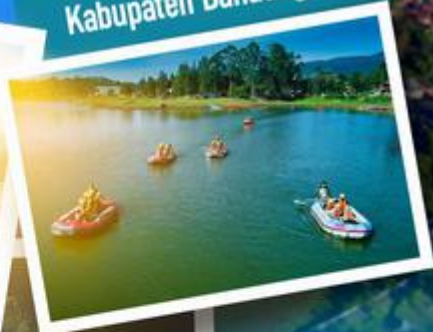


Potensi Pariwisata dan Usaha

Desa Wisata Margaluyu

Kabupaten Bandung, Jawa Barat



Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si., dkk.
Editor: Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi., M.Psi., Psikolog.

Potensi **Pariwisata dan Usaha**

Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si., dkk.

Editor: Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi., M.Psi., Psikolog.

Penerbit
litrus.

Potensi Pariwisata dan Usaha

Ditulis oleh:

Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si

Heny Purwanti, S.T., M.T.

Arta Elisabeth Purba, S.I.Kom., M.I.Kom.

Evyta Wismiana, S.T., M.T.

Dr. Gairah Sinulingga S.E., M.M., GRCP

Dr. Mujio, M.Si.

Dr. Rilla Sovitriana, S.Psi, M.Si, Psikolog.

Dr. Nana Trisnawati, S.E., M.M.

Nurina S.T., Sab, M.M.

Dr. Lely Indriaty, S.E., Ak., M.M.

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: literasinusantaraofficial@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Juli 2024

Editor: Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Perancang sampul: An Nuha Zarkasyi

Penata letak: An Nuha Zarkasyi

ISBN : 978-623-114-958-9

vi + 87 hlm. ; 15,5x23 cm.

©Mei 2024



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena rahmat dan karunianya-Nya kami dapat menyelesaikan buku *Book Chapter* Potensi Pariwisata dan Usaha di Area Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang Desa Margaluyu. Buku ini merupakan buku kolaborasi yang dituliskan oleh beberapa dosen yang bergabung dalam kegiatan PKM Kolaborasi di Desa Wisata Margaluyu tahun 2024. Semoga hasil PKM ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dan teknologi dalam pengembangan Desa Wisata di Desa Wisata Margaluyu, Pengalengan, Kabupaten Bandung.

Banyak pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Oleh karena itu, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh dosen, Kepala Desa Margaluyu, Pokdarwis Desa Wisata Margaluyu, dan masyarakat Desa Margaluyu yang telah terlibat aktif dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Kami menyadari atas ketidaksempurnaan penulisan *book chapter* ini. Namun, kami berharap *book chapter* ini memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Demi perbaikan, kami juga mengharapkan

adanya masukan berupa kritik atau saran yang konstruktif. Atas perhatian, bantuan, dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Jakarta, 29 Mei 2024
Ketua PKM Kolaborasi

Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom



Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB 1. PENDAHULUAN	
<i>Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si</i> <i>Heny Purwanti, ST. MT.....</i>	1
BAB 2. POTENSI PARIWISATA DAN USAHA DI AREA SITU CILEUNCA DAN SITU CIPANUNJANG DESA MARGALUYU: Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata	
<i>Arta Elisabeth Purba, S.I.Kom., M.I.Kom.</i>	9
BAB 3. POTENSI WISATA ALAM DAN BUDAYA DI AREA SITU CILEUNCA DAN SITU CIPANUNJANG PANGALENGAN	
<i>Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si</i> <i>Evyya Wismiana, ST. MT</i>	23
BAB 4. Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata	
<i>Dr. Gairah Sinulingga S.E., M.M., GRCP.....</i>	43

BAB 5. KONSEP PERCEPATAN PEMBANGUNAN EKONOMI DESA BERBASIS PENGEMBANGAN AGRO WISATA TERPADU DI DESA MARGALUYU, KECAMATAN PENGALENGAN, KABUPATEN BANDUNG BARAT	
<i>Dr. Mujio, M.Si.....</i>	<i>53</i>
BAB 6. Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Pariwisata	
<i>Dr. Rilla Sovitriana, Psi, M.Si, Psikolog</i>	<i>63</i>
BAB 7. POTENSI PENINGKATAN PENDAPATAN MELALUI USAHA WISATA	
<i>Dr. Nana Trisnawati, SE, MM Nurina ST, Sab, MM Dr. Lely Indriaty, SE Ak., MM.....</i>	<i>73</i>



BAB I

PENDAHULUAN

Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si
Heny Purwanti, ST. MT

A. Latar Belakang Desa Margaluyu sebagai Desa Wisata

Pangalengan yang letaknya di wilayah Kabupaten Bandung sudah lama terkenal dengan kebun teh juga salah satu penghasil susu terbaik di Bandung. Tetapi, ada salah satu objek wisata baru yang menarik banyak wisatawan untuk datang ke Pangalengan, bukan sekedar untuk menikmati susu dan kebun teh saja melainkan ada Situ Cileunca yang selain menjadi objek wisata yang bisa di nikmati, juga menarik dijadikan sebagai daerah penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang perlu di angkat sebagai objek wilayah, baik dari segi pemanfaatan sumber daya air, kondisi fisiografi dan geologi yang khas juga aspek kesuburan tanah yang menjadikan daerah Pangalengan subur.

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PKM) yang di lakukan secara kolaborasi melibatkan 42 Universitas yang terlingkup dalam 2 wilayah

yaitu Kopertis III dan Kopertis IV, di lakukan di Kabupaten Bandung. Hal ini di putuskan karena Kabupaten Bandung memiliki potensi di bidang pariwisata sebagai salah satu sektor yang sangat menarik di jadikan sebagai lokasi PKM dalam melaksanakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Objek wisata yang menjadi tujuan di wilayah Bandung Selatan yaitu Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang. Berbicara mengenai wisata tidak terlepas dari pembicaraan tentang perjalanan. Berdasarkan sejarahnya, perjalan merupakan cikal bakal dari wisata, sedangkan istilah wisata itu sendiri merupakan padanan kata *tour* (dalam bahasa Inggris), sedangkan menurut bahasa Sansekerta istilah wisata memiliki pengertian yang sama dengan perjalan, namun karena perjalanan telah memiliki pengertian yang jelas oleh sebab itu maka kata wisata diserap sebagai padanan kata *tour* tersebut.

B. Kesampaian Daerah

Situ Cileunca berada di sebelah selatan Kota Bandung berjarak 45 km dari pusat kota dan 185 km dari Kota Jakarta, (Gambar.1) dengan ketinggian berkisar dari 1.418 M dpl hingga 1550 M dpl yang dikelilingi oleh dua perkebunan teh Malabar yang dikelola oleh PTPN VIII, letaknya tak jauh dari kecamatan Pangalengan. Lokasi ini dapat di capai dengan menggunakan kendaraan roda 4 maupun roda dua, di pilih sebagai tempat PKM Kolaborasi antar Universitas selain memiliki panorama yang indah juga karena aksesibilitas yang mudah di capai. Selain itu daerah ini memiliki banyak objek yang menarik baik untuk penelitian maupun pengabdian pada masyarakat dengan lintas bidang ilmu dan keahlian.

Secara geografis lokasi Situ Cileunca dan sekitarnya berada pada Lintang $7^{\circ}11'31''S$ dan Bujur $107^{\circ}33'04''E$ dengan suhu rata – rata mencapai $28^{\circ}C$ hingga $18^{\circ}C$. Situ Cileunca ini merupakan danau buatan dengan luas 1.400 hektar dan memiliki kedalaman 17 meter. Selain Situ Cileunca ada Situ Cipanunjang dan objek wisata di sebut Taman Bentang, lokasi ini cukup dekat dengan Situ Cileunca namun menuju daerah ini

melewati daerah yang berbukit di suguhi panorama nan hijau dan kebun sayur-mayur.



Gambar 1: Peta Kesampaian daerah dari Jakarta menuju lokasi Pangalengan Bandung

Pada gambar 2 berikut ini memperlihatkan peta lokasi yang menunjukkan Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang yang di pisahkan oleh Pasir Almenak. Pasir adalah kosa kata bahasa Sunda yang artinya adalah Bukit. Masyarakat Sunda menyebut kata Bukit itu adalah Pasir.



Gambar 2: Memperlihatkan letak dua buah Situ yang menjadi objek PKM

C. Perumusan Masalah

Perumusan masalah diawali dari beberapa tahapan yaitu;

- Identifikasi Potensi Pariwisata, melakukan pengamatan dan tinjauan secara menyeluruh potensi wisata alam, budaya, sejarah, atau kuliner di sekitar Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang Desa Margaluyu.
- Tinjau Kondisi Usaha: Mengamati kondisi usaha pariwisata yang sudah ada di area tersebut, serta potensi-potensi yang belum dimanfaatkan sepenuhnya.
- Analisis Kebutuhan dan Tantangan: Mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan dalam pengembangan pariwisata dan usaha di area tersebut, seperti infrastruktur, promosi, atau perlindungan lingkungan.

- Pemilihan Fokus: Tentukan aspek-aspek spesifik yang akan menjadi fokus penelitian, misalnya pengembangan destinasi wisata, pemasaran, pelatihan bagi pelaku usaha, atau pelestarian lingkungan.

D. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk,

- Mengidentifikasi Potensi dengan tujuan utama adalah untuk menggali dan mengidentifikasi potensi pariwisata dan usaha di sekitar Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang Desa Margaluyu.
- Menyusun Strategi Pengembangan; Merumuskan strategi pengembangan pariwisata dan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing.
- Memberikan Rekomendasi secara konkrit kepada pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat setempat untuk meningkatkan potensi pariwisata dan usaha di area tersebut.

E. Manfaat Penulisan

Ada beberapa sasaran yang ingin di capai akan manfaat penulisan ini yakni;

- Untuk meningkatkan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca mengenai potensi pariwisata dan usaha di area Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang Desa Margaluyu.
- Mendorong Pengembangan Berkelanjutan dalam pengertian;
- Membantu mendorong pengembangan pariwisata dan usaha yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar (Budiharsono, S.2019).
- Merupakan bentuk dari Memotivasi Aksi yaitu;
- Menginspirasi pembaca, termasuk pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat lokal, untuk mengambil tindakan nyata dalam mengembangkan potensi pariwisata dan usaha di area tersebut.
- Meningkatkan Kesejahteraan;

- Objek wisata yang di miliki berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui peningkatan pendapatan dari pariwisata dan peluang usaha yang berkembang.

Daftar Pustaka

- Alzwar, M., Akbar, N., dan Bachri, S., 1992. Peta Geologi Lembar Garut dan Pameungpeuk, Jawa, skala 1:100.000.
- Amarullah, UI, 2021; Perencanaan Pembangunan Desa Berbasis Kawasan. Badan Penelitian dan Pengembangan Pekerjaan Umum (1995). Bendungan Besar Di Indonesia (PDF). Jakarta: Departemen Pekerjaan Umum. hlm. 34.
- Budiharsono, S.2019; Membangun Keajaiban Wilayah Perdesaan.
- Bronto, S. dan Hartono, U., 2006. Potensi sumber daya geologi di daerah Cekungan Bandung dan sekitarnya. Jurnal Geologi Indonesia, 1, h.9-18.
- Bronto, S., 2002. Laporan singkat eskursi geologi daerah Pangalengan dan sekitarnya, Kabupaten Bandung Jawa Barat. Laporan intern Puslitbang Geologi, 5h, tidak terbit.
- Daftar Wisata Situ Cileunca Pangalengan Bandung. Situ-cileunca.com. <https://situ-cileunca.com/wisata-situ-cileunca-daftar/>. Diakses pada 1 Mei 2024.
- Fitriani, T. 15 Juni 2022. Legendaris! Kisah PLTA Cikalong dan Misterinya. Zonaebt.com. <https://zonaebt.com/hidro/legendaris-kisah-plta-cikalong-dan-misterinya/>
- Hassani, Y. 4 Oktober 2022. Keistimewaan PLTA Plengan di Bandung yang sudah berusia satu abad. Detik.com. <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6326708/keistimewaan-plta-plengan-di-bandung-yang-sudah-berusia-satu-abad>
- Jalan-jalan ke PLTA Lamajan, Pembangkit dari Zaman Belanda. 15 Mei 2019. Kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/>

jalan-jalan-ke-plta-lamajan-pembangkit-dari-zaman-belanda-1r52So4U75z/1

Martadona I, Purnamadewi YL, Najib M. Strategi Pengembangan Kawasan Agropolitan Berbasis Tanaman Pangan di Kota Padang. *Tata Loka*. 2014;16(4):234–44.

Pemerintah Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa [Internet]. Available from: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38582/uu-no-6-tahun-2014>

Silitonga, P.H., 1973. Peta Geologi Lembar Bandung, Jawa, skala 1:100.000. Direktorat Geologi, Bandung.

Sumber menzsteins.blogspot.co.id, di unduh April 2024.

Tropenmuseum via Wikimedia Commons

Biografi



Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si., lahir di Sukabumi 1 Juni 1962. Penulis menempuh pendidikan S1 jurusan Teknik Geologi di Fakultas Teknik Universitas Pakuan, S2 di Sekolah Pasca Sarjana IPB- Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan (PSL) dan S3 Fakultas Teknik Geologi Universitas Padjadjaran. Sebagai dosen Yayasan Pakuan Siliwangi mengajar di Fakultas Teknik jurusan Trknik Gologi dan di Fakultas MIPA Jurusan Teknik Kimia. Bidang keahlian yang di geluti adalah bidang ilmu paleontologi. Minat dan hobby yang di geluti adalah mengembak biakan tanman hias dan bunga angrek. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0852–8455–.1155, atau memamui email ke alamat: tetisyahrulyati@unpak.ac.id.



Heny Purwanti, ST. MT., lahir di Bandung 17 September 1976. Penulis menempuh pendidikan S1 jurusan Teknik Sipil di Fakultas Teknik Universitas Pakuan, S2 di Sekolah Pasca Sarjana Universitas Tamajagakarsa - Pengelolaan Sumber Daya Alam (PSDA). Sebagai dosen Yayasan Pakuan Siliwangi Universitas Pakuan di Bogor mengajar di Fakultas Teknik Program Study Teknik Sipil. Bidang keahlian yang di geluti PSDA, Minat dan hobby yang di geluti adalah traveling. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui WhatsApp di nomor 081310237111, atau melalui email ke Alamat: henypurwanti@unpak.ac.id.



BAB 2

POTENSI PARIWISATA DAN USAHA DI AREA SITU CILEUNCA DAN SITU CIPANUNJANG DESA MARGALUYU: Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata

Arta Elisabeth Purba, S.I.Kom., M.I.Kom.

A. Potensi Digital Marketing

Di era globalisasi, teknologi di Indonesia tidak bisa diabaikan dan tidak bisa dijadikan pilihan. Faktanya, teknologi telah merambah ke segala sektor kehidupan. Bahkan, kondisi infrastruktur jaringan telekomunikasi di Indonesia sudah memadai dan mendukung implementasi teknologi metaverse (Kominfo, 2022).

Dalam aspek pendidikan, peran teknologi yang saat ini dirasakan adalah beralihnya sistem pembelajaran konvensional ke sistem pembelajaran digital. Dalam aspek wirausaha, peran teknologi juga besar untuk menentukan sukses atau tidaknya sebuah usaha. Ditinjau dari segala

sudut pandang dalam peninjauan aspek usaha, maka unsur kepemilikan, motivasi, manajerial pengembangan usaha bahkan ketenagakerjaannya akan lebih efisien jika dilakukan dengan pemanfaatan teknologi (Siti Martiah, 2017).

Jika eskalasi teknologi berkembang pesat, maka akan berdampak positif pada perkembangan industri pariwisata. Melalui teknologi digital ini, para pelaku UMKM dapat mencapai target konsumennya, melakukan interaksi tanpa terhalang oleh jarak geografis dan zona waktu. Hal ini akan membuka peluang UMKM berkembang lebih luas dan mampu memenangkan pasar (Kominfo, 2022). Digital merupakan sesuatu yang berkaitan dengan komputer dan teknologi informasi, misalnya media cetak yang kini terintegrasi dengan internet menjadi *e-magazine*. Sementara pemasaran merupakan serangkaian upaya dalam menyampaikan, menyebarluaskan, dan menawarkan sesuatu sehingga tercapai tujuan tertentu. Adapun aktivitas pemasaran meliputi pengiklan, penjualan, dan distribusi produk hingga sampai kepada konsumen (Raina, 2020).

Pada bab ini, penulis telah memfilter produk industri makanan untuk memperkecil ruang lingkup pembahasan sehingga dapat fokus memilih objek pengabdian dan efektif dalam memaksimalkan peningkatan pada unit usaha UMKM Madu di Desa Margaluyu melalui pemasaran digital. Alasan lain yang mendasari pemilihan industri usaha Madu sebagai fokus kegiatan Abdimas adanya ketidaksesuaian antara data yang dirilis oleh BPS dengan fakta di lapangan. BPJS menekankan bahwa bidang kuliner merupakan salah satu usaha yang memiliki kemajuan pesat dengan peningkatan omset sebesar 1,18 juta orang pasca Covid-19 (BPS, 2024).

Namun, hal tersebut tidak dialami oleh UMKM madu Margaluyu yang termasuk dalam bidang kuliner. Berdasarkan hasil wawancara awal pada saat kegiatan Abdimas dilaksanakan pada 1-2 Maret 2024, diperoleh informasi bahwa UMKM Madu yang termasuk dalam industri makanan ini memiliki kendala pada ide dan kreativitas dalam mengelola, menjaga loyalitas konsumen dan kesulitan menyusun strategi penjualan guna

memperluas pemasaran melalui teknologi digital. Dengan demikian, hal tersebut berdampak pada peningkatan omset pelaku UMKM Madu.

