

## Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Cikolelet Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang Banten

Siti Aminah<sup>1</sup>, Herlina Siregar<sup>2</sup>, Nandang Faturohman<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Pendidikan Non Formal, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: [2221190040@untirta.ac.id](mailto:2221190040@untirta.ac.id)

<sup>2</sup> Pendidikan Non Formal, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: [herlina.siregar@untirta.ac.id](mailto:herlina.siregar@untirta.ac.id)

<sup>3</sup> Pendidikan Non Formal, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: [nandangfaturohman2107@gmail.com](mailto:nandangfaturohman2107@gmail.com)

---

**Abstract.** *In Cikolelet Village, Cinangka District, Serang Regency, Banten, this study seeks to present the plan for creating a tourist village. The strategy is a qualitative one that employs descriptive techniques. Data collection methods included observation, interviews, and documentation studies. In this study, managers of tourist villages served as informants. The study's findings indicate that Cikolelet Village's development of a tourist village will involve having facilities, accessibility, and attractions; a community and industry; human resources; branding; and selling. However, the strategy's implementation has not been as effective or appealing as advertising campaigns for current promotions, where Cikolelet Village primarily uses social media.*

**Keywords :** *Strategy; Tourist Village; Cikolelet*

---

**Abstrak.** *Di Desa Cikolelet, Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang, Banten, penelitian ini berupaya memaparkan rencana pembentukan desa wisata. Strategi yang digunakan adalah strategi kualitatif yang menggunakan teknik deskriptif. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini pengelola desa wisata berperan sebagai informan. Temuan studi menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata Desa Cikolelet akan melibatkan fasilitas, aksesibilitas, dan atraksi; komunitas dan industri; sumber daya manusia; merek; dan menjual. Namun, penerapan strategi tersebut belum seefektif atau semenarik kampanye iklan untuk promosi saat ini, di mana Desa Cikolelet lebih banyak menggunakan media sosial.*

**Kata Kunci :** *Strategi; Desa Wisata; Cikolelet*

---

### PENDAHULUAN

Di era otonomi daerah, desa diberi kewenangan untuk menangani dan memantau kebutuhan masyarakat yang lebih besar. Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menjadi krusial karena berupaya mempercepat tercapainya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pembinaan, pemberdayaan, dan pelibatan masyarakat desa dengan tetap memperhatikan nilai-nilai demokrasi. Negara Kesatuan Republik Indonesia sistem pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhasan local diyakini bahwa dengan memberdayakan masyarakat desa akan mampu membawa perubahan yang sejati sehingga harkat dan martabat mereka dapat diperhatikan, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dapat menawarkan gagasan baru bagi masyarakat untuk mengubah penampilan desa selain memberikan sumber pendapatan pembangunan bagi desa.

Pada 2015, industri pariwisata mengalami ekspansi yang luar biasa. Pariwisata Indonesia meningkat sebesar 6%, melampaui pertumbuhan global sebesar 4, 4% dan pertumbuhan ASEAN sebesar 4, 4%. Pada kenyataannya, pariwisata adalah industri utama yang mempekerjakan tenaga

kerja dan menghasilkan devisa. Priasukmana & Mulyadin (2013:8), desa wisata merupakan pedesaan yang memberikan keutuhan dan suasana yang secara akurat menggambarkan identitas desa, termasuk sosial budaya, adat istiadat, kegiatan sehari-hari, desain bangunan, dan tata ruang desa, menggambarkan interaksi social, bisnis atau usaha ekonomi yang orisinal dan menarik dengan potensi untuk menumbuhkan beberapa elemen terkait pariwisata. Dalam gagasan desa wisata, potensi masyarakat ditampilkan kepada pengunjung dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menjadikan desa mandiri dan menguntungkan.

Menurut Peraturan Daerah (PERDA) No 8 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepari Potensi wisata Kabupaten Serang meliputi sumber daya alam, artefak sejarah, benda purbakala, artefak budaya, serta objek dan daya tarik wisata lainnya. Untuk mewujudkan potensi tersebut, diperlukan langkah-langkah menuju keterpaduan, keselarasan, dan keberlanjutan dengan mengatur pelaksanaan rencana induk pariwisata sebagai arahan bagi Pemerintah Daerah dan dunia usaha dalam mengelola pariwisata untuk mendukung pengembangan Serang. Di Desa Cikolelet, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, terdapat desa wisata. Desa ini sempat dirintis pada tahun 2011–2012 dengan diresmikannya objek wisata air terjun Curug Lawang, namun terkendala perizinan sebelum Desa Cikolelet dibentuk menjadi desa wisata. Curug Lawang sempat terhenti sejak berada di kawasan Perhutani dan berbatasan dengan Suaka Margasatwa Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA).

Jika masyarakat bisa mencapai potensi baik dalam hal sumber daya alam maupun manusia dapat dimanfaatkan secara maksimal, maka pembangunan desa wisata akan berhasil. Selain itu, masyarakat dan pemerintah desa harus mendukung terciptanya desa wisata. Kehadiran desa wisata menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan perdagangan barang-barang produksi lokal, yang keduanya berdampak pada kemampuan penduduk desa untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Setiap desa di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk secara bebas mengembangkan potensinya sesuai dengan kebutuhannya yang khas guna mencapai kesejahteraan masyarakat.

Untuk dapat berpotensi menjadi produk wisata, wisata pedesaan bergantung pada objek dan daya tarik berupa kehidupan desa yang mempunyai keunikan pada masyarakatnya, alamnya, dan budayanya. Desa merupakan topik sekaligus objek wisata, dengan kehidupan desa sebagai daya tarik utamanya. Sebagai subjek artinya desa dengan segala aktivitas sosial budayanya merupakan penyelenggara berbagai kegiatan pariwisata, dan apa yang tercipta dari kegiatan tersebut dapat langsung dinikmati oleh masyarakat. Sebagai objek, hal ini menunjukkan bahwa kehidupan pedesaan menjadi tujuan kegiatan pariwisata. Dalam inisiatif wisata pedesaan, keterlibatan masyarakat sangatlah penting (Nisa et al. 2021).

Daya tarik wisata yang dibangun dan dikembangkan dengan baik akan menghasilkan manfaat ekonomi yang baik pula bagi masyarakat setempat. Destinasi wisata yang terencana tidak hanya menawarkan manfaat bagi perekonomian yang meningkat. Tingkat, mutu, dan cara hidup lingkungan sekitar, serta pelestarian dan peningkatan lingkungan hidup yang lebih baik. Melalui manfaat ekonomi yang diperoleh daerah tersebut, pariwisata dapat memberikan manfaat bagi pengunjung dan masyarakat tuan rumah, membantu meningkatkan kualitas hidup mereka (Ariska et al. 2019).

Desa Cikolelet merupakan desa wisata yang terletak di Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Desa Cikolelet telah ditetapkan sebagai Desa Wisata oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten sejak tahun 2018. Desa Cikolelet memiliki potensi wisata alam yaitu (Curug Lawang, air terjun kembar, puncak pilar, dan puncak Cibaja) dan potensi desa menyajikan aktivitas budaya masyarakat yang khas seperti (ngiring panganten, ngagurah dano, marhabaan, nukuh, mamaca, prah-prah). Untuk kesenian seperti (rudat, rampak qasidah, marawis, gendang pencak silat, dan calung) serta potensi ekonomi di bidang pertanian, peternakan dan UMKM.

Pengelolaan wisata di Cikolelet memiliki sejumlah tantangan di samping banyaknya potensi yang dimilikinya. Pengelolaan desa wisata yang belum dipahami secara menyeluruh oleh masyarakat desa Cikolelet berdampak pada tingkat desa wisata. Masalah kedua adalah pengelola dan pemahaman tentang penciptaan komponen produk wisata masih kurang, potensi yang dimiliki masyarakat belum tergali secara maksimal dan berkelanjutan. Ketidakkampuan masyarakat untuk mengelola tempat

wisata secara mandiri menjadi persoalan. Sebaliknya, masyarakat harus dapat berpartisipasi aktif dalam pengembangan desa wisata sehingga dapat memenuhi harapan pendiri desa dengan berkembang menjadi wisata yang maju.

Oleh karena itu, menurut temuan saya, destinasi wisata di Cikolelet ini masih memiliki permasalahan pengelolaan dan sumber daya manusia (SDM) yang kurang baik. Selain itu, komunitas wisata ini belum mampu mengelola potensi wisatanya secara mandiri. Masalah lainnya adalah pelaku usaha dan wisata masyarakat belum mampu memasarkan jasa dan wisatanya secara maksimal. Faktor lain juga terlihat pada keadaan daerah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut namun kurang memiliki kesadaran untuk mandiri dan inovasi yang dilakukan oleh masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengkaji usulan desa wisata di Desa Cikolelet, Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang Banten. Moleong (2017:6) tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang ditemui partisipan penelitian secara holistik dan melalui penjelasan verbal dan tertulis tentang fenomena tersebut dalam situasi tertentu, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan fenomena lainnya. Menurut Creswell J.W., penelitian kualitatif meneliti masalah sosial dan manusia di mana peneliti menyebarkan hasil kajian berdasarkan analisis data lapangan dan laporan, yang selanjutnya didokumentasikan secara mendalam dalam sebuah laporan penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Desa Cikolelet Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap dari November 2022 sampai Juni 2023.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini di dapatkan melalui proses observasi dan wawancara dengan Kepala Desa dan pengelola desa wisata. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui dokumentasi tertulis berupa buku-buku literatur maupun tulisan yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini di lakukan dengan beberapa tahapan mulai dari reduksi data (data yang direduksi adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti), penyajian data dijelaskan secara deskriptif sehingga mempermudah gambaran aspek yang diteliti dan tahapan terakhir adalah verifikasi data (menarik kesimpulan dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. HASIL PENELITIAN**

#### **Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Cikolelet Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang Banten**

##### **a. Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas**

###### **1) Atraksi**

Atraksi yang ada di desa wisata Cikolelet unggulnya berkaitan dengan keindahan alam yang ada apalagi desa ini termasuk kawasan perbukitan. Mulai tahun 2017 diperkenalkan objek wisata alam yang telah ditata yang kemudian diperkenalkan melalui sosial media agar bisa dikenal oleh masyarakat luas. Dalam memperkenalkan daya tarik wisata alam yang dimiliki desa wisata Cikolelet mengandalkan sosial media, dengan menawarkan tempat yang nyaman dengan diberikan spot foto yang bisa menarik wisatawan. Apalagi sosial media dianggap mengalami pergerakan cepat dalam mempromosikan wisata, dibanding hanya dari mulut ke mulut atau sebaran kertas. Dengan adanya sosial media daya tarik alam bukan hanya bisa dikenal oleh masyarakat sekitar tetapi bisa dikenal secara nasional maupun internasional.

Selain itu, dalam atraksi di pengembangan desa wisata juga memiliki aspek di bidang budaya. Setiap daerah pastinya memiliki keanekaragaman budaya yang khas dan bisa terus

dikembangkan. Strategi yang dilakukan dalam memperkenalkan daya tarik budaya dengan mementaskan kepada para wisatawan, seperti pada saat penyambutan. Selain itu, desa wisata Cikolelet pernah diliput oleh Televisi Nasional, pastinya hal tersebut menjadi salah satu strategi yang dilakukan. Seperti dalam peliputan Televisi menampilkan kehidupan sosial budaya masyarakat ataupun adanya kesenian pencak silat yang bisa ditampilkan oleh anak-anak maupun orang tua.

Dalam pengembangan desa wisata Di Cikolelet ada tiga poin penting yang berkaitan dengan daya tarik alam, budaya dan buatan. Untuk daya tarik buatan berkaitan dengan ekonomi kreatif. Dalam hal tersebut pastinya tidak akan jauh dengan bagaimana para produsen memperkenalkan maupun mempromosikan produknya. Pemasaran produk hasil UKM masyarakat dapat dilakukan ketika adanya kunjungan wisatawan dengan menawarkan produk-produk khas daerah. Apalagi bagusnya para wisatawan lebih tertarik pada proses produksi yang ada.

## 2) Aksesibilitas

Dalam pengembangan desa wisata banyak aspek yang harus diperhatikan selain dari desa itu sendiri harus memiliki berbagai potensi. Tak kalah penting juga berkaitan dengan aksesibilitas. Saat ini akses menuju desa wisata sudah baik, namun ada beberapa yang belum maksimal seperti jalan puncak cibaja dan puncak pilar yang jalannya masih setapak dan sulit dilalui jika terjadinya hujan. Walaupun adanya kendala pada akses menuju tempat wisata, masyarakat menyediakan jasa ojek untuk menuju tempat wisata. Karena jalan yang dilalui menuju tempat wisata tidak bisa diakses oleh kendaraan roda empat.

Dalam mengembangkan desa wisata aksesibilitas pun menjadi poin penting. Jika aksesibilitas sudah baik akan memudahkan pengunjung atau wisatawan yang datang. Selain yang telah dipaparkan aksesibilitas yang tersedia di desa wisata Cikolelet berupa penerangan jalan dan kondisi internet yang sudah baik. Jadi wisatawan yang datang tidak merasa kesulitan untuk kondisi sinyal walaupun secara geografis Desa ini termasuk daerah perbukitan.

## 3) Amenitas

Amenitas berkaitan dengan sarana prasarana atau penunjang dalam pengembangan desa wisata menjadi penting agar memudahkan wisatawan ketika hendak melakukan wisata. Desa wisata Cikolelet memiliki sarana prasarana seperti penerangan jalan, MCK, dan adanya landmark yang dijadikan spot foto desa wisata. Sarana prasarana tersebut berasal dari bantuan Pemerintah maupun pihak lain. Namun walaupun adanya sarana prasarana yang telah disebutkan pihak pengelola merasa kesulitan dalam melakukan perawatan.

Dengan adanya sarana prasarana yang telah ada bisa memudahkan wisatawan, apalagi wisatawan yang mengadakan *food gathering* maupun studi wisata dari lembaga pendidikan. Amenitas ini menjadi poin penting karena berpengaruh pada jumlah wisatawan. Ketika dari pihak pengelola menawarkan paket wisata ditunjang dengan amenities yang mendukung maka akan membuat orang tertarik.

Selain dari amenities yang telah disebutkan dalam mengembangkan desa wisata juga membutuhkan pemandu wisata bagi wisatawan. Dengan adanya pemandu wisata, wisatawan akan merasa dimudahkan ketika berkunjung. Desa wisata ini memiliki pemandu wisata atau *guide* yaitu dari pokdarwis atau masyarakat yang tergabung dalam organisasi karang taruna.

## b. Sumber Daya Manusia, Masyarakat, dan Industri

### 1) Sumber Daya Manusia

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan pastinya membutuhkan SDM sama halnya dalam pengembangan desa wisata ini. Perlunya SDM agar pengembangan desa wisata bisa

dilakukan. Dalam pengembangan desa wisata tidak terlepas dari peran Kepala Desa, Pemerintah Desa, pengelola desa wisata dan masyarakat yang di mana masing-masing memiliki perannya.

Unsur-unsur SDM dalam pengembangan desa wisata memiliki peranannya masing-masing. Apalagi seorang Kepala Desa yang memegang peranan penting dalam pengembangan desa wisata serta bisa menjadi pelopor atau penggerak bagi masyarakatnya. Selain itu, pengelola desa wisata juga memiliki perannya masing-masing, contohnya pokdarwis yang berperan dalam penyadaran masyarakat namun menjadi EO juga dalam pelaksanaan wisatawan. Selain itu, masyarakat tak kalah penting mengambil peran dalam pengembangan desa wisata tanpa adanya kerjasama dari masyarakat desa wisata tidak akan mengalami perkembangan.

## 2) Masyarakat

Masyarakat setempat di Desa Cikolelet seharusnya bisa terlibat dalam pengembangan desa wisata. Apalagi dengan adanya kerjasama, gotong royong desa wisata Cikolelet bisa terus mengalami perkembangan yang baik. Dalam pengembangan desa wisata Cikolelet masyarakat berperan ketika mulai merintis desa wisata walaupun awalnya belum memiliki kesadaran. Kesadaran terbangun ketika adanya edukasi, apalagi masyarakat juga terlibat sebagai pelaku wisata. Dengan adanya desa wisata membuka peluang masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan ataupun penghasilan.

Dalam pengembangan desa wisata masyarakat menjadi hal penting. Apalagi masyarakat harus dilibatkan mulai dari tahap perencanaan maupun pelaksanaan. Dengan adanya peran masyarakat bisa memperlancar dalam melakukan perkembangan desa wisata. Contohnya untuk membuat konsep desa wisata harus adanya potensipotensi yang dikembangkan menjadi suatu destinasi wisata. Serta potensi tersebut bukan hanya mengandalkan dari keindahan alam saja, melainkan dari kegiatan sosial budaya masyarakat, keanekaragaman budaya, maupun potensi buatan dari masyarakat. Jika masyarakat bias berperan suatu Desa bisa melakukan pengembangan desa wisata. Hal lain juga terlihat ketika Desa Cikolelet sudah terbentuk menjadi desa wisata masyarakat bukan hanya berperan menjadi pelaku usaha, yang awalnya masyarakat memiliki usaha-usaha dari produk yang dihasilkan, namun masyarakat juga bisa menjadi pelaku wisata. Selain itu, masyarakat Desa Cikolelet belum memiliki kemandirian untuk melakukan pengembangan desa wisata karena harus adanya perintah dari pengelola atau Pemerintahan Desa.

## 3) Industri

Adanya desa wisata pastinya bisa berdampak positif terhadap masyarakat setempat yaitu adanya usaha-usaha yang dilakukan masyarakat sebagai peluang mendapatkan penghasilan. Adanya desa wisata banyak terdapat usaha-usaha yang dilakukan oleh masyarakat mulai dari UMKM. Selain itu juga terdapat usaha yang ada seperti adanya *homestay*.

Untuk industri yang ada di Desa Cikolelet sudah tersedia dengan banyaknya pelaku usaha maupun wisata. Bahkan Desa Cikolelet memiliki Kampung ekonomi kreatif, di mana tempat tersebut sebagai kumpulan dari pelaku usaha atau pengrajin. Seperti adanya hasil kerajinan dari limbah, pembuatan kopi robusta, adanya *homestay pinky*, pondokan *homestay*, dan industri di bidang ekonomi lainnya.

### c. Branding, Advertising, dan Selling

#### 1) Branding

*Branding* bisa berasal dari slogan/tagline yang menjadi ciri khas desa wisata Cikolelet memiliki wisata unggulan yaitu puncak pilar. Ciri khas yang dimiliki desa wisata Cikolelet adanya logo yang dibuat dengan menerapkan keindahan alam. Untuk slogan yang dimiliki

hanya berasal dari logo khusus yang dimiliki desa wisata Cikolelet. Dalam logo tersebut menampilkan pegunungan, pohon serta aliran air. Slogan tersebut dikaitkan dengan kondisi dan daya tarik wisata alam yang dimiliki. Desa Cikolelet yang masuk dalam daerah pegunungan dan memiliki wisata alam berupa curug lawang dan curug kembar yang bisa mendapatkan kesejukan lewat aliran air serta puncak cibaja dan pilar yang menawarkan kesejukan melalui pemandangan alamnya.

## 2) *Advertising*

*Advertising* sebagai salah satu cara promosi yang bisa dilakukan agar desa wisata Cikolelet bisa dikenal oleh masyarakat luas. Untuk saat ini promosi yang dilakukan hanya mengandalkan dari sosial media yang telah dibuat seperti instagram maupun facebook. Namun harapannya bisa dipromosikan kepada lembaga-lembaga pendidikan dengan menawarkan paket wisata, maupun kepada pemerintah daerah jika akan mengadakan acara desa wisata ini menjadi salah satu tempatnya.

*Advertising* ini berkaitan dengan media promosi yang dilakukan. Promosi yang dilakukan tentunya akan berdampak pada kunjungan wisatawan bahkan desa wisata semakin banyak dikenal oleh masyarakat luas. Promosi bisa dilakukan melalui sosial media, media cetak, radio. Televisi maupun lainnya. Media-media yang telah ada seharusnya bisa terus dilakukan dan dimaksimalkan.

## 3) *Selling*

Seperti yang telah dijelaskan bahwa Desa Cikolelet memiliki produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat yang pastinya perlu untuk diperjualkan agar tidak bergantung pada penjualan di Desa tersebut. Jadi dari para produsen juga harus memiliki inovasi dalam penjualan yang dilakukan agar usahanya tetap terus berjalan. Para pelaku UMKM di Desa Cikolelet dalam pemasarannya diserahkan pada masing-masing, namun ketika ada event baru dibuatkan *stand*. *Selling* ini berkaitan dengan misi penjualan. Dimana para pelaku usaha harus memiliki hal tersebut untuk bagaimana penjualan yang akan dilakukan.

## 2. PEMBAHASAN

Berikut beberapa aspek yang terlibat dalam pembuatan dusun wisata di Cikolelet, Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang:

### a. Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas

#### 1) Atraksi

Suwena & Widyatmaja menyatakan bahwa Suwena & Widyatmaja dalam Fitroh dkk (2017:13) bahwa atraksi merupakan modal (*tourism resource*) atau sumber pariwisata dan merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan. Istilah “daya tarik” juga dapat merujuk pada segala sesuatu yang indah, bernilai keanekaragaman, keunikan, serta kekayaan seni dan budaya. Ciri utama daya tariknya adalah buatan manusia, sehingga menjadikannya lokasi yang diinginkan wisatawan untuk berwisata. Dalam Noor Muhammad Fauzan (2021), Karyono juga memberikan penjelasan sebagai berikut: 2) Atraksi wisata berupa seni, budaya, warisan, tradisi, kekayaan alam, hiburan, jasa, dan lain-lain yang merupakan daya tarik wisata di tempat wisata. Tiga permasalahan terkait keindahan alam atau keanekaragaman budaya, aktivitas ekonomi masyarakat, dan keanekaragaman budaya diangkat melalui atraksi di desa wisata Cikolelet.

Selain keindahan alam, Zebua (2016: 3) menegaskan bahwa atraksi juga berkaitan dengan budaya dan adat istiadat setempat, serta suasana pedesaan pada umumnya, sehingga memungkinkan pengunjung untuk secara aktif terlibat dalam aktivitas lingkungan sekitar. Desa wisata Cikolelet juga memiliki daya tarik dengan menonjolkan kekhasan suatu lokasi, mulai dari seni budaya hingga kulinernya. Selain itu, destinasi wisata ini memiliki daya



tarik ekonomi berkat banyaknya pelaku UMKM yang memproduksi atap jerami, emping melinjo, susu etawa, bahkan kerajinan tangan buatan lokal. Pengunjung dapat melakukan study tour dengan mengamati proses pembuatan setiap produk yang telah dibuat atau dapat melakukan eksperimen dengan cara tersebut.

## 2) Aksesibilitas

Khusus untuk jalan menuju kawasan desa wisata, desa wisata Cikolelet saat ini memiliki akses yang cukup baik. Menurut Brown dan Stange dalam Chaerunnissa (2020:7), akses mengacu pada seberapa mudah atau sulitnya seseorang mencapai tujuan dari titik awalnya. Pemerintah Kabupaten Serang membantu desa wisata ini memperbaiki jalan yang awalnya rusak namun kini sudah bagus dan mudah untuk dilalui. Delapan puluh persen jalan yang ada saat ini dalam kondisi baik, namun setiap ruas jalan menuju desa wisata alam perlu diperbaiki.

Akses, Cooper et al dalam Chaerunnissa (2020: 6), juga mencakup infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan pengunjung untuk sampai ke tempat wisata. Oleh karena itu, layanan seperti penyewaan mobil dan transportasi lokal, rute, atau perjalanan harus ditawarkan. Jalan menuju puncak Cibaja dan puncak pilar masih rusak dan belum bisa dilintasi kendaraan roda empat, padahal kondisi jalan cukup bagus dan mudah dilalui pengunjung. Hal ini dilakukan untuk memudahkan wisatawan berwisata ke lokasi alam menggunakan jasa ojek lokal. Apabila pengunjung ingin berjalan kaki dibandingkan menggunakan jasa ojek, tetap dipersilakan. Akses melalui Google Maps juga penting untuk memudahkan wisatawan dan pengunjung lainnya. Setiap objek wisata mempunyai lokasinya dan lokasi desa wisata Cikolelet tertera di Google Maps.

## 3) Amenitas

Untuk mempermudah dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan atau pengunjung, amenities berkaitan dengan seberapa baik prasarana pendukung kegiatan pariwisata dilengkapi. Selain itu, ketersediaan fasilitas yang sesuai dapat mempengaruhi jumlah wisatawan, yang akan berdampak pada pendapatan bisnis terkait pariwisata. Suwanto menjelaskan prasarana dan sarana sebagai sumber daya alam dan buatan yang dibutuhkan wisatawan ketika melakukan perjalanan menuju suatu lokasi, antara lain energi yang cukup, telekomunikasi, terminal jembatan penghubung, dan lain-lain dalam Ayu Listiyaningrum (2019: 6). Pengelola pariwisata harus menyiapkan infrastruktur ini karena merupakan kebutuhan wisatawan. Fasilitas wisata, sebaliknya, melengkapi kawasan tujuan wisata dan penting untuk memenuhi kebutuhan pengunjung saat mereka sedang berlibur.

Memiliki banyak fasilitas infrastruktur antara lain aula, toilet, pemandu wisata, dan tempat ibadah (Mushola), dalam rangka membangun desa wisata Cikolelet. Desa wisata Cikolelet sudah memiliki sejumlah fasilitas infrastruktur, antara lain gereja, ruang berkumpul, toilet, lampu, dan lain-lain. Menurut Fikri & Septiawan 2020 dalam Krisnawati (2021:8), dengan adanya fasilitas ini akan memudahkan wisatawan dalam melakukan aktivitas terkait pariwisata ketika berkunjung ke desa wisata. Sarana transportasi, penginapan, kesehatan, dan telekomunikasi merupakan contoh fasilitas yang wajib dimiliki oleh sebuah kawasan desa wisata. Desa wisata dapat menawarkan pilihan perumahan seperti homestay atau pondok wisata, serta penginapan sederhana lainnya di mana wisatawan dapat beristirahat dan merasakan suasana pedesaan yang sesungguhnya.

Selain prasarana tersebut di atas, di Cikolelet juga terdapat akomodasi/*homestay* yang dapat ditinggali pengunjung, dan terdapat rumah-rumah penduduk yang juga digunakan sebagai akomodasi. Fasilitas wisata menurut Utama (2017) adalah segala fasilitas primer dan mendasar yang memungkinkan fasilitas pariwisata ada dan berkembang dengan tujuan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Pengelola Kota Wisata Cikolelet

menawarkan pilihan penginapan khusus, seperti homestay, serta tempat tinggal warga yang bisa dijadikan penginapan bagi pengunjung yang berencana bermalam.

## **b. Sumber Daya Manusia, Masyarakat, dan Industri**

### **1) Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia ini berkaitan dengan seluruh pemangku kepentingan dalam pertumbuhan desa wisata, mulai dari pemerintah daerah, pengelola, dan masyarakat. Begitu pula dengan SDM yang merupakan penunjang dukungan yang diberikan oleh organisasi pemerintah daerah, kelompok, atau pengelola lokasi wisata untuk menyelengi atau merelokasi operasional pariwisata, sebagaimana diungkapkan Cooper dalam Chaerunnissa (2020: 7). Aktivitas apa pun harus melibatkan SDM dalam beberapa cara. Seperti halnya pengembangan desa wisata, ada banyak faktor yang berperan, antara lain kepala desa yang memegang peranan penting, pemerintah desa, pengelola desa wisata, dan bahkan masyarakat setempat.

Tentu saja diperlukan pembangunan sejumlah organisasi penting agar desa wisata dapat berfungsi. Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), kelompok yang ada di dusun wisata Cikolelet, berperan dalam mengedukasi masyarakat umum tentang pariwisata. Pokdarwis juga berperan sebagai pemandu wisata bagi pengunjung. Menurut Wargenau dan Deborah dalam Suguama dalam Chaerunnissa (2020:7), terdapat beberapa instansi pemerintah, asosiasi pariwisata, perusahaan wisata, dan lain-lain, di desa wisata. Hal ini berkaitan dengan penetapan kebijakan dan bantuan terhadap kegiatan terkait pariwisata.

### **2) Masyarakat**

Masyarakat lokal yang akan merasakan dampak dari berkembangnya industri pariwisata. Guna tercapainya hubungan yang saling menguntungkan antara masyarakat dengan pengelola desa wisata, maka keterlibatan masyarakat dalam penciptaan desa wisata sangat diperlukan, disamping tujuan masyarakat. Menurut I Pitana dalam N. Nurhajati (2017), perkembangan dan pertumbuhan wisata akan segera mempengaruhi dan melibatkan masyarakat, berpotensi memberikan dampak positif dan buruk.

Andereck dan Nyaupane berpendapat bahwa wajar jika masyarakat lokal menawarkan layanan dalam hal penginapan, informasi, dan transformasi dalam Hanafiah dan Mohammad Abdullah (2014: 804). dan fasilitas bagi wisatawan di daerah tujuan wisata. Selain itu, agar desa wisata bisa sukses, dukungan lokal diperlukan untuk menjamin keuntungan yang diperoleh dari pertumbuhan tersebut.

Nabila & Yuniningsih tahun 2016 dalam Rahma Nur Azizah (2021: 6), keterlibatan masyarakat merupakan komponen yang sangat penting dalam suatu program pembangunan. Desa wisata merupakan Desa yang berpotensi menarik wisatawan karena daya tariknya serta sumber daya alam dan budaya penduduknya. Pembangunannya berupaya untuk meningkatkan kedudukan sosial dan ekonomi lingkungan sekitar. Masyarakat mengambil peran komersial dan berpotensi mengambil peran pariwisata dalam pengembangan desa wisata. Masyarakat Desa Cikolelet berprofesi sebagai UMKM di desa wisata yang sedang berkembang, memproduksi kopi, kerajinan dari limbah, beratap jerami, produk susu etawa, dan lain-lain. Sementara itu, masyarakat Cikolelet mengadopsi budaya dan seni untuk menjadi penampil pariwisata. Selain itu, masyarakat harus membantu pembangunan infrastruktur desa wisata, salah satunya penyediaan jasa ojek.

### **3) Industri**

Akan dekat dengan sektor pariwisata ketika desa wisata dikembangkan. Sektor pariwisata mencakup perusahaan yang melayani wisatawan dan bekerja sama untuk menyediakan barang dan jasa. Desa wisata Cikolelet memiliki sejumlah perusahaan UMKM yang beroperasi di sana, seperti yang memproduksi keripik, atap jerami, susu etawa, kopi Robusta, dll. Industri pariwisata menurut R. S. Darmajadi dalam Christina & Putri (2014: 4)



adalah sebuah konglomerasi banyak sektor usaha yang secara kolektif menciptakan barang atau jasa baik secara langsung maupun sesuai permintaan pengunjung.

Dengan hadirnya desa wisata, maka akan meningkatkan UMKM yang membentuk ekonomi kreatif lokal sebagai sarana daya tarik semu. Kemampuan dan pengetahuan masyarakat daerah dalam menghasilkan barang dan jasa menjadi tumpuan industri kreatif. Di sektor kreatif, modal tenaga kerja yang kreatif dan tangguh—perpaduan antara kreativitas, kompetensi, dan bakat individu—lebih penting dibandingkan modal fisik berskala besar atau mesin yang sangat besar. Pariwisata sebagaimana didefinisikan oleh Salah Wahