya kepada Sultan Hamengku Buwono IX sebagai Ketua Dewan Tourisme Indonesia (DTI) (Rinda & Hasbi 2018).

Konsep atau definisi 'pariwisata' sendiri telah berkembang dari seiring berjalannya waktu dengan banyak persamaan dan perbedaan interpretasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sendiri, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong dan turisme. Menurut World Trade Organization (WTO) menyatakan "*Tourism refers to the activities of people who travel to and stay in places outside their usual environment for leisure, business, or other reasons for no more than one year.*" (World Trade Organization dalam Isdarmato 2017). Pariwisata dapat didefinisikan sebagai kegiatan orang yang melakukan perjalanan ke/menginap di lokasi selain lingkungan sehari-harinya. Perjalanan ini tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis, atau alasan lainnya.

Menurut Salah Wahab, pariwisata bukan hanya tentang kunjungan wisatawan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain, melainkan juga tentang cara wisatawan berinteraksi dengan komunitas lokal dan lingkungan sekitarnya. Perkembangan industri pariwisata harus memperhitungkan harmoni antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Salah Wahab dalam Suwena & Widyatmaja 2017).

Dari beberapa pemahaman mengenai penjelasan makna dari pariwisata di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan sementara dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud tidak tinggal di daerah itu untuk waktu yang lama, melainkan hanya menikmati perjalanan itu dengan maksud untuk memuaskan kunjungan dan mencari hiburan serta memenuhi keinginan para pelaksananya. Sehingga ciri dari pariwisata adalah sebuah perjalanan yang dilakukan dalam jangka pendek menuju lingkungan yang diluar keseharian, perjalanan tersebut bertujuan untuk mencari hiburan, dan pelaku berperan menjadi konsumen dalam melakukan perjalanan.

### **II.1.1 Jenis Wisata**

Wisata memiliki berbagai jenis yang menawarkan pengalaman dan tujuan yang berbeda-beda. Nyoman S. Pendit, seorang ahli pariwisata dan budayawan Indonesia, telah mengidentifikasi beberapa jenis wisata berdasarkan klasifikasinya. (Nyoman S. Pendit dalam Liga & Octavia 2015):

#### **1. Wisata budaya.**

Wisata Budaya adalah jenis wisata yang fokus pada pengalaman dan pemahaman tentang budaya lokal suatu daerah atau komunitas. Tujuan utama dari wisata budaya adalah untuk memperkenalkan, menghormati, dan memahami aspek-aspek budaya, tradisi, adat istiadat, seni, dan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat.

#### **2. Wisata kesehatan.**

Yaitu jenis pariwisata merujuk pada perjalanan wisata yang memiliki tujuan utama untuk mendapatkan perawatan medis, perawatan kesehatan, atau layanan kesehatan tertentu di luar tempat tinggal wisatawan. Wisata ini melibatkan perjalanan ke suatu daerah lain dengan tujuan untuk menjalani

prosedur medis, operasi, perawatan kesehatan, atau rehabilitasi. Dengan contoh seperti mengunjungi tempat peristirahatan seperti mandi di sumber mata air panas yang dapat menyembuhkan, mandi lumpur dan ke suatu tempat yang beriklim menyehatkan dan sebagainya.

3. Wisata olahraga.

Wisata olahraga adalah jenis wisata yang menekankan partisipasi dalam aktivitas olahraga dan rekreasi sebagai pusat perhatian perjalanan. Dalam wisata ini, pengunjung melakukan perjalanan ke destinasi tertentu untuk berpartisipasi dalam olahraga atau aktivitas rekreasi yang akan dinikmati. Tujuannya adalah untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan, sekaligus menjaga kesehatan dan kebugaran.

4. Wisata komersial.

Wisata komersial adalah jenis wisata yang berfokus pada aspek komersial, yaitu menghasilkan pendapatan dan keuntungan melalui aktivitas pariwisata. dimana motivasi wisatawan dengan maksud untuk untuk melakukan perjalanan dikaitkan dengan kegiatan perdagangan.

5. Wisata industri.

Wisata industri adalah bentuk pariwisata yang melibatkan kunjungan ke fasilitas-fasilitas produksi atau manufaktur yang terkait dengan berbagai industri.

6. Wisata politik.

Wisata politik adalah jenis wisata yang melibatkan kunjungan ke tempat-tempat terkait dengan politik, pemerintahan, sejarah politik, dan institusi politik suatu negara atau daerah. Tujuan utama dari wisata politik adalah untuk memberikan wawasan tentang sistem politik, proses pengambilan keputusan, sejarah politik, dan struktur pemerintahan.

7. Wisata konvensi.

Wisata konvensi adalah bentuk pariwisata yang berkaitan dengan penyelenggaraan acara bisnis, pertemuan, konferensi, pameran, dan kegiatan sejenis. Tujuan utama dari wisata konvensi adalah untuk mendukung pertukaran pengetahuan, jaringan bisnis, dan pertemuan antara berbagai pemangku kepentingan dalam lingkup industri tertentu.

8. Wisata sosial.

Wisata sosial adalah bentuk pariwisata yang menekankan interaksi dan partisipasi dengan masyarakat lokal atau tuan rumah di destinasi yang dikunjungi. Dalam wisata sosial, wisatawan tidak hanya fokus pada objek wisata atau atraksi, tetapi juga berinteraksi dengan penduduk setempat, terlibat dalam kegiatan budaya atau sosial, dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kehidupan sehari-hari dan budaya komunitas yang dikunjungi.

9. Wisata pertanian.

Adalah jenis wisata yang berkaitan dengan kunjungan ke peternakan, ladang, kebun, dan lokasi-lokasi pertanian lainnya. Tujuan dari wisata pertanian adalah memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan tentang kehidupan pertanian, proses produksi makanan, serta aktivitas-aktivitas terkait pertanian. Kegiatan tersebut adalah cara yang unik untuk menghubungkan wisatawan dengan alam, lingkungan pedesaan, dan aspek-aspek agraris.

10. Wisata maritim.

Jenis wisata ini ditunjang oleh sarana dan prasarana yang dikaitkan dengan kegiatan air seperti berolahraga, memancing, berlayar, menyelam dan sebagainya untuk memperoleh suatu kesenangan.

11. Wisata cagar alam.

Wisata cagar alam adalah jenis wisata yang berkaitan dengan pengunjungan dan eksplorasi area alam yang dilindungi dan dilestarikan karena memiliki nilai ekologis, keanekaragaman hayati, geologis, atau budaya yang tinggi. Wisata cagar alam memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mengalami keindahan alam asli dan memahami pentingnya konservasi.

12. Wisata buru.

Merujuk pada jenis wisata dimana peserta terlibat dalam kegiatan berburu hewan liar untuk tujuan rekreasi, olahraga, atau hiburan.

13. Wisata pilgrim.

Wisata pilgrim, juga dikenal sebagai "wisata religius" atau "wisata ziarah", merujuk pada jenis wisata yang dilakukan oleh orang-orang dengan tujuan untuk mengunjungi tempat-tempat yang memiliki signifikansi agama atau

spiritual bagi mereka. Tujuan utama dari wisata pilgrim adalah untuk mengikuti jejak spiritual atau mendalami keyakinan agama tertentu.

14. Wisata bulan madu.

Yaitu jenis wisata yang dilakukan oleh pasangan yang baru menikah setelah keberlangsungan pernikahan dilaksanakan.

15. Wisata petualangan.

Yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan melakukan kegiatan tersebut untuk menantang adrenalin dan menikmati sensasi dari pengalaman baru yang akan didapat. Karena wisata petualangan yang memiliki risiko tertentu, sehingga membutuhkan persiapan dan keamanan yang lebih rumit daripada wisata biasa. Contohnya seperti mendaki gunung. Mendaki puncak gunung yang tinggi melibatkan fisik yang kuat dan ketahanan mental. Wisatawan dapat menikmati pemandangan indah dari puncak gunung yang dicapai.

## **II.1.2 Dampak dan Manfaat Wisata**

Wisata memiliki banyak dampak dan manfaat yang dapat dirasakan oleh individu, komunitas, dan perekonomian suatu daerah. Industri pariwisata dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Pendapatan dari pariwisata melibatkan berbagai sektor, seperti akomodasi, transportasi, makanan, dan berbagai layanan, yang berkontribusi pada pembukaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan bisnis lokal. Pariwisata juga dapat membantu mempromosikan dan melestarikan budaya, tradisi, dan warisan suatu daerah. Hal ini dapat mendorong kesadaran akan nilai-nilai budaya dan menjaga kelestariannya. Wisata berperan besar dalam meningkatkan taraf pertumbuhan yang pesat sebagai wujud nyata kontribusi sektor wisata dalam membangun masyarakat yang sejahtera. Pariwisata merupakan sektor penting dalam upaya Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Isdarmanto 2017).

Di harapkan dengan adanya pengembangan objek wisata ini dapat berpengaruh terhadap kehidupan sosial baik terdapat dampak positif maupun negatif bagi masyarakat sekitar objek wisata. Kehadiran wisata memiliki potensi besar untuk membawa dampak positif yang beragam bagi masyarakat lokal dan daerah tujuan

wisata. Di tengah harapan akan kemajuan ekonomi, masyarakat berharap bahwa industri pariwisata akan membuka pintu-pintu peluang pekerjaan yang baru dan meningkatkan penghasilan masyarakat lokal. Selain itu, adanya wisata diharapkan akan mendorong pengembangan infrastruktur yang dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi seluruh komunitas, termasuk kemudahan akses transportasi dan layanan umum. Dengan melestarikan budaya dan lingkungan, diharapkan warisan lokal akan terus dihargai dan dijaga, sementara identitas budaya setempat dipromosikan secara lebih luas.

### **II.1.3 Industri Pariwisata**

Industri pariwisata adalah sektor ekonomi yang terkait dengan perjalanan, liburan, dan aktivitas rekreasi. Industri ini mencakup berbagai jenis bisnis dan layanan yang terkait dengan perjalanan dan rekreasi, termasuk transportasi, akomodasi, atraksi wisata, dan layanan pendukung lainnya. Tujuan utama industri pariwisata adalah memberikan pengalaman positif kepada wisatawan atau pelancong, sambil juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara atau daerah. Industri pariwisata memainkan peranan penting dalam ekonomi, masyarakat dan lingkungan. Industri pariwisata adalah industri dari kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa bagi wisatawan untuk memuaskan kesenangannya dalam berwisata (Wibowo 2008). Seiring pesatnya perkembangan industri pariwisata, banyak negara di dunia menganggap pariwisata sebagai salah satu aspek terpenting dari strategi pembangunan negara mereka (Nugroho 2011). Sebagian besar studi pariwisata menunjukkan bahwa bisnis pariwisata membawa keuntungan ekonomi bagi negara. Keuntungan ini biasanya berasal dari pendapatan devisa, pendapatan pemerintah, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan pendapatan. Industri pariwisata memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi pada perekonomian suatu negara atau daerah, tetapi juga harus dikelola dengan bijak untuk meminimalkan dampak negatifnya dan mempromosikan pengalaman yang berkelanjutan bagi wisatawan dan komunitas setempat.

Produk industri pariwisata dapat berupa penataan produk yang menyeluruh seperti atraksi wisata, daya tarik wisata, transportasi (jasa transportasi), akomodasi dan

hiburan, dan setiap elemen disiapkan oleh masing-masing perusahaan dan disediakan secara terpisah. Menurut Isdarmanto, jenis-jenis wisata memiliki beberapa bentuk dan terdiri dari lima jenis, yaitu (Isdarmanto 2017):

- *Cultural tourism* (pariwisata budaya), yaitu bagi yang ingin menikmati budaya milik suatu daerah
- *Educational tourism* (pariwisata pendidikan), yaitu wisata yang dilakukan oleh pelajar untuk belajar ke daerah lain
- *Scientific tourism* (pariwisata ilmiah), wisata yang dilakukan untuk suatu riset dan penelitian tertentu
- *Agritourism* (pariwisata pertanian), yaitu kegiatan penelitian komparatif pada bidang pertanian lainnya, baik wisata alam maupun ekowisata (wisata lingkungan)
- *Ecotourism* (pariwisata berwawasan lingkungan), merupakan kegiatan wisata yang merangkum semua hal diatas

#### **II.1.4 Ekowisata**

Dengan banyaknya kebudayaan dan kelestarian alam yang dimiliki Indonesia, ekowisata sangat berpeluang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Ekowisata didefinisikan sebagai bentuk wisata yang bertujuan untuk melindungi dan melestarikan lingkungan alam dan budaya serta mendukung kesejahteraan masyarakat setempat. Fokus utama ekowisata adalah mempromosikan pemahaman tentang pentingnya pelestarian alam, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan memberdayakan komunitas lokal (Nugroho 2011). Ekowisata memiliki konsep pengelolaan alam dan budaya yang mengutamakan menjaga kelestarian dan perlindungan keanekaragaman budaya dan hayati untuk masa mendatang. Keberlangsungan pemanfaatan sumberdaya yang ada oleh masyarakat untuk tetap mendukung sistem kehidupan waktu kini sekaligus meningkatkan kesejahteraannya. Ekowisata memanfaatkan alam dan budaya penduduk lokal untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan wisatawan. Dengan demikian, ekowisata tidak hanya menjual destinasi tetapi juga menjual filosofinya. Dari aspek inilah ekowisata memiliki peluang dalam pasar pariwisata. Partisipasi penduduk lokal dalam perencanaan ekowisata sangat besar. Masyarakat lokal dapat

berperan aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi jasa ekowisata dengan meningkatkan pendidikan dan kemampuannya.. Masyarakat setempat berperan sebagai subjek dan objek dalam pengembangan ekowisata. Budaya, institusi lokal, dan kearifan lokal semuanya dapat dimasukkan ke dalam proses perencanaan pengembangan ekowisata.

Pembangunan kepariwisataan melalui pemberdayaan masyarakat dapat terlaksana apabila tidak hanya berfokus pada pembangunan ekonominya saja, tetapi juga pembangunan sosial dan budaya. Diharapkan pariwisata yang dikembangkan melalui desa wisata tidak hanya memperkuat ketahanan sosial budaya masyarakat setempat, tetapi juga meningkatkan dan memperkuat ketahanan sosial budaya bangsa dan negara. Seperti konsep awal di banggunya suatu ekowisata, yaitu mengutamakan aspek pelestarian sosial budaya yang ada serta aspek edukasi (Andriyani, Martono & Muhammad 2015).

### **II.1.5 Desa Wisata**

Di Indonesia industri pariwisata merupakan peluang besar yang sangat menjanjikan, karena didukung oleh keindahan alam dan budaya yang dimiliki. Maka, salah satu jenis wisata unggulan yang sangat populer dikembangkan adalah desa wisata. Desa wisata juga merupakan bentuk ekowisata (*ecotourism*). Desa wisata adalah sebuah konsep pengembangan wisata yang menekankan pemanfaatan potensi alam, budaya, kehidupan masyarakat lokal dan seluruh keunggulan yang dimiliki untuk dijadikan tujuan wisata. Contohnya dari segi sosial ekonomi, budaya masyarakat, ataupun kekayaan alam, serta daya tarik desa lainnya yang dikembangkan secara alami dan dikelola secara menarik sehingga menjadi sebuah komponen wisata berupa keterpaduan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas penunjang yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat (Digides 2020). Sehingga dengan adanya daya tarik tersebut memungkinkan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke desa tersebut, sekaligus mendorong kegiatan ekonomi pariwisata yang meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat. Setiap desa wisata memiliki karakteristik dan ciri khas yang berbeda. Hal ini terlihat dari potensi yang ada di desa tersebut untuk dijadikan



destinasi wisata. Menurut Ibori, pengelolaan desa wisata sebagai obyek wisata tidak hanya sebatas peruntukannya sebagai desa wisata. Untuk menjadikan sebuah desa sebagai desa wisata yang unggul, ada beberapa faktor pendukung yang perlu diperhatikan, yaitu (Ibori dalam Rofiq & Prananta 2021) :

- Desa harus memiliki potensi alam dan budaya yang menarik dan unik untuk diperkenalkan kepada wisatawan
- Terdapat fasilitas dan akomodasi wisata, ketersediaan infrastruktur dasar seperti jalan, air bersih, sanitasi, dan listrik sangat penting untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan dan penduduk desa.
- Adanya aktifitas wisata bagi pengunjung yang berhubungan dengan objek wisata
- Pengelolaan yang efektif dan profesional dari berbagai aspek desa wisata, termasuk pelayanan, akomodasi, dan fasilitas lainnya, diperlukan untuk memberikan pengalaman yang positif kepada wisatawan.

Untuk memastikan pengembangan destinasi desa wisata terjadi secara optimal dan merata di seluruh wilayah, diperlukan sistem pengelolaan desa wisata terpadu yang komprehensif, strategis, efisien, dan bermanfaat bagi semua pihak. Dimulai dengan perencanaan, pengoperasian, dan pemantauan, sistem perencanaan dan pengelolaan harus berkelanjutan dengan bantuan banyak pihak (Sinaga, Kurniati & Handayani 2019).

#### **II.1.6 Unsur-Unsur Desa Wisata**

Desa Wisata merupakan konsep pengembangan pariwisata yang berfokus pada pengembangan dan pemberdayaan desa sebagai destinasi wisata. Konsep ini bertujuan untuk mempromosikan kehidupan dan budaya desa, serta memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal. Desa Wisata menggabungkan aspek wisata alam, budaya, dan kehidupan masyarakat setempat untuk menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan berkesan (Mumtaz & Karmila 2005). Konsep dasar desa wisata ini bertujuan untuk menggabungkan keberlanjutan alam, pelestarian budaya, partisipasi masyarakat, dan pengembangan ekonomi lokal dalam satu kesatuan yang harmonis. Desa wisata yang sukses dapat memberikan

manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang signifikan baik bagi masyarakat setempat maupun wisatawan yang mengunjungi desa tersebut. Sederhananya, pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diintegrasikan dalam tujuan yang diperinci dalam tiga sasaran utama, yakni sebagai berikut (Aeni dkk. 2021):

1. Kualitas sumber daya lingkungan

Kualitas sumber daya lingkungan memainkan peran penting sebagai salah satu unsur utama dalam pengembangan desa wisata. Sumber daya lingkungan yang baik tidak hanya memberikan pengalaman wisata yang menarik bagi wisatawan, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang dari desa tersebut.

2. Kualitas hidup masyarakat (sosial ekonomi)

Suksesnya konsep desa wisata tidak hanya tergantung pada aspek alam dan budaya, tetapi juga pada bagaimana masyarakat setempat dapat merasakan manfaat ekonomi dan sosial yang positif dari pengembangan wisata. Pengembangan desa wisata juga seharusnya memberikan peluang ekonomi kepada masyarakat lokal. Pengembangan desa wisata juga dapat memberikan manfaat sosial seperti pembangunan fasilitas umum, akses pendidikan, dan akses layanan kesehatan yang lebih baik bagi masyarakat lokal.

3. Kualitas pengalaman berwisata (wisatawan)

Pengalaman yang positif dan memuaskan bagi wisatawan akan menjadi faktor penentu keberhasilan dan daya tarik desa sebagai destinasi wisata. Menciptakan pengalaman berwisata yang tidak terlupakan dapat memikat wisatawan untuk kembali berkunjung dan memberikan dampak positif pada perkembangan ekonomi dan keberlanjutan desa.

Komponen-komponen pembangunan desa wisata memiliki peran kunci dalam merancang dan mengembangkan destinasi wisata yang berkelanjutan, menguntungkan, dan bermakna. Setiap komponen pembangunan desa wisata memiliki peran dan fungsi spesifik dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan. Sementara itu, pengertian mengenai komponen desa wisata dari beberapa ahli dijabarkan melalui tabel berikut.

Tabel II.1 Unsur Desa Wisata  
 Sumber: Zakaria 2014

No.	Sumber Teori	Unsur Desa Wisata
1	Sastrayuda, 2010	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciri khas, keaslian, dan keunikan</li> <li>2. Terletak di daerah alam yang memiliki pemandangan yang luar biasa</li> <li>3. Kelompok masyarakat yang berbudaya secara hakiki sehingga menarik minat wisatawan</li> <li>4. Mempunyai peluang untuk terus berkembang baik dari segi prasarana dasar, maupun sarana prasarana lainnya.</li> </ol>
2	Putra, (2006)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berpotensi untuk dikembangkan menjadi suatu tempat wisata yang memiliki seni dan budaya yang khas dari daerah setempat</li> <li>2. Lokasi masuk kedalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau berada di koridor dan rute perjalanan wisata yang sudah ditawarkan/dijual</li> <li>3. Diutamakan menyediakan pihak pengelola, pelatih, serta pelaku-pelaku pariwisata, termasuk penggiat seni, dan budaya</li> <li>4. Aksesibilitas dan infrastruktur yang memadai, sehingga mendukung program Desa Wisata.</li> <li>5. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.</li> </ol>
3	Prasiasa (2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat lokal yang aktif berpartisipasi</li> <li>2. Sistem nilai-nilai atau norma setempat</li> <li>3. Budaya setempat</li> </ol>

### **II.1.7 Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan berasal dari kata "daya" yang berarti "kekuatan" atau "kemampuan", dan lebih dikenal dengan istilah "*power*" dalam bahasa Inggris. Selanjutnya disebut pemberdayaan karena mengacu pada perencanaan, proses, dan upaya yang dilakukan untuk memperkuat atau memberdayakan yang lemah (Yunus & Fadli 2017).

Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat merupakan proses sekaligus tujuan. Pemberdayaan sebagai suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, keterlibatan, dan partisipasi masyarakat dalam mengambil peran aktif dalam pembangunan dan pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupannya. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk memberikan masyarakat kontrol atas kehidupan dan lingkungannya, sehingga mereka dapat menjadi subjek yang berdaya dalam mengatasi masalah, mengambil inisiatif, dan berkontribusi pada perkembangan positif (Suharto 2017).

Didalam Undang-Undang tentang Desa Nomor 6 Tahun 2014 ayat 12 menyatakan bahwa Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa.

### **II.2 Desa Alamendah**

Desa Alamendah, semula berada di bawah administrasi Desa Ciwidey, Kecamatan Ciwidey, kemudian memisahkan diri sejak tahun 1978. Kini, Desa Alamendah terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Wilayahnya mencakup luas sekitar 505,6 hektar, dihuni oleh 7.329 kepala keluarga atau populasi sekitar 22.541 individu, Terdiri dari 5 dusun, 30 RW, dan 122 RT, Desa Alamendah terletak pada ketinggian antara 1.200-1.550 meter di atas permukaan laut, menawarkan suhu rata-rata sekitar 19-20°C, dan mengalami curah hujan sekitar 2.150 mm per tahun (Yuliana, Waluya dan Fitriyani 2022).

PETA WILAYAH  
**DESA ALAMENDAH**  
 KABUPATEN BANDUNG 2020



Gambar II.1 Peta Desa Alamendah  
 Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
 (Diakses pada 02/11/2022)

Adapun perbatasan wilayah Desa Alamendah sebagai berikut :

Tabel II.2 Perbatasan wilayah Desa Alamendah  
 Sumber: Buku Profil Desa Wisata Alamendah 2022

Arah	Lokasi Perbatasan
<b>Utara</b>	Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey
<b>Timur</b>	Desa Sugihmukti Kecamatan Pasir Jambu
<b>Selatan</b>	Desa Patengan Kecamatan Rancabali
<b>Barat</b>	Desa Lebak Muncang Kecamatan Ciwidey

Adapun unit administratif terendah dalam struktur pemerintahan di Indonesia, terutama dalam lingkup desa atau kelurahan. Rukun Warga (RW) di desa ini mencakup hingga 30 RW. Berikut daftar Rukun Warga dari Desa Alamendah.

Tabel II.3 Daftar Rukun Warga Desa Alamendah

Rukun Warga	Nama Wilayah
1	Barutunggul 1
2	Barutunggul 2

<b>Rukun Warga</b>	<b>Nama Wilayah</b>
3	Mekar Baru
4	Cioleole
5	Cibodas
6	Cipanawa
7	Langkob
8	Sindur
9	Ciasin
10	Darma
11	Sinapeul 2
12	Sinapeul 1
13	Datar Puspa
14	Hanjuang Beureum
15	Babakan Jampang 3
16	Babakan Jampang 2
17	Babakan Jampang
18	Legok Kondang
19	Pasir Luhur
20	Pancuran Luhur
21	Cibaribis
22	Citalahab
23	Citlastari
24	Warung Palu
25	Karamat
26	Cikareo

Rukun Warga	Nama Wilayah
27	Arca
28	Cikoneng
29	Ngauban
30	Citlastari 2

### II.2.1 Desa Wisata Alamendah

Dalam Bahasa Indonesia, Alamendah memiliki arti ‘alam yang indah’. Pada tanggal 2 Februari 2011, melalui SK Bupati Bandung No. 556.42/kep./1-Dispapar/2011 menetapkan Desa Alamendah sebagai Desa Wisata. Desa Alamendah juga merupakan tujuan wisata yang dikenal dengan atraksi alam dan agrowisatanya. Desa Alamendah terletak 8 km dari Kecamatan Rancabali, 24 km dari ibu kota kabupaten, dan 42 km dari ibu kota provinsi.



Gambar II.2 Peta Desa Wisata Alamendah

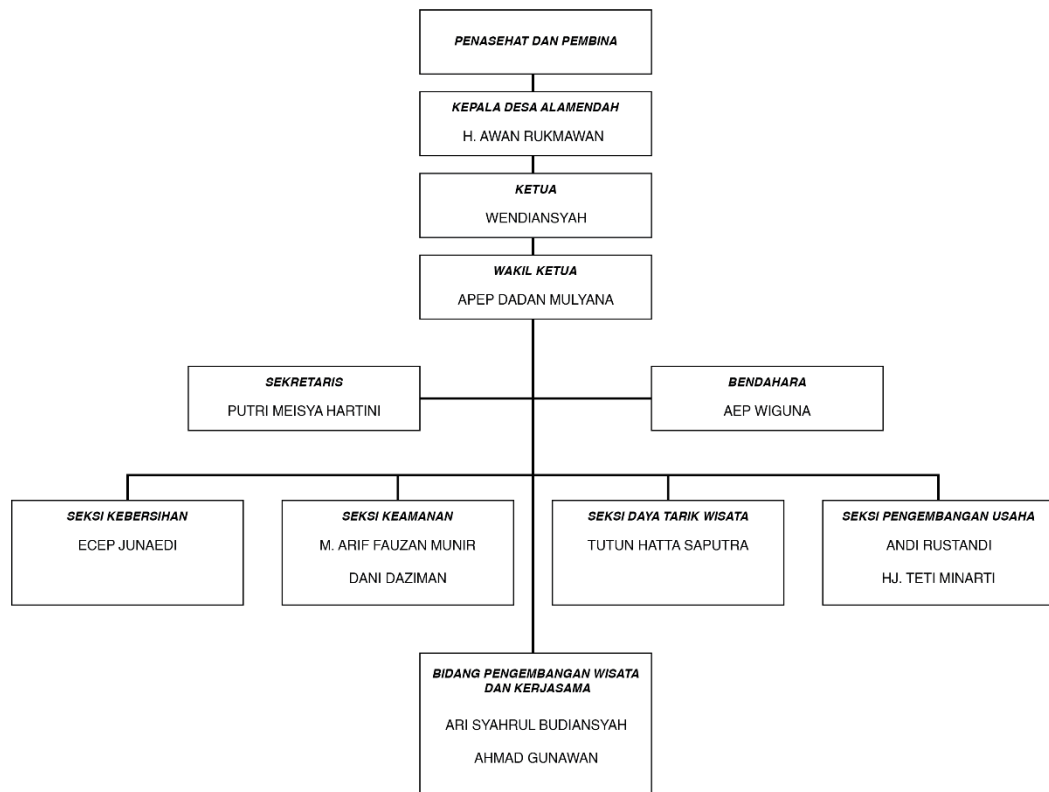
Sumber : [https://fbp-mbw.weebly.com/uploads/1/1/5/3/115325565/peta-alamendah\\_orig.png](https://fbp-mbw.weebly.com/uploads/1/1/5/3/115325565/peta-alamendah_orig.png)

(Diakses pada 05/11/2022)

### II.2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah tata letak hierarki dan hubungan antar bagian atau unit dalam suatu organisasi atau perusahaan. Struktur ini mendefinisikan bagaimana tanggung jawab, otoritas, dan komunikasi diatur di dalam organisasi. Pada kepengurusan ini masih mengalami beberapa kendala. Desa Wisata Alamendah belum memiliki produk dan paket wisata untuk ditawarkan kepada calon wisatawan di masa-masa awalnya. Awal tahun 2019, tim manajemen Desa Wisata Alamendah

mulai fokus mengembangkan inovasi produk dan paket wisata dengan memanfaatkan peluang yang ada. Namun, dikarenakan adanya rangkap tugas dari beberapa pengelola, seperti dimulai dari bawah jabatan ketua hampir semua masih menjadi pendamping para pengunjung untuk berwisata. Bahkan jika pengunjung yang datang terlalu membludak dalam satu waktu ketua masih sering menjadi pendamping juga. Sehingga pengaturan tugas kerja yang masih inkonsisten ini masih juga berusaha dibenahi oleh pengelola.



Gambar II.3 Struktur Organisasi  
(Diakses pada 05/11/2022)

### II.2.3 Potensi Desa Wisata Alamendah

#### A. Potensi Sumber Daya Alam

Desa Alamendah, terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, menawarkan pesona alam yang memukau sesuai dengan namanya. Potensi alam yang luar biasa ini mencakup hutan, sungai, air terjun, dan beragam keanekaragaman hayati yang didapat di daerah tersebut. Dari potensi yang ada, beberapa yang menjalin kerjasama dengan Desa Wisata Alamendah. Dengan



perbedaan saat melalui kunjungan melalui Desa Wisata Alamendah akan mendapatkan program dari sisi edukasinya.



Gambar II.4 Potensi Sumber Daya Alam Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

Adapun potensi alam yang dijadikan pariwisata yang terdapat di dalam lingkup area Desa Alamendah seperti:

- Arboretum Park (Curug Awi Langit)
- Ranca Upas
- Ciwidey Valley
- Curug Padjajaran
- Kawah Putih
- Punceling Pass
- Patuha Pinus Land
- Emte Highland
- Cigadog Lestari
- Patuha Bike Park dll

#### B. Potensi Sumber Daya Manusia

Potensi sumber daya manusia mengacu pada kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan potensi yang dimiliki oleh karyawan dalam kontribusi terhadap keberhasilan dan pertumbuhan organisasi. Sumber daya manusia (SDM) memiliki potensi yang sangat besar dalam berbagai organisasi dan

lingkungan. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan organisasi, memajukan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup. Potensi SDM sangat penting karena individu yang berkualitas dan terampil dapat memberikan nilai tambah yang signifikan kepada suatu lembaga. Potensi sumber daya manusia di pedesaan ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip pembangunan nasional masa depan yang berkelanjutan. Ketersediaan sumber daya manusia juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi, termasuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di pedesaan. Pengelolaan potensi sumber daya manusia dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan melalui pendekatan subjektif, yaitu dengan meningkatkan peran masyarakat setempat melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan ekonomi usaha. Ada juga pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan.



Gambar II.5 Potensi Sumber Daya Manusia Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

Dalam pengelolaan desa wisata, peran masyarakat lokal sangat besar. Aspirasi masyarakat memainkan peran penting dalam membangun dan mengembangkan desa wisata. Melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan desa wisata adalah kunci untuk menciptakan destinasi yang berkelanjutan, autentik, dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat

setempat. Masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Alamendah kurang lebih mencapai 280 orang. Berikut rincian yang terdata hingga saat ini.

Tabel II.4 Masyarakat yang terlibat dalam Desa Wisata Alamendah  
Sumber: Buku Profil Desa Wisata Alamendah 2022

No.	Jenis Kegiatan	Jumlah
1	Pengelola	14
2	<i>Homestay</i>	65
3	Agrowisata	30
4	UMKM	16
5	Peternakan	3
6	Kesenian	80
7	Pemandu Wisata	30
8	Pemandu Outbound	30
9	Intrepreter	12

#### II.2.4 Wisata yang Ditawarkan

Produk wisata yang dibuat sebetulnya merupakan kebiasaan dan aktivitas masyarakat lokal yang mampu menjadi daya tarik wisata yang menciptakan pengalaman tidak terlupakan bagi wisatawan. Pembuatan paket wisata sendiri, dibuat oleh pengelola agar produk dapat sekaligus terjual dan memberikan pemasukan terhadap Desa Wisata Alamendah, selain itu pengelola ingin memberikan banyak pengalaman bagi pengunjung. Berikut beberapa objek wisata yang ditawarkan :

- Agrowisata

Pertanian merupakan kegiatan ekonomi utama di Desa Alamendah. Agrowisata, atau pariwisata pertanian, merujuk kepada bentuk pariwisata yang berfokus pada kegiatan yang terkait dengan sektor pertanian dan agrikultur. Ladang dengan komoditas sayur dan buah seperti daun bawang, stroberi, bawang putih, wortel, dan seledri mendominasi penggunaan lahan di Desa Alamendah. Dengan segala potensi pertanian yang ada, Desa Wisata Alamendah mengutamakan kegiatan agrowisata sebagai produk unggulannya,

serta kegiatan wisata terkait yang telah dikembangkan seperti pemetikan stroberi, pengolahan hasil pertanian, dan pengemasan hasil pertanian. Konsep dari agrowisata ini mengajak pengunjung untuk berpartisipasi langsung dalam kegiatan pertanian, mempelajari proses budidaya tanaman dan merasakan kehidupan pedesaan secara nyata



Gambar II.6 Kegiatan Agrowisata Desa Wisata Alamendah  
Sumber: Pribadi  
(28/01/2023)

- *Home Stay*

Desa Wisata Alamendah juga menawarkan penginapan yang nyaman dan terjangkau bagi pengunjung. Akomodasi yang digunakan sebagai tempat menginap wisatawan saat berkunjung ke Desa Wisata Alamendah adalah rumah penduduk yang digunakan sebagai tempat menginap wisatawan. Desa Wisata Alamendah menyediakan tiga jenis lokasi *homestay*, yaitu:

- 1) *Homestay* yang berada di tengah pemukiman warga,
- 2) *Homestay* yang berada dipinggir jalan raya, dan
- 3) *Homestay* yang memiliki halaman yang luas



Gambar II.7 *Homestay* Alam Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

Pengalaman di Desa Wisata Alamendah ini tak terlupakan berkat standar kebersihan yang tinggi dan persediaan air yang melimpah. Desa Wisata Alamendah saat ini memiliki total 65 *homestay* yang tersedia untuk tamu yang bermalam.

- Kesenian Tradisional

Desa Alamendah memiliki beragam kesenian tradisional yang berpotensi menjadi suatu daya tarik bagi wisatawan. Desa Wisata Alamendah ini menampilkan berbagai kesenian antara lain tari jaipong, musik (karinding, calung, dan suling kecapi) dan pencak silat. Adapun budaya turun temurun yang ada di Desa Alamendah yaitu kuda renggong yang dimana setiap ada anak laki-laki dikhitan merayakannya dengan kuda renggong dan di hari memperingati kemerdekaan Indonesia diadakan festival. Meski belum memiliki tempat pertunjukan atau sanggar latihan yang memadai, para seniman di Desa Alamendah berdedikasi untuk memajukan perkembangan kesenian tersebut.



Gambar II.8 Potensi Budaya Tradisional Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- Peternakan

Masyarakat di Desa Wisata Alamendah berprofesi sebagai peternak sapi disamping bertani dan perkebunan. Susu sapi yang dihasilkan melalui proses pemerahan tradisional merupakan salah satu produk unggulannya. Susu sapi diolah menjadi olahan makanan lain selain susu cair yang disalurkan melalui koperasi. Kegiatan pemerah susu sapi ini merupakan salah satu kegiatan

wisata yang disediakan oleh Desa Wisata Alamendah. Wisatawan dapat merasakan langsung bagaimana beternak sapi melalui kegiatan ini, mulai dari pemerah susu, memandikan sapi, hingga mencicipi susu segar yang baru diperah.



Gambar II.9 Peternakan Desa Wisata Alamendah  
Sumber: Pribadi  
(20/12/2022)

- Perkebunan Kopi

Wisatawan dapat mengikuti kegiatan seperti proses produksi kopi dari menanam hingga minum dengan membeli paket "*Coffee Trip*". Paket ini ditawarkan kepada wisatawan sebagai salah satu kegiatan wisata paling populer di Desa Wisata Alamendah. Selain itu, wisatawan dapat mencicipi manisnya buah kopi sambil belajar nuansa perkebunan kopi Alamendah.



Gambar II.10 Kopi Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

Kabupaten Bandung berkontribusi terhadap ekspor kopi Indonesia melalui produk Java Preanger, dan Indonesia dikenal memiliki beragam produk kopi unik berkualitas tinggi. Desa Wisata Alamendah menawarkan kegiatan edukasi budidaya dan pengolahan kopi melalui konsep edukasi yang dipadukan dengan kegiatan rekreasi.

- Wisata Olahraga

*Ngagoes Ulin ka Lembur* adalah kegiatan wisata bersepeda yang memungkinkan pengunjung menikmati pemandangan dan suasana Desa Alamendah. Tujuan utama dari wisata menggunakan sepeda ini adalah untuk memberikan pengalaman yang berbeda dan autentik kepada para wisatawan, memungkinkan mereka berinteraksi langsung dengan lingkungan. Dengan semakin populernya bersepeda, pihak pengelola memanfaatkan kesempatan untuk meluncurkan kegiatan ini. Rute bersepeda dimaksudkan untuk membawa pengunjung melewati pemukiman dan perkebunan Desa Alamendah. Selain ada beberapa pilihan rute yang dapat dipilih untuk menelusuri Desa Alamendah.

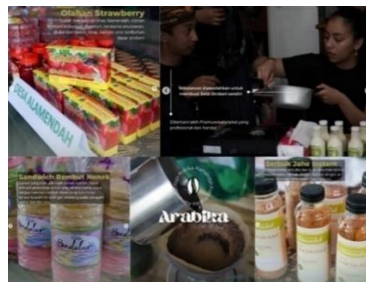


Gambar II.11 Wisata Sepeda Alam Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- UMKM Industri Olahan Makanan

UMKM adalah singkatan dari "Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah." Istilah ini merujuk kepada jenis-jenis usaha atau bisnis yang memiliki skala kecil atau menengah dan biasanya dikelola dengan aset yang terbatas. UMKM Desa

Wisata biasanya bergerak dalam berbagai sektor usaha yang terkait dengan pariwisata dan kebutuhan wisatawan. Salah satu contoh UMKM Desa Wisata Alamendah ada di bidang kuliner. Saat wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Alamendah, pengunjung dapat membeli oleh-oleh dari industri rumahan. Selanjutnya, industri rumah tangga dikembangkan untuk menjadi objek wisata edukasi. Kegiatan yang ditawarkan dalam proses pengolahan cendera mata diawali dengan mengamati prosesnya, kemudian dilanjutkan dengan belajar cara membuat olahan, mencoba hasil, dan mengemas produk.



Gambar II.12 UMKM Olahan Makanan Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- Kerajinan dan Ekonomi Kreatif

Desa Wisata Alamendah mengundang partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga kelestarian area wisata melalui peningkatan pengelolaan sampah yang melibatkan seluruh komunitas, serta melalui pendekatan inovatif dalam rangkaian paket wisata Desa Wisata Alamendah. Sampah didaur ulang, seperti limbah ternak menjadi biogas, dan sampah plastik didaur ulang menjadi souvenir dan kerajinan lainnya, menjadikannya salah satu paket wisata edukasi.



Gambar II.13 Ekonomi Kreatif Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 20/12/2022)



- Pengamatan Burung (*Bird Watching*)

*Bird watching* adalah kegiatan pengamatan dan pengamatan burung yang sudah jarang ditemui di alam liar atau lingkungannya. Kegiatan ini dengan tujuan mengamati berbagai spesies burung dalam habitat aslinya, mengenal perilaku burung, serta menikmati keindahan dan keunikan burung-burung tersebut.



Gambar II.14 Pengamatan Burung Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- Wisata Olahraga Trekking

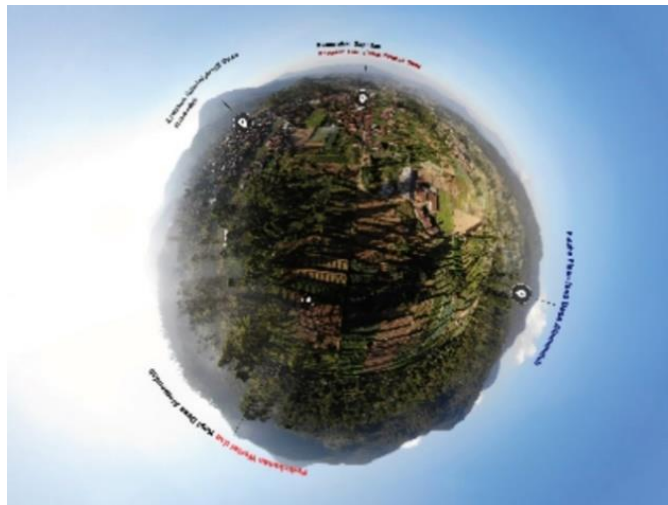
Tur terbaru telah hadir sebagai bagian dari respons publik terhadap pandemi. Wisata trekking baru-baru ini muncul sebagai pilihan populer. Wisata ini akan membawa pengunjung mendaki gunung, menyeberangi sungai, dan mengelilingi Desa Alamendah. Selama perjalanan, pengunjung akan menjelajahi pemukiman, taman, dan pemandangan menarik.



Gambar II.15 Trekking Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- *Virtual Tour*

*Virtual tour* adalah pengalaman interaktif yang memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan melihat lingkungan atau tempat tertentu dari jarak jauh, biasanya melalui perangkat komputer, tablet, atau *smartphone*. Disaat pandemi melanda, Desa Wisata Alamendah meluncurkan *Virtual Tour* sebagai terobosan untuk tetap bertahan dan tetap berjuang memperkenalkan objek wisata ke masyarakat. Sebagai contoh, beberapa festival pariwisata seperti Eco Fest 2020, JAFEST (Jabar Festival and *Virtual Tour*), serta GEMAWIRA, yang diselenggarakan dalam bentuk daring, telah memberikan kesempatan bagi Desa Wisata Alamendah untuk meraih tanggapan yang positif dari para peserta. Melalui kegiatan *Virtual Tour* ini, Desa Wisata Alamendah tidak hanya menjadikannya sebagai sarana promosi selama masa pandemi, tetapi juga mengambil manfaat lebih sebagai produk pariwisata yang menyajikan alternatif wisata edukasi bagi masyarakat secara daring.



Gambar II.16 *Virtual Tour* Desa Wisata Alamendah  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

## II.2.5 Tiket

Untuk menggaet wisatawan mengunjungi banyak objek wisata yang ditawarkan, pengelola menggunakan strategi paket agar wisatawan tidak berfokus pada satu objek. Berikut beberapa harga yang ditawarkan oleh Desa Wisata Alamendah :

- *Alamendah Trip*

*Alamendah Trip* disini menawarkan kebiasaan masyarakat yang menjadi sebuah pengalaman bagi wisatawan, seperti edukasi tata cara bertani, mengolah hasil pertanian (UMKM pengolahan), membuat sebuah prakarya dan belajar mengenai kesenian yang ada di Alamendah. Untuk paket *Alamendah Trip* ini dimulai dari harga Rp. 165.000,-/pax dan minimal 50 pax.



Gambar II.17 Brosur Alamendah Trip  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- *Coffee Trip*

*Coffee trip* disini yaitu melakukan perjalanan untuk mengetanul mengenai kopi seperti trekking ke kebun kopi, cara menanam kopi dan memetik kopi, caramembuat dan menikmati kopi. Untuk paket *Coffee Trip* ini dimulai dari harga Rp. 205.000,-/pax dan minimal 10 pax.



Gambar II.18 Brosur *Coffee Trip*  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

- *Ngagoes Ulin Kalembur*

Paket *Ngagoes Ulin Kalembur* disini yaitu menikmati berwisata keliling desa di sekitar Desa Alamendah menggunakan sepeda. Pada aktivitas ini wisatawan dapat menyusuri pemukiman, perkebunan dan menikmati pemandangan yang menarik selama perjalanan seperti melihat pengemasan sayuran, melihat pengrajin souvenir dan persinggahan lainnya. Dalam wisata ini menawarkan beberapa jalur untuk bersepeda. Pengunjung dapat memilih jalur untuk melewati tepi jalan raya untuk menuju masuk menyusuri ke dalam perkebunan teh dan jalur untuk berkeliling di dalam pemukiman warga. Untuk paket *Ngagoes Ulin Kalembur* ini dimulai dari harga Rp. 250.000,-/pax dan minimal 10 pax.



Gambar II.19 Brosur *Ngagoes Ulin Kalembur*

Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022

(Diakses pada 02/11/2022)

- *Bird Watching*

Paket *Bird Watching* atau pengamatan burung ini termasuk kesempatan untuk mengamati spesies burung liar di hutan dengan mata telanjang atau teropong atau monokuler. Jenis kegiatan ini termasuk dalam kategori kegiatan wisata minat khusus, yang dapat memberikan manfaat lingkungan dan pendidikan. Dalam paket ini sudah termasuk dengan penginapan dan logistik kebutuhan selama program berlangsung. Untuk paket *Bird Watching* ini dimulai dari

harga 200 USD/*pax* atau setara dengan Rp. 3.000.000,- dan minimal 10 *pax* untuk mengikuti paket ini.



Gambar II.20 Brosur *Bird Watching*  
Sumber : Desa Wisata Alamendah 2022  
(Diakses pada 02/11/2022)

### II.2.6 Analisis Pemasaran Desa Wisata Alamendah

Saat ini dengan segala potensi yang dimiliki, pariwisata di Kabupaten Bandung tengah menghadapi persaingan yang sangat ketat. Dengan bertambahnya destinasi wisata baru yang terus bermunculan membuat persaingan baru yang ikut bergerak. Desa Wisata Alamendah harus menyadari bahwa persaingan dunia pariwisata di Kabupaten Bandung ini sudah sangat ketat. Dengan berdirinya tempat rekreasi lain yang memiliki fasilitas dan keindahan alam maupun buatan yang lebih menarik, juga lokasi yang strategis, tidak menutup kemungkinan bagi para wisatawan meninggalkan Desa Wisata Alamendah, karena pengunjung bukan hanya melihat dari segi bangunan yang mewah dari luar, namun yang sangat penting adalah peningkatan layanan. Persaingan mendorong penyedia layanan wisata untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, akomodasi, fasilitas dan harga demi meningkatkan pengalaman wisatawan. Maka perusahaan dengan pengembangan strategi pemasaran yang efektif sangat penting bagi perusahaan agar dapat bertahan dan berhasil dalam persaingan yang beragam (Schiffman dalam Rinaldi 2009). Salah satu jenis strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran, yaitu konsep yang merujuk pada kombinasi berbagai elemen atau faktor yang digunakan oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam upaya memasarkan produk atau layanan

mereka kepada pelanggan. Bauran pemasaran terdiri dari beberapa komponen yang saling berinteraksi dan saling memengaruhi, dan keberhasilan pemasaran bergantung pada bagaimana komponen-komponen ini diintegrasikan untuk mencapai tujuan bisnis. Strategi bauran pemasaran dirancang secara terintegrasi untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran yang terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Berikut bauran pemasaran 7P dari Desa Wisata Alamendah :

1. *Product* (Produk)

Produk adalah unsur inti dari pemasaran. Ini mencakup segala hal yang berkaitan dengan produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk fitur, kualitas, merek, variasi, dan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen (Schiffman dalam Rinaldi 2009). Desa Wisata Alamendah merupakan industry pariwisata yang bergerak di bidang wisata edukasi, namun masih tetap menjaga sisi rekreasinya juga. Untuk memuaskan kebutuhan konsumen, Desa Wisata Alamendah menawarkan wisata dalam bentuk paket. Produk wisatanya sendiri memanfaatkan dan terus berupaya memaksimalkan sumber daya yang tersedia. Selain itu, dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak swasta ataupun negeri untuk menambah atraksi wisata yang tersedia.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah nilai moneter yang ditetapkan untuk produk atau layanan. Penentuan harga melibatkan strategi penetapan harga yang mempertimbangkan biaya produksi, *margin* keuntungan, persepsi nilai oleh konsumen, dan harga pesaing. Dalam hal ini, Desa Wisata Alamendah menjual produk dengan kisaran harga Rp. 20.000,- hingga Rp. 2.900.000,-.

3. *Place* (Tempat)

Menempatkan produk berarti menyediakan produk pada tempat (pasar) yang tepat dan di waktu yang tepat pula (Schiffman dalam Rinaldi 2009). Desa Wisata Alamendah berlokasi di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Sementara pusat pengelolaan terletak di Jl. Raya Ciwidey - Patengan No.16, Alamendah, Kec. Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40973. Namun terkadang sulit untuk mencari letak kantor pengelolaannya dikarenakan lokasi yang berada sedikit masuk dari jalan raya

utama dengan papan nama yang dimiliki Desa Wisata Alamendah berukuran kecil. Maka dari itu sejak akhir tahun 2022, pengelola membuat galeri yang berada di pinggir jalan raya utama agar dapat memperluas cakupan.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi melibatkan aktivitas promosi untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan penjualan produk atau layanan (Schiffman dalam Rinaldi 2009). Desa Wisata Alamendah mengawali pengenalan produk dengan menawarkan produk ke kerabat terdekat, yang selanjutnya mulai memasuki lewat biro perjalanan secara langsung. Untuk menarik pengunjung, Desa Wisata Alamendah lebih lanjut, pengelola membuat promosi dengan berbagai macam bentuk cetak. Karena merasa kurang efektif, pengelola memanfaatkan media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih banyak lagi. Promosi produk juga dilakukan dengan melakukan pengembangan produk sehingga variasi produk yang ditawarkan semakin bertambah.

5. *People* (Orang)

Faktor manusia, termasuk karyawan dan staf yang berinteraksi langsung dengan konsumen, memainkan peran penting dalam pengalaman pelanggan. Layanan pelanggan yang baik dan interaksi positif dengan karyawan dapat memengaruhi citra merek. Agar pemasaran berhasil diperlukan pelatihan, pendidikan dan motivasi bagi karyawan (Schiffman dalam Rinaldi 2009). Desa Wisata Alamendah memanfaatkan masyarakat lokalnya sebagai suatu subjek dan objek wisata. Karena desa wisata memiliki komponen wisata berupa keterpaduan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas penunjang yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat. Maka dari itu masyarakat lokalnya terus diberi pelatihan dan arahan agar dapat menciptakan daerah tujuan wisata yang memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan. Selain itu, untuk pengelolaannya, Desa Wisata Alamendah seringkali menjalin Kerjasama dengan beberapa universitas ataupun dengan berbagai perusahaan.

6. *Phisycal Evidence* (Bukti Fisik)

Segala bentuk bukti fisik atau tampilan visual yang mempengaruhi persepsi dan pengalaman konsumen terhadap produk atau layanan suatu perusahaan

(Schiffman dalam Rinaldi 2009). Ketika wisatawan mengunjungi Desa Wisata Alamendah, mereka akan melihat sebuah bangunan berbentuk rumah serta papan nama yang cukup besar dan berdampingan dengan kantor pemerintahan desa yang merupakan kantor pengelolaan Desa Wisata Alamendah. Di dalamnya sendiri menampilkan berbagai penghargaan yang telah di raih Desa Wisata Alamendah. Selain itu, kantor pengelolaan dikelilingi perkebunan yang merupakan objek wisata unggulan Desa Wisata Alamendah.

#### 7. *Process* (Proses)

Proses berkaitan dengan keseluruhan prosedur internal dan eksternal yang diterapkan untuk menyediakan produk atau layanan kepada konsumen. Mekanisme dan rutinitas produk/layanan yang dibuat dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan mengenai keterlibatan pelanggan dan masalah pengambilan keputusan karyawan dalam layanan (Schiffman dalam Rinaldi 2009). Senyum, sapa, dan salam menjadi hal yang wajib bagi seluruh masyarakat Desa Wisata Alamendah. Bagi pengunjung sendiri, saat awal memasuki Desa Wisata Alamendah, biasanya di jamu dengan minuman dan makanan khas dari hasil olahan masyarakat. Seperti minuman bandrek, kopi, teh dan makanan umbi-umbian. Saat sebelum perjalanan, biasanya ada pemaparan dari pendamping sebagai arahan perjalanan yang akan dilakukan. Lalu pendamping wisata akan mengajak pengunjung untuk mengikuti akun Instagram @desawisata\_alamendah. Hal itu sekaligus sebagai tindak promosi yang diharapkan oleh pengelola. Selanjutnya kegiatan akan dilakukan sesuai paket dan kesepakatan yang sudah terjalin.

### **II.2.7 Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah kerangka kerja strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi, produk, proyek, atau inisiatif. SWOT sendiri adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT membantu dalam merumuskan strategi dan pengambilan keputusan dengan



mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Berikut analisis antara Desa Wisata Alamendah dengan kompetitornya, yaitu Desa Wisata Lebakmuncang.

**a. Analisis SWOT Desa Wisata Alamendah**

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Keunikan dan keindahan objek wisata
- Udara yang sejuk
- Desa wisata yang berprestasi, mendapatkan banyak penghargaan dari pemerintah maupun swasta
- Atraksi wisata yang lebih banyak
- Sudah memperhatikan aspek desain
- Berada di kawasan strategis dari fungsi dan daya dukung lingkungan
- Jalur transportasi yang mudah di akses
- Memiliki atraksi wisata pendamping
- Sudah dipercaya lembaga swasta / BUMN sebagai mitra CSR untuk pemberdayaan masyarakat
- Pemeliharaan satwa yang langka masih terjaga

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada
- Harga lebih mahal dari kompetitor
- Adanya pengelolaan yang kurang baik , sehingga ada atraksi wisata yang jatuh ke tangan perusahaan swasta
- Lahan lebih kecil dari kompetitor

3. *Oppurtunities* (Peluang)

- Adanya dukungan pemerintah, sehingga menyadari pentingnya pembangunan infrastruktur untuk menyiapkan perintisan desa wisata.
- Mengangkat keunggulan kulit kopi, yang masih jarang disosialisasikan
- Memiliki acara karnaval tahunan
- Mulai memadukan teknologi sebagai sarana edukasi

- Desa Alamendah baru saja mendapatkan kunjungan kerja dari Presiden RI

#### 4. *Threat* (Ancaman)

- Kompetitor memiliki alat musik asli daerahnya
- Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan
- Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar akan pentingnya keberadaan sebuah objek wisata.
- Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar mengenai kebersihan lingkungannya.
- Infrastruktur penunjang kurang menarik

Keunggulan yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah adalah dengan banyaknya atraksi wisata yang ditawarkan dan banyaknya prestasi yang sudah diraih, memberikan peluang yang besar bagi calon wisatawan untuk mempertimbangkan melakukan kunjungan. Namun kekurangannya adalah dengan tidak adanya ciri khas kesenian yang asli lahir dari Desa Alamendah.

#### **b. Analisis Desa Wisata Lebakmuncang (Kompetitor)**

Desa Wisata Lebakmuncang telah ditetapkan sebagai salah satu Desa Wisata oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Bupati Nomor : 556.42/kep.71/-DISBUDPAR/2011 tanggal 2 Februari 2011. Konsep Desa Wisata merujuk pada suatu area pedesaan yang memiliki karakteristik dan potensi unik untuk menjadi destinasi wisata. Terletak di Jl. Marga Mulya, Lebakmuncang, Kec. Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat Indonesia, Desa Wisata Lebakmuncang merupakan destinasi agroekoedukasi dan budaya yang berkembang melalui pembinaan oleh pemerintah, dengan menggali potensi-potensi yang ada di dalamnya. Desa Wisata Lebakmuncang mengunggulkan dari sisi pertaniannya, dikarenakan memiliki lahan yang luas dibandingkan dengan kompetitor dengan memiliki lahan hingga 800,26 Ha. Pemandangan yang ditawarkan adalah berlatarkan gunung Tampak Ruyung di sebelah barat, Gunung Sepuh atau Gunung Patuha di sebelah selatan, Gunung Padang di sebelah utara dan perbukitan perbukitan yang melengkapi deratan dataran tinggi yang melengkapi *landscape* Desa Lebakmuncang (Jadesta 2023)



Gambar II.21 Logo Desa Wisata Lebakmuncang  
Sumber : <https://jadesta.kemendparekraf.go.id/imgpost/94174.jpg>  
(Diakses pada 05/04/2023)

Adapun analisis SWOT dari Desa Wisata Lebakmuncang.

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Kawasan perkebunan lebih luas dibandingkan kompetitor
- Cukup jauh dari jalan utama, sehingga memberikan ketenangan
- Adanya upaya *rebranding*
- Memiliki alat musik khas tersendiri, bangkong reang
- Pengunjung dipinjamkan properti berupa topi camping saat melakukan wisata.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Lokasi wisata tidak strategis
- Belum mengembangkan proses pelayanan wisata
- Jauh dari jalan utama
- Sulitnya menemukan kantor pengelolaan

3. *Opportunities* (Peluang)

- Memiliki lahan yang lebih luas
- Pernah digunakan sebagai tempat liputan untuk acara televisi nasional
- Memiliki kesenian asli daerah

4. *Threat* (Ancaman)

- Tidak adanya kantor pengelolaan, membuat pengunjung bingung
- Kompetitor memiliki lebih banyak pilihan atraksi wisata.
- Kompetitor memiliki banyak penghargaan

Dengan memiliki keunggulan luas lahan daripada Desa Wisata Alamendah, disayangkan belum bisa memberikan atraksi wisata yang lebih bervariasi. Letak Desa Wisata Lebakmuncang yang jauh dari jalan utama dan sulitnya untuk mencari kantor pengelolaan juga memberi hambatan bagi calon wisatawan untuk berkunjung. Namun Desa Wisata Lebakmuncang memiliki keunggulan dari kesenian yang asli lahir dari Desa Lebakmuncang yang membuatnya memiliki nilai lebih yang sulit didapatkan dari Desa Wisata Alamendah.

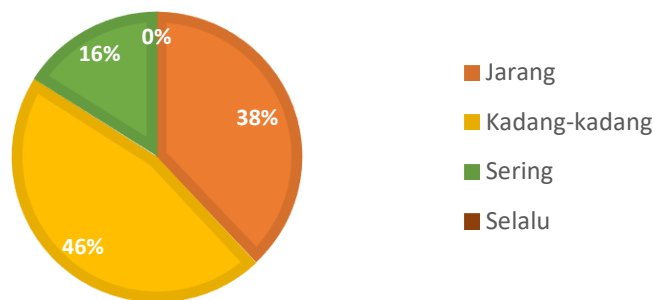
### II.3 Opini Masyarakat

Opini masyarakat sangat penting bagi kehidupan perusahaan. Melalui opini publik, perusahaan akan mendapatkan masukan mengenai produk dan kebijakan yang dimiliki, sehingga mendapatkan pertimbangan bagi perusahaan untuk melakukan tindakan agar terus dapat memberikan layanan yang terbaik. Maka dari itu, dilakukan penelitian sejauh mana pandangan mengenai Desa Wisata Alamendah di benak masyarakat. Juga, untuk mengetahui lebih dalam mengenai Desa Wisata Alamendah itu sendiri, dilakukan wawancara terhadap pengelola. Berikut hasil temuan yang telah didapat.

#### II.3.1 Kuesioner terkait Desa Wisata Alamendah

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada masyarakat umum, untuk mengetahui seberapa jauh informasi mengenai Desa Wisata Alamendah tersebar. Dari kuesioner yang telah disebar, telah terdapat 50 responden, berikut hasil rekap dari kuesioner tersebut.

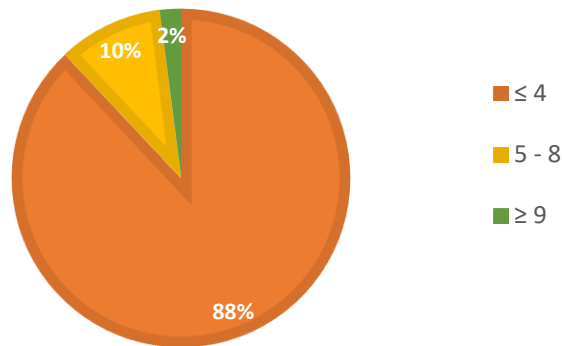
Seberapa sering Anda melakukan kegiatan wisata?



Gambar II.22 Pie Chart kuesioner mengenai intensitas melakukan kegiatan wisata  
 Sumber: Pribadi  
 (15/03/2023)

Dari data yang didapat, ditemukan bahwa masyarakat tidak terlalu sering melakukan kegiatan wisata. Sehingga pencarian referensi wisata pun kurang, karena masyarakat tidak terlalu sering melakukan wisata.

**Dalam satu bulan, bisa berapa kali Anda melakukan wisata?**

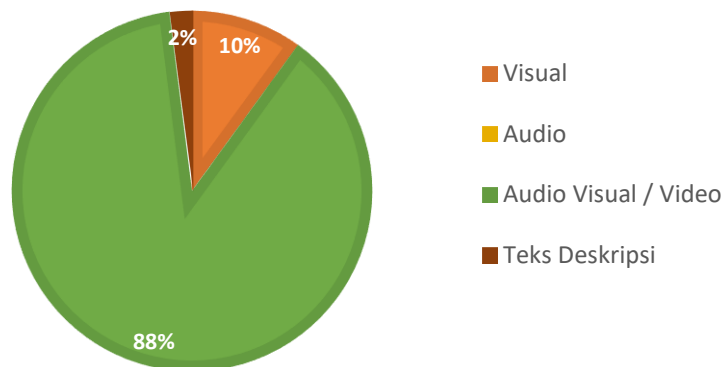


Gambar II.23 *Pie Chart* kuesioner mengenai intensitas melakukan kegiatan wisata responden per satu bulan.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)

Dari data tersebut, dapat terlihat bahwa masyarakat dalam satu bulan banyak yang tidak melakukan kegiatan wisata, Dapat dihitung masyarakat dalam satu minggu pun, dapat tidak melakukan kegiatan wisata setidaknya satu kali.

**Konten media seperti apa yang Anda sukai?**

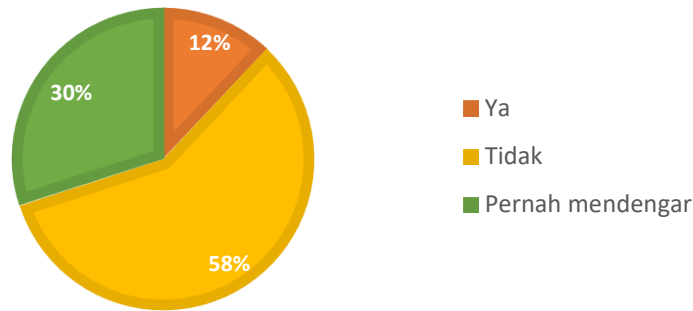


Gambar II.24 *Pie Chart* kuesioner mengenai konten media yang responden sukai.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)

Konten media yang disukai bervariasi tergantung pada preferensi individu dan tren saat ini. Namun, konten berbentuk video lebih banyak disukai oleh masyarakat. Karena juga dalam beberapa tahun terakhir media video sedang mengalami perkembangan yang pesat.

### Apakah Anda mengetahui Desa Wisata Alamendah?

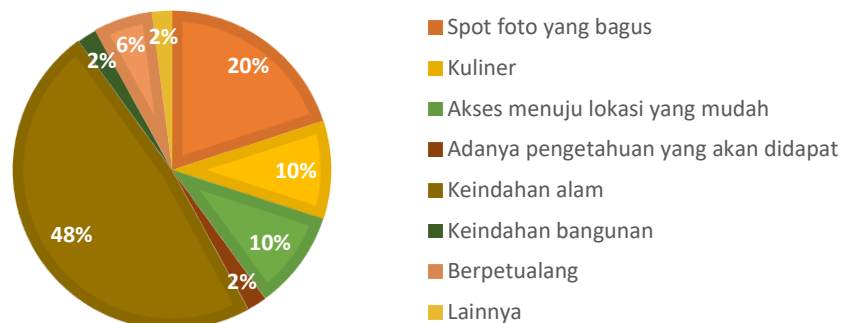


Gambar II.25 *Pie Chart* kuesioner mengenai pengetahuan responden tentang keberadaan Desa Wisata Alamendah.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)

Dari data yang telah didapat, masih banyak yang tidak mengetahui Desa Wisata Alamendah. Adapun responden yang bertempat tinggal di daerah sekitar Ciwidey pun tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah. Maka, keberadaan Desa Wisata Alamendah untuk di daerah Ciwidey pun masih belum menjangkau masyarakat.

### Faktor apa yang sering menjadi alasan Anda untuk mengunjungi tempat wisata?

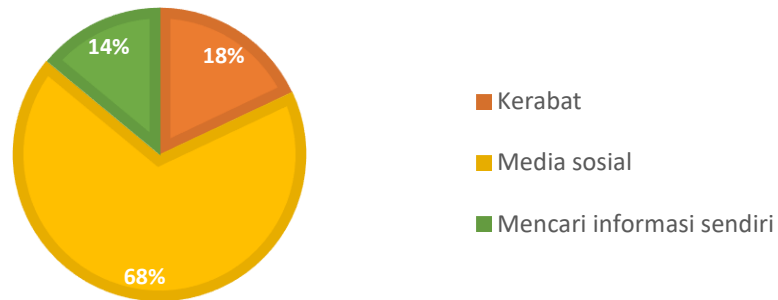


Gambar II.26 *Pie Chart* kuesioner mengenai faktor apa yang menjadi alasan responden untuk mengunjungi tempat wisata.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)

Dari data yang telah didapat, keindahan alam menjadi faktor suatu tempat wisata untuk dikunjungi. Karena keindahan alam mendominasi dari pilihan yang ada. Faktor keindahan alam tersebut dapat menjadi peluang bagi Desa Wisata Alamendah, karena telah ditunjang oleh keindahan dan sumber daya alam yang masih terjaga.

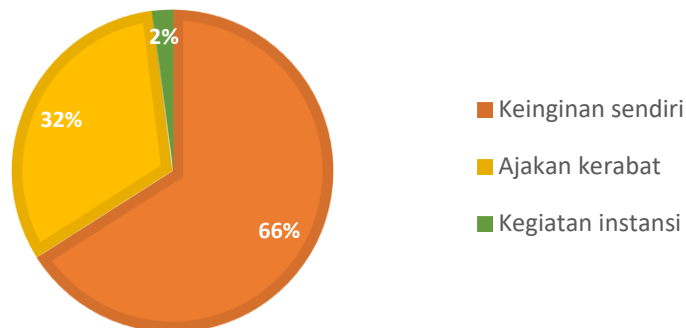
**Darimana Anda sering mendapat informasi mengenai tempat wisata?**



Gambar II.27 *Pie Chart* kuesioner mengenai sumber informasi responden mengenai tempat wisata  
 Sumber: Pribadi  
 (15/03/2023)

Masyarakat banyak mengetahui informasi mengenai tempat wisata didapatkan dari media sosial. Saat ini masyarakat tidak lepas dari keberadaan media sosial, maka pemanfaatan media sosial saat ini dapat dijadikan tempat untuk menyebarkan informasi.

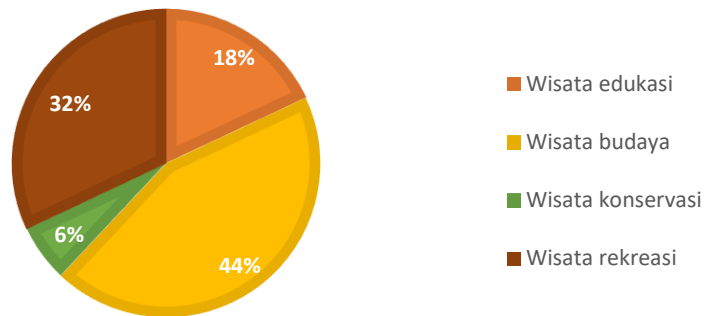
**Apa yang membuat Anda berkunjung ke suatu tempat wisata?**



Gambar II.28 *Pie Chart* kuesioner mengenai faktor responden melakukan kunjungan ke suatu tempat wisata.  
 Sumber: Pribadi  
 (15/03/2023)

Masyarakat saat melakukan kunjungan wisata atas dorongan diri sendiri. Masyarakat dalam melakukan wisata sebenarnya dapat dilakukan oleh seorang diri, namun masyarakat biasanya membutuhkan teman saat ingin melakukan wisatanya. Sehingga keinginan yang sudah ada tersebut enggan terlaksana.

**Menurut Anda, Desa Wisata Alamendah ini merupakan tempat wisata seperti apa?**

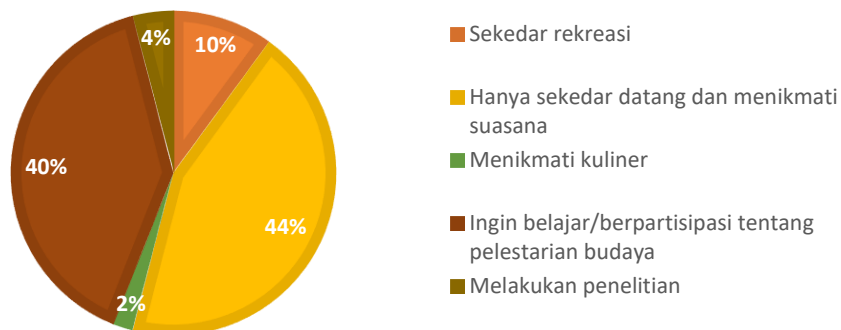


Gambar II.29 Pie Chart kuesioner mengenai pendapat masyarakat mengenai Desa Wisata Alamendah.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)

Dalam gambaran masyarakat, Desa Wisata Alamendah merupakan tempat wisata budaya. Dalam sisi *positioning*, Desa Wisata Alamendah berarti sudah berhasil. Namun, yang menjadikan masyarakat enggan berkunjung karena, wisata budaya identik dengan pembelajaran. Sehingga masyarakat kurang berminat.

**Menurut Anda saat ini tujuan utama wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Alamendah, untuk apa?**



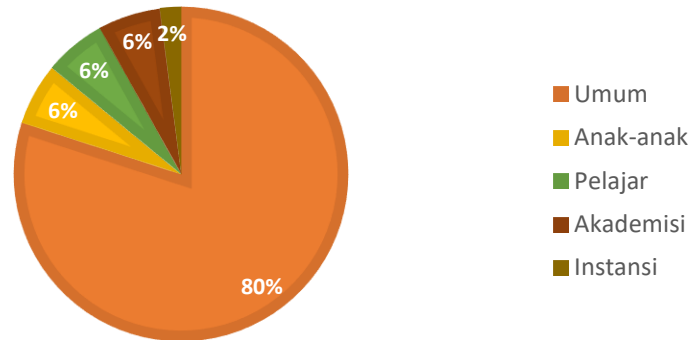
Gambar II.30 Pie Chart kuesioner pendapat responden mengenai tujuan utama wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Alamendah.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)



Menurut masyarakat Desa Wisata Alamendah dijadikan tujuan oleh wisatawan hanya sekedar untuk datang dan menikmati suasana.

Menurut Anda, cocok untuk siapa Desa Wisata Alamendah ini?



Gambar II.31 *Pie Chart* kuesioner pendapat responden mengenai segmentasi kecocokan Desa Wisata Alamendah.

Sumber: Pribadi  
(15/03/2023)

Menurut masyarakat, Desa Wisata Alamendah ini cocok bagi semua orang, tidak terlalu terpaku pada suatu segmen. Pada dasarnya masyarakat telah mengetahui bahwa Desa Wisata Alamendah ini sebenarnya dapat dikunjungi oleh masyarakat tanpa harus terikat oleh suatu lembaga.

### II.3.2 Wawancara terkait Desa Wisata Alamendah

Untuk menemukan data yang lebih valid, dilakukan wawancara secara langsung dengan pihak pengelola Desa Wisata Alamendah. Berikut adalah informasi yang didapatkan dari hasil wawancara tersebut. Penulis melakukan wawancara dengan Ary sebagai tim pengelola Desa Wisata Alamendah di kafe Coffee Ter yang ada di Ciwidey pada tanggal 8 Januari 2023. Awal potensi desa mulai muncul sebetulnya dari pemikiran masyarakat yang hanya sebagai “penonton” dampak terkena wisata yang sudah banyak di sekita daerah Alamendah, seperti halnya kemacetan. Akhirnya dibuatlah wisata dengan pengembangan dan pemanfaatan dari budaya masyarakat, seperti pertanian, perkebunan, UMKM dan lainnya. Informasi mengenai pengembangan lebih mendetail telah tertera di buku profil Desa Wisata Alamendah yang telah ada.

Untuk sejarah dari Desa Wisata Alamendah sendiri dikelola mulai tahun 2010 dan telah ditetapkan sebagai Desa Wisata dalam Surat Keputusan pada 02 Februari 2011 oleh bupati. Pengelola sendiri diawali oleh banyak orang, namun seiring berjalannya waktu hingga saat ini terdapat enam orang yang masih aktif untuk mengelola. Dari pemerintahan sendiri awalnya tidak ikut serta mengelola, namun saat Desa Wisata Alamendah telah menjadi juara Desa Wisata Digital yang diberikan oleh kementerian, pemerintahan mulai membantu menyokong bantuan bagi keperluan pengelola dan Desa Wisata Alamendah itu sendiri. Bantuan yang diminta oleh pengelola dan diberikan oleh pemerintahan, seperti halnya pelatihan bagi masyarakat itu sendiri dan dana untuk pengembangan infrastruktur. Contohnya pelatihan *public speaking*, UMKM, pemasaran dan lain-lain.

Peran serta masyarakat sendiri diawali acuh tak acuh. Namun saat semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung dan dapat membantu perekonomian yang lebih baik, masyarakat mulai mendukung dan bersemangat untuk turut serta berpartisipasi dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah. Dalam pembagian keuntungan sendiri, 80% dari harga menjadi milik warga dan 20% menjadi hak Desa Wisata Alamendah. Konsep wisata di Desa Wisata Alamendah mengedepankan kebiasaan masyarakat yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Penentuan harga sendiri telah melalui kesepakatan dengan warga melalui kontrak resmi. Dari pihak swasta sendiri ikut andil dalam membantu pengembangan Desa Wisata Alamendah dari segi dana dan pengetahuan yang dimiliki.



Gambar II.32 Wawancara dengan pengelola Desa Wisata Alamendah  
Sumber: Pribadi  
(05/01/2023)

Penawaran oleh Desa Wisata Alamendah kepada wisatawan lebih berfokus pada paket yang telah dibuat, agar wisatawan dapat dengan mudah mengambil banyak atraksi wisata dan pengelola dapat dengan mudah menjual sekaligus atraksi wisata yang dimiliki. Konsep yang dikedepankan oleh Desa Wisata Alamendah adalah wisata yang memberikan ilmu. Sehingga *positioning* yang ditetapkan oleh pengelola adalah Desa Wisata Alamendah adalah sebagai wisata edukasi.

Adapun paket yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah. Paket Alamendah Trip, merupakan jelajah desa ke pertanian, perkebunan, peternakan dan kesenian. Awal perjalanan pengunjung disambut oleh *welcome drink* khas seperti bandrek dan teh telang, juga *snack* yang berupa umbi-umbian hasil kebun dari masyarakat. Lalu di lanjut oleh jelajah desa yang didampingi oleh *guide* yang akan memberi penjelasan dan informasi kepada pengunjung.

Paket *Coffee Trip*, paket ini tidak jauh berbeda dengan paket sebelumnya. Namun pada paket ini pengunjung diajak berkeliling untuk menyusuri dari awal pembuatan kopi, dari mulai menanam hingga pengemasan. Selain itu informasi secara mendetail mengenai segala hal mengenai kopi akan didapatkan dari paket ini. Unggulan dari paket ini adalah menjual manisnya kopi. Pengunjung akan merasakan manisnya buah kopi secara langsung, ini menjadi peluang yang diambil oleh pengelola karena hal ini masih sulit ditemukan di tempat lain.

Paket *Ngagowes Ulin ka Lembur*, yaitu bersepeda menjelajahi desa Alamendah. Ada empat trek yang tersedia. Fasilitas yang akan didapat oleh pengunjung adalah pengawalan, dan perangkat bersepeda secara lengkap.

Paket Trekking Curug Padjajaran. Terdapat trek yang dapat dipilih, yaitu trek panjang, menengah dan pendek. Trek terpanjang sendiri dapat mencapai 3-4 kilometer. Trek pulangnya sendiri akan melewati jalur yang berbeda saat pergi, dan pengelola akan mengarahkan pengunjung untuk mengunjungi UMKM terlebih dahulu. Paket Curug Awi Langit, untuk saat ini telah berkolaborasi dengan Valley Waterfall. Wisata ini hanya dimanfaatkan untuk spot foto dan menikmati air terjun.

Paket pengamatan burung, menyusuri hutan dan melihat burung menggunakan teropong. Paket ini merupakan hasil kerjasama dengan pihak Burung Indonesia. Paket ini merupakan paket yang dibandrol dengan harga paling tinggi, karena untuk paket ini menargetkan wisatawan asing. Namun wisatawan lokal biasanya membeli paket ini untuk kebutuhan penelitian, dan harga bagi wisatawan lokal dapat menyesuaikan.

Paket *homestay*, harga dapat disesuaikan dengan jumlah orang. Pengunjung akan mendapatkan tiga kali makan dalam satu hari dan dapat memilih tipe *homestay*. Tipe dari *homestay* sendiri ada tiga, yaitu yang letaknya dipinggir jalan raya, yang letaknya di tengah pemukiman warga, dan yang memiliki halaman dan pemandangan yang luas.

Paket *Virtual Tour*, tercipta saat masa pandemi COVID-19. Paket ini sangat membantu pada masa pandemi, dengan adanya *virtual tour* dapat membantu perekonomian melalui penjualan UMKM yang disatukan dengan paket ini.

Untuk paket atraksi seperti kemping, *paintball*, *outbound* dan *offroad* merupakan paket yang berbentuk rekreasi. Adanya paket ini dijadikan “bumbu” oleh pengelola agar tetap dapat menarik minat pengunjung dan tetap dapat terus menjual paket yang dimiliki.

Dari seluruh paket yang dimiliki, Alamendah Trip dan Coffee Trip menjadi unggulan dan menjadi penjualan yang paling banyak. Hal ini dikarenakan seperti pada tujuan awal, pengelola ingin memberi dan mengikutsertakan masyarakat secara langsung dan memberikan edukasi kepada wisatawan itu sendiri.

Untuk promosi sendiri pengelola hanya memanfaatkan media sosial digital. Dan yang membuat pengunjung datang lebih banyak, saat Desa Wisata Alamendah menjuarai Desa Digital di kementerian. Selibuhnya pengelola membiarkan informasi menyebar dengan mulut ke mulut. Selain itu untuk mempromosikan secara langsung, pengelola langsung melakukan presentasi ke sekolah, dinas, kantor dan

bekerjasama dengan agen travel. Pemilihan target konsumen untuk presentasi juga dilihat dari sering tidaknya suatu instansi mengadakan perjalanan. Dari dinas sendiri lebih banyak yang datang langsung untuk melakukan studi banding.

Pengelola sudah pernah mencoba promosi dengan pembuatan pamphlet dan sebagainya, namun kurang efektif. Sehingga untuk promosi kepada masyarakat secara langsung pengelola hanya mengandalkan media sosial. Selain secara langsung kepada masyarakat, pengelola sering juga mengikuti *event* untuk sekaligus membuktikan sebagai desa wisata yang layak dikunjungi. Untuk pembuatan iklan sendiri pengelola belum pernah membuatnya. Kegiatan promosi dengan pemanfaatan media sosial pun, pengelola belum terlalu rutin.

Masyarakat sendiri belum mengetahui Desa Wisata Alamendah, karena mereka mengakui bahwa promosi yang telah pengelola lakukan masih belum terlalu memuaskan. Namun di sisi lain saat pengelola melakukan promosi besar-besaran dikhawatirkan pengunjung yang akan membludak. Saat ini pengelola dan warga bersepakat menetapkan kunjungan dalam satu bulan hanya sanggup menerima hingga 1.000 pengunjung. Hal ini dengan alasan pengelola masih ingin menjaga keotentikan masyarakat dalam menjalani kesehariannya, karena itu merupakan aset yang sangat berharga bagi desa wisata, selain itu pengelola ingin menjaga keasrian alamnya. Rata-rata pengunjung dalam satu bulan dapat mencapai 600-800 pengunjung.

Untuk segmentasi pengunjung sendiri, pengelola menargetkan kepada para akademisi, mulai dari SMP hingga perguruan tinggi. Namun secara bertahap pengelola juga mulai membuka jalur untuk menargetkan kunjungan dari instansi. Penargetan kepada akademisi juga sebagai sarana mencari ilmu bagi pengelola dan masyarakat setempat untuk saling berbagi informasi. Untuk pengunjung dari umum biasanya didatangi oleh keluarga. Untuk pengunjung dari luar negeri biasanya dalam kepentingan penelitian. Dalam satu kunjungan biasanya dalam bentuk rombongan yang dapat mencapai 40-50 orang.

Dalam pembuatan promosi pengelola ingin menonjolkan keindahan alamnya yang sudah lengkap. Mulai dari adanya pertanian, peternakan, sungai, air terjun, dan hewan yang masih terawat. Selain itu budaya yang masih terjaga, seperti kesenian dan kebiasaan warga. Kekurangan dari pengelolaan Desa Wisata Alamendah adalah dari manajemen waktu. Selain itu bangunan yang dimiliki Desa Wisata Alamendah masih tersembunyi. Dan dari segi kebersihan pengelola masih mengakui bahwa masih kurang bersih karena tidak adanya Tempat Pembuangan Akhir yang terdekat. Dalam persaingan sendiri untuk desa wisata itu saling membantu. Namun pengelola terus melakukan studi banding terhadap desa wisata yang ada di atasnya. Contohnya desa wisata yang berada di Tasikmalaya untuk dari segi *homestay* dan budaya, dari Bali yang sudah kuat dengan budayanya.

Desa Wisata Alamendah dinilai masih kalah bersaing dengan tempat wisata yang berada di sekitarnya dikarenakan Desa Wisata Alamendah merupakan desa yang dijadikan tempat wisata, bukan tempat yang dibuat khusus untuk dijadikan suatu tempat wisata. Selain itu yang ditonjolkan dari Desa Wisata Alamendah merupakan wisata yang berbasis edukasi, sehingga wisatawan yang sedang mencari hiburan enggan untuk berkunjung.

Pengunjung terbanyak dicapai pada tahun 2022, dengan rata-rata kunjungan per bulan dapat mencapai 1.000 pengunjung. Mulai melonjaknya kunjungan saat Desa Wisata Alamendah di anugrahi oleh Sandiaga Salahudin Uno sebagai juara, setelah mendapatkan juara tersebut pengunjung mulai melonjak dari biasanya. Pengunjung terbanyak biasanya dari pulau Sumatera, dengan tujuan studi banding.

#### **II.4 Resume**

Dari data dan kajian yang telah dilakukan, mendapatkan bahwa Desa Wisata Alamendah merupakan tempat wisata yang memanfaatkan budaya masyarakat dan sumber daya alam yang telah tersedia. Pemanfaatan ini juga dapat menghemat dari biaya produksi bagi suatu objek wisata. Karena kegiatan yang ditawarkan oleh suatu desa wisata akan lebih dekat dengan alam dan masyarakatnya itu sendiri. Sehingga terjadinya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Lalu

dikelola secara terstruktur agar terjadi mudahnya pengorganisasian. Sehingga memberikan lapangan kerja baru bagi masyarakat dan membantu memperbaiki perekonomian. Selain itu dengan adanya Desa Wisata Alamendah dapat membantu menjaga budaya yang telah lama ada. Karena dengan adanya interaksi wisatawan dan kebudayaan, diharapkan dapat ikut memajukan kebudayaan secara selaras dan seimbang. Sehingga di derasnya arus globalisasi, budaya akan tetap terjaga dan terlindungi untuk generasi dimasa yang akan datang.

Kebudayaan di desa Alamendah dikenal dengan kebudayaannya yang biasa berada di dataran tinggi, seperti pertanian dan peternakan. Kebiasaan itu sendiri yang dijadikan menjadi suatu objek wisata. Menawarkan keseluruhan yang mencerminkan keaslian desa Alamendah itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, kegiatan ekonomi warga sekitar desa dan keseharian masyarakat. Desa wisata Alamendah sendiri, telah memiliki kategori yang layak sebagai desa wisata. Karena, Desa Wisata Alamendah telah memiliki daya tarik tersendiri yang menjadi ciri khas. Contohnya di bidang pertanian dan peternakan. Selanjutnya telah tersedia fasilitas-fasilitas dan akomodasi. Seperti penginapan, fasilitas makan dan minum, pusat kunjungan dan pusat cinderamata.

Penginapan sendiri, Desa Wisata Alamendah telah tersedia hingga saat ini sebanyak 65 *homestay*. Penginapan tersendiri terletak di tengah pemukiman warga. Ada tiga tipe penginapan yang tersedia untuk saat ini. Yang pertama penginapan yang terletak di pinggir jalan raya, tipe ini akan memudahkan pengunjung untuk mengakses untuk keluar desa apabila ingin menikmati Kawasan sekitar desa wisata. Karena di sekitar desa wisata sendiri terdapat berbagai macam tempat wisata, seperti restoran ataupun tempat lainnya. Yang kedua, ada tipe yang letaknya di tengah pemukiman warga. Tipe ini sendiri akan memberikan pengunjung seperti layaknya menjadi warga desa itu sendiri. Walaupun semua tipe penginapan berada di pemukiman warga, tetapi tipe ini berada tepat di tengah pemukiman warga. Memberikan sensasi tersendiri saat menjadi warga desa yang baru. Tipe ketiga, penginapan yang memiliki halaman yang luas. Tipe ini memberikan halaman yang

langsung terhampar menuju perkebunan ataupun hutan yang luas. Biasanya tipe ini digunakan saat ada kunjungan untuk pengamatan burung.

Karakteristik Desa Wisata Alamendah yaitu berbasis alam dan budaya dengan didukung adanya berbagai atraksi atau daya budaya keseharian masyarakat seperti pemerah susu sapi, bertani. Tidak sampai situ terdapat juga berbagai atraksi wisata yang terlibat dengan alam, contohnya seperti trekking. Trekking sendiri akan memperlihatkan keindahan alam yang dimiliki desa Alamendah. Dari sini, kriteria pemenuhan syarat sebagai desa wisata juga telah terpenuhi. Karena selain budaya masyarakat yang dijual, desa wisata juga sekaligus menerapkan prinsip konservasi alam. Adanya suatu desa wisata selain dapat menjaga kebudayaan, dapat sekaligus menjaga keasrian alam.

Berangkat dari prinsip tersebut, maka ada usaha-usaha nyata dari sektor pariwisata untuk memperkuat kebudayaan yang sudah mulai luntur. Namun sangat disayangkan wisatawan minatnya masih kurang untuk berkunjung ke Desa Wisata Alamendah, karena dari data yang telah terhimpun, menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat tidak mengetahui adanya Desa Wisata Alamendah. Bahkan dari beberapa responden yang bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi Desa Wisata Alamendah, tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah.

Dari data kuesioner yang didapat, ditemukan bahwa masyarakat tidak terlalu sering melakukan kegiatan wisata. Masyarakat dalam satu bulan banyak yang tidak melakukan kegiatan wisata, Dapat dihitung masyarakat dalam satu minggu pun, dapat tidak melakukan kegiatan wisata setidaknya satu kali. Minat masyarakat lebih banyak menyukai tempat dengan dataran yang tinggi, karena pegunungan menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat, yang disusul dengan *mall*. Keindahan alam menjadi faktor suatu tempat wisata untuk dikunjungi. Karena keindahan alam mendominasi dari pilihan yang ada.

Dari data yang telah di dapat, masih banyak yang tidak mengetahui Desa Wisata Alamendah. Masyarakat banyak mengetahui informasi mengenai tempat wisata



didapatkan dari media sosial. Masyarakat menyukai media sosial yang memuat visual, dapat terlihat dari aplikasi Instagram yang sering digunakan oleh masyarakat. Selain itu masyarakat masih banyak yang menggunakan WhatsApp dan konten berbentuk video lebih banyak disukai oleh masyarakat. Dalam melakukan wisata, masyarakat biasanya ditemani oleh keluarga, yang selanjutnya dapat juga di temani oleh teman. Banyak masyarakat saat melakukan kunjungan wisata didasari atas dorongan diri sendiri. Biasanya dalam melakukan kegiatan wisata, masyarakat bertujuan untuk mencari kesenangan. Dalam benak masyarakat, Desa Wisata Alamendah merupakan tempat wisata budaya yang dengan adanya desa wisata dapat membantu menjaga budaya dan kelestarian yang ada. Menurut masyarakat, Desa Wisata Alamendah cocok bagi semua orang, tidak terlalu terpaku pada suatu segmen untuk dijadikan tujuan oleh wisatawan hanya sekedar untuk datang dan menikmati suasana.

Dalam pemilihan target pengunjung dari Desa Wisata Alamendah, pengelola menentukan usia sekolah menengah pertama hingga perguruan tinggi. Karena pada umur itu perkembangan psikologi mulai dapat berpikir secara logis dan mulai memahami setiap perbuatan yang dilakukan, apakah berdampak baik atau buruk. Sehingga pengelola mulai menargetkan dari usia tersebut. Namun, yang utama adalah pemilihan kelompok usia dari mulai individu yang bersekolah di sekolah menengah atas hingga perguruan tinggi. Pertimbangan pemilihan umur dari kelompok usia pelajar dan mahasiswa/i, karena Desa Wisata Alamendah merupakan tempat wisata yang berbasis edukasi.

Untuk dari target secara wilayah, pengelola tidak terlalu menentukan target. Karena tidak sedikit, pengunjung berasal dari luar negeri. Maka pengelola menginginkan penyebaran pengunjung secara luas. Namun dari hasil kuisisioner yang didapat, banyak yang merupakan yang bertempat tinggal di Bandung, namun banyak yang tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah. Bahkan beberapa responden kuisisioner maupun wawancara yang bertempat tinggal tidak jauh dari Desa Wisata Alamendah tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah.

Kurangnya wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Alamendah, mungkin disebabkan karena target yang dipilih merupakan usia produktif. Dari kuisioner yang di dapat, banyak masyarakat yang memiliki kesibukan sebagai mahasiswa/i dan sebagai pekerja. Serta masyarakat melakukan dalam satu minggu pun, dapat jadi tidak melakukan kegiatan wisata, masih banyak masyarakat yang jarang melakukan kegiatan wisata.

Selain itu pengunjung yang datang ke Desa Wisata Alamendah biasanya dalam bentuk rombongan suatu instansi. Sedangkan masyarakat biasanya dalam melakukan suatu kegiatan wisata, biasanya dilakukan bersama keluarga ataupun temannya. Sehingga masyarakat sedikit sulit mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah. Serta tujuan masyarakat dalam melakukan kegiatan wisata biasanya hanya sekedar untuk melakukan *refreshing*. Sedangkan Desa Wisata Alamendah merupakan tempat wisata yang berbasis edukasi, meskipun dibalut dengan pembelajaran yang menghibur. Sehingga tujuan antara masyarakat dan tempat wisata sedikit sulit untuk menemukan irisan kesamaan dalam hal tujuan wisatanya sendiri.

Ada beberapa masyarakat yang mengetahui keberadaan Desa Alamendah, namun untuk Desa Wisata Alamendahnya sendiri masyarakat tidak mengetahuinya. Masyarakat lebih mengenal destinasi wisata lain yang berada dekat di sekitar Alamendah. Selain itu sebagian besar masyarakat berpendapat berpendapat bahwa mereka belum mengunjungi Desa Wisata Alamendah, dikarenakan kurangnya informasi yang disampaikan dan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola. Hal ini selaras dengan yang diakui oleh pihak pengelola sendiri yang berpendapat kurangnya wisatawan yang berminat mengunjungi Desa Wisata Alamendah dikarenakan promosi yang belum optimal, yang hanya mengandalkan media sosial dan pihak ketiga (seperti agen travel). Dari penggunaan media sosial pun, Desa Wisata Alamendah hanya mengandalkan kepada aplikasi Instagram, walaupun telah memiliki beberapa laman media sosial yang berpotensi untuk dilakukannya promosi. Tidak semua masyarakat menggunakan media sosial, sehingga informasi yang tersebar tidak begitu masif. Banyak masyarakat yang tidak memiliki gambaran

ataupun informasi mengenai sebuah desa wisata, ada sebagian yang mengira Desa Wisata Alamendah adalah tempat wisata untuk berenang ataupun wisata kuliner.

Selain itu, kantor yang tersembunyi menjadi salah satu faktor besarnya masyarakat tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah. Peletakan kantor pengelolaan juga menjadi faktor yang besar, karena wisatawan lebih banyak yang melewati jalan besar, namun untuk kantor pengelolaan sendiri berada di tempat yang cukup tersembunyi. Hal ini diperkuat oleh pendapat pengunjung yang menyatakan kantor atau tempat Desa Wisata Alamendah yang tergolong tertutup menjadi hambatan atau keluhan yang mendukung kurangnya informasi untuk tersebar luas.

Dari segi target khalayak sendiri lebih spesifik, Desa Wisata Alamendah mengutamakan untuk sebuah instansi sekolah, perguruan tinggi ataupun perkantoran, juga sebagai objek untuk penelitian. Sedangkan masyarakat melakukan kegiatan wisata hanya untuk mencari hiburan saja, tidak dengan pengetahuannya. Perbedaan ini menjadikan masyarakat umum yang tidak mengetahui fasilitas dan atraksi wisata apa yang terdapat di Desa Wisata Alamendah belum berkunjung.

Dapat disimpulkan masalah yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah untuk menarik pengunjung lebih banyak ini, karena kurangnya promosi. Sehingga masyarakat umum tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Alamendah yang memiliki banyak manfaat, mulai dari hiburan hingga edukasinya. Sehingga potensi pariwisata besar yang telah dimiliki menjadi percuma. Dengan dilakukannya promosi yang optimal dan baik, diharapkan dapat membuat banyak masyarakat umum lebih mengetahui dan mengunjungi Desa Wisata Alamendah yang sekaligus dapat mewarisi dan menjaga budaya yang telah ada.

## **II.5 Solusi Perancangan**

Masih ada beberapa kendala yang dihadapi Desa Wisata Alamendah dan belum teratasi membuat perkembangan Desa Wisata Alamendah terganggu. Salah satunya

adalah masih banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai Desa Wisata Alamendah. Untuk mengatasi permasalahan di tersebut, untuk kedepannya hendaknya terus membuat strategi yang kreatif dan inovatif. Dengan membuat penawaran-penawaran menarik kepada masyarakat dan tetap menampilkan identitas dan keunggulan yang dimiliki agar citra yang sudah tertanam dalam masyarakat tetap bertahan sebagai kunci untuk menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.