Diperlukan sosialisasi dan pelatihan yang intensif untuk meningkatkan ide dan kreativitas dalam mengelola produk dan menjaga loyalitas konsumen melalui pemanfaatan teknologi digital (Aditya Budiharto, dkk 2019). Potensi digital marketing pada para pelaku UMKM Madu diharapkan dapat memecahkan kesulitan dalam penyusunan strategi penjualan demi memperluas pemasaran melalui teknologi digital. Oleh karena itu, UMKM Madu dapat lebih maju dari yang sebelumnya.

B. UMKM Madu Margaluyu

Ternak lebah di Margaluyu menghasilkan Madu kuning yang khas dengan rasa daun jeruk. Hal ini disebabkan karena lebah penghasil madu menghisap sari dari daun jeruk yang tumbuh subur di perkebunan masyarakat sekitar. Lebah ini merupakan madu asli tanpa ada tambahan pemanis.



Gambar 1. Madu Kuning khas Margaluyu ukuran 1 kg
(sumber: dokpri)

Proses budidaya lebah dilakukan dengan membuat kotak persegi panjang yang terbuat dari kayu berukuran 25 x 40. Kotak ini ditempatkan

di atas pohon jeruk di hutan Kelebet di Gunung Masigit dan Gunung Walik yang letaknya cukup jauh dari desa sekitar 4 Km. Kalau disimpan di hutan akan banyak pakan dan madu yang dihasilkan bisa lebih banyak secara kuantitas. Namun jika kotak dibawa ke rumah artinya kotak tersebut rawan dicuri oleh orang lain yang berada di hutan.



Gambar 2. Kotak pakan ternak madu dibudidayakan di sekitar rumah

Pada bagian dalam kotak diisi dengan 2 tingkat sekat kayu yang berfungsi untuk menangkal sarang lebah yang dihasilkan oleh lebah ratu yang sudah terlebih dahulu masuk ke dalam kotak melalui lubang kecil pada pintu kotak. Jika kotak sudah diisi oleh lebah ratu maka kotak dipindah ke teras rumah yang tidak jauh dari pendopo pengemasan madu.

Berdasarkan keterangan dari pelaku UMKM, Bapak Ujang dan Bapak Akung dan Bapak Aap, satu kotak dapat diambil hasilnya sekali dalam sebulan. Adapun kisaran beratnya dapat menghasilkan madu sebesar 2 hingga 5kg tergantung koloni. Untuk menghasilkan madu yang berlimpah, maka teknik budidaya madu melibatkan serangkaian praktik yang dirancang untuk memelihara koloni lebah dan mengoptimalkan produksi madu.



Gambar 3. Sarang madu dan label stiker madu Al-Burdah

Harga 1 botol berisi 1kg madu dijual dengan harga Rp 200.000. Sementara untuk 1/4kg sarang madu dijual dengan harga Rp.50.000. Adapun merek yang digunakan untuk produk madu ini adalah Madu Al-Burdah. Untuk pemasaran, pelaku UMKM langsung menjualnya ke pedagang pengepul, ke tempat wisata dan rest area pengalengan dengan pengemasan tradisional.

C. Peningkatan Infrastruktur Wisata Melalui Digital Marketing

Desa Margaluyu merupakan Desa wisata yang terletak jauh dari perkotaan yang dikelilingi dengan perkebunan teh. Melalui kegiatan Abdimas, para dosen yang berasal dari beberapa perguruan tinggi lintas jurusan dan lintas daerah se-Indonesia dapat melihat langsung kehidupan masyarakat desa secara khusus para petani dan peternak yang juga merupakan pelaku UMKM. Total penduduk di desa ini sejumlah 12.447 jiwa dengan jumlah 6350 laki-laki dan 6097 perempuan (Iwan, 2016).



Gambar 4. *Tempat pembudidayaan madu*

Berdasarkan pengamatan dan interaksi yang dilakukan bersama masyarakat desa Margaluyu, kondisi geografis di desa ini sangat menjanjikan untuk dijadikan sebagai desa wisata. Sumber daya alam melimpah di atas 14000 meter dari permukaan laut merupakan sumber ladang pencaharian yang menjanjikan jika dikelola dengan maksimal. Selain sumber daya alam yang melimpah, desa ini juga memberikan pemandangan alam dingin dan sejuk yang bebas dari polusi perempuan (Iwan, 2016).

Matapencaharian masyarakat di desa ini cukup beragam, mulai dari petani, peternak dan nelayan. Namun, masyarakatnya belum mampu memaksimalkan sumber daya alam yang dikelola karena tidak dapat didistribusikan secara langsung ke target konsumen secara langsung melalui teknologi. Pada umumnya, masyarakat melibatkan banyak pihak ketika menjual produksinya untuk sampai ke target konsumen, seperti melibatkan distributor pertama seperti para penadah, tengkulak atau broker. Penadah, tengkulak atau broker adalah penghubung transaksi antara konsumen dengan pasar (Mohamad Fahmi Idris, 2022). Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh oleh masyarakat akan sangat kecil dan terbatas serta tergantung harga yang ditentukan oleh para penadah, tengkulak atau broker.

Walaupun peran serta dari penadah, tengkulak atau broker cenderung mendapat *stereotype* negatif di dalam sistem perekonomian masyarakat desa, namun masyarakat di desa Margaluyu tetap menggunakan jasa mereka. Masyarakat Margaluyu lebih memilih untuk menjual sumber alam yang dihasilkan ke para tengkulak dengan harga yang relatif sangat minim dengan metode pengemasan seadanya. Apabila ada hasil alam yang tidak terjual, akan terbuang begitu saja dan tidak mampu diolah dalam bentuk produksi yang lain. Masyarakat tidak memiliki alternatif lain untuk mendistribusikan produksinya karena masih sangat awam menggunakan teknologi.

Di sisi lain, jika masyarakat memiliki akses ke target konsumen secara langsung melalui teknologi, maka potensi keuntungan yang diperoleh akan lebih besar dan pasar yang disasar akan semakin luas. Maka, perlu untuk memberikan edukasi kepada masyarakat untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai solusi dalam hal distribusi produk hingga sampai ke target konsumen secara tepat, cepat dan luas. Sementara, jika masyarakat diberikan pembekalan tentang pemanfaatan teknologi digital, maka masyarakat akan memiliki kekuatan dan bekal untuk memutus rantai ke para tengkulak. Apalagi, sebagian besar masyarakat sudah memiliki *handphone* dan terintegrasi dengan internet bahkan selalu berselancar di media sosial. Apabila masyarakat mampu memasarkan produknya secara digital maka pemasaran juga akan meluas dan mampu menjangkau lebih luas wilayah di luar kabupaten Bandung.

D. Manfaat Digital Marketing

Pemasaran digital bermanfaat dalam membantu pelaku usaha UMKM Madu dalam menjangkau pasar, menghemat waktu dan mengukur pencapaian usahanya. Sebelum produk dipasarkan secara digital, pada kesempatan ini, peserta Abdimas yang merupakan UMKM Madu dibekali materi penyadaran “produk” karena produk bukan hanya sebuah penawaran yang *tangible* namun mencakup segala sesuatu yang

ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan/kebutuhan (Christina Ariadne Sekar Sari, 2014).

Produk dapat berupa barang, jasa, orang, peristiwa, pengalaman, tempat, *property*, organisasi, informasi dan ide. Dalam pemasaran digital, sebuah merek pada produk berfungsi sebagai pembeda antara produk yang satu dan produk lainnya. Dengan demikian, merek berpengaruh dalam aktivitas peningkatan penjualan karena merek akan mempengaruhi nilai jual suatu produk yang dipasarkan melalui pemasaran digital. Merek dengan ekuitas tinggi akan mampu mendominasi benak pelanggan sasaran dan juga mendominasi pasar. Keberadaan merek akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dari segi:

- 1) Pembelian ulang
- 2) Kebiasaan mengkonsumsi merek
- 3) Loyal terhadap merek tersebut
- 4) Meyakini merek terbaik
- 5) Merekomendasikan merek.

Bahkan merek dapat membantu pelaku industri melihat keunikan kompetitor pesaingnya seperti dan membentuk keunikan produk yang dimilikinya (Christina Ariadne Sekar Sari, 2014).

Adapun tujuan dari pemberian materi melalui kegiatan Abdimas ini adalah:

1. Mengedukasi tentang Pemasaran digital. Edukasi tentang Pemasaran Digital berkaitan dengan kreativitas menentukan merek, desain produk, teknik pengambilan gambar, penciptaan konten pemasaran melalui teknologi dan medsos.
2. Meningkatkan pengetahuan tentang Pemasaran digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan pengetahuan pelaku industri bertambah sehingga berdampak pada produktivitas pada unit usaha yang sedang dikembangkan secara konkret dan terukur.
3. Meningkatkan produktivitas dan keuntungan usaha. Setelah pemberian materi, diperlukan adanya Rencana Tindak Lanjut (RTL)

sehingga berdampak pada pengembangan unit usaha UMKM Madu di Desa Margaluyu secara terukur.

E. Penerapan Pemasaran Digital

Untuk memahami digital marketing, pelaku UMKM perlu mengetahui perilaku konsumen di era digital. Pemasaran adalah serangkaian upaya menyampaikan, menyebarluaskan, dan menawarkan sesuatu agar tercapai tujuan tertentu. Digital merupakan sesuatu yang berkaitan dengan teknologi informasi dan komputer (Raina Pranoto, 2020).

Melalui pemasaran digital, pelaku UMKM akan mendapatkan beberapa keuntungan dalam menjalankan usahanya seperti mempermudah penyebaran, evaluasi, menjangkau pasar secara luas, meminimalkan biaya, dan mengefektifkan pengenalan produk di tengah konsumen (membangun brand). Terdapat beberapa jenis-jenis *digital marketing* yang ditawarkan sebagai solusi atas pemasaran digital UMKM Madu di desa Margaluyu antara lain (Miguna Astuti,dkk, 2023):

1. Website

Melalui Website, target pasar akan mudah mengetahui bisnis madu hutan yang dibangun dengan biaya yang hemat dan mudah dipublikasikan.

2. Search Engine Marketing

Penggunaan ini mempermudah penemuan produk madu yang dipasarkan melalui *website*, maka perlu mengupayakan search engine optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM). SEO dapat dilakukan secara manual dan memerlukan durasi lama. Jika ingin mengemat waktu, SEM dapat dilakukan oleh professional dan berbayar.

3. Social Media Marketing

Pemanfaatan media sosial yang dimiliki para pelaku UMKM Madu dapat menunjang pemasaran produksi madu. pelaku UMKM Madu dapat memanfaatkan media sosial *Twitter*, *whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* dan lain sebagainya demi menjangkau lebih banyak

konsumen di luar dari Margaluyu. Para produsen madu bisa membuat jadwal postingan secara rutin tentang proses pembuatan madu, harga-harga madu dengan berbagai ukuran produk. Adapun manfaat kebaikan dari madu hutan khas Margaluyu dibandingkan dengan madu lainnya dapat dinarasikan dan diposting. Bahkan, testimoni pelanggan yang sudah pernah membeli madu dapat menarasikan khasiat dari madu yang dikonsumsi. Maka, konsumen dapat selalu disugahi dengan informasi seputar madu hutan sehingga tergerak untuk mengonsumsi madu melalui postingan.

4. Online Advertising

Melalui pemanfaatan internet dengan cara berbayar, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan lebih luas. Para pelaku UMKM Madu dapat memasang iklan secara *online* namun dapat disesuaikan dengan kemampuan modal yang dimiliki.

5. Email Marketing

Penggunaan metode ini, konsumen dapat memperoleh informasi terbaru mengenai produk madu yang sedang dijual, promosi yang sedang ditawarkan dan inovasi terbaru tentang produk.

6. Video Marketing

Pelaku UMKM Madu dapat mendokumentasikan setiap kegiatan dalam memproduksi madu. Melalui Teknik video sederhana, konsumen dapat mengetahui informasi tentang madu. Sama seperti pemanfaatan di media sosial, pelaku UMKM Madu dapat dengan menyertakan video testimoni dari pelanggan yang membeli produk. Pelaku UMKM Madu juga dapat menjadwalkan waktu perekaman video secara rutin. Adapun konten yang dapat direkam adalah proses pembuatan madu, harga-harga madu terbaru sesuai dengan ukuran produk dan bentuk, manfaat kebaikan secara khas dari madu hutan khas Margaluyu dibandingkan dengan madu di tempat lainnya. Bahkan pelaku UMKM Madu dapat mengedukasi berbagai cara mengonsumsi madu dan waktu yang tepat untuk mengkonsumsinya.

7. Marketplace

Pelaku UMKM Madu juga dapat memanfaatkan marketplace besar yang tersedia di Indonesia. Penggunaan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan JDID dapat menjangkau pasar secara lebih luas dan mampu memutus rantai para tengkulak.

Penggunaan marketplace yang terus berinovasi mampu menarik perhatian konsumen melalui kemudahan dan promo-promo yang ditawarkan, seperti promo diskon, promo gratis ongkos kirim (ongkir), dan berbagai fitur khusus dalam meningkatkan efektivitas penjualan.

Tokopedia berdiri pada tahun 2009 yang berpengaruh di Asia Tenggara. Shopee bernaung dibawah PT Shopee International Indonesia secara resmi masuk ke Indonesia pada Desember 2015. Sejak peluncurannya, Shopee mengalami perkembangan pesat. Pada Oktober 2017, aplikasi Shopee telah didownload oleh lebih dari 43 juta kali pengguna (Dafa Faturachman, 2022). Bukalapak berdiri sejak 2010. Lazada didirikan pada 2012. Blibli berdiri sejak 2010. JDID atau JD.com yang dahulu dikenal dengan nama Jingdong berdiri pada Maret 2013 (Dewi Triana, 2019).

F. Kesimpulan

Dalam pemasaran digital, pelaku UMKM madu dapat memaksimalkan penggunaan media sosial yang dapat diterapkan seperti penggunaan Twitter, whatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok. Pelaku UMKM madu juga dapat mengkombinasikan konten yang diupload melalui media sosial melalui Video Marketing yang diupdate secara rutin maupun berkala tentang proses pembuatan madu, harga-harga madu terbaru sesuai dengan ukuran produk dan bentuk, manfaat kebaikan secara khas dari madu hutan khas Margaluyu dibandingkan dengan madu di tempat lainnya dan berbagai testimoni dari konsumen.

Dengan demikian, kehadiran dan pemanfaatan pemasaran digital dapat membantu memutus mata rantai tengkulak dan memajukan perekonomian para pelaku UMKM madu Margaluyu.

Daftar Pustaka

- Aditya Budiharto, Triasesiarta Nur, Aloysius Harry Mukti, Arta Elisabeth Purba. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Citra Perusahaan (Corporate Image) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Pt. Transjakartakoridor Xi Jurusan Kampung*. Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal dan UMKM. Vol 2 (1-10).
- Christina Ariadne Sekar Sari. (2014). *Teknik Mengelola Produk & Merek: Konsep dan Aplikasi pada Fast Moving Consumer Goods*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi Triana. (2019). *Strategi Marketing: Di Era Teknologi Digital*. Klaten, Lakeisha.
- Iwan Turyana. (2016). *Wilayah Desa Margaluyu*.
<https://margaluyu.desa.id/artikel/2016/8/27/wilayah-desa>
- I Wayan Ruspindi. (2021). *Digital Marketing Pembangunan Desa Wisata*. Sumatera Barat: Azka Pustaka.
- Raina Pranoto (2020). *Digital Marketing untuk Bumdes*. Yogyakarta: Hijaz Pustaka Mandiri.
- Siti Martiah (2017). *Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan*. Jurnal Ilmiah Edutic, 3(2), 75-82
- Kominfo. (2022). *Berkembang di Berbagai Sektor, Investasi Teknologi Metaverse di Indonesia Menjanjikan*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/43376/berkembang-di-berbagai-sektor-investasi-teknologi-metaverse-di-indonesia-menjanjikan/0/artikel>
- Miguna Astuti, Rosali Sembiring, Jenji Gunaedi Argo. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0*. Yogyakarta: Deepublish

Mohamad Fahmi Idris, Aliffiati. (2022). *Tengkulak dalam Sistem Ekonomi Petani Hortikultura Etnis Tengger Brang Wetan*. Sunari Penjor 6(1) <https://ojs.unud.ac.id/index.php/penjor/article/download/85241/43923>

Biografi



Arta Elisabeth Purba, S.Ikom., M.I.Kom., lahir di Pekanbaru 6 Oktober 1995. Penulis pernah menempuh pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara (Sumut) dan S2 Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Atmajaya Yogyakarta (UAJY). Penulis bekerja sebagai dosen tetap Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis Nusantara (IBN) sejak 2021 hingga sekarang. Penulis juga merupakan pegelola *website* IBN <https://www.ibn.ac.id/news/> dan mendokumentasikan kegiatan sivitas akademika IBN. Pada 12 September 2022 hingga Maret 2024, penulis menjabat sebagai Ketua Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) IBN. Awal Maret 2024 menjabat sebagai Ketua Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) IBN.

Bidang keahlian penulis mengampu matakuliah Komunikasi Massa, Dasar-Dasar Jurnalistik, Hukum dan Etika Penyiaran, Teori Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Organisasi, Public Speaking, Penulisan Naskah Radio dan Produksi Program Radio. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0852-3600-9807. Email: artaibnpulomas1@gmail.com, Akun *Instagram* [arta.elisabethpurba](#) Akun *Tiktok* [@jengarta](#).



BAB 3

POTENSI WISATA ALAM DAN BUDAYA DI AREA SITU CILEUNCA DAN SITU CIPANUNJANG PANGALENGAN

Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si

Evyta Wismiana, ST. MT

A. Warisan Budaya dan Sejarah

Dari sekian banyak danau buatan yang ada di sekitar Bandung, Situ Cileunca merupakan salah satu yang masih bisa dinikmati keberadaannya. Menurut penduduk sekitar, dahulu banyak terdapat pohon leunca di daerah yang sekarang jadi situ, oleh karena itu danau tersebut dinamakan Situ Cileunca, menjanjikan panorama alam nan indah dulu orang-orang sempat menjuluki tempat tersebut sebagai Swiss-nya Indonesia. Seiring berjalannya waktu, danau buatan ini bertransformasi menjadi objek wisata karena menyajikan panorama alam yang luar biasa indahnya dilengkapi dengan latar pegunungan dan perbukitan alami yang sangat indah. Di sekitar situ Cileunca terdapat camping ground. Selain itu kini objek wisata

ini disambungkan dengan sungai palayangan yang akhirnya membuka juga fasilitas *flying fox* dan arum jeram atau rafting. Saat ini telah berdiri wisma atlit untuk Olah raga dayung, kayaks dan olah raga air lainnya.

Legenda Situ Cileunca menjadi salah satu kisah memikat lokasi wisata di Pangalengan ini, konon katanya berdasarkan cerita para orang tua dahulu situ ini dibangun oleh banyak orang tetapi uniknya dalam pembangunan Situ Cileunca ini tidak menggunakan cangkul melainkan menggunakan halu yaitu sejenis tongkat panjang yang biasa digunakan penduduk desa jaman dahulu untuk menumbuk padi di lesung. Bagaimana bisa danau seluas 1400 hektare dengan kedalaman 17meter dibuat hanya dengan menggunakan halu alat penumbuk padi, mitos ini menjadikan daya tarik dari Situ Cileunca. Setelah pembangunannya selesai, kawasan ini langsung dijadikan sebagai tempat wisata oleh orang-orang Belanda di masa itu. Wisatawan biasanya datang ke danau untuk berenang atau sekadar menaiki perahu untuk berkeliling. Padahal saat itu, legenda Situ Cileunca masih belum terpecahkan.

Dikatakan pada suatu waktu, ada sebuah kapal Belanda dilaporkan tenggelam di tempat wisata di Pangalengan ini. Kapal tersebut kabarnya dipenuhi oleh orang-orang Belanda yang tengah berwisata keliling danau. Bangkai kapalnya baru dapat ditemukan pada 2015 lalu oleh warga selang berpuluh tahun dari waktu kejadian. Penemuan bangkai kapal secara tidak sengaja di temukan oleh warga saat melakukan perbaikan Dam Pulo, dengan bobot 500 kg terbuat dari logam dengan panjang 1,8 meter. Kapal jaman dulu (jadul) kemudian disimpan di Camp Ground Citere.



Gambar 1: Bangkai kapal Belanda itu ditemukan warga saat renovasi Dam Pulo di Situ Cileunca

(Sumber <https://ayobandung.com/read/2015>)

Ada 3 (tiga) mitos yang berkembang di masyarakat terkait Situ Cileunca ini, yang pertama adalah cerita tentang pemain wayang beserta dengan sinden dan penabuhnya yang dikabarkan tenggelam di dalam danau. Cerita ini merupakan yang paling ramai dan paling sering diceritakan. Konon katanya pada malam-malam tertentu sering terdengar tabuhan gamelan dari tengah-tengah danau namun saat ini suara-suara tersebut jarang terdengar. Mitos kedua adalah tentang dua siluman, yakni Siluman Lulun Samak dan Siluman Dongkol, menurut cerita warga, Siluman Lulun Samak memangsa korbannya dengan cara menggulung seperti samak atau tikar yang digulung. Sementara Siluman Dongkol memiliki wujud berkepala kerbau. Meski begitu, kabarnya kedua siluman ini telah 'pindah rumah' ke Situ Bagendit dan Situ Patengan di daerah Garut. Mitos ketiga di ceritakan bahwa Situ Cileunca tidak boleh dikunjungi oleh warga yang berasal dari Garut. Mitos tersebut kabarnya dimulai dari sebuah kisah yang menceritakan tentang sesosok penguasa danau yang bernama Abah Suta, yang pernah bermusuhan dengan orang dari Garut dan permusuhan tersebut kemudian menimbulkan efek dendam.

Hal itu yang menyebabkan orang Garut dan keturunannya tidak diperbolehkan menyeberang atau bahkan datang ke Situ Cileunca. Menurut mitos yang beredar, apabila pantangan ini dilanggar, maka Abah Suta akan murka dan jika Abah Suta murka, maka perahu yang digunakan warga Garut akan tenggelam. Pada kenyataannya, ada saja orang-orang Garut yang datang dan berlibur ke Situ Cileunca. Adanya mitos yang beredar di masyarakat menjadi daya tarik tersendiri seakan menambah lengkap kesan mistis dan seru legenda Situ Cileunca.



Gambar 2: Situ Cileunca danau buatan dengan latar belakang Wisma Atlit Olah Raga Dayung

B. Sejarah Situ Cileunca

Situ Cileunca dulunya adalah sebuah kawasan pribadi berupa hutan belantara milik seorang Belanda bernama Kuhlan, sampai saat ini tidak ada yang tahu pasti tentang Kuhlan. Segelintir orang ada yang mengatakan bahwa ia adalah Willem Hermanus Hooghland, pemilik Borderij N.V. Almanak, seorang kaya raya pemilik lahan di Pangalengan pada masa tersebut dan tinggal menetap di Pangalengan. Tempat wisata di Pangalengan itu dibangun dengan membendung aliran Sungai Cileunca.

Ini pula yang menjadi alasan penamaan bagi danau buatan tersebut. Sementara bendungannya kini diberi nama Dam Pulo. Namun, demi alasan memenuhi kebutuhan listrik dan cadangan air bersih untuk warga Bandung, akhirnya kawasan tersebut kemudian dijadikan danau atau dikenal pula sebagai Situ. Pembangunan Situ Cileunca memakan waktu yang cukup lama, yakni sekitar tujuh tahun. Tepatnya sejak 1919 hingga 1926 silam. Setelah pembangunannya selesai, kawasan ini langsung dijadikan sebagai tempat wisata oleh orang-orang Belanda di masa itu. Wisatawan biasanya datang ke danau untuk berenang atau sekadar menaiki perahu untuk berkeliling. Padahal saat itu, legenda Situ Cileunca masih belum terpecahkan.

Pada zaman Kolonial Belanda Situ Cileunca digunakan sebagai salah satu sumber listrik bagi kota Bandung, selain itu juga debit airnya juga digunakan sebagai cadangan sumber air bersih bagi kota Bandung dikala itu dengan kapasitas air 9.89 juta M³. Situ Cileunca merupakan obyek wisata alam dan danau buatan dengan luas 181 Ha serta berada pada ketinggian 1550 M dpl. Pembahasan tentang sumber listrik kota Bandung akan di ulas pada sub bab bahasan kusus. Gambar berikut ini menggambarkan kondisi Situ Cileunca tempo doeloe yang di dimanfaatkan sebagai lokasi rekreasi. Bentuk topografi yang cekung yang menyebabkan wilayah ini memungkinkan untuk di buat bendungan sebagai tandon air dengan berbagai manfaat.



Gambar 3. Kondisi yang menggambarkan keadaan Situ Cileunca Tempo Doeloe

(Sumber. Bandung.com)

Namun, demi alasan memenuhi kebutuhan listrik dan cadangan air bersih untuk warga Bandung, akhirnya kawasan tersebut kemudian dijadikan danau atau dikenal pula sebagai Situ. Pembangunan Situ Cileunca memakan waktu yang cukup lama, yakni sekitar tujuh tahun. Tepatnya sejak 1919 hingga 1926 silam. Tempat wisata di Pangalengan itu dibangun dengan membendung aliran Sungai Cileunca. Ini pula yang menjadi alasan penamaan bagi danau buatan tersebut. Sementara bendungannya kini diberi nama Dam Pulo.

C. Situ Cipanunjang

Desa Margaluyu di Pangalengan ini selain memiliki Situ Cileunca juga memiliki Situ Cipanunjang, letaknya tidak seberapa jauh dipisahkan oleh perkampungan dan kebun sayur mayur, kopi, teh juga tanah keras lainnya. Dari kampung penduduk ke lokasi situ ini bisa di tempuh dengan berjalan kaki menuruni jalan yang berbukit dengan fasilitas jalan yang sudah memadai sehingga bisa di lalui kendaraan baik roda dua maupun roda empat. Menuju lokasi ini masyarakat menamakannya sebagai Taman

Bintang. Lokasi ini sudah di lengkapi dengan kebutuhan amenities lainnya, seperti Toilet, Musola, Kursi-kursi dan kelengkapan standar lainnya.

Situ Cipanunjang merupakan sebuah waduk seperti halnya Situ Cileunca yang terletak di ketinggian sekitar 1.422 meter di atas permukaan laut, waduk ini adalah waduk tertinggi di Indonesia. Memiliki fungsi untuk menunjang keberadaan Waduk Cileunca yang berada di bawahnya. Volume tampungan maksimal dari waduk ini mencapai 24,5 juta meter kubik, dengan membendung Sungai Cipanunjang dengan luas genangan 181 hektar. Dibangun dan di rancang oleh Pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1927 dan di operasikan 3 tahun kemudian yaitu di tahun 1930.

Kegunaannya untuk Pembangkit listrik milik dari Perusahaan Milik Negara (PLN), ketinggian di puncak 1.448 Mdpl. Menurut informasi bahwa tipe dari waduk ini adalah Tipe Bendungan Urugan, dengan luas Chactment area atau luas daerah tangkapan air 7,8 km². Saat ini pemanfaat dari situ ini selain untuk wisata air juga di manfaatkan oleh petani ikan sebagai pemeliharaan ikan air tawar dan udang. Berikut ini beberapa gambar yang memperlihatkan gambaran situasi lokasi Situ Cipanunjang.



Topografi bergelombang jalan menuju lokasi Situ Cipanunjang



Kelengkapan amenities yang melengkapi Situ Cipanunjang sebagai lokasi Objek Wisata Alam



Suasana di pagi hari di desa Margaluyu perkampungan yang berada di antara Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang



Suguhan yang menarik bertemu dengan Ibu-ibu pekerja perkebunan di pagi hari. Membangkitkan semangat dengan hawa pegunungan yang menyegarkan

Gambar 5: Suasana objek Wisata Taman Bintang Situ Cipanunjang

D. Keindahan Alam dan Ekosistem

Keindahan panorama daerah Pangalengan terbentuk karena adanya bentukan alam yang terlihat dari kejauhan berupa uncak-puncak perbukitan di tempati oleh Gunung Kromong (908 m), Geulis (1151 m), Pipisan (1071 m), dan Bukitcula (1013 m). Pada umumnya, bentang alam perbukitan ini tersusun oleh batuan gunung api tua yang berumur kurang lebih 23 juta tahun yang lalu. Dataran tinggi Bandung dengan tinggi (700 m) terletak di bagian utara, mulai dari daerah Banjaran di sebelah barat dan Majalaya di sebelah timur meluas ke utara hingga Cimahi dan kota Bandung. Dataran ini tersusun oleh endapan danau dan batuan gunung api Sunda - Tangkubanparahu.

Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat yang di lakukan secara kolaborasi dengan melibatkan 42 Universitas dari berbagai disiplin ilmu, dilaksanakan di Dataran Pangalengan (1400 m) yang relatif sempit dan terletak di bagian selatan, hampir dikelilingi oleh puncak-puncak

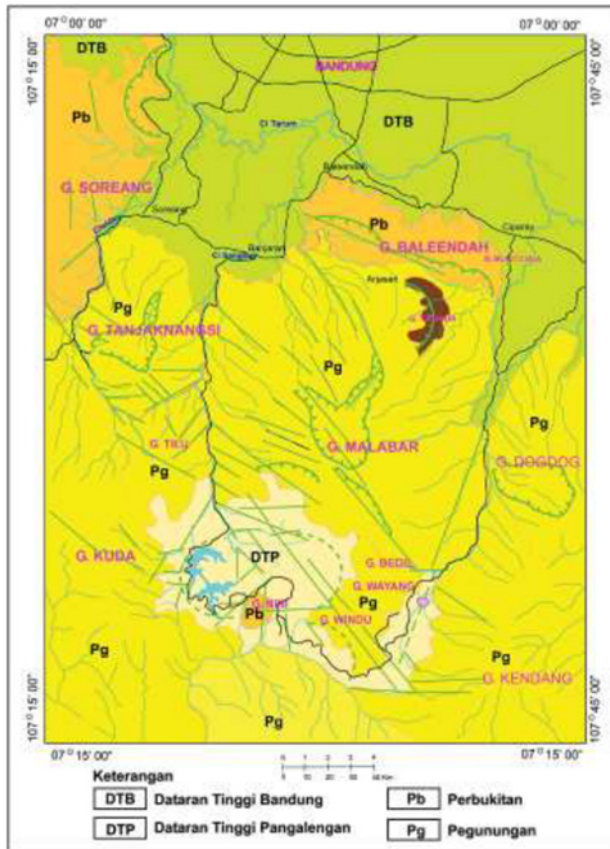
pegunungan, yakni Gunung Malabar di sebelah utara, Gunung Kendang - Guha di sebelah timur, dan Gunung Kuda di sebelah barat. Hanya ke selatan berbatasan dengan Pegunungan Selatan yang bahan penyusun tanah dan batuanya utamanya adalah batuan produk gunung api Tersier yaitu umur tanah dan batuan yang terbentuk kurang lebih 23 juta tahun yang lalu. Kondisi inilah yang menyebabkan daerah Pangalengan menjadi daerah yang subur. Di tengah-tengah Dataran Pangalengan terdapat sebuah danau bernama Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang.

Dataran Pangalengan ini tersusun oleh endapan piroklastika yang sangat tebal, menjadikan daerah ini pertanian yang subur dan mudah mendapatkan air bersih. Kesuburan tanah ini disebabkan tanah kaya akan mineral dan hara tanaman selain itu sangat gembur. Karena sifat fisik batuan dan tanah wilayah ini bersifat porus (mudah menyerap air, menyebabkan daerah ini mudah untuk mendapatkan air permukaan maupun air bawah permukaan).

Aliran sungai utama di daerah Bandung Selatan ini adalah Ci Tarum yang berhulu di sebelah barat Gunung Api Kendang dan Gunung Api Dogdog, mengalir ke utara hingga Majalaya kemudian ke barat masuk ke Waduk Saguling. Cabang sungai besar Ci Tarum di daerah penelitian bagian timur adalah Ci Hejo yang berhulu di lereng timur G. Malabar. Di bagian tengah adalah Ci Sangkuy dan sungai ini yang berhulu di Situ Cileunca dan mengalir ke utara di sebelah barat Gunung Malabar. Cabang sungai besar paling barat adalah Ci Widey yang berhulu di Kawah Putih Gunung Patuha dan mengalir di tepi barat kota Soreang. Di kawasan Gunung Wayang dan Gunung Windu terdapat banyak mata air panas. Mata air panas tersebut bersama-sama dengan Situ Cileunca merupakan lokasi pariwisata di dataran tinggi Pangalengan.

Pada gambar 7 di perlihatkan bahwa lokasi Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang merupakan suatu dataran yang di kelilingi oleh gunung-gunung atau pegunungan, yaitu Gunung Kuda di bagian Barat, Gunung Tilu di sebelah Utara. Di Utara bagian tengah di batasi oleh Gunung Malabar, di sisi timur di bentengi oleh Gunung Dogdog. Selanjutnya Situ

dan dataran Situ Cileunca dan Cipanunjang ini di batasi oleh Gunung Bedil Gunung Wayang dan Gunung Windu oleh sebab itu bentukan topografi ini disebut sebagai daerah Pegunungan. Paling ujung selatan terdapat gunung Kendang. Kondisi fisiografi seperti ini menyebabkan aliran angin dari arah gunung ke arah lembah Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang, tah heran di pagi hari sering terbentuk kabut tebal yang menciptakan suasana alam yang eksotis.



Gambar 6: Peta Topografi yang memperlihatkan kondisi Geomorfologi Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang, di lilingi oleh deretan pegunungan.

Keberadaan Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang menciptakan suatu keseimbangan ekosistem yang cukup besar di mana siklus air terjadi.

Proses Evaporasi terjadi dari luasan waduk yang ada juga dari permukaan air sungai yang bermuara kedalam dua situ tersebut. Selain itu keberadaan tegakan pohon juga terjadi proses transpirasi, tertiup oleh angin ke arah pegunungan menjadi awan hujan, tertiup kembali ke daerah lembah menjadi air hujan. Air hujan yang turun sebagian menjadi air larian (*run off*) di permukaan pada tanah-tanah yang sudah jenuh air atau karena permukaan tanah tertutup semen sehingga air tidak bisa meresap ke bawah permukaan (*infiltrasi*).

Namun pada umumnya sebagian besar wilayah Pangalengan ini masih banyak area terbuka, sehingga air meresap kembali ke dalam tanah, terjadi proses *infiltrasi* dan proses *perkolasi* dalam tanah. Hal ini menjadikan tetap terjaganya Ekosistem dan siklus berjalan normal. Begitu juga siklus Nitrogen dan siklus Karbon akan berjalan dalam kondisi normal.

Bentuk topografi yang diingkupi oleh pegunungan ini menjadikan wilayah terbentuk topografi tinggian dan dataran, kondisi ini menyebabkan terbentuknya awan hujan akibatnya daerah Pangalengan memiliki curah hujan yang tinggi. Wilayah dataran yang seolah-olah di pagari oleh gunung-gunung yang menyebabkan angin yang tertiup ke arah pegunungan sebagai awan hujan dan turun kembali ke dataran.



Gambar 8: Panorama Situ Cipanunjang menggambarkan keseimbangan Ekosistem Alam dimana Siklus Hidrologi berlangsung. Proses Evaporasi terjadi pada bentangan permukaan air, Evapotranspirasi dari tumbuhan dan proses Infiltrasi terjadi pada permukaan tanah yang terbuka.

E. Potensi Aktivitas Wisata Waduk

Situ Cileunca yang berlokasi di pinggir jalan menuju Perkebunan Pasir Malang Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, membuat daya tarik wisata bagi wisatawan yang melewati situ Cileunca ini. Di sepanjang jalan ini disuguhkan pemandangan alami berupa waduk yang dilatarbelakangi oleh gunung Wayang yang menawan.

Selain pemandangan yang menawan, terdapat beragam kegiatan alam yang dapat dinikmati wisatawan. Misalnya arum Jeram. Kegiatan arum jeram ini dimulai dari Situ Cileunca dilanjut menelusuri Sungai Palayangan, dengan lama perjalanan sekitar 2 jam, dengan jarak tempuh sekitar 4,5 Km. Sepanjang perjalanan disuguhkan pemandangan yang sangat menarik di kiri kanan sungai, hutan nan hijau, juga jeram-jeram yang membuat tertantang untuk menaklukkannya. Selain itu terdapat paintball di 4 lokasi, 2 lokasi di sekitar Situ Cileunca, dan 2 lokasi lagi

berada di area hutan pinus Rahong dan Kampung Singkur. Terdapat juga kegiatan alam yang menantang lainnya, yaitu flying fox yang berada di dekat parkir, hutan pinus rahong, teras situ, dan di camping ground. Bagi wisatawan yang berminat memamah, disediakan di lokasi penginapan di sekitar situ Cileunca. Dan wisatawan yang ingin mendapatkan ketenangan, dapat melakukan lake tour, disamping mendapat suguhan pemandangan pegunungan, juga terdapat pemandangan jembatan cinta di area Situ Cileunca.

Fungsi Situ Cileunca, ternyata tidak hanya sebagai sebagai sumber air baku bagi warga kota Bandung dan tempat rekreasi beragam kegiatan alam. Terdapat fungsi situ sebagai penampung air untuk disalurkan ke pembangkit Listrik. Terdapat 3 (tiga) pembangkit Listrik tenaga air yang memanfaatkan air dari Situ Cileunca. Ke tiga pembangkit Listrik tersebut adalah PLTA Plengan, PLTA Lamajan, dan PLTA Cikalong. Seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 9. Pembangkit Listrik tenaga air yang memanfaatkan air Situ Cileunca

Ketiga pembangkit Listrik tenaga air ini merupakan sub Unit Pembangkit (UP) Saguling yang pengelolaannya dilakukan oleh PT. Indonesia Power, yang merupakan anak usaha dari PT. PLN (Persero). Unit Pembangkit Saguling ini memiliki kapasitas terpasang sebesar 797,36 MW, yang diantaranya ditopang oleh ke tiga sub unit pembangkit tersebut, yaitu PLTA Plengan sebesar 6,87 MW, PLTA Lamajan sebesar 19,56 MW, dan PLTA Cikalong sebesar 19,20 MW (uni Astutik, CNBC Indonesia, 2019).

Unit Pembangkit Saguling ini sangat berperan penting dalam sistem kelistrikan Jawa Bali. Listrik yang dihasilkan oleh ketujuh sub pembangkit, yaitu PLTA Bengkok dan Dago, PLTA Plengan, PLTA Lamajan, PLTA Cikalong, PLTA Ubrug, PLTA Karacak, dan PLTA Parakan Kondang, disalurkan melalui Gardu Induk Tegangan Extra Tinggi (GITET) Saguling. Kemudian listrik ini diinterkoneksi ke sistem jaringan se Jawa Bali melalui Saluran Utama Tegangan Extra Tinggi (SUTET) 500 KV. (uni Astutik, CNBC Indonesia, 2019).

Saat ini, listrik yang dihasilkan oleh suatu pembangkit listrik, tidak lagi dipergunakan oleh warga sekitar pembangkit listrik ini. Tetapi telah diinterkoneksi ke sistem jaringan Jawa Bali. Hal ini dikarenakan jika terjadi gangguan atau pemeliharaan di suatu pembangkit listrik, maka listrik di daerah tersebut dapat di suplai dari jaringan interkoneksi Jawa Bali, yang merupakan pengamanan suplai listrik Jawa Bali ketika terjadi gangguan listrik. Sehingga masing-masing pembangkit saling berkontribusi dalam penyediaan listrik.

Ketiga pembangkit listrik ini, selain berkontribusi terhadap kelistrikan Jawa Bali, di sisi lain juga mempunyai manfaat sebagai tempat wisata. Terlebih, pembangkit Listrik ini, di bangun pada masa penjajahan Belanda, yang sampai saat ini masih dapat dipergunakan.

Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) Plengan berlokasi di Desa Pulosari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. PLTA ini dibangun tahun 1918, dan selesai Pembangunan pada tahun 1924 (Mildan Abdalloh, 2022). Namun telah dioperasikan sejak bulan Oktober 1922, dan

masih berfungsi sampai saat ini. PLTA ini memiliki gedung power house dengan lima buah turbin. Di awal berdirinya, PLTA ini memiliki tiga unit turbin, dan pada tahun 1962 ditambah satu unit turbin berkapasitas 1,6 MW, dan tahun 1996 ditambahkan 1 unit turbin berkapasitas 1,6 MW (Yuga Hassani – detikJabar, 2022).



Gambar 10. PLTA Plengan (M. Elgana Mubarokah, 2022)

Pembangkit Listrik Tenaga Air Lamajan, dibangun pada tahun 1922 dan mulai beroperasi pada tahun 1925. Pembangkit ini terletak di Desa Tribaktimulya, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. PLTA Lamajan memiliki tiga unit generator. Generator 1 dan 2 dibuat tahun 1924, dan beroperasi pada tahun 1924. Sementara itu, generator unit 3 dibuat pada tahun 1933, dan baru beroperasi tahun 1934. (Asri Nur Kholis Sofiah, 2020). Akses menuju PLTA Lamajan, saat memasuki area, terlihat rumah dinas bergaya kolonial Belanda. Ada juga bangunan untuk kantor, musola, dan gardu utama. Jika di akses dari jalan utama, akan terlihat sepasang pipa raksasa berwarna kuning bak membelah bukit. Pipa ini di antara hutan lindung yang sangat asri. (kumparanBISNIS, 2019).



Gambar 11. Lori menuju power house PLTA Lamajan, di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. (Foto: Irfan Adi Saputra/kumparan)

PLTA ini memiliki daya tarik tersendiri, yang berbeda dengan PLTA lainnya. Dimana untuk mencapai *power house* para petugas harus menuruni sebuah lintasan rel yang panjang dan curam, dengan lintasan yang memiliki panjang sekitar 200 meter dengan kemiringan 45 derajat. Menuruni lintasan ini dengan menggunakan lori yang diikat dengan tali baja. Lori ini hanya memuat enam orang penumpang, dan sanggup mengangkut beban hingga 5 ton. Selain menggunakan lori, terdapat sekitar 500 anak tangga untuk menuju *power house* tersebut. (kumparanBISNIS, 2019).

Perjalanan menuju *power house* ini cukup memacu adrenalin. Hal ini disebabkan laju lori yang hanya ditarik oleh tali baja berjalan sangat lambat. Kecepatannya seperti kecepatan berjalan kaki. Dibutuhkan waktu sekitar 8 menit untuk sampai ke *power house*. Di akhir perjalanan, akan terdengar suara mesin turbin yang bersahutan dengan aliran air yang cukup deras. Selain itu, terlihat sepasang pipa pesat raksasa yang masih berdiri dengan kokohnya di sebelah kiri. Sedangkan di sebelah kanannya terdapat bangunan tempat dari tiga unit turbin yang masing-masing berkapasitas 6,5 MW, dan juga terdapat ruang kontrol bagi operator.

PLTA selanjutnya adalah PLTA Cikalong, yang dibangun pada abad ke 19, dan diresmikan tahun 1954 oleh Presiden Soekarno, dengan kapasitas daya sebesar 19,20 MW. PLTA ini terletak di Desa Lamajang, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Di desa ini menyimpan banyak kekayaan budaya, di antaranya Rumah Adat Cikondang. Selain itu terdapat juga daya tarik wisata di PLTA Cikalong, dimana adanya batu yang berukuran besar di tengah kolam tandon pembangkit Listrik. Batu ini menjadi daya tarik wisatawan karena konon ceritanya batu ini tidak bisa dipindahkan, bahkan dengan dinamit sekalipun. Sampai saat ini batu yang bernama Eon ini masih menjadi daya tarik pengunjung. Hanya saja, wisatawan tidak bisa melihat dari dekat, karena di pagar kawat mengelilingi kolam tandon pembangkit listrik ini. (Mildan Abdalloh, 2021).



Gambar 12. Batu Eon di PLTA Cikalong, Desa Lamajang, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung (Foto desalamajang.wordpress.com)

Daftar Pustaka

Abdalloh, M. 23 April 2021. Misteri Batu Eon di Kolam Tandon PLTA Cikalong Pangalengan. Ayobandung.com. <https://www.ayobandung.com/soreang/pr-79720898/misteri-batu-eon-di-kolam-tandon-plta-cikalong-pangalengan>

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pekerjaan Umum (1995). Bendungan Besar Di Indonesia (PDF). Jakarta: Departemen Pekerjaan Umum. hlm. 34.
- Daftar Wisata Situ Cileunca Pangalengan Bandung. Situ-cileunca.com. <https://situ-cileunca.com/wisata-situ-cileunca-daftar/>. Diakses pada 1 Mei 2024.
- Fitriani, T. 15 Juni 2022. Legendaris! Kisah PLTA Cikalong dan Misterinya. Zonaebt.com. <https://zonaebt.com/hidro/legendaris-kisah-plta-cikalong-dan-misterinya/>
- Hassani, Y. 4 Oktober 2022. Keistimewaan PLTA Plengan di Bandung yang sudah berusia satu abad. Detik.com. <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6326708/keistimewaan-plta-plengan-di-bandung-yang-sudah-berusia-satu-abad>
- Jalan-jalan ke PLTA Lamajan, Pembangkit dari Zaman Belanda. 15 Mei 2019. Kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/jalan-jalan-ke-plta-lamajan-pembangkit-dari-zaman-belanda-1r52So4U75z/1>
- Mubarokah, M.E. 3 Oktober 2022. Melihat PLTA Plengan, Sumber Energi Terbarukan yang Kini Berusia 100 Tahun. Kompas.com. <https://bandung.kompas.com/read/2022/10/03/170512278/melihat-plta-plengan-sumber-energi-terbarukan-yang-kini-berusia-100-tahun?page=all>
- PLTA Cikalong dan Batu Eon di Lamajang Pangalengan. Serbabandung.com. <https://www.serbabandung.com/plta-cikalong-dan-batu-eon/>. diakses pada 30 April 2024
- Sinaro, Radhi (2007). Menyimak Bendungan di Indonesia (1910-2006) (dalam bahasa Indonesia). Tangerang Selatan: Bentara Adhi Cipta. ISBN 978-979-3945-23-1.
- Sofiah,A.N.K. Hakim, A. (2020. Sejarah PLTA Lamajan Pangalengan sebagai Situs Peninggalan Belanda di Kabupaten Bandung Tahun 1925. Historia Madania, Volume 4(1:129)

Biografi



Dr. Ir. Teti Syahrulyati, M.Si., lahir di Sukabumi 1 Juni 1962. Penulis menempuh pendidikan S1 jurusan Teknik Geologi di Fakultas Teknik Universitas Pakuan, S2 di Sekolah Pasca Sarjana IPB- Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan (PSL) dan S3 Fakultas Teknik Geologi Universitas Padjadjaran.

Sebagai dosen Yayasan Pakuan Siliwangi mengajar di Fakultas Teknik jurusan Teknik Geologi dan di Fakultas MIPA Jurusan Teknik Kimia. Bidang keahlian yang di geluti adalah bidang ilmu paleontologi. Saat ini menjabat sebagai Kepala Laboratorium Fakultas Teknik. Minat dan hobby yang di geluti adalah mengembak biakan tanaman hias dan bunga anggrek. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0852-8455-.1155, atau melalui email ke alamat : tetisyahrulyati@unpak.ac.id.



Evyta Wismiana, ST. MT, lahir di Madiun pada 8 Mei 1971. Pendidikan S1 diselesaikan di Program Studi Teknik Elektro Universitas Muhammadiyah Malang, dan Pendidikan S2 di tempuh di Teknik Elektro Institut Sains dan Teknologi Nasional Jakarta.

Sejak tahun 1997 sampai sekarang menjadi dosen tetap di Program Studi Teknik Elektro Universitas Pakuan. Selain itu mengemban tugas sebagai asisten wakil dekan bidang penelitian, pengabdian, dan publikasi di Fakultas Teknik, Universitas Pakuan. Dapat dihubungi di evytawismiana@unpak.ac.id.



BAB 4

Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata

Dr. Gairah Sinulingga S.E., M.M., GRCP

A. Peningkatan Infrastruktur Wisata

Pengembangan potensi pariwisata meliputi berbagai kegiatan yang bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah. Kegiatan tersebut dapat berupa pelestarian budaya dan lingkungan alam, yang salah satunya dapat dicapai melalui pengembangan dan peningkatan infrastruktur dari dan ke menuju lokasi wisata.

Jika suatu lokasi atau destinasi wisata tidak memiliki sarana dan infrastruktur yang memadai dapat memberikan dampak negatif, berikut ini.

1. Keterbatasan akses, tanpa sarana dan infrastruktur yang baik maka akses ke daerah wisata dan sekitarnya menjadi sulit. Hal mana dapat menyebabkan sedikitnya jumlah pengunjung karena menghindari kemungkinan terbuangnya waktu dan pemborosan BBM karena

macet dan tidak bisa memaksimalkan kecepatan kendaraan dan waktu tempuh.

2. Wisatawan berpindah, jika infrastruktur jauh dari memadai. Pengunjung mungkin akan mencari alternatif destinasi yang lebih mudah diakses. Dampaknya pendapatan dari sektor wisata bukannya bertambah malah menurun.
3. Risiko keamanan. Pengunjung bisa jadi akan tersesat dan nyasar karena tidak tersedia peta jalan menuju destinasi. Hal mana dapat menyebabkan wisatawan memasuki daerah berbahaya yang dapat menyebabkan terjadinya risiko kecelakaan dan kriminalitas yang pada akhirnya bukan menguntungkan daerah wisata malah menjadi informasi negatif yang merugikan daerah wisata.
4. Dampak Lingkungan, umumnya daerah wisata sudah memiliki ekosistem yang baik. tanpa dukungan infrastruktur yang akurat pengunjung dapat saja mengambil rute dan arah yang salah menuju destinasi. Dampaknya bisa menimbulkan kerusakan lingkungan alam sekitarnya.

Untuk mengantisipasi terjadinya dampak negatif tersebut, perangkat pemerintah daerah destinasi dengan pihak terkait sebaiknya melakukan perbaikan infrastruktur melalui investasi dan pengembangan sarana infrastruktur.

Pada akhirnya dapat meningkatkan kesan baik dari pengunjung dan menceritakan pengalamannya saat berkunjung ke daerah destinasi wisata ke lingkungannya. Informasi tersebut sekaligus promosi gratis untuk meningkatkan jumlah wisatawan, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dari sektor wisata sekaligus melindungi lingkungan alam.

Begitu pentingnya sarana dan infrastruktur yang memadai pada suatu destinasi. Peningkatan infrastruktur menjadi kunci untuk mendatangkan wisatawan. Berikut ini apa saja yang dapat dilakukan daerah destinasi berikut perangkatnya untuk meningkatkan infrastruktur daerah wisata:

1. Aksesibilitas. Untuk memudahkan pengunjung menuju destinasi dengan mudah dan tepat waktu, dapat dilakukan dengan perbaikan

sarana jalan raya. Perbaikan jalan raya tersebut memudahkan wisatawan menuju ke lokasi baik dari jalur darat, kereta api atau mungkin langsung dari dan ke Bandara.

2. Telekomunikasi, merupakan salah satu terpenting saat ini. Medianya tentu saja tersedianya sarana dan akses internet yang cepat dan memadai. Kapasitas dan kecepatan internet sangat dibutuhkan wisatawan saat berkunjung ke destinasi karena dengan internet mereka dapat menikmati dengan aman dan nyaman destinasi dengan tetap bisa berkomunikasi dengan keluarga, kerabat, teman dan pekerjaan mereka. Sekaligus juga bisa mengeksplorasi semua informasi tentang destinasi ke media sosial yang mereka miliki. Misalnya melakukan siaran langsung kunjungan di *Instagram* atau di *Facebook* mereka
3. Akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tersegmentasi sesuai dengan preferensi dan anggaran masing-masing pengunjung. Akomodasi tersebut dapat berupa pembangunan hotel, resort, vila atau *guest house* yang berkualitas dan pelayanan yang baik.
4. Fasilitas Publik, untuk menambah kenyamanan pengunjung. Hal tersebut bisa dilakukan dengan membangun toilet, tempat parkir, pusat penerangan informasi wisata. Semuanya sebaiknya dalam kondisi yang bersih rapi dan wangi.
5. Kebersihan dan Keamanan, saat bahkan sering menjadi salah satu informasi yang pertama dicari pengunjung sebelum menuju destinasi. Kebersihan dan keamanan dapat ditunjang dengan menyediakan fasilitas tempat pembuangan sampah yang baik dan selalu tersedia dan rajin diangkut untuk menghindari penuhnya dan tumpukan sampah serta keamanan dapat dilakukan dengan rutin dan terjadwal petugas melakukan patroli keamanan daerah destinasi.
6. Sumber Daya Manusia yang terdidik dan terlatih untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pengunjung. Penduduk sekitar destinasi perlu diberikan pendidikan dan pelatihan tentang bagaimana memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, informatif dan profesional kepada pengunjung. Hal mana akan memberikan

pengalaman yang menarik bagi wisatawan dan mempromosikan keberlanjutan pariwisata.

7. Perawatan dan Pemeliharaan sarana transportasi daerah destinasi. Transportasi dibutuhkan wisatawan untuk memudahkan pengunjung bergerak dari satu tempat wisata ke tempat wisata yang lain. Sarana transportasi lokal dapat berupa bus, kereta api atau tersedianya layanan taksi yang andal dan terjangkau.
8. Bekerjasama dengan pihak ketiga. Pihak ketiga bisa saja investor atau pihak swasta untuk mendukung investasi pengembangan infrastruktur seperti pengembangan properti, restoran, toko souvenir, dan sebagainya.
9. Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dapat dilaksanakan dengan membuat aplikasi digital yang dapat diunduh wisatawan melalui aplikasi smart handphone mereka. Aplikasi tersebut dapat memuat informasi tentang peta jalan, agenda atraksi budaya, promosi dan penawaran-penawaran khusus untuk pengunjung.

Pemerintah dan perangkat desa Margaluyu dapat melakukan kombinasi dari berbagai alternatif pengembangan sarana transportasi tersebut dan dapat melakukan tindakan prioritas sesuai dengan urutan kepentingan yang mana paling dibutuhkan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki daerah wisata desa Margaluyu dan Kecamatan Pangalengan. Pengembangan Sumber Daya merupakan salah satu hal pokok yang mendesak dilakukan dengan melaksanakan program edukasi secara berkelanjutan.

B. Pengembangan Program Wisata Edukasi dan Ekowisata

Program Edukasi dan Ekowisata adalah inisiatif yang mengintegrasikan pendidikan serta pelestarian lingkungan alam dalam aktivitas pariwisata. Fokusnya memberikan pengalaman belajar yang menarik bagi pengunjung sekaligus mengedepankan kesadaran pentingnya menjaga alam.

Dalam program ini, wisatawan tidak hanya berkunjung ke destinasi pariwisata, tetapi juga terlibat dalam kegiatan yang memungkinkan mereka mempelajari aspek-aspek alam, lingkungan hidup, keanekaragaman hayati, dan warisan budaya lokal. Contohnya jelajah alam, kegiatan konservasi, seperti penanaman pohon atau pembersihan pantai, serta pembelajaran langsung dari komunitas lokal tentang kearifan lokal dan tradisi budaya mereka.

Program ini tidak hanya memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan lingkungan serta mendukung upaya konservasi, tetapi juga berperan dalam mempromosikan budaya lokal dan memberikan dukungan ekonomi bagi masyarakat setempat.

Berikut contoh program wisata edukasi dan ekowisata yang dapat dilaksanakan di desa Margaluyu, berdasarkan pengamatan ke lokasi dan topografi daerahnya.

1. Desa Margaluyu dengan Kawasan Hutan Tropis. Desa Margaluyu masih memiliki hutan tropis alami, bahkan pernah dijadikan lokasi tempat salah satu film terkenal di Indonesia. Kawasan hutan yang belum terjamah tersebut akan memberikan pengalaman yang unik bagi pengunjung.
2. Desa Ekowisata. Desa Margaluyu memiliki potensi untuk dijadikan desa ekowisata karena memiliki alam yang sejuk dan dingin dikelilingi kebun teh dan perkebunan dan pertanian milik rakyat serta memiliki danau yang berpotensi sebagai tempat wisata.
3. Desa dengan Keterlibatan Masyarakat Lokal. Partisipasi aktif masyarakat lokal adalah kunci keberhasilan program ekowisata. Bentuk partisipasi masyarakat misalnya memberikan kontribusi harta benda dan tenaga, penyampaian ide dan pikiran serta pengambilan keputusan.
4. Diversifikasi Ekonomi. Program ekowisata dapat menjadi peluang ekonomi baru bagi desa Margaluyu. Diversifikasi melalui pariwisata akan membantu mengurangi risiko ketergantungan pada satu sektor pertanian saja.

Dengan menggabungkan semua program wisata edukasi dan ekowisata tersebut dapat menciptakan pengalaman wisata yang berkesan sambil memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat setempat. Selanjutnya agar pengembangan wisata edukasi dan ekowisata dikenal dengan baik maka perlu dilakukan sosialisasi dan penyebaran informasi ke masyarakat. Tindakan yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan semua media komunikasi yang tersedia untuk melakukan pemasaran dan promosi.

C. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran dan promosi kepada pasar sasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain sebagai berikut:

1. Identifikasi Sasaran Pengguna. Langkah awal adalah mengenali kelompok yang menjadi target program ini. Apakah mereka berasal dari pelajar tingkat menengah, mahasiswa, atau masyarakat umum yang tertarik pada lingkungan dan pembelajaran? Dengan memahami dengan siapa maka program ini akan berinteraksi, kita bisa mengadaptasi pesan dan metode promosi sesuai kebutuhan.
2. Pemanfaatan Media Sosial. Penggunaan *platform* media sosial menjadi strategi vital dalam mempromosikan program wisata edukasi dan ekowisata. Dengan membuat akun khusus pada aplikasi *Instagram*, *Facebook*, dan *X*, kita dapat membagikan konten visual yang menarik seperti foto dan video untuk menarik perhatian calon peserta.
3. Kemitraan dengan Institusi Pendidikan. Bekerjasama dengan institusi pendidikan setempat dapat menjadi langkah yang efektif. Tawarkan program ini kepada sekolah dan perguruan tinggi sebagai bagian dari kurikulum ekstrakurikuler atau kegiatan di luar kelas.
4. Pengalokasian Dana untuk Iklan *Online*. Manfaatkan iklan online melalui *Google Ads* atau *platform* serupa untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan memilih kata kunci yang sesuai dan menyesuaikan target audiens, kampanye iklan dapat menjadi lebih efektif.

5. Kolaborasi dengan Komunitas Lokal. Aktivitas melibatkan komunitas lokal yang peduli terhadap lingkungan dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang program ini. Buatlah acara atau kegiatan bersama untuk menyoroti pentingnya edukasi dan ekowisata.
6. Penawaran Diskon dan Promo Spesial. Untuk menarik minat lebih banyak peserta, pertimbangkan untuk menawarkan diskon atau promo khusus bagi mereka yang mendaftar lebih awal atau dalam jumlah tertentu. Ini dapat menjadi dorongan tambahan bagi mereka yang masih ragu.
7. Pemasaran Konten melalui Blog dan Video. Buatlah konten informatif tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam program ini. Dengan menggunakan *blog* dan *video*, atau media sedang digemari masyarakat seperti *podcast* dan Tiktok, kita dapat menjelaskan manfaat dan pengalaman yang akan didapatkan oleh peserta.
8. Partisipasi dalam Pameran dan Event Pariwisata. Ikut serta dalam pameran dan event terkait pariwisata dapat menjadi kesempatan baik untuk memperkenalkan program ini kepada lebih banyak orang. Interaksi langsung dengan calon peserta dapat membantu menjelaskan lebih detail tentang program.
9. Penggunaan Testimoni dan Ulasan. Manfaatkan pengalaman positif dari peserta sebelumnya sebagai alat promosi. Testimoni dan ulasan mereka dapat membantu meyakinkan calon pengunjung tentang kualitas dan manfaat program wisata edukasi dan ekowisata ini.
10. Program *Referral*. Buatlah program *referral* di mana peserta yang sudah bergabung dapat mendapatkan insentif jika berhasil mengajak orang lain untuk ikut serta dalam program ini.

Selanjutnya agar program pemasaran dan promosi tersebut berhasil terlaksana dengan baik, yakni berhasil membuat masyarakat tertarik untuk melakukan wisata. Pemerintah dan perangkat desa perlu mempertimbangkan strategi tambahan. Diantaranya penyampaian pesan jelas dan menarik. Pesan harus dengan jelas menginformasikan manfaat

dan pengalaman yang akan didapat pengunjung dari program wisata edukasi dan ekowisata yang disediakan.

Hal berikutnya adalah konsistensi dalam melakukan *branding* disemua *platform* promosi. Tidak hanya sekali saja secara sporadis. Hal ini akan membantu meningkatkan kesan yang kuat terhadap program yang ditawarkan.

Tidak kalah penting yang berikutnya adalah tindak lanjut aktif terhadap peserta yang berminat. Tindak lanjut dapat berarti memberikan jawaban atas pertanyaan pengunjung setelah menerima dan memperoleh informasi program, menyapa calon pengunjung melalui email dan memberikan informasi tambahan terkait dengan program yang ditawarkan. Pada akhirnya monitoring dan mengukur kinerja dari strategi pemasaran yang dijalankan harus dilakukan. Gunakan data dan analisis yang mengevaluasi efektivitas dan melakukan penyesuaian jika diperlukan agar mencapai target yang ditetapkan.

Daftar Pustaka

- Budilaksono Sularso. Dkk. (2024). Tantangan dan Peluang Desa Wisata menuju Desa Wisata Mandiri. Malang. Penerbi Litnus.
- Fandy Tjiptono, P. G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi (offset) Penerbit Andi.
- Fandeli, C. dkk. 2000. Pengusahaan Ekowisata. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada.
- Handayani, Dkk. (2014). Ekowisata: Antara Pelestarian Alam dan Pemberdayaan Masyarakat. PT Bumi Aksara, Jakarta
- Hariyadi, (2017). Wisata Pendidikan: Membangun Karakter Melalui Pengalaman. Buku Kompas. Jakarta
- <https://margaluyu.desa.id> di akses pada tanggal 23 Maret 2024 jam 10.00.
- Lu Jiaying, K Sanjay Nepal. (2020). *Sustainable tourism research: an analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669580802582480>

Nurokhim Arief dan Arifin M. Zainal. (2015). Wisata Edukasi Sebagai Upaya Peningkatan Pemahaman Lingkungan. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Sachari Agus dan Tazrin Tazrin. Pengantar Pariwisata. Buku Kompas. 2018. Jakarta

Santosa M. Edi dan Satria Arif. (2015). Ekowisata Indonesia: Peluang, Tantangan, dan Strategi. Buku Kompas. Jakarta.

Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta. Andi.

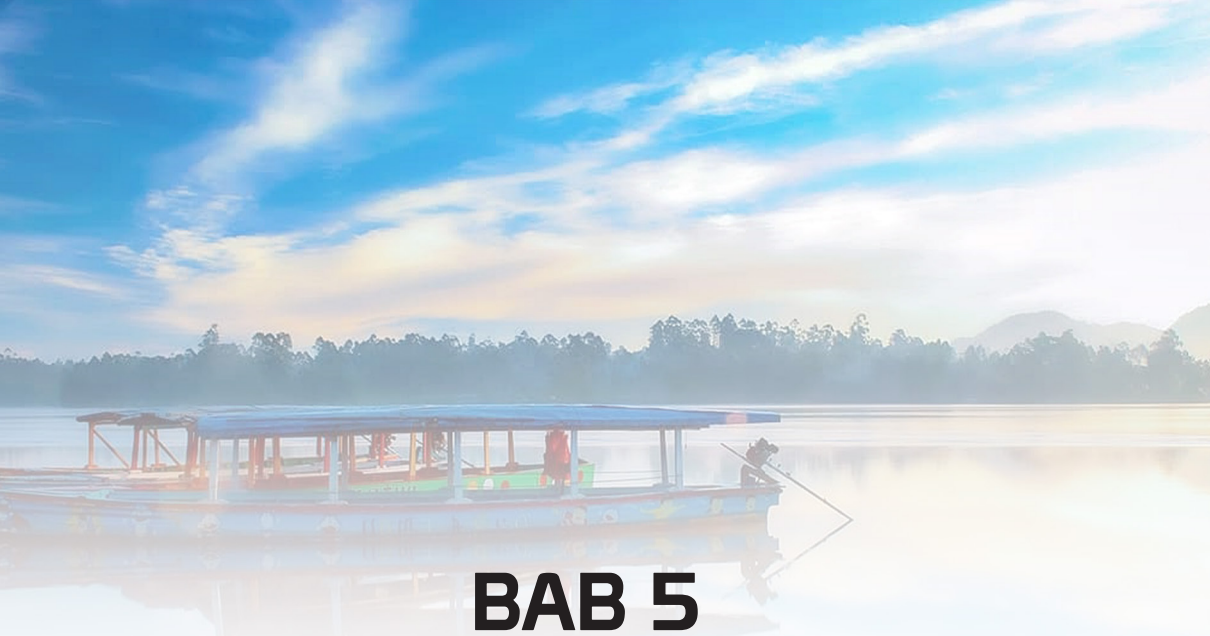
Biografi



Dr. Gairah Sinulingga S.E., M.M., GRCP, lahir di Tiga Binanga, Kab. Karo, 12 Desember 1968. Penulis pernah menempuh pendidikan S1 Jurusan Manajemen Pemasaran di USU Medan, S2 Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia di STIEBI Jakarta, dan S3 Doktor Manajemen Bisnis Jurusan Stratejik Manajemen di UNPAD Bandung. Penulis

bekerja sebagai praktisi Perbankan dan Financial Technology diberbagai Bank dan Perusahaan di Jakarta sekaligus dosen tersertifikasi dan tetap STIE Manajemen Bisnis Indonesia Depok Jawa Barat.

Bidang keahlian penulis antara lain: Manajemen Perbankan, Kredit, Manajemen Risiko, Manajemen Keuangan, Kepatuhan, Audit, Governance dan Stratejik Manajemen, Pemegang sertifikat Instruktur Pelatihan Sertifikasi Jenjang Kualifikasi Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah (SPPUR) Bank Indonesia dan Kementerian Tenaga Kerja. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0813-8820-9135. Email: gairah.sinulingga@stiemi.ac.id atau gslingga12@gmail.com



BAB 5

KONSEP PERCEPATAN PEMBANGUNAN EKONOMI DESA BERBASIS PENGEMBANGAN AGRO WISATA TERPADU DI DESA MARGALUYU, KECAMATAN PENGALENGAN, KABUPATEN BANDUNG BARAT

Dr. Muji, M.Si.

A. Pendahuluan

Kecamatan Pengalengan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Bandung Barat yang mempunyai potensi sumberdaya alam yang melimpah, baik berupa sumberdaya air dalam bentuk situ maupun sumberdaya lahan dengan kegiatan pertanian dan perkebunan. Namun demikian potensi sumberdaya alam yang cukup besar dan melimpah tersebut belum dimanfaatkan secara optimal bagi desa-desa untuk meningkatkan perekonomiannya.

Selain mempunyai sumberdaya alam cukup melimpah, sebagian besar desa-desa di Pengalengan mempunyai Modal Sosial Masyarakat Pedesaan Cukup Kuat. Kedua sumberdaya tersebut merupakan modal cukup besar dalam percepatan pembangunan ekonomi desa. Salah satu arahan program percepatan pembangunan ekonomi desa adalah dengan pengembangan wisata agro secara terpadu, yaitu mengembangkan kegiatan wisata berbasis kegiatan pertanian dan perkebunan yang terpadu.

Terdapat 3 (tiga) pendekatan pembangunan desa yang dapat digunakan yaitu: (1) pembangunan berbasis komoditas unggulan desa; (2) Pembangunan desa berbasis kawasan perdesaan; (3) Pengembangan komoditas/sector secara terpadu. Kenapa dengan pendekatan berbasis komoditas unggulan, karena (1) Budidaya bermacam-macam komoditas dalam satuan wilayah yang kecil tidak efisien, (2) Upaya untuk menurunkan biaya pendistribusian input dan pendistribusian output, (3) Untuk memudahkan manajemen. Sedangkan pendekatan berbasis kawasan perdesaan diharapkan dapat saling memperkuat antar desa dalam satu kawasan untuk mengembangkan potensi unggulan yang ada. (Mujio, 2023).

Tahapan Pembangunan Berbasis pengembangan komoditas/sector terpadu:

- Mengidentifikasi potensi pembangunan yang ada di desa
- Mengidentifikasi dan menyusun sistem pengembangan sistem keterkaitan hulu hilir pada sector yang ada.
- Menyusun tahapan pembangunan desa berdasarkan prioritas pengembangan

Atas dasar pendekatan di atas dan berdasarkan hasil survey di Desa Margaluyu, maka salah satu usulan rekomendasi dalam Percepatan pembangunan ekonomi desa berbasis komoditas unggulan desa adalah dengan pengembangan wisata agro secara terpadu di Desa Margaluyu. Wisata Agro merupakan sumberdaya lokal unggulan desa yang dapat dikembangkan untuk percepatan pembangunan desa. Diharapkan desa

pengembangan kegiatan agro ekosiwisata secara terpadu di Desa Margaluyu ini akan menjadi percontohan bagi desa desa yang lainnya.

B. Konsep Pengembangan Wisata Agro Terpadu di Desa Margaluyu

Pada prinsipnya konsep pengembangan wisata agro terpadu di Desa Margaluyu adalah bagaimana mengembangkan wisata agro dengan pengembangan kegiatan lainnya yang berbasis sumberdaya lokal. Pembangunan desa berbasis sumberdaya lokal menjadi sangat penting apabila dapat menggerakkan semua aspek-aspek perekonomian desa (Mujiyo, 2023). Pembangunan tidak terfokus pada satu sektor saja, tetapi dapat menggerakkan sektor-sektor lainnya. Pengembangan kegiatan pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang tepat dalam meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat baik lokal (desa) maupun nasional. Pariwisata mempunyai dampak dan manfaat cukup banyak, selain menghasilkan devisa negara, kegiatan pariwisata juga dapat memperluas lapangan kerja karena akan menumbuhkan kegiatan-kegiatan lain yang mendukung kegiatan pariwisata. Sektor pariwisata juga untuk menjaga kelestarian alam dan mengembangkan budaya lokal. Keunggulan pengembangan pariwisata adalah mempunyai dampak ganda (*multiplier effect*) dari pariwisata terhadap ekonomi. Pariwisata memberikan pengaruh Rdak hanya terhadap sektor ekonomi yang langsung terkait dengan industry pariwisata, tetapi juga industri yang Rdak langsung terkait dengan industry pariwisata. Analisis dampak ekonomi kegiatan wisata terkait dengan elemen- elemen penghasilan, penjualan dan tenaga kerja di daerah kawasan wisata yang terjadi akibat kegiatan pariwisata. (Putra dkk, 2017)

C. Multiplier Effect Kegiatan Agro-Wisata

Pengembangan agrowisata di Desa Margaluyu berbasis sumberdaya lokal akan memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat desa. Dampak langsung dari kegiatan wisata yang dapat diperoleh adalah pendapatan dari pengeluaran wisatawan untuk membeli tiket, wahana,

parkir, dan atau bayar toilet. Sedangkan dampak tidak langsungnya dapat berupa pengeluaran untuk pembelian baik berupa konsumsi warung maupun souvenir.

Dampak kegiatan wisata tidak langsung didukung oleh potensi kegiatan lainnya selain wisata. Kegiatan wisata tidak lepas dari souvenir sebagai buah tangan apabila wisatawan tersebut pulang. Souvenir dapat didukung dari dalam desa tersebut seperti hasil kegiatan pertanian dan peternakan dapat menghasilkan barang-barang yang dapat dijadikan souvenir. Kegiatan UMKM menjadi sentra pengembangan produk-produk pertanian, perkebunan dan peternakan menjadi barangbarang souvenir.

Seperti dilihat pada gambar 1, merupakan konsep percepatan ekonomi desa berbasis pengembangan wisata terpadu. Terdapat 5 (lima) modal desa yang dapat dijadikan dalam pengembangan ekonomi desa. Dari lima modal desa tersebut modal keindahan sumberdaya alam dan modal dua situ (Situ Cileunca Dan Situ Cipanunjang) menjadi modal dasar dalam pengembangan agro wisata di Desa Margaluyu. Nemun demikian pengembangan agro wisata harus didukung oleh modal lainnya yaitu modal sosial (keramahtamahan mayarakat desa), modal kegiatan UMKM (sebagai pendukung dalam pengadaan souvenir) dan modal lahan pertanian, perkebunan dan peternakan sebagai pendukung kegiatan agro wisata. Berikut ini adalah Potensi dan Modal Pembangunan Desa Pembangunan Desa Margaluyu, yaitu:

1. Situ Cileunca Dan Situ Cipanunjang
2. Keindahan alam pegunungan.
3. Sumberdaya Manusia (modal sosial)
4. Kegiatan UMKM Masyarakat
5. Sumberdaya lahan untuk kegiatan pertanian, perkebunan Petani, pekebun dan pemuda dengan etos kerja tinggi

Pengembangan agro wisata terpadu di Desa Margaluyu tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, desa dan pemerintah kabupaten, juga akan mengurangi pengangguran, karena untuk mendukung kegiatan

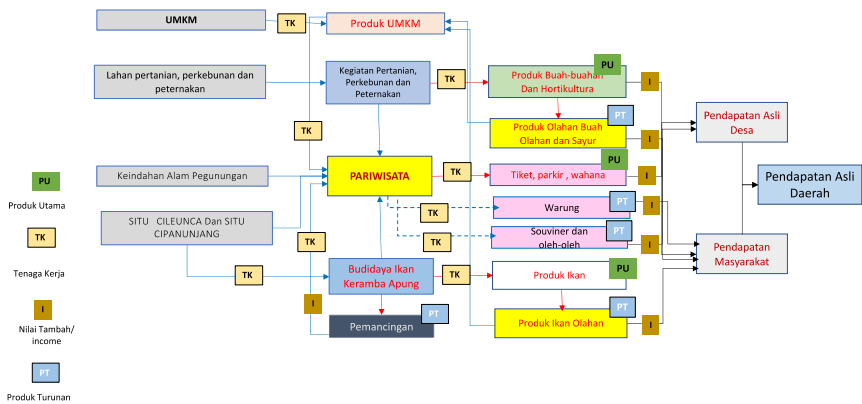
wisata dibutuhkan tenaga kerja (TK) yang tidak sedikit. Keberadaan dua situ yaitu Situ Cileunca Dan Situ Cipanunjang menjadi salah salah daya tarik agro-wisata di Margaluyu selain wisata pemandangan alam.

Keberadaan kedua situ dapat menunjang kegiatan agro-wisata Desa Margaluyu. Kedua Situ dapat dijadikan kegiatan budidaya jaring apung yang hasilnya untuk mendukung rumah makan/warung makan di sana. Kegiatan yang dapat dikembangkan di kedua situ tersebut adalah wisata pemancingan dan wisata air lainnya. Kegiatan yang dikembangkan di situ dapat menjadi Produk Turunan (PT) kegiatan agro-wisata Desa Margaluyu.

Kegiatan pertanian, peternakan dan Perkebunan selain sebagai pekerjaan utama masyarakat desa Margaluyu juga dapat mendukung kegiatan wisata sebagai salah satu daya tarik agro-wisata Desa Margaluyu. Kegiatan pertanian mulai dari proses dan kegiatan budidaya sampai panen menjadi salah satu daya tarik wisata disana. Produk-produk pertanian, peternakan dan Perkebunan (PT) juga dapat menjadi souvenir wisatawan. Pada akhirnya semua kegiatan baik itu kegiatan utama (wisata) maupun kegiatan penunjangnya akan memberikan NILAI TAMBAH (I) baik bagi masyarakat desa maupun bagi pemerintah desa dan kabupaten. Selengkapnya konsep percepatan Ekonomi Desa Margaluyu berbasis pengembangan Agro-wisata Terpadu dapat dilihat pada Gambar 1.

Dalam rangka membangun agro-wisata desa Margaluyu, ada beberapa arahan strategi, yaitu sebagai berikut:

- Membangun mindset masyarakat desa kayu agung menjadi desa wisata
- Melakukan pembinaan terhadap kegiatan masyarakat yang menunjang kegiatan pariwisata
- Menyelenggarakan event tahunan budaya sebagai daya tarik wisata
- Peningkatkan infrastruktur untuk menunjang kegiatan pariwisata
- Mempromosikan melalui berbagai media



Gambar 1. Konsep Percepatan Ekonomi Desa Margaluyu Berbasis Berbasis Pariwisata Terpadu

Daftar Pustaka

- Abadi SY, Yusuf Y, Rauf MA, Hasima R, Rizky A. Kajian Pemetaan Komoditas Unggulan Pertanian Berbasis Karakteristik Kewilayahan di Kota Baubau. *Kainawa: Jurnal Pembangunan & Budaya*. 2019;1(2):145–61.
- Adetiya Prananda Putra, Tantri Wijayanti, Jimmi Sandi Prasetyo, 2017 Analisis Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi Vol.1 No.2 Juli 2017 *Journal of Tourism and CreaRvity* ISSN: 2549-483X.
- Amarullah UI. *Perencanaan Pembangunan Desa Berbasis Kawasan*. 2021.
- Ardhana A, Abdul Qirom M. Analisis Komoditas Unggulan Di Wilayah Kesatuan Pengelolaan Hutan Lindung Model Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*. 2017; 14(2):143–55.
- Bachrein. Strategi dan Kebijakan Pembangunan Perdesaan Developing Village Approach in West Java. *Rural Dev Policy Strateg IAARD E-Journal*. 2010; 8(2):133–49.
- Budiharsono, S. *Membangun Keajaiban Wilayah Perdesaan*. 2019

- Diartho HC, Ekonomi F, Jember U, No JK, Timur K, Jember K, et al. Pengembangan Wilayah Perdesaan Berbasis Pada Potensi Sumber Daya Alam di Kabupaten Bondowoso Development of Rural Areas Based on Potential Natural Resources in Bondowoso Regency. *Ekonomi dan Studi Pembangunan*. 2018;18(2):102–22. E-ISSN: 2722-0842 | P-ISSN: 2721-8309 journal.pusbindiklatren.bappenas.go.id.
- Kuncoro SD. Pengembangan Wilayah Berbasis Subsektor Pertanian Hortikultura di Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*. 2014; 2(1):43.
- Martadona I, Purnamadewi YL, Najib M. Strategi Pengembangan Kawasan Agropolitan Berbasis Tanaman Pangan di Kota Padang. *Tata Loka*. 2014;16(4):234–44.
- Media Penelitian dan Pengembangan*, Vol. 7, No. 2, November 2023, Hal 9-23 p-ISSN: 2580-541X e-ISSN: 2614-3356.
- Mujio, Rindiani Agustina Rahayu, Novida Waskitaningsi, and Edy Mulyadi 2023. Village Development Sustainability Analysis: A Case Study in Cijeruk, Bogor Regency *THE JOURNAL OF INDONESIA SUSTAINABLE DEVELOPMENT PLANNING VOL. 4 NO. 1 – APRIL 2023*
- Mujio, Yeriko Septiawan, Janthy Trilusianthy Hidayat, Dion Achmad Armadi dan Novida Waskita Ningsih. 2023. PENENTUAN PUSAT PERTUMBUHAN SEBAGAI ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN PERDESAAN DI KECAMATAN CIJERUK KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Litbang Sukowati*.
- Murtiningrum F, Oktoyoki H. Perencanaan Pengembangan Kawasan Berbasis Pemberdayaan. 2019;3(02). Available from: <http://ojs.umb-nain.com>
- Nain U. Pembangunan Desa Dalam Perspektif Sosiohistoris. Dr. Muhammad Faisal MP, editor. Makassar: Garis Khatulistiwa Makassar; 2019. 1–141 p.
- Nainggolan HL, Aritonang J. (Studi Kasus Kabupaten Humbang Hasundutan). 2006;1–10.

- Oksatriandhi B, Santoso EB. Identifikasi Komoditas Unggulan Di Kawasan Agropolitan Kabupaten Pasaman. *Jurnal Teknik ITS* [Internet]. 2014;3(1):C8–11. Available from: <http://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/view/5742>
- Pemerintah Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa [Internet]. Available from: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38582/uu-no-6-tahun-2014>
- Rohma A, Rahmawati F. Pengembangan kawasan agropolitan berbasis komoditas unggulan tanaman hortikultura di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik* [Internet]. 2020;5(2):387–246. Available from: <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/911>
- Rusida. Strategi Pengembangan Kawasan Agropolitan Belajen Alla Kabupaten Enrekang. *Ecosystem*. 2016; 16:380–94.
- Sardjito IPH dan. Arahan Pengembangan Komoditas Unggulan di Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. *Jurnal Teknik ITS*. 2014;3(2):C285-C289–C289.
- Suseno DA, Sunarto S. Analisis Perencanaan Pembangunan Desa Berbasis Undang Undang Desa No 6 Tahun 2014 di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *J Stie Semarang*. 2016;08(02).

Biografi



Dr. Mujio, M.Si., lahir di pekalongan tanggal 14 Mei 1973. Penulis menempuh pendidikan S1 program studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan IPB, S2 pada Sekolah Pasca Sarjana IPB- program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Perdesaan (PWD) dan S3 dengan program Studi Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut (SPL). Penulis terlibat diberbagai penelitian baik dalam maupun luar negeri dengan tema perencanaan dan pengembangan wilayah perdesaan, pertanian, pesisir, dan kebijakan

lingkungan. Penulis merupakan peneliti pada Pusat Pengkajian Perencanaan Pengembangan Wilayah (P4W) -IPB University. Penulis pernah menjadi Tanage Ahli pada kegiatan penelitian dengan UNDP, GIZ, Raint Forest dan beberapa lembaga lainnya. Sejak tahun 2018 Penulis bergabung dengan Sebagai dosen Yayasan Pakuan Siliwangi mengajar di Fakultas Teknik jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota (PWK). Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui email ke alamat: mujio.pwk@unpak.ac.id.



BAB 6

Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Pariwisata

Dr. Rilla Sovitriana, Psi, M.Si, Psikolog

Desa Margaluyu merupakan salah satu desa di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi wisata alam yang cukup besar. Potensi wisata yang dimiliki antara lain adalah Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang. (Anugerah, n.d.) Situ Cileunca merupakan waduk alami yang indah dengan pemandangan pegunungan hijau sebagai latar belakangnya. Sementara itu, Situ Cipanunjang memiliki keunikan berupa ketinggian yang cukup curam sehingga pemandangannya pun cukup bagus.

Namun potensi wisata tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal untuk kesejahteraan masyarakat setempat. Masyarakat yang bermukim di sekitar kawasan wisata banyak yang masih bergantung pada sektor pertanian dan perkebunan. Padahal jika dikembangkan, kawasan wisata mampu menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat setempat.

Oleh karena itu, perlu adanya upaya pembangunan kawasan pariwisata di Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal. Pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat turut serta dalam pengembangan usaha pendukung wisata seperti kuliner khas, homestay, jasa tour guide wisata alam, hingga warung kopi kecil. (Trekking et al., 2023) Dengan demikian, pembangunan pariwisata diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Margaluyu.

Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang memiliki potensi wisata alam yang belum dimanfaatkan secara optimal. Perlu peningkatan kualitas SDM masyarakat dalam pengembangan pariwisata melalui pelatihan dan pendidikan. Beberapa poinnya:

1. Pelatihan pembuatan kuliner khas setempat seperti jajanan pasar yang menarik minat wisatawan (Perdana et al., 2023) (Besra, 2012). Masyarakat dapat membuka usaha kuliner di kawasan wisata.
2. Pelatihan jasa tour guide alam untuk memberikan pengalaman wisata yang bermakna bagi wisatawan dalam menikmati objek wisata (Auliah et al., 2022) (Budilaksono et al., 2024).
3. Pelatihan manajemen homestay untuk menarik wisatawan menghabiskan malam di rumah masyarakat. Membantu meningkatkan pendapatan (Fitriana, 2020).
4. Pendidikan manajemen usaha kecil yang meliputi pembukuan, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan usaha bagi masyarakat pengusaha (Manoppo & Pelleng, 2018).
5. Pendidikan bahasa Inggris dasar untuk memudahkan berinteraksi dengan wisatawan manca negara. (Menggo et al., 2022)

Dengan peningkatan SDM, diharapkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata lebih optimal secara berkelanjutan

A. Pelatihan dan Pendidikan

Beberapa cara yang dapat dilakukan masyarakat untuk mengikuti program pelatihan dan pendidikan terkait pengembangan wisata di Desa Margaluyu antara lain:

1. Sosialisasi kegiatan pelatihan secara masif ke masyarakat melalui pengumuman di tempat umum, jalur WhatsApp kelompok, dan media sosial. Sosialisasi Kegiatan Pelatihan di Desa Margaluyu

Program pelatihan untuk pengembangan wisata Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang akan segera dimulai. Untuk itu, panitia melakukan berbagai upaya sosialisasi kepada masyarakat Desa Margaluyu. Pertama, mereka memasang spanduk dan poster di beberapa tempat umum seperti kantor desa, mesjid, dan lapangan. Poster berisi informasi tentang jenis pelatihan yang akan diselenggarakan beserta jadwal dan syarat-syarat pendaftaran. Kemudian, setiap pagi dan siang, mobil pengumuman desa dipasang speaker untuk memberitakan informasi pelatihan. Warga pun dapat mengetahuinya di mana pun berada.

Panitia juga membentuk grup WhatsApp khusus pelatihan untuk setiap dusun. Mereka aktif menyebarluaskan informasi di grup tersebut. Banyak warga yang saling berbagi informasi lewat sana. Informasi juga diunggah di akun Facebook Desa Margaluyu. Warga pun dapat ikut terinformasi meski berada jauh dari desa. Di samping itu, panitia turut berkeliling desa untuk memberikan informasi secara langsung. Berkoordinasi dengan tokoh agama dan masyarakat untuk menyebarkan informasi.

Berbagai upaya sosialisasi itu ternyata cukup membantu. Banyak warga yang antusias mendaftar untuk mengikuti pelatihan tersebut.

2. Pendaftaran peserta pelatihan secara online atau luring melalui aplikasi atau langsung ke panitia.

Panitia pelatihan sudah siap menerima pendaftaran peserta dari warga Desa Margaluyu. Masyarakat dapat mendaftar secara online melalui formulir Google Form yang disediakan panitia.

Beberapa warga yang sudah punya akses internet segera mendaftar lewat handphone dengan mengakses form pendaftaran di grup WA pelatihan. Perlu mengisikan data diri dan pilihan pelatihan yang diikuti. Sementara itu, panitia juga menyediakan pendaftaran secara

luring di kantor desa. Warga dapat mendaftar lewat WhatsApp panitia. Dengan mengirim bukti pendaftaran dan berharap bisa mengikuti pelatihan.

Dengan berbagai pilihan pendaftaran, diharapkan semakin banyak masyarakat Desa Margaluyu yang berminat mengikuti program pelatihan untuk pengembangan pariwisata.

3. Memfasilitasi transportasi bagi masyarakat yang berjarak jauh dari lokasi pelatihan.

Panitia telah merancang berbagai persiapan untuk kelancaran pelaksanaan pelatihan di Desa Margaluyu. Salah satunya adalah transportasi bagi warga yang tinggal jauh dari lokasi pelatihan.

Dengan transportasi yang memadai, diharapkan semua peserta berkesempatan mengikuti pelatihan hingga tuntas tanpa ada yang terbengkalai.

4. Bentuk kelas pelatihan sesuai minat dan kebutuhan masyarakat seperti kuliner, kerajinan, bahasa, manajemen.

Mengakomodasi Minat Masyarakat dalam Pelatihan. Panitia telah merancang bentuk kelas pelatihan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan warga Desa Margaluyu. Hal ini penting untuk optimalisasikan partisipasi. Berdasarkan hasil survei kebutuhan, dibentuk kelas keterampilan memasak kuliner lokal yang disenangi ibu rumah tangga. Pelatihan dasar bahasa Inggris juga diadakan untuk pelaku wisata. Harapannya memudahkan berinteraksi dengan wisman. Manajemen usaha kecil diprioritaskan untuk para pengusaha jika ingin meningkatkan bisnis pendukung pariwisata.

Dengan beragam pilihan minat, diharapkan partisipasi masyarakat dalam pelatihan semakin optimal demi kemajuan wisata desa.

5. Jamin akses informasi terbaru pelatihan melalui pengurus rukun warga/tetangga. Mendistribusikan Informasi Terbaru ke Masyarakat. Panitia menyadari pentingnya akses informasi yang mudah bagi

masyarakat Desa Margaluyu. Berusaha memaksimalkan saluran komunikasi terbuka dengan warga.

Bahkan tetangga-tetangga juga saling berkoordinasi. Jika ada tetangga yang tidak hadir saat pengumuman, mereka diminta sampaikan informasi tadi. Dengan komunikasi terbuka, diharapkan warga tetap antusias mengikuti pelatihan hingga tuntas.

Dengan sistem yang mendorong partisipasi publik, diharapkan program pelatihan dapat dimanfaatkan secara maksimal.

B. Keterlibatan dalam Manajemen Wisata

Berikut ini beberapa bentuk keterlibatan masyarakat Desa Margaluyu dalam manajemen wisata Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang (Mariane et al., 2020):

Kelompok tata kelola wisata

- Bertugas mengawasi kondisi objek wisata
- Membersihkan sampah di kawasan wisata

Koperasi kuliner

- Menyediakan makanan dan minuman di kantin/warung wisata
- Menyajikan kuliner khas lokal buatan warga

Kelompok homestay

- Mengelola homestay sebagai alternatif penginapan
- Mempromosikan desa sebagai destinasi wisata

Mitra tour guiding

- Menjadi tour guide untuk wisata alam di desa
- Memberikan pengalaman edukatif kepada wisatawan

Kelompok souvenir

- Membuat souvenir kerajinan tangan dari bahan lokal
- Menjualnya di lokasi wisata dan gerai di luar desa

Kelompok usaha transportasi

- Menyediakan angkutan untuk wisatawan internal desa

Dengan berbagai peran tersebut, masyarakat ikut serta dalam manajemen pariwisata di desa.

C. . Dukungan Pengelolaan Lingkungan

Beberapa bentuk dukungan keterlibatan masyarakat Desa Margaluyu dalam pengelolaan lingkungan kawasan wisata Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang antara lain:

1. Penanaman pohon di sekitar objek wisata untuk memperindah pemandangan dan memberikan naungan.
2. Pelestarian flora dan fauna asli di area wisata, misalnya dengan membuat tempat bercocok tanam alami.(Noeryoko & Zulharman, 2023)
3. Pencegahan kegiatan memabat hutan dan membersihkan sampah plastik di kawasan.
4. Pembangunan jalan setapak untuk mempermudah akses wisatawan menikmati objek alam.
5. Pembentukan jejaring mata air dan sistem irigasi alami di lahan pertanian.(Sutrisno & Heryani, 2020)
6. Pembangunan tempat sampah terpadu dan instalasi WC umum di lokasi wisata.
7. Pengawasan kebakaran hutan secara rutin di musim kemarau.
8. Pemantauan arus permukiman baru tidak mengganggu kawasan konservasi.
9. Pengembangan sistem parkir kendaraan yang ramah lingkungan.

Demikian beberapa pengelolaan lingkungan yang masyarakat dukung untuk wisata berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Anugerah, C. V. S. W. A. (n.d.). *Krepa : Kreativitas Pada Abdimas* ISSN 2988-3059 *Krepa : Kreativitas Pada Abdimas*. 02(07), 90–104.
- Auliah, I., Selintung, M., & Syafri, S. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Urban and Regional Studies Journal*, 5(1), 09–14. <https://doi.org/10.35965/ursj.v5i1.1961>
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akutansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Budilaksono, S., Sovitriana, R., Dewi, E. P., & Trikariastoto, S. T. (2024). *Development of Tourism Village Applications for Competitive and Comparative Branding Case Studies in West Java and Banten Provinces with Qualitative Methods and Design Thinking*. 1(1).
- Fitriana, R. (2020). Pelatihan Manajemen Pengelolaan Homestay di Desa Wisata Cikolelet, Serang, Banten. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2059>
- Manoppo, W. S., & Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 6–9.
- Mariane, I., Suryadi, S., Firdausijah, T., & Ilhami, R. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Public Private Partnership Bagi Peningkatan Pariwisata Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 71–76. <https://doi.org/10.30656/ka.v2i2.2060>
- Menggo, S., Su, Y. R., & Taopan, R. A. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata Di Desa Wisata Meler. *Jurnal Widya Laksana*, 11(1), 85. <https://doi.org/10.23887/jwl.v11i1.34908>
- Noeryoko, M., & Zulharman, Z. (2023). Analisis Potensi Lanskap Bagi Pengembangan Wisata Desa Sambori Bima NTB. *DIKSI: Jurnal*

Kajian Pendidikan Dan Sosial, 4(1), 19–27. <https://doi.org/10.53299/diksi.v4i1.261>

Perdana, M. A., Putra, A. P., & Rusmawan, P. N. (2023). Peningkatan Strategi Promosi Pariwisata Budaya Festival Event Kuliner Tradisional di Desa Pondoknongko Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(1), 263–270. <https://doi.org/10.54082/jamsi.638>

Sutrisno, N., & Heryani, N. (2020). Pengembangan Irigasi Hemat Air untuk Meningkatkan Produksi Pertanian Lahan Kering Beriklim Kering. *Jurnal Sumberdaya Lahan*, 13(1), 17. <https://doi.org/10.21082/jsdl.v13n1.2019.17-26>

Trekking, W., Sukamakmur, K., Agustin, R., Quratuain, M., Dwi, A., & Hanatul, S. (2023). *Pendampingan Sadar Wisata dan Pembuatan Jalur Interpretasi*. 3(1), 38–62.

Biografi



Dr. Rilla Sovitriana, Psi, M.Si, Psikolog, bekerja sebagai dosen Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia YAI sejak tahun 1996. Saat ini di Universitas Persada Indonesia YAI menjabat sebagai Kapordi Magister Sains Psikologi dan Wakil Direktur Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM).

Sebagai Psikolog di Rumah Sakit Islam Pondok Kopi Jakarta sejak tahun 2000 hingga Sekarang. Bertugas sebagai tenaga ahli Psikolog Klinis di Panti Sosial milik Dinas Sosial DKI Jakarta diantaranya Panti Sosial Bina Laras (PSBL) HS 1, PSBL HS 3, Rumah Aman (RA), PSAA Putra Utama 4, PSTW Budi Mulia 4 dan Panti Sosial Bhakti Kasih (PSBK), dan beberapa UIILS di Jakarta sejak tahun 2016 hingga sekarang.

Lahir di Semarang 5 Maret 1969, penulis pernah menempuh pendidikan S1, S2 dan S3 jurusan Psikologi di Universitas Surabaya

& Universitas Persada Indonesia YAI. Pernah memperoleh berbagai penelitian dari Hibah Ristekdikti tahun 2013, 2014 dan tahun 2020/2021 dari Kemendikbudristek serta Hibah Pengabdian Masyarakat PKM Kemendikbudristek pada tahun 2020. Dana/Hibah Matching Fund – Kedaireka tahun 2022 dan Hibah PKM tahun 2023. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0812 1805 334.Email: rilla.sovitriana@gmail.com.



BAB 7

POTENSI PENINGKATAN PENDAPATAN MELALUI USAHA WISATA

Dr. Nana Trisnawati, SE, MM

Nurina ST, Sab, MM

Dr. Lely Indriaty, SE Ak, MM

Pendahuluan

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan, baik bagi individu, komunitas, maupun negara. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa usaha wisata mencakup berbagai jenis aktivitas dan layanan yang dapat menarik wisatawan dari berbagai daerah, baik domestik maupun mancanegara. Dalam bab ini, kita akan membahas bagaimana potensi peningkatan pendapatan dapat dicapai melalui usaha wisata dengan fokus pada pengembangan produk dan jasa wisata, melakukan kemitraan dan jaringan bisnis, serta pemasaran dan branding produk wisata.

Pertama-tama, untuk mencapai potensi peningkatan pendapatan dari usaha wisata, pengusaha perlu terus mengembangkan produk dan jasa wisata yang menarik dan berkualitas. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan inovasi terus menerus, memperhatikan tren dan kebutuhan pasar, serta mendengarkan umpan balik dari wisatawan. Misalnya, pengembangan paket wisata petualangan ekstrem, wisata kuliner, wisata alam, dan lain sebagainya sesuai dengan minat dan kebutuhan pasar saat ini.

Selain itu, untuk meningkatkan pendapatan dari usaha wisata, pengusaha juga perlu menjalin kemitraan dan jaringan bisnis yang kuat dengan berbagai pihak terkait, seperti hotel, restoran, maskapai penerbangan, agen perjalanan, dan lain sebagainya. Dengan adanya kemitraan ini, pengusaha dapat saling mendukung dalam mempromosikan destinasi wisata, mengembangkan paket wisata bersama, serta memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam mengakses berbagai layanan selama perjalanan mereka.

Selain itu, pengusaha juga perlu memperkuat pemasaran dan branding produk wisata mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui promosi secara online maupun offline, kerjasama dengan influencer dan media sosial, serta mengikuti berbagai event dan pameran pariwisata. Dengan memperkuat branding produk wisata, pengusaha dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata mereka, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan mereka.

Dalam mengoptimalkan potensi peningkatan pendapatan dari usaha wisata, pengusaha juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan antara lain adalah keberlanjutan lingkungan, pelatihan dan pengembangan SDM, infrastruktur yang mendukung, serta regulasi yang jelas dan mendukung pengembangan industri pariwisata.. Dalam bab ini, kita akan membahas bagaimana potensi peningkatan pendapatan dapat dicapai melalui usaha wisata dengan fokus pada pengembangan produk dan jasa wisata, melakukan

kemitraan dan jaringan bisnis, serta pemasaran dan branding produk wisata.

Pengembangan Produk dan Jasa Wisata

1. Identifikasi Potensi Wisata

Indonesia dikenal memiliki potensi wisata yang sangat besar. Dari ujung barat hingga ujung timur, Indonesia memiliki beragam destinasi wisata yang menakjubkan dan memukau. Mulai dari pantai-pantai indah, pegunungan yang hijau, hingga keberagaman budaya yang kaya membuat Indonesia menjadi surga bagi para wisatawan. Potensi ini tentu dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan dari usaha wisata (Dewi, et.al., 2022).

Pertama-tama, kita perlu melakukan identifikasi potensi wisata yang ada di daerah kita. Identifikasi potensi wisata dapat dilakukan dengan cara melakukan survei langsung ke lokasi wisata yang ada, mengetahui daya tarik wisata yang dimiliki, serta potensi pengembangan yang bisa dilakukan. Misalnya, jika daerah kita memiliki pantai yang indah, kita bisa mengembangkan potensi tersebut dengan membangun resor atau fasilitas wisata lainnya yang dapat menarik minat wisatawan.

Selain itu, kita juga perlu memperhatikan faktor-faktor pendukung lainnya seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum di sekitar lokasi wisata. Fasilitas yang memadai dan mudah diakses akan membuat wisatawan merasa nyaman dan aman sehingga mereka akan lebih tertarik untuk berkunjung kembali. Dengan begitu, potensi peningkatan pendapatan dari usaha wisata akan semakin besar.

Dalam mengembangkan potensi wisata, kita juga perlu memperhatikan kerjasama dengan pihak terkait seperti pemerintah, lembaga pariwisata, dan komunitas lokal. Kolaborasi yang baik akan membantu dalam memperoleh dukungan dan sumber daya yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha wisata. Selain itu, kita juga

perlu memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan agar wisata dapat berkelanjutan dan tidak merusak alam sekitar.

Selain identifikasi potensi wisata, kita juga perlu memperhatikan trend wisata yang sedang berkembang. Saat ini, wisata alam dan budaya menjadi tren yang diminati oleh banyak wisatawan. Oleh karena itu, kita dapat mengembangkan potensi wisata alam dan budaya yang ada di daerah kita untuk menarik minat wisatawan. Selain itu, kita juga bisa memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan website untuk mempromosikan destinasi wisata kita kepada wisatawan potensial.

Dengan memanfaatkan potensi wisata yang ada dan mengembangkannya dengan baik, kita dapat meningkatkan pendapatan dari usaha wisata. Pendapatan dari usaha wisata tidak hanya berasal dari penjualan tiket masuk atau pelayanan wisata saja, namun juga dari sektor-sektor terkait seperti kuliner, kerajinan lokal, dan transportasi. Dengan pendekatan yang holistik dan terintegrasi, potensi peningkatan pendapatan dari usaha wisata akan semakin besar.

Terlebih lagi, dengan berkembangnya sektor pariwisata, akan memberikan dampak positif bagi ekonomi daerah seperti peningkatan lapangan pekerjaan, pertumbuhan ekonomi, serta promosi budaya daerah yang lebih luas. Hal ini akan membawa dampak positif bagi masyarakat setempat dengan peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan ekonomi. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk terus mengembangkan potensi wisata yang dimiliki untuk mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Adapun potensi wisata dapat diklasifikasikan menjadi berikut ini:

- a. **Keindahan Alam:** Gunung, pantai, danau, hutan, dan taman nasional.
- b. **Warisan Budaya:** Situs bersejarah, tradisi, festival, dan kerajinan tangan.

- c. **Kuliner Khas:** Makanan dan minuman tradisional yang menjadi ciri khas daerah.
- d. **Atraksi Buatan:** Taman hiburan, museum, dan pusat perbelanjaan.

2. Pengembangan Produk Wisata

Setelah mengidentifikasi potensi pariwisata, langkah selanjutnya adalah mengembangkan produk pariwisata yang menarik dan berkualitas. Hal ini melibatkan peningkatan fasilitas, pengadaan sarana pendukung, dan inovasi dalam penyajian atraksi pariwisata.

Dalam mengembangkan produk pariwisata, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan (Hadi dan Yulianto, 2021):

- a. **Fasilitas dan Infrastruktur:** Salah satu hal penting dalam pengembangan produk pariwisata adalah memperbaiki akses jalan menuju lokasi wisata. Hal ini akan memudahkan para wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, penting pula untuk menyediakan akomodasi yang nyaman dan fasilitas umum yang memadai seperti toilet, tempat makan, dan tempat istirahat.
- b. **Aktivitas Wisata:** Agar wisatawan merasa terhibur dan puas dengan kunjungannya, sangat penting untuk menyediakan berbagai aktivitas yang menarik di sekitar lokasi wisata. Misalnya, trekking di hutan, snorkeling di pantai, tur budaya ke desa-desa terpencil, dan kuliner lokal yang lezat. Dengan adanya beragam aktivitas ini, wisatawan akan memiliki pengalaman liburan yang berbeda dan lebih berkesan.
- c. **Inovasi dan Kreativitas:** Agar produk pariwisata tetap menarik dan diminati oleh wisatawan, perlu dilakukan inovasi dan kreativitas dalam penyajian atraksi wisata. Salah satu contoh inovasi yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan konsep glamping (glamorous camping), dimana para wisatawan dapat menikmati suasana alam dengan fasilitas yang mewah. Selain itu, pengembangan eco-tourism juga bisa menjadi daya

tarik tersendiri bagi para wisatawan yang peduli terhadap lingkungan. Tak hanya itu, wisata edukasi juga dapat menjadi pilihan menarik bagi wisatawan yang ingin belajar lebih banyak tentang budaya dan kehidupan lokal di destinasi wisata tersebut.

3. Pengembangan Jasa Wisata

Selain produk wisata, jasa wisata juga memiliki peran yang sangat penting dalam menarik minat para wisatawan. Jasa ini mencakup berbagai layanan yang diberikan kepada para wisatawan selama mereka berada di destinasi wisata. Berikut adalah beberapa contoh jasa wisata yang dapat membuat perjalanan wisata Anda menjadi lebih menyenangkan (Hadi dan Yulianto, 2021):

- a. **Pemandu Wisata:** Salah satu jasa wisata yang penting adalah pemandu wisata. Pemandu wisata yang berpengetahuan luas dan ramah dapat membantu Anda menjelajahi destinasi wisata dengan lebih baik. Mereka dapat memberikan informasi yang berguna tentang tempat-tempat wisata yang Anda kunjungi, sejarah lokal, dan budaya setempat. Dengan adanya pemandu wisata yang handal, Anda akan mendapatkan pengalaman wisata yang lebih berkesan.
- b. **Transportasi:** Jasa transportasi juga merupakan hal yang penting dalam perjalanan wisata. Memiliki layanan transportasi yang aman dan nyaman akan membuat perjalanan Anda menjadi lebih lancar dan menyenangkan. Mulai dari antar-jemput bandara hingga perjalanan selama di destinasi wisata, memiliki transportasi yang handal akan membuat Anda merasa lebih nyaman dan aman selama liburan Anda.
- c. **Pelayanan Akomodasi:** Saat berlibur, akomodasi yang berkualitas sangat penting untuk kenyamanan Anda. Jasa wisata yang menyediakan layanan akomodasi yang ramah dan nyaman akan membuat Anda merasa seperti di rumah sendiri. Mulai dari hotel berbintang hingga homestay tradisional, memiliki pilihan

- akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan dan budget Anda akan membuat perjalanan Anda menjadi lebih menyenangkan.
- d. Layanan Makanan dan Minuman: Selain itu, jasa selain produk wisata, jasa wisata juga memegang peranan penting dalam menarik minat para wisatawan. Jasa ini mencakup berbagai layanan yang diberikan kepada para wisatawan selama mereka berada di destinasi wisata.

4. Pengalaman Wisata yang Berkesan

Untuk membuat destinasi wisata lebih menarik, kita perlu menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi para pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara kreatif, seperti (Kurniawan dan Rohendi, 2021):

- a. Pengalaman Personal: Memberikan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi masing-masing wisatawan. Misalnya, jika ada yang suka petualangan, bisa disediakan aktivitas hiking atau snorkeling. Sedangkan untuk yang suka santai, bisa dinikmati kegiatan spa atau kuliner lokal.
- b. Cerita Wisata: Menggunakan cerita sebagai cara untuk menambah daya tarik destinasi wisata. Cerita-cerita tentang sejarah, budaya, atau legenda lokal dapat membuat pengalaman wisata menjadi lebih berkesan dan bermakna. Misalnya, menceritakan tentang asal-usul tempat wisata atau tokoh-tokoh penting di daerah tersebut.
- c. Interaksi Sosial: Mendorong interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan autentik. Misalnya, mengadakan acara pertukaran budaya, workshop kerajinan tangan, atau kuliah umum tentang kehidupan lokal. Dengan begitu, para pengunjung dapat merasakan kehangatan dan keramahan dari penduduk setempat.

Dengan menggabungkan ketiga elemen di atas, destinasi wisata akan menjadi lebih menarik dan unik. Para pengunjung akan merasa terlibat dan terhubung dengan tempat yang mereka kunjungi, sehingga

meninggalkan kesan yang tak terlupakan. Jadi, mari kita bersama-sama menciptakan pengalaman wisata yang berbeda dan berkesan untuk semua orang!

5. Melakukan Kemitraan dan Jaringan Bisnis

Kemitraan dan jaringan bisnis memang sangat penting dalam industri pariwisata. Melalui kemitraan, usaha wisata bisa lebih optimal dalam mengelola sumber daya, membagi risiko, dan meningkatkan daya saing. Jadi, nggak heran kalau kemitraan dengan pemerintah, komunitas lokal, serta swasta menjadi hal yang wajib dilakukan dalam pengembangan usaha wisata.

Pertama-tama, kemitraan dengan pemerintah itu sangatlah penting. Dengan berkolaborasi dengan pemerintah, kita bisa lebih mudah dalam mengurus regulasi dan perizinan yang diperlukan. Selain itu, kita juga bisa ikut serta dalam promosi bersama dan mendukung pembangunan infrastruktur wisata. Jadi, jangan ragu untuk bekerjasama dengan pemerintah.

Selain itu, kemitraan dengan komunitas lokal juga tak kalah pentingnya. Dengan melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangan usaha wisata, kita bisa meningkatkan keberlanjutan usaha dan juga mendapatkan dukungan dari masyarakat. Jadi, pastikan untuk mengikutsertakan mereka dalam pengelolaan destinasi wisata, membuka peluang usaha bagi mereka, dan juga menjaga lingkungan dan budaya bersama-sama. Selanjutnya, kemitraan dengan pihak swasta juga tak boleh diabaikan. Dengan berkolaborasi dengan perusahaan transportasi, hotel, dan restoran, kita bisa memperkuat jaringan bisnis dan meningkatkan kualitas layanan wisata. Jadi, jangan lupa untuk mengembangkan paket wisata terpadu, melakukan promosi bersama, dan juga menciptakan produk wisata baru yang menarik.

Terakhir, jangan lupa juga untuk mengembangkan jaringan bisnis internasional. Dengan menjalin kerjasama dengan agen wisata internasional, berpartisipasi dalam pameran pariwisata internasional,

dan menggunakan promosi digital, kita bisa menjangkau lebih banyak wisatawan dari berbagai negara. Jadi, pastikan untuk memanfaatkan kesempatan ini dengan baik.

Jadi, pentingnya kemitraan dalam usaha wisata memang nggak bisa dipungkiri. Dengan berkolaborasi dengan pemerintah, komunitas lokal, swasta, dan juga jaringan bisnis internasional, kita bisa lebih sukses dalam mengembangkan usaha wisata kita. Jadi, ayo mulai bermitra sekarang juga dan raih kesuksesan dalam industri pariwisata!

Melakukan Pemasaran dan Branding Produk Wisata

1. Strategi Pemasaran Wisata

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik perhatian para wisatawan dan meningkatkan pendapatan bisnis pariwisata. Berikut adalah beberapa langkah kreatif dan cerdas untuk meningkatkan strategi pemasaran Anda:

- a. **Segmentasi Pasar:** Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi segmen pasar potensial berdasarkan karakteristik seperti demografi, geografi, psikografi, dan perilaku. Dengan memahami siapa target pasar Anda, Anda dapat menciptakan pesan yang lebih relevan dan menarik bagi mereka.
- b. **Targeting:** Setelah mengidentifikasi segmen pasar yang potensial, langkah berikutnya adalah menentukan segmen mana yang paling menguntungkan bagi bisnis Anda. Fokuslah pada upaya pemasaran untuk segmen tersebut dengan menciptakan promosi yang menarik dan menghibur bagi mereka.
- c. **Positioning:** Untuk membedakan destinasi wisata Anda dari yang lainnya, penting untuk menetapkan posisi yang unik dan menarik di benak konsumen. Cari tahu apa yang membuat destinasi wisata Anda berbeda dan unggul dari yang lain, lalu komunikasikan hal tersebut secara kreatif dalam semua materi pemasaran Anda.

2. Alat Pemasaran Digital

Pemasaran digital memang menjadi kunci sukses dalam industri pariwisata saat ini. Dengan berbagai alat pemasaran digital yang tersedia, destinasi wisata dapat lebih mudah dikenal oleh wisatawan potensial. Berikut adalah beberapa alat pemasaran digital yang dapat digunakan untuk meningkatkan promosi destinasi wisata:

- a. Website Resmi: Salah satu hal yang penting dalam pemasaran digital adalah memiliki website resmi yang informatif dan mudah diakses. Website ini dapat menjadi pusat informasi bagi wisatawan yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang destinasi wisata yang ditawarkan.
- b. SEO (Search Engine Optimization): Untuk meningkatkan visibilitas website destinasi wisata di mesin pencari, SEO sangat diperlukan. Dengan teknik SEO yang tepat, website dapat muncul di halaman pertama hasil pencarian, sehingga lebih mudah ditemukan oleh wisatawan.
- c. Media Sosial: Media sosial merupakan alat pemasaran digital yang sangat efektif untuk berinteraksi dengan wisatawan dan mempromosikan destinasi wisata. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, destinasi wisata dapat terhubung dengan wisatawan potensial secara langsung.
- d. Content Marketing: Konten yang menarik seperti blog, video, dan foto dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Dengan membuat konten yang berkualitas dan relevan, destinasi wisata dapat menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan minat untuk berkunjung.
- e. Email Marketing: Mengirimkan email promosi dan informasi kepada calon wisatawan juga merupakan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan mengirimkan informasi tentang promo-promo menarik atau paket wisata yang ditawarkan,

destinasi wisata dapat menarik perhatian wisatawan potensial dan meningkatkan jumlah kunjungan.

3. Branding Destinasi Wisata

Branding yang kuat dapat menjadi kunci sukses bagi destinasi wisata untuk dikenali dan diingat oleh para wisatawan. Dengan mengikuti langkah-langkah dalam branding destinasi wisata, kita dapat memastikan bahwa destinasi tersebut akan terus diminati dan dikunjungi oleh banyak orang.

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengembangkan identitas brand yang unik dan mencerminkan nilai dari destinasi wisata tersebut. Identitas brand yang kuat akan membantu destinasi wisata untuk membedakan dirinya dari destinasi lainnya dan menarik perhatian para wisatawan.

Selanjutnya, pembuatan logo dan slogan yang menarik dan mudah diingat juga merupakan langkah penting dalam branding destinasi wisata. Logo dan slogan yang baik akan membantu destinasi wisata untuk lebih dikenal dan diingat oleh para wisatawan, sehingga mereka akan lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Kampanye branding juga tidak boleh diabaikan dalam upaya mempromosikan destinasi wisata. Melalui berbagai media seperti iklan, media sosial, dan kolaborasi dengan influencer, destinasi wisata dapat meningkatkan kesadaran dan ketertarikan para wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Penggunaan testimoni dan ulasan positif dari para wisatawan juga dapat membantu membangun reputasi yang baik bagi destinasi wisata. Testimoni dan ulasan yang positif akan memberikan keyakinan kepada para wisatawan bahwa destinasi tersebut layak untuk dikunjungi dan akan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi mereka.

4. Evaluasi dan Penyesuaian

Evaluasi terus-menerus dan penyesuaian strategi pemasaran dan branding sangat penting untuk memastikan efektivitas dan

keberhasilan usaha wisata. Dalam dunia yang terus berkembang dan kompetitif, tidak ada ruang untuk stagnasi. Oleh karena itu, langkah-langkah berikut dapat membantu dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan branding usaha wisata:

- a. Analisis Data: Menggunakan data dan analitik untuk mengevaluasi kinerja kampanye pemasaran. Data adalah kunci untuk memahami perilaku konsumen, tren pasar, dan efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan. Dengan menganalisis data dengan cermat, kita dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari kampanye pemasaran yang telah dilakukan, serta menemukan peluang baru untuk meningkatkan kinerja pemasaran.
- b. Umpan Balik Wisatawan: Mengumpulkan umpan balik dari wisatawan untuk mengetahui pengalaman mereka dan area yang perlu ditingkatkan. Umpan balik dari wisatawan adalah sumber informasi berharga yang dapat membantu dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Dengan mendengarkan apa yang dikatakan oleh wisatawan, kita dapat mengetahui area yang perlu diperbaiki dan diubah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Penyesuaian Strategi: Menyesuaikan strategi pemasaran dan branding berdasarkan hasil evaluasi dan umpan balik. Setelah melakukan analisis data dan mendengarkan umpan balik dari wisatawan, langkah selanjutnya adalah melakukan penyesuaian strategi pemasaran dan branding. Hal ini dapat meliputi perubahan dalam target pasar, penyesuaian pesan pemasaran, atau pengembangan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dengan melakukan evaluasi terus-menerus dan penyesuaian strategi pemasaran dan branding, kita dapat memastikan bahwa usaha wisata kita tetap relevan dan kompetitif di pasar. Selain itu, langkah-langkah ini juga dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan

pelanggan dan memperkuat citra merek kita di mata konsumen. Sebagai pemilik usaha wisata, kita harus selalu siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengambil langkah-langkah proaktif untuk meningkatkan kinerja bisnis kita. Dengan demikian, kita dapat memastikan keberlangsungan dan kesuksesan usaha wisata kita di masa depan.

Kesimpulan

Potensi peningkatan pendapatan melalui usaha wisata sangat besar jika dilakukan dengan strategi yang tepat. Pengembangan produk dan jasa wisata, kemitraan dan jaringan bisnis, serta pemasaran dan branding yang efektif adalah kunci utama dalam mencapai kesuksesan. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, usaha wisata dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan nasional

Daftar Pustaka

- E. P. Dewi *et al.*, “Focus Group Discussion (FGD) dalam rangka Pendampingan Pembuatan Peta Digital Interaktif Wisata Trekking Sentul Bogor Berbasis Alam dan Masyarakat Lokal,” *IKRA-ITH ABDIMAS*, vol. 5, no. 3, pp. 175–185, 2022, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2266.
- W. Hadi and A. Yulianto, “Menggali Potensi Wisata Alam Untuk Kegiatan Sport Tourism Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Khasanah Ilmu - J. Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 2, pp. 142–150, 2021, doi: 10.31294/khi.v12i2.11053.
- A. Kurniawan and A. Rohendi, “Outdoor Recreation: Perencanaan Dan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Pendidikan Ciungwanara,” *J. Keolahragaan*, vol. 7, p. 1, 2021, doi: 10.25157/jkor.v7i1.5305.

Biografi



Dr. Nana Trisnawati, SE., MM., lahir di Jakarta, 31 Desember 1968. Penulis pernah menempuh Pendidikan S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jendral Soedirman Purwokerto, S2, Magister Manajemen Jurusan Pemasaran Universitas Persada Indonesia Y.A.I. dan S3 Program Doktor Ilmu Manajemen Konsentrasi Pemasaran pada Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Penulis sebagai dosen tetap pada Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I dan Wadek 2 Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI YAI. Bidang Keahlian penulis antara lain; Ilmu Pemasaran dan menulis tentang Pariwisata sebagai penunjang dalam penulisan buku ini. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0817-6032-963. Email: nanatrisna31@mail.com.



Nurina ST, Sab, MM., lahir di Bandung pada tahun 1978. Merupakan seorang dosen yang memiliki latar belakang pendidikan dalam teknik industri, administrasi bisnis, dan magister manajemen. Saat ini, Penulis merupakan dosen tetap di Universitas Persada Indonesia YAI dan menjabat sebagai kepala unit studi kewirausahaan.

Selain aktif mengajar, Penulis juga sering menjadi narasumber di berbagai kegiatan pelatihan untuk UMKM terkait dengan bidang Digital Marketing. Penulis juga merupakan asesor BNSP untuk kompetensi digital marketing, kewirausahaan, dan pendamping UMKM.

Dengan pengalaman dan pengetahuan yang luas, Penulis memiliki kemampuan untuk memberikan kontribusi yang berharga dalam pengembangan UMKM, terutama dalam hal pemasaran digital. Dengan

keahlian yang dimilikinya, Penulis mampu memberikan pandangan yang tepat dan solusi yang efektif bagi para pelaku usaha kecil dan menengah.

Dengan komitmen dan dedikasi yang tinggi dalam mendukung pengembangan UMKM, Penulis terus berupaya untuk memberikan kontribusi yang maksimal dalam upaya memajukan dunia usaha di Indonesia. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya, Penulis siap untuk terus berperan aktif dalam memberikan pembelajaran dan bimbingan yang bermanfaat bagi para pelaku usaha kecil dan menengah.



Dr. Lely Indriaty, SE Ak., MM., Penulis merupakan lulusan S1 jurusan Akuntansi Universitas Bung Hatta Padang, S2 jurusan Manajemen Akuntansi pada Universitas Persada Indonesia YAI Jakarta dan Lulusan S3 jurusan Manajemen Akuntansi pada FEB Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta. Penulis bekerja sebagai dosen tetap di FEB Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta mulai tahun 1992 sampai sekarang. Penulis sudah menyelesaikan beberapa karya tulis dan penelitian yang telah publish baik skala Nasional maupun Internasional. Email: lelynorman@gmail.com.



Potensi Pariwisata dan Usaha

Buku "POTENSI PARIWISATA DAN USAHA" mengulas potensi pariwisata dan peluang usaha di sekitar Situ Cileunca dan Situ Cipanunjang dengan fokus pada strategi pengembangan dan ekonomi berkelanjutan. Bab-babnya mencakup identifikasi potensi alam dan budaya, serta strategi konkrit untuk pengembangan pariwisata dan pembangunan ekonomi desa melalui agro wisata terpadu. Buku ini juga menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat lokal, pelatihan keterampilan, dan potensi peningkatan pendapatan melalui usaha wisata. Sebagai panduan bagi pemerintah daerah dan pengusaha pariwisata, buku ini memberikan wawasan dan strategi untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di Desa Margaluyu, Kabupaten Bandung Barat.

