

STRATEGI PENTA HELIX DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA CIBURIAL KABUPATEN BANDUNG

Asep Rohendi Shiddik

Prodi Manajemen Kekhususan Pariwisata, STIEPAR YAPARI
aseprohendi2001@gmail.com

Taufiq Hidayat

Prodi Manajemen Kekhususan Pariwisata, STIEPAR YAPARI
taufiqhi7912@gmail.com

Andri Wibowo

Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
andreewibowo.pku85@gmail.com

ABSTRACT

Desa Wisata Ciburial di Kabupaten Bandung memiliki potensi besar dalam pariwisata alam dan budaya. Namun, pengembangannya menghadapi tantangan signifikan, terutama terkait dengan keterbatasan lahan yang dikelola masyarakat lokal, minimnya partisipasi warga dalam pengelolaan wisata, serta rendahnya promosi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi Pentahelix sebagai pendekatan kolaboratif yang melibatkan lima elemen utama—akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media—untuk mengoptimalkan potensi pariwisata Desa Ciburial. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, termasuk analisis SWOT, untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi perkembangan pariwisata desa ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, walaupun desa memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang kuat, beberapa faktor seperti dominasi lahan oleh pihak eksternal, keterbatasan produk cinderamata khas desa, dan kurangnya sarana penginapan menghambat kemajuan pariwisata di Ciburial. Diperlukan peran yang lebih optimal dari akademisi dalam pelatihan masyarakat, peningkatan keterlibatan UMKM dalam menyediakan produk wisata, serta strategi promosi yang lebih kuat melalui media sosial. Kolaborasi antara kelima elemen Pentahelix ini diharapkan dapat menciptakan nilai tambah bagi masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan mewujudkan Desa Ciburial sebagai destinasi wisata unggulan berbasis kolaborasi yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Keywords: Desa Wisata, Pentahelix, Pengembangan Wisata, Kolaborasi Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Hal ini terlihat dari semakin baik atau berkembangnya sektor pariwisata maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan ekonominya. (Wulandari, 2021) Semakin meningkatnya kesejahteraan berdampak pula pada kebutuhan dan gaya hidup manusia yang menjadikan pariwisata menjadi salah satu elemen gaya hidup atau kebutuhan yang mendasar (Rochaeni, Yamardi and Fujilestari, 2022).

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang relative cepat pulih dibandingkan dengan sektor lainnya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2024, kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia mencapai 1,14 juta kunjungan. Wisman yang berkunjung ke Indonesia pada Desember 2023 didominasi oleh wisman yang berasal dari Malaysia (18,45 persen), Singapura (16,41 persen), dan Australia (11,87 persen). Maka pariwisata Indonesia semakin diminati oleh wisatawan domestik dan mancanegara karena kekayaan alam dan budayanya

yang unik. Untuk mengembangkan potensi pariwisata, masyarakat dan pemerintah harus bekerja sama untuk mendukung industri pariwisata lokal (Maryani, Kemala and Firdaus, 2023).

Dalam pengembangan pariwisata menjadi poin penting adalah menciptakan dan meningkatkan daya tarik, selain itu penyediaan sarana dan prasarana pariwisata perlu terus ditata untuk melayani wisatawan. Pembangunan pariwisata dapat memberikan manfaat baik bagi wisatawan maupun masyarakat setempat sehingga dapat memberikan taraf hidup masyarakat setempat melalui kegiatan perekonomian yang dilakukan wisatawan.

Penyediaan sarana dan prasarana pariwisata akan membawa manfaat yang besar bagi wisatawan dan masyarakat lokal. Terkait pengembangan pariwisata, masyarakat setempat tidak dapat dipisahkan. Peranan masyarakat sangat penting dalam meningkatkan kualitas pariwisata, oleh karena itu penting untuk mengembangkan konsep *Community Based Tourism*. Pendekatan dalam pengembangan pariwisata yang menekankan pada pelibatan masyarakat sebagai

pelaku utama bertujuan memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat.

Desa memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata yang berbasis komunitas, berbasis pada kearifan lokal dan berkelanjutan. Selain itu, desa memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan gagasan membangun dari pinggiran atau dari desa untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia dengan menggali potensi lokal dan pemberdayaan masyarakatnya. Ini digariskan dalam UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang menetapkan bahwa desa memiliki hak asal usul dan hak tradisional untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat serta berperan dalam mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan Undang-Undang Dasar. Pemerintahan di tingkat desa memiliki otonomi untuk mengelola sumber daya dan menetapkan tujuan Pembangunan. Nilai-nilai ini yang akan menarik wisatawan mengunjungi Desa Wisata. Salah satu model pengembangan pariwisata yang memberdayakan masyarakat dengan *Community Based Tourism* (CBT) adalah pengembangan desa wisata (Pedoman Desa Wisata) (Kemenpar, 2021).

Organization for Economic Cooperation and development pada tahun 2018 menyatakan bahwa akan ada megatren pariwisata yang akan membentuk pariwisata masa depan. Organisasi ini mengatakan bahwa tren perjalanan wisatawan saat ini akan berubah dari wisata massal (*mass tourism*) ke arah wisata alternatif (*alternative tourism*), yang mengarah pada jenis kegiatan wisata yang berfokus pada wisata alam atau budaya lokal dengan tujuan meningkatkan wawasan, petualangan, dan belajar, seperti wisata petualangan (*adventure tourism*) - mendaki gunung (*hiking*), berjalan (*trekking*), dan juga wisata yang menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan seperti wisata perdesaan (*village tourism*), dan sebagainya (Pedoman Desa Wisata) (Kemenpar, 2021).

Desa wisata mendapat manfaat dari pergeseran dari wisata massal ke wisata alternatif ini. Karena desa wisata biasanya memiliki banyak produk yang dapat ditawarkan kepada wisatawan, produk utamanya adalah kehidupan sehari-hari masyarakat di desa. Pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan termasuk keragaman budaya, keunikan alam, dan kreativitas yang dihasilkan di desa (Pedoman Desa Wisata) (Kemenpar, 2021).

Pada saat ini wisatawan lebih tertarik dengan pariwisata alam yang menyuguhkan wisata alam pedesaan, maka dari itu mulai muncul dan berkembangnya konsep pariwisata yang disebut dengan desa wisata. Desa wisata yang memiliki kawasan dengan keindahan alam, tradisi dan budaya yang masih dipegang oleh masyarakat, kuliner yang khas, dan sistem pertanian. Desa wisata yang dimaksud yaitu Desa Wisata Ciburial.

Desa Ciburial Kecamatan Cimenyan merupakan desa yang berada di Kabupaten Bandung, Provinsi

Jawa Barat. Desa tersebut memiliki luas wilayah sebesar 599,612 Ha dengan total penduduk sebanyak 13.403 yang terdiri dari 12 RW dan 51 RT yang tersebar di 4 dusun berbeda. Secara geografis Desa Ciburial berbatasan dengan beberapa wilayah yakni sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Lembang, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Mekarsaluyu, sebelah selatan dengan Kota Bandung, dan sebelah Barat dengan Kabupaten Bandung Barat.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2018 mencatat di Indonesia memiliki 1.734 desa wisata. Desa Wisata Ciburial merupakan salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung Jawa Barat sesuai dengan Surat Keputusan Bupati Bandung Nomor: 556.42/ Kep. 71- Dispopar/ 2011 Tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung. Desa wisata Ciburial berada di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi wisata baik alam, sejarah, maupun budaya.

Desa Wisata Ciburial terintegrasi antara suasana alam dan budaya yang saling melengkapi. Dari sisi alam, Desa Wisata Ciburial dikelilingi oleh bukit yang memberikan suasana yang sejuk. Sementara itu dari sisi seni budaya terdapat sanggar seni dan budaya seperti Galeri Selasar Sunaryo, Galeri Sudjana Kerton. Selain itu terdapat komunitas budaya yakni Batur Ulin, Komunitas Hong, Padepokan Parukuyan, Paguyuban Pamuda Sekebuluh, Sanggar Rhosantika. Keunikan lain di Desa ini adalah adanya beberapa pabrik tahu, peternakan lebah madu, dan kampung ternak (peternakan sapi dan domba).

Pengembangan Desa Wisata harus difokuskan pada pengembangan yang terintegrasi dan kolaboratif dari 5 unsur penting *pentahelix* yang terdiri dari akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media sebagai katalisator.

Penerapan strategi model *pentahelix* ini telah dituangkan dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Hal ini direncanakan untuk mengatur dan memastikan bahwa aktivitas, kualitas, pelayanan, fasilitas, dan nilai pariwisata berjalan selaras dan menghasilkan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan di seluruh Indonesia.

Penelitian dilakukan Setya Yunas 2019 (dalam Maulana et al., 2022) penelitiannya melihat bagaimana unsur-unsur model *pentahelix* berdampak pada pengembangan potensi desa melalui lumbung ekonomi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kesejahteraan masyarakat desa dipengaruhi oleh kerja sama unsur-unsur model *pentahelix*.

Dalam implementasi pengembangan Desa Wisata, Desa Ciburial mengalami kendala baik dalam aspek sumber daya manusia, pengelolaan destinasi, pemasaran, aspek peran pemerintah, aspek peran masyarakat, maupun aspek lainnya.

Peran pemerintah desa dan masyarakat Desa Wisata Ciburial tidak dapat memaksimalkan potensi yang sudah ada seperti kekayaan adat budaya dan

alam yang dimiliki. Selain itu, aktor lain yang mempunyai tujuan strategi untuk masyarakat desa wisata Akademisi, Pemerintah, Komunitas, Bisnis, dan Media.

Penelitian mengenai konsep *pentahelix* dalam pengembangan Desa Wisata Ciburial, Kabupaten Bandung masih belum dilakukan. Untuk menunjang pelaksanaan pengembangan Desa Wisata, maka dibutuhkan inovasi sebagai sebuah proses mentransformasikan ide, cara atau objek sebagai sesuatu perubahan yang lebih baru agar mempunyai nilai yang lebih berarti.

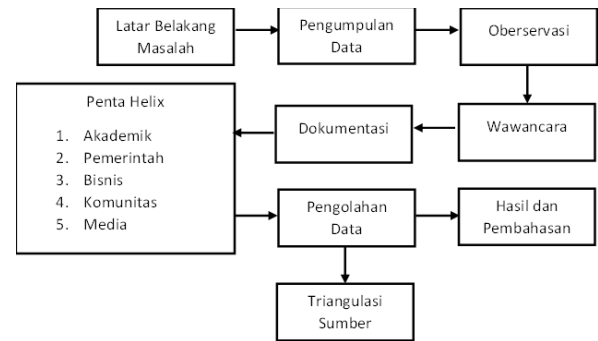
Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media dalam memilih Desa Wisata Ciburial secara optimal dalam hal pengelolaan manajemen pariwisatanya. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul: **Strategi Penta Helix dalam Pengembangan Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung**

METODE

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang berarti temuan tidak diolah secara matematika, tetapi lebih kepada menyampaikan perasaan atau wawasan yang diambil dari subjek yang diteliti Husen, 2005 (Ulandari, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui perkembangan dan peran pemerintah serta masyarakat di Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata dan bahasa untuk menghasilkan data berupa teks dan tuturan dari masyarakat yang diamati. Penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi kasus. dan penelitian ini akan dilakukan di Desa Wisata Ciburial, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.



Gambar 1. Desain Penelitian

Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber data, termasuk akademisi, pejabat pemerintahan terkait Desa Wisata Ciburial, pelaku budaya, pokdarwis, tokoh masyarakat, dan masyarakat di sekitar Desa Wisata Ciburial, Kabupaten Bandung. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama melalui wawancara dengan narasumber, seperti pemerintah desa dan masyarakat sekitar. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari studi-studi sebelumnya, dokumen, dan literatur yang relevan, yang diperoleh melalui observasi, wawancara, angket, serta kuesioner yang diberikan kepada para pemangku kepentingan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada sejumlah informan kunci, terutama mereka yang berperan langsung dalam pengembangan Desa Wisata Ciburial. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai isu-isu utama dan rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini, dengan fokus pada pandangan, pengalaman, dan peran setiap informan.

Tabel 1. Data Informan

Dimensi	Informan Kunci	Informasi Yang Diharapkan
Akademisi	1. Kepala Desa/ Pokdarwis 2. Akademisi	1. Mengetahui peran Akademisi tentang riset yang dilakukan, apakah sudah optimal atau belum. 2. Mengetahui pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan 3. Peran yang seharusnya dilakukan oleh akademisi
Pemerintah	1. Kepala Desa/ Pokdarwis 2. Sekretaris Desa	1. Mengetahui manfaat dari peran pemerintah dalam pengembangan desa wisata 2. Mengetahui peran pemerintah dalam pengembangan desa wisata 3. Mengetahui peran promosi pemerintah dalam pengembangan pariwisata 4. Mengetahui program perencanaan yang dibuat oleh pemerintah 5. Mengetahui prosedur menjadi Desa Wisata Mengetahui SK sebagai Desa Wisata
Bisnis	1. Kepala Desa/ Pokdarwis 2. Pelaku UMKM	1. Mengetahui informasi perkembangan UMKM 2. Mengetahui manfaat UMKM yang ada di desa ciburial 3. Mengetahui peran UMKM
Komunitas	1. Kepala Desa/ Pokdarwis 2. KIM (Kelompok Informasi Masyarakat)	1. Mengetahui peran pokdarwis/KIM dalam pengembangan desa wisata 2. Mengetahui peran promosi pokdarwis/KIM 3. Mendapatkan informasi tentang pengembangan desa wisata
Media	1. Kepala Desa/ Pokdarwis 2. Ketua KIM/Ciburial.TV	1. Mengetahui program promosi dan publikasi yang direncanakan oleh kepala desa/pokdarwis 2. Mengetahui peranan ciburial.TV dalam mempromosikan desa wisata 3. Mengetahui ke optimalan website/media social yang ada

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung ke lapangan guna memperoleh gambaran yang komprehensif tentang kondisi aktual, potensi, serta peluang pengembangan Desa Wisata Ciburial. Dalam observasi ini, peneliti secara khusus mengidentifikasi berbagai peran yang dijalankan oleh pemerintah, akademisi, masyarakat, komunitas lokal, serta media dalam mengembangkan desa wisata tersebut.

Untuk melengkapi hasil dari wawancara dan observasi, teknik dokumentasi juga diterapkan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipercaya. Dokumentasi ini mencakup catatan-catatan yang relevan, seperti peta lokasi Desa Wisata Ciburial, profil desa, dan foto-foto yang diambil selama proses wawancara dan observasi. Dokumentasi ini berfungsi sebagai pendukung visual dan tertulis, memberikan bukti konkret dari berbagai informasi yang diperoleh, dan nantinya akan disertakan di bagian lampiran. Melalui kombinasi teknik ini, diharapkan data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan lengkap mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung.

Teknik Analisis Data

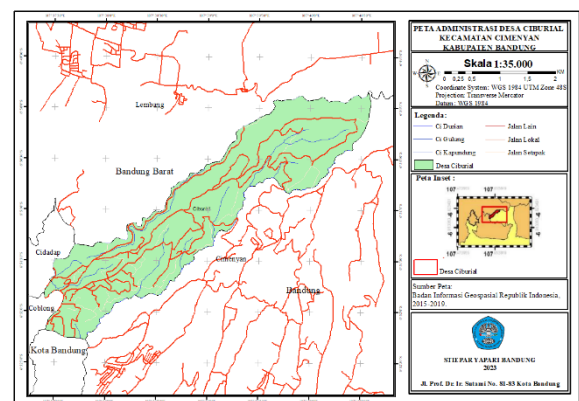
Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis, yaitu teknik SWOT, Matriks SWOT, Matriks EFAS, dan Matriks IFAS, untuk mengidentifikasi dan merencanakan strategi pengembangan Desa Wisata Ciburial. Teknik SWOT digunakan untuk menganalisis situasi dengan menilai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) (Kristin and Lubis, 2023). Matriks SWOT membantu menyusun strategi dengan mempertimbangkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi Desa Wisata Ciburial, menghasilkan empat alternatif strategi: SO (mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), ST (menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman), WO (memanfaatkan peluang sambil mengurangi kelemahan), dan WT (meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman) (Simbolon, Lubis and Wibowo, 2023).

Selain itu, Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal yang mempengaruhi peluang dan ancaman bagi pengembangan desa wisata ini. EFAS dilakukan dengan menentukan faktor strategis utama, memberikan bobot kepentingan, dan menilai pengaruh setiap faktor. Langkah ini menghasilkan skor total yang menunjukkan bagaimana Desa Wisata Ciburial dapat bereaksi terhadap faktor eksternalnya. Sedangkan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) digunakan untuk mengkaji faktor internal, termasuk kekuatan dan kelemahan. Langkah-langkahnya mirip dengan EFAS, namun berfokus pada faktor-faktor yang bersumber dari dalam organisasi. Hasil dari analisis ini memungkinkan

penyusunan strategi yang disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal yang ada.

PEMBAHASAN

Desa Ciburial, yang terletak di Kabupaten Bandung pada koordinat $06^{\circ}51'19''$ LS dan $107^{\circ}38'38''$ BT, memiliki luas wilayah 8,2198 km². Dengan topografi dataran tinggi pada ketinggian 750-1.200 mdpl, suhu rata-rata 25°C, dan curah hujan 0,29 mm/tahun, desa ini cocok untuk pertanian dan peternakan. Mayoritas penduduk yang berjumlah 13.403 jiwa bekerja di sektor tersebut. Terdiri dari 4 dusun, 12 RW, dan 51 RT, Desa Ciburial dinyatakan sebagai desa wisata pada 2011 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung karena potensinya yang besar. Desa ini menawarkan wisata alam, budaya, kuliner, serta situs bersejarah seperti Gua Jepang dan Belanda di Taman Hutan Raya (Tahura). Dengan wilayah yang hijau dan berbukit serta potensi kearifan lokal yang kaya, Desa Ciburial mampu bersaing dengan desa wisata lain di Indonesia, khususnya di Jawa Barat.



Gambar 2. Peta Administrasi Desa Ciburial

Sejarah terbentuknya Desa Ciburial tidak dapat dipastikan, tetapi merujuk pada prasasti Kawali (1350 M) di Jawa Barat dan prasasti Walandit (1381 M) di Jawa Timur, desa sebagai unit pemerintahan telah lama ada di Indonesia dan bukan hasil bentukan Belanda. Awalnya, Desa Ciburial berada di Kecamatan Cicadas, namun setelah pemekaran wilayah pada 1987, desa ini menjadi bagian dari Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung. Desa yang berada di dataran tinggi ini memiliki luas 8,2198 km² dengan iklim sejuk dan curah hujan rendah, menjadikannya ideal untuk pertanian dan wisata alam. Visi Desa Ciburial adalah menjadi “Ciburial juara” melalui gerakan maju berbasis religius dan budaya, dengan lima misi utama yang mencakup tata kelola pemerintahan yang baik, peningkatan kualitas SDM, peningkatan daya saing ekonomi, pemerataan pembangunan infrastruktur, serta peningkatan pelayanan publik yang inovatif. Sebagai desa wisata, daya tarik Ciburial berasal dari keaslian budaya dan alamnya yang alami, menjadikannya destinasi wisata

dengan nuansa lokal yang kuat dan lingkungan alam yang lestari.



Gambar 3. Wilayah Atas Desa Ciburial

Keramah Tamahan Masyarakat Lokal

Desa Ciburial memiliki daya tarik sosial yang unik melalui keramahan warganya yang selalu menyapa dengan senyum dan logat khas lokal. Masyarakat desa sering ditemui di lahan perkebunan, sawah, kolam, atau warung-warung yang menawarkan makanan dan minuman khas, seperti gorengan, kopi, teh, dan minuman tradisional dengan gula aren dan jahe. Pemilik warung terbiasa menyambut wisatawan atau pengunjung, baik yang baru maupun yang sudah dikenal, seperti penulis yang beberapa kali datang ke desa untuk penelitian. Sapaan dan obrolan ringan tentang desa, bisnis warung, kondisi desa, hingga cerita sejarah menjadi pengalaman berharga bagi pengunjung yang jarang ditemukan di kota. Keramahan ini, di tengah lingkungan desa yang sejuk dan berbukit, menjadi nilai sosial yang memperkuat daya tarik wisata Desa Ciburial.

Air Pegunungan yang Bening dan Udara Desa yang Bersih dan Segar

Salah satu daya tarik utama Desa Wisata Ciburial adalah kejernihan dan kesegaran air yang tersedia bagi pengunjung, baik di keran-keran umum seperti di masjid maupun langsung dari rumah warga. Air ini diperoleh dari mata air, sumur, dan sumber alami lainnya di desa, berasal dari daerah resapan hutan dan pegunungan yang melimpah di sekitar desa. Air bersih yang dingin dan menyegarkan memberikan pengalaman yang unik bagi pengunjung, seperti yang dirasakan peneliti saat berkunjung ke rumah seorang tokoh masyarakat. Ketersediaan air bersih yang melimpah sepanjang waktu ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memperkuat daya tarik wisata alami desa yang dikelilingi pepohonan serta perbukitan hijau.

Produk Lebah Madu dan Edukasi Beternak Lebah

Beternak lebah dan memproduksi madu merupakan tradisi turun-temurun di Desa Ciburial, seperti yang dilakukan oleh seorang peternak madu generasi ketiga yang ditemui peneliti. Sejak usia sekolah dasar, ia belajar cara memelihara lebah dari keluarganya dan kini mengembangkan peternakan

lebah di sekitar rumahnya. Pengunjung dapat membeli madu dari peternak ini dalam berbagai kemasan, baik yang telah dibersihkan dari lilinnya maupun dalam bentuk asli bersama lilin atau sarangnya, dikemas dalam wadah plastik dengan beragam ukuran.



Gambar 4. Tempat budidaya lebah

Peternak lebah madu di Desa Ciburial tidak hanya menjual madu, tetapi juga menawarkan edukasi tentang peternakan lebah. Salah satu peternak, Bapak Aep, siap menjelaskan berbagai aspek beternak lebah, termasuk jenis-jenis lebah yang dapat dipelihara di rumah dengan bimbingan langsung. Ia menyediakan kotak-kotak lebah dari kayu yang aman dan terjangkau bagi pemula, memungkinkan pengunjung untuk membawa pulang dan memelihara lebah sendiri. Dengan fasilitas ini, para pengunjung dapat belajar dan berkonsultasi mengenai cara beternak madu yang baik dan benar.



Gambar 5. Kemasan Madu

Wisata Olah Raga

Lingkungan alam Desa Ciburial yang dekat dengan hutan dan pegunungan menawarkan pemandangan indah yang menjadi daya tarik pariwisata. Suasana sejuk dan tenang, ditambah dengan lahan berbukit dan berbagai tanaman hijau, menciptakan kenyamanan bagi pengunjung. Pohon-pohon besar memberikan keteduhan dan angin lembut, menambah keasyikan saat menikmati udara bersih. Jalan utama yang beraspal memungkinkan masyarakat dan wisatawan untuk berolahraga, seperti jogging atau bersepeda santai, sambil menikmati keindahan alam

dan suara burung serta sapaan warga yang bekerja di lahan garapan. Dengan fasilitas alami yang aman dan nyaman, Desa Ciburial menarik banyak pengunjung, terutama pada hari Minggu, untuk melakukan aktivitas olahraga dan menikmati suasana pedesaan yang memukau. Ini menjadikan desa ini sebagai lokasi ideal untuk wisata olahraga dan kegiatan rekreasi lainnya. Penelitian juga menunjukkan bahwa lokasi memegang peran penting sebagai faktor preferensi utama yang menarik minat pengunjung untuk berkunjung (Winny, Wibowo and Lubis, 2024).

Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung

Akademisi

Akademisi memiliki peran penting dalam mempelajari tren pariwisata di Kabupaten Bandung, khususnya di Desa Wisata Ciburial. Mereka bertugas untuk menganalisis kebijakan dan peraturan yang mendukung pengembangan pariwisata, serta melakukan pemetaan potensi, identifikasi masalah, penyusunan strategi, penyuluhan, dan sosialisasi. Dari hasil wawancara dengan pemerintah desa dan akademisi, terungkap bahwa pihak akademisi sudah mengenal potensi wisata Ciburial, termasuk potensi alam, budaya, dan wisata buatan seperti cafe-cafe dan kerajinan tradisional. Mereka aktif berkolaborasi dalam pengembangan desa wisata melalui kajian, pelatihan, dan kegiatan KKN. Meskipun kolaborasi ini sudah terjalin, hasilnya masih belum optimal, sehingga perlu ada evaluasi lebih lanjut untuk meningkatkan efektivitas kerjasama antara semua pihak yang terlibat.

Bisnis/Swasta

Keterlibatan pelaku bisnis atau swasta dalam pengembangan Desa Wisata Ciburial, Kabupaten Bandung, merupakan komponen penting, meskipun saat ini mereka hanya mengenal desa tersebut tanpa adanya keterlibatan aktif. Penelitian menunjukkan bahwa pelaku bisnis di Ciburial lebih berperan sebagai pelengkap dan beroperasi secara terpisah. Meskipun sebelumnya ada kolaborasi antara pelaku bisnis dan pemerintah desa, kerjasama tersebut tidak berlanjut karena berbagai kendala. Namun, pelaku UMKM di desa ini telah berpartisipasi secara aktif dalam event rutin yang diadakan oleh pemerintah desa, seperti pasar rakyat. Kegiatan ini berfungsi sebagai proses bisnis yang menciptakan nilai tambah dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Desa Wisata Ciburial.

Komunitas

Komunitas berfungsi sebagai akselerator dalam pengembangan Desa Wisata Ciburial melalui model pentahelix, dengan peran penting sebagai penghubung antara berbagai stakeholder untuk mencapai tujuan bersama. POKDARWIS di desa ini bertugas menyebarkan informasi dan mempromosikan potensi wisata yang ada, termasuk destinasi wisata

Tahura yang strategis dan kaya akan budaya lokal. Meskipun komunitas ini dibentuk untuk memberikan informasi, mereka tidak memiliki kewenangan sebagai perantara antara pemangku kepentingan. Oleh karena itu, meskipun peran POKDARWIS telah berjalan, implementasinya tidak sepenuhnya sesuai dengan teori pentahelix yang diharapkan untuk pengembangan desa wisata.

Pemerintah

Hasil wawancara dengan informan kunci dari Pemerintah Desa Wisata Ciburial menunjukkan bahwa pemerintah terlibat dalam berbagai kegiatan terkait pengembangan pariwisata, termasuk perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan promosi. Meskipun pemerintah desa memiliki peran dalam mengkoordinasikan stakeholder, mereka menghadapi kendala besar karena 80% lahan di desa dimiliki oleh investor dan hanya 20% oleh masyarakat lokal, sehingga sulit untuk mengembangkan destinasi wisata. Contohnya, untuk pengembangan wisata Batu Nyusun, semua lahan di sekitarnya dimiliki oleh pihak luar desa, membuat kerja sama menjadi tantangan. Namun, pemerintah desa telah merencanakan proyek baru, yaitu destinasi wisata kampung selfie, dengan melibatkan pemilik lahan dan dibimbing oleh Dinas Perumahan Rakyat Kawasan Permukiman dan Pertanahan Kabupaten Bandung yang menyediakan gambar, RAB, dan DED (*Detail Engineering Design*) untuk perencanaan.



Gambar 6. *Detail Engineering Design (DED) Kampung Selfie*

Media

Hasil wawancara dengan informan kunci menunjukkan bahwa KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) berperan sebagai media promosi melalui brand Ciburial.TV, dengan menyediakan informasi lewat website dan media sosial. Media sosial telah terbukti efektif dalam menarik perhatian banyak pengunjung (Asikin, Pristiwasa and Lubis, 2024), memperluas jangkauan (Mabruroh, Supardi and Lubis, 2023), dan meningkatkan interaksi secara signifikan. Meskipun KIM aktif menyebarkan informasi, promosi mereka belum sepenuhnya

terfokus pada Desa Wisata Ciburial. Dalam konteks model pentahelix, peran media seharusnya berfungsi sebagai pengembang (expander) dalam upaya promosi, namun saat ini belum optimal dalam menciptakan citra merek yang kuat untuk Desa Wisata Ciburial di platform digital.

Tabel 2. Hasil Uraian Penelitian Model Penta Helix dalam Pengembangan Desa Wisata Ciburial

No	Stakeholder	Peran	Realisasi
1	Akademisi (Stiepar Yapari Bandung)	<i>Konseptor</i>	Sudah ada riset dan kerjasama
2	Bisnis atau Swasta (Pelaku UMKM)	<i>Enabler</i>	Sudah menciptakan nilai dan pertumbuhan ekonomi
3	Komunitas (POKDARWIS)	<i>Akselerator</i>	Sudah menyebarkan luaskan informasi tetapi tidak ada keterlibatan dengan pemangku kepentingan
4	Pemerintah (Sekretaris Kepala Desa)	<i>Regulator</i>	Membuat perencanaan sebagai bentuk dukungan pemerintah
5	Media (Kelompok Informasi Masyarakat)/Ciburial.TV	<i>Expander</i>	Membuat media promosi tetapi belum spesifik kepada Desa Wisata Ciburial

Strategi Penta Helix dalam Pengembangan Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk Desa Wisata Ciburial mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat dikembangkan. Dari sisi internal, kekuatan Desa Ciburial mencakup potensi wisata yang beragam, kolaborasi dengan akademisi, penetapan sebagai desa wisata, pembangunan infrastruktur, dukungan dari UMKM, fasilitas yang memadai, kedekatannya dengan Kota Bandung, dan lokasi di kawasan dataran tinggi. Namun, kelemahan yang ada meliputi 80% lahan yang dimiliki oleh pihak luar, rendahnya

keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, promosi yang kurang, fasilitas pendukung yang minim, kurangnya produk cinderamata, urbanisasi masyarakat, tidak adanya destinasi yang dikelola pemerintah atau masyarakat, serta sumber daya manusia yang terbatas. Dari sisi eksternal, peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk tren wisata lokal, kerjasama antar pengelola desa wisata, dukungan dari pemerintah desa dan daerah, alokasi dana desa, kolaborasi pentahelix, kerja sama dengan komunitas seni lokal, serta pengrajin lokal untuk produk cinderamata. Namun, ancaman yang dihadapi meliputi munculnya kompetitor, perubahan pandangan masyarakat, masuknya budaya asing, dampak ekonomi akibat pandemi, persaingan dengan Kota Bandung, dan konversi lahan kosong menjadi bangunan modern.

Strategi Pengembangan Desa Wisata Ciburial

Setelah mengidentifikasi potensi faktor internal dan eksternal Desa Wisata Ciburial, langkah selanjutnya adalah melakukan penilaian terhadap faktor-faktor tersebut melalui matriks *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) yang mencakup kekuatan dan kelemahan, serta *External Factor Analysis Strategy* (EFAS) yang mencakup peluang dan ancaman.

Hasil Evaluasi Faktor Strategi Lingkungan Internal

Penilaian dilakukan dengan memberikan bobot dan rating untuk menentukan tingkatan faktor berdasarkan skor yang dihasilkan. Dalam analisis faktor internal, evaluasi menunjukkan bahwa kekuatan Desa Wisata Ciburial meliputi potensi wisata yang beragam, yang memiliki bobot tertinggi sebesar 0,20 dan berperan penting dalam pengembangan desa. Pemandangan yang indah dan udara yang sejuk menjadi alasan utama bagi pengunjung untuk datang, dan hal ini menjadi nilai utama untuk kolaborasi antar stakeholder dalam model pentahelix untuk mengembangkan potensi yang ada.

Tabel 3. Kekuatan Desa Wisata Ciburial

IFAS KEKUATAN				
No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
1	Terdapat potensi wisata berbasis alam, budaya, buatan dan ekonomi kreatif	0,20	4,0	0,78
2	Banyak nya kerjasama dengan pihak akademisi	0,17	5,0	0,85
3	Ditetapkan sebagai desa wisata oleh Bupati Kabupaten Bandung sejak tahun 2011	0,15	4,0	0,59
4	Pembangunan infrastruktur yang dilakukan pemerintah Desa Ciburial untuk memudahkan akses bagi pengunjung ke beberapa lokasi wisata	0,12	3,0	0,37
5	Bisnis/UMKM yang berkembang	0,10	3,0	0,29

IFAS KEKUATAN				
No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
6	Banyaknya rumah makan, cafe, hotel, supermarket, dan atm sekitar Desa Ciburial	0,07	3,5	0,26
7	Kemudahan akses jalan menuju Desa Wisata Ciburial yang dekat dengan kota	0,10	3,0	0,29
8	Udara yang sejuk	0,10	4,0	0,39
Jumlah		1,00		3,82

Selain memiliki banyak kekuatan, Desa Wisata Ciburial juga menghadapi beberapa kelemahan. Kelemahan terbesar yang teridentifikasi adalah 80% lahan dimiliki oleh pihak luar desa, yang memiliki bobot 0,13 dalam analisis kelemahan. Hal ini mengakibatkan terbatasnya lahan yang dapat dikelola oleh pemerintah desa dan masyarakat untuk mengembangkan destinasi wisata. Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa

wisata sangat minim, dengan peran mereka hanya sebatas sebagai tukang parkir, petugas keamanan, dan pedagang, tanpa keterlibatan dalam manajemen atau promosi. Keterlibatan masyarakat sangat penting untuk menjaga keberlangsungan desa wisata, yang mencakup pelayanan, manajemen, promosi, dan menjaga kebersihan serta sarana prasarana, serta membangun rasa memiliki terhadap desa wisata.

Tabel 4. Kelemahan Desa Wisata Ciburial

IFAS KELEMAHAN				
No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
1	80% tanah atau lahan dimiliki oleh orang luar desa ciburial	0,13	2,9	0,37
2	Kurangnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata	0,13	2,9	0,37
3	Promosi secara online melalui website dan media social belum banyak dilakukan	0,06	2,0	0,13
4	Masih sedikit <i>home stay</i> bagi pengunjung desa wisata	0,08	2,0	0,16
5	Belum memiliki cinderamata yang menunjukkan ciri khas Desa Wisata Ciburial	0,07	2,0	0,15
6	Kecenderungan masyarakat yang kehidupan seperti kota	0,08	2,5	0,20
7	Banyak nya rumah masyarakat yang sudah tidak seperti desa	0,08	2,5	0,21
8	Belum terdapat destinasi wisata yang dikelola oleh pemerintah desa atau kelompok masyarakat	0,09	2,6	0,23
9	Sumber daya manusia dalam komunitas masih kurang	0,09	2,7	0,23
10	Kurangnya pemantauan dan pelaksanaan pengembangan dari pemerintah desa	0,10	3,0	0,31
11	Kurangnya kerjasama dengan komunitas yang ada di desa ciburial	0,09	2,7	0,26
Jumlah		1,00		2,59

Hasil Evaluasi Faktor Strategi Lingkungan Eksternal

Berdasarkan analisis Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS), peluang yang dimiliki Desa Wisata Ciburial mencakup beberapa aspek penting. Peluang terbesar yang teridentifikasi adalah tindak lanjut dari hasil riset yang dilakukan oleh para akademisi, dengan bobot tertinggi sebesar 0,11. Kerja sama yang telah

terjalin dengan pihak akademisi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengembangan desa wisata. Dengan melanjutkan kolaborasi ini, diharapkan akan terjadi perubahan positif dan peningkatan dalam pengelolaan Desa Wisata Ciburial. Selain itu, berbagai riset dan pelatihan yang telah dilakukan berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat desa untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan pariwisata.

Tabel 5. Peluang Desa Wisata Ciburial

IFAS PELUANG				
No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
1	Peningkatan daya tarik tren wisata lokal	0,08	3,5	0,30
2	Kerjasama antar pengelola desa wisata di Kabupaten Bandung untuk membangun ekosistem pariwisata	0,09	3,5	0,32
3	Dukungan pemerintah desa dengan memberikan pelatihan dan studi banding kepada masyarakat yang aktif mengelola desa wisata	0,10	5,0	0,49
4	Penggunaan dana desa untuk pembangunan sarana dan prasarana sebagai penunjang desa wisata	0,09	4,5	0,42
5	Dukungan pemerintah daerah tentang pengembangan desa wisata dan ekonomi kreatif	0,10	5,0	0,49
6	Tindak lanjut dari hasil kerjasama dengan pihak akademisi untuk keberlanjutan desa wisata	0,11	5,0	0,56
7	Terdapat makanan khas Desa Ciburial yang bisa menjadi salah satu produk unggulan	0,06	3,0	0,17
8	Kolaborasi dengan komunitas kesenian lokal untuk bekerjasama dalam mendatangkan wisatawan	0,05	3,0	0,15
9	Kerjasama pembuatan cinderamata dengan pengrajin lokal asli masyarakat desa ciburial	0,08	3,5	0,27
10	Pengelolaan <i>homestay</i> oleh masyarakat desa	0,08	4,5	0,38
11	Desa ciburial banyak kedatangan wisatawan lokal dan mancanegara	0,07	4,5	0,32
12	Kerjasama dengan investor atau pemilik lahan/tanah	0,08	4,5	0,38
Jumlah		1,00		4,24

Desa Wisata Ciburial menghadapi beberapa ancaman, salah satunya adalah perubahan lahan kosong menjadi bangunan modern, yang memiliki bobot tertinggi sebesar 0,19. Ancaman ini muncul karena 80% lahan di desa tersebut dimiliki oleh pihak luar, yang cenderung mengembangkan bangunan seperti kafe dan rumah modern. Meskipun ada beberapa wilayah yang masih mempertahankan keaslian desanya dengan lahan perkebunan dan

peternakan, pengembangan desa wisata menjadi sulit karena kepemilikan lahan yang bukan milik masyarakat lokal. Petani pun enggan mengembangkan lahan pertanian mereka karena khawatir tanah tersebut akan diambil kembali oleh pemilik aslinya setelah dikembangkan. Hal ini menghambat upaya untuk menjalin kerja sama dengan pemilik lahan demi pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

Tabel 6. Ancaman Desa Wisata Ciburial

IFAS ANCAMAN				
No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
1	Kompetitor yang lebih terkenal, berkembang, dan maju	0,14	4,0	0,56
2	Perubahan pola pikir dan selera masyarakat dalam pariwisata	0,16	4,0	0,65
3	Masuknya budaya asing yang melalui media elektronik	0,16	3,0	0,49
4	Perubahan ekonomi dimasa pandemi membuat masyarakat desa wisata ciburial mencari pekerjaan ke kota	0,09	3,5	0,33
5	Program pemerintah pusat/daerah dalam pengembangan desa wisata yang sama	0,14	4,5	0,63
6	Perubahan lahan atau tanah kosong menjadi bangunan modern	0,19	5,0	0,93
7	Lokasi yang rawan bencana alam	0,12	4,5	0,52
Jumlah		1,00		4,10

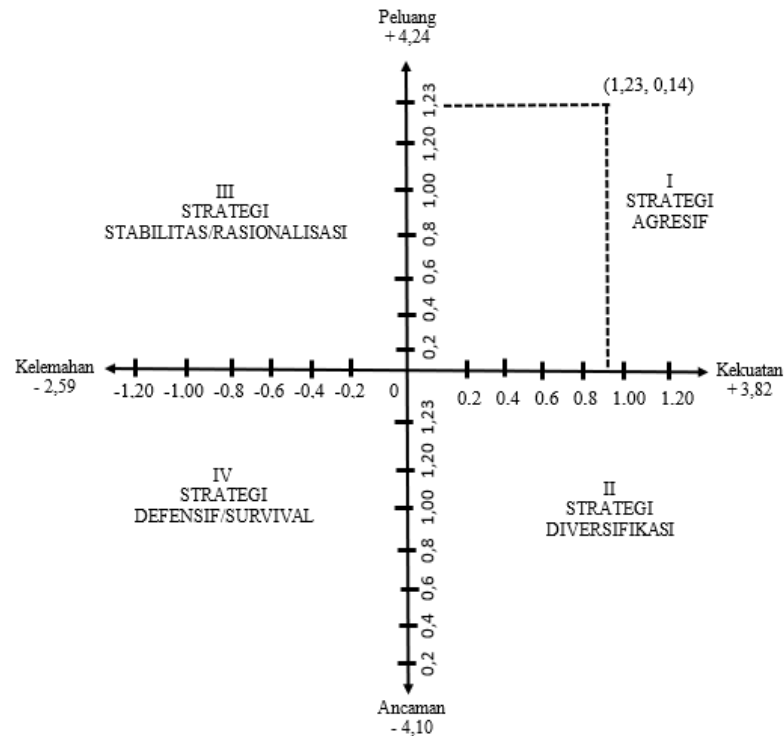
Analisa SWOT Internal-Eksternal

Setelah melakukan penilaian terhadap Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) yang mencakup kekuatan dan kelemahan, serta Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS) yang melibatkan peluang

dan ancaman, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi berdasarkan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat menjadi acuan strategis dalam merancang pemasaran yang tepat sasaran (Alamsyah, Lubis and Hamdi, 2019), dengan memanfaatkan kekuatan dan

peluang, serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman (Lubis, 2016). Dari 8 indikator kekuatan, total skornya mencapai 3,82, sementara 11 indikator kelemahan memperoleh total skor sebesar 2,59, menghasilkan selisih positif 1,23 antara kekuatan dan kelemahan. Di sisi eksternal, terdapat 12 indikator

peluang dengan total skor 4,24 dan 7 indikator ancaman dengan total skor 4,10, sehingga selisih antara peluang dan ancaman adalah 0,14. Hasil ini memberikan gambaran tentang posisi strategis Desa Wisata Ciburial dalam pengembangan pariwisata.



Gambar 7. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan gambar diagram Analisa SWOT, Desa Wisata Ciburial terletak pada kuadran I artinya strategi agresif (positif – positif) dimana strategi yang diterapkan memungkinkan untuk tetap melakukan kegiatan yang dapat memperbesar pertumbuhan (*growth oriented strategy*).

Strategi Alternatif Pengembangan Desa Wisata Ciburial

Sebagai strategi alternatif untuk pengembangan Desa Wisata Ciburial, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Treaths) dilakukan berdasarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal Desa Ciburial, empat sel strategi alternatif untuk pengembangan Desa Wisata Ciburial terdiri dari matriks SWOT, yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal Desa Ciburial.

Tabel 7. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strenght (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategi SO 1. Mengidentifikasi dan memilih potensi lokal yang dinilai memiliki daya tarik tinggi (S1+S2+S3+S5; O1+O2+O3+O4+O6+O7+O8+O9) 2. Penyediaan <i>homestay</i> yang memenuhi standar kenyamanan sebagai daya tarik wisata (S2+S3+S4+S8; O1+O3+O4+O6+O10+O11+O12) 3. Meningkatkan daya tarik budaya lokal dengan penambahan tempat berkumpul untuk memperlihatkan budaya lokal nya (S4+S6+S7; O4+O8+O11+O12)	Strategi WO 1. Melakukan penyuluhan sadar wisata bagi masyarakat lokal (W2+W6+W7; O3) 2. Meningkatkan strategi promosi (W3; O1+O3+O4) 3. Melakukan kerjasama dan mengembangkan hasil kerajinan untuk cinderamata (W2+W5+W11; O5+O7+O9+O12) 4. Penyelenggaraan pelatihan dan seminar dalam pengelolaan desa wisata dan sadar wisata bekerjasama dengan pemerintah pusat (W2+W4; O3+O4+O5) 5. Perancangan kerja pokdarwis lebih ditingkatkan (W2+W8+W9+W10+W11; O2+O3+O4) 6. Pemerintah desa untuk lebih memperhatikan manfaat positif dari pengembangan desa wisata untuk masyarakat (W1+W3+W4+W8+W10; O3+O4+O5+O6+O12)
Threats (T)	Strategi ST 1. Mengembangkan ikon khas wisata yang berbeda dengan desa wisata lain (S1+S5+S6; T1+T2+T3+T5) 2. Peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dan masyarakat yang terlibat dalam layanan wisata (S2; T2+T3+T4) 3. Menerapkan mitigasi bencana alam (S1+S2+S4+S7; T6+T7) 4. lebih meningkatkan kinerja pokdarwis dan dukungan pemerintah setempat untuk mengembangkan potensi yang ada (S1+S2; T5)	Strategi WT 1. Melakukan pembinaan untuk kerjasama dengan masyarakat lokal dan pemilik tanah atau lahan (W1+W2+W9; T6) 2. Mengajak kerjasama investor untuk membangun objek wisata yang belum ada (W1+W2+W8; T1+T2+T4) 3. Pokdarwis membuat program kerja yang matang (W8+W9+W11; T1+T2+T3+T5+T6+T7)

Peran dan Strategi Stakeholder Model Penta Helix

Peran *stakeholder* yang ada di Desa Wisata Ciburial akan ditinjau dengan model *pentahelix*. Secara singkat model *pentahelix* yaitu kolaborasi 5 *stakeholder* yang meliputi Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media.

Akademisi

Akademisi dalam model *pentahelix* berfungsi sebagai konseptor yang melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan keterampilan sumber daya manusia. Di Desa Wisata Ciburial, akademisi dari Stiepar Yapari Bandung berperan dalam penelitian dan pengabdian masyarakat (P2M) untuk mengembangkan pariwisata dan mencari potensi wisata baru yang dapat menjadi atraksi tambahan. Selain dosen, mahasiswa juga berpartisipasi dalam program kuliah kerja nyata (KKN) untuk mendukung perkembangan desa. Akademisi di sini diharapkan memberikan pandangan dan analisis berdasarkan data lapangan untuk meningkatkan daya saing pariwisata. Meskipun kolaborasi antara akademisi dan pemerintah desa sudah terjalin, keterlibatan masyarakat masih minim, dengan banyak warga hanya mendukung tanpa berpartisipasi aktif. Oleh karena itu, tindak lanjut dari program akademisi perlu melibatkan masyarakat secara lebih luas, dan strategi yang dapat dilakukan termasuk identifikasi potensi lokal yang menarik, penyuluhan sadar wisata, pengembangan ikon wisata

yang unik, serta peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dan masyarakat yang terlibat.

Bisnis

Dalam konteks pengembangan Desa Wisata Ciburial, bisnis berperan sebagai enabler atau penggerak yang menciptakan nilai dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, saat ini peran bisnis dan UMKM di desa tersebut masih berjalan secara terpisah tanpa keterlibatan langsung dalam pengembangan pariwisata. Misalnya, UMKM budidaya lebah madu milik Bapa Aep, Madu Assyifa, seharusnya dapat berkontribusi dengan menawarkan paket kunjungan edukatif bagi wisatawan, termasuk sampling produk madu. Selain itu, terdapat juga UMKM lain seperti pabrik tahu dan pengrajin pot tanaman yang bisa memproduksi cinderamata untuk mendukung pariwisata. Kerja sama antara pemerintah desa, komunitas pokdarwis, dan travel agent juga dapat membantu mendatangkan wisatawan serta merancang paket wisata yang mencakup berbagai destinasi dan produk lokal. Dengan demikian, bisnis dapat lebih berkontribusi dalam menciptakan nilai dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Desa Wisata Ciburial.

Komunitas

Dalam model *pentahelix*, komunitas berfungsi sebagai penghubung antara pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan bersama dalam pengembangan pariwisata. Di Desa Wisata Ciburial, komunitas

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) terlibat dalam pengembangan kepariwisataan, namun perannya masih terbatas sebagai penyebar informasi tanpa keterlibatan langsung dengan pemangku kepentingan. Keberadaan komunitas sangat penting untuk mendukung perkembangan pariwisata, namun saat ini, komunitas di Desa Wisata Ciburial perlu ditingkatkan dari segi sumber daya manusia, manajemen, dan birokrasi. Strategi yang harus dilakukan termasuk perencanaan program kerja, meningkatkan promosi desa wisata, serta menyelenggarakan pelatihan dan seminar terkait pengelolaan pariwisata. Pokdarwis sebaiknya tidak hanya menunggu arahan, tetapi juga lebih aktif dalam mengembangkan desa wisata, misalnya dengan menciptakan paket wisata, loket informasi, dan kerjasama dengan pihak swasta serta akademisi untuk membangun regulasi dan pendanaan.

Pemerintah

Dalam model pentahelix, pemerintah berperan sebagai regulator dan pengendali dalam pengembangan Desa Wisata Ciburial. Peran ini diemban oleh Dinas Perumahan Rakyat Kawasan Permukiman dan Pertanahan Kabupaten Bandung, yang bertanggung jawab untuk memberikan desain, RAB, dan Detail Engineering Design (DED) dalam pembangunan destinasi wisata seperti Kampung Selfie. Pemerintah memiliki tanggung jawab yang luas, mencakup perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, promosi, alokasi dana, perizinan, dan pengembangan desa. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan manfaat positif dari pengembangan desa wisata bagi masyarakat, serta meningkatkan kinerja Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan dukungan dari pemerintah daerah serta pusat untuk mengoptimalkan potensi yang ada di Desa Wisata Ciburial.

Media

Dalam model pentahelix, media berfungsi sebagai expander yang mendukung publikasi dan promosi, serta membentuk citra merek Desa Wisata Ciburial. Meskipun keterlibatan media dalam pengembangan kepariwisataan di desa ini sudah baik, perannya dalam promosi belum menjadi fokus utama. Media di Desa Wisata Ciburial telah berhasil dalam menciptakan program dan mengelola platform promosi, tetapi masih belum berfungsi sebagai mitra utama dalam pengembangan pariwisata. Pengelola dan pemerintah menganggap peran media akan berjalan otomatis, padahal keterlibatan media sangat penting untuk mempromosikan secara spesifik tentang budaya masyarakat dan UMKM di desa tersebut. Oleh karena itu, media perlu meningkatkan strategi promosi dan mengembangkan ikon wisata khas yang membedakan Desa Wisata Ciburial dari desa lainnya, sebagaimana tertuang dalam analisis SWOT yang menunjukkan perlunya strategi yang lebih terarah dalam publikasi dan promosi.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Pengembangan Desa Wisata Ciburial di Kabupaten Bandung menghadapi tantangan signifikan, khususnya dalam pengelolaan lahan dan keterlibatan masyarakat lokal.
2. Strategi Pentahelix melibatkan lima elemen utama, yaitu akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media, yang memainkan peran penting dalam memperkuat daya tarik wisata dan mendukung pembangunan berkelanjutan.
3. Analisis SWOT menunjukkan:
 - **Kekuatan:** Potensi wisata alam dan budaya yang tinggi.
 - **Kelemahan:** Keterbatasan lahan yang dikelola penduduk lokal, rendahnya partisipasi masyarakat, dan minimnya promosi.
 - **Peluang:** Tren pariwisata lokal yang meningkat dan potensi dukungan dari pemerintah.
 - **Ancaman:** Dominasi kepemilikan lahan oleh pihak luar dan perubahan selera wisata masyarakat.
4. Optimalisasi kolaborasi antara elemen Pentahelix perlu dilakukan melalui langkah-langkah berikut:
 - Memperkuat peran akademisi dalam riset dan pelatihan.
 - Meningkatkan keterlibatan UMKM dalam mendukung pariwisata.
 - Mengoptimalkan peran media untuk promosi digital yang lebih luas.
5. Pengembangan Desa Wisata Ciburial diarahkan untuk menciptakan nilai tambah bagi masyarakat lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui strategi kolaboratif dan integrasi lintas sektor.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, N., Lubis, A. L. and Hamdi, D. (2019) 'Formulation of Marketing Strategies in Expedition Services Company with SWOT and QSPM Methods', *Proceedings of the International Manufacturing Engineering Conference & The Asia Pacific Conference on Manufacturing Systems*, pp. 3–9. doi: https://doi.org/10.1007/978-981-15-0950-6_1.
- Asikin, N., Pristiwasa, I. W. T. K. and Lubis, A. L. (2024) 'Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Kamar di Beverly Hotel Batam', *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 9(1), pp. 101–116.
- Kemenpar (2021) *Pedoman Desa Wisata*. Edisi 2, J. Kementrian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Kristin, L. and Lubis, A. L. (2023) 'Aplikasi Analisis SWOT Terhadap Pertumbuhan Tujuan Wisata Pantai

Ciptaland di Kota Batam’, *Jurnal Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 4(2), pp. 138–150. Available at: https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/sabbhata_yatra/article/view/917.

Lubis, A. L. (2016) ‘Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Khazanah Plaza Batam)’, *Journal Industrial Service*, 2(1). Available at: <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/issue/view/227>.

Mabruroh, S. K., Supardi and Lubis, A. L. (2023) ‘Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Pengunjung Untuk Berwisata ke Mega Wisata Ocarina Kota Batam’, *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11(3), pp. 388–398.

Maryani, E., Kemala, Z. and Firdaus, F. F. (2023) ‘PENGEMBANGAN CIMENTENG SEBAGAI EKOWISATA DI KOTA CIMAHI’, *Manajemen dan Pariwisata*, 2(2), pp. 222–240.

Maulana, M., Hanafi, S. M. and Azwar, B. (2022) ‘Model Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Perlang Kabupaten Bangka Tengah, Bangka Belitung’, *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(2), pp. 97–107.

Rochaeni, A., Yamardi and Fujilestari, N. A. (2022) ‘Model Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat’, *NeoRespublica : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), pp. 124–134.

Simbolon, S. O., Lubis, A. L. and Wibowo, A. (2023) ‘Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam’, *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 8(2), pp. 81–95. Available at: <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067>.

Ulandari, L. (2022) *Analisis Pelaksanaan Konsep Pentahelix Di Aceh Barat*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar Meulaboh-Aceh Barat.

Winny, Wibowo, A. E. and Lubis, A. L. (2024) ‘The Influence of Location on the Decision To Stay at Swiss-Belhotel Harbor Bay’, *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 08(01), pp. 302–318. doi: <http://dx.doi.org/10.37484/jmph.080118> The.

Wulandari, R. (2021) *Bantuan Insentif Pemerintah Sebagai Jurus Andalan Dalam Memulihkan Sektor Pariwisata, kemenkeu*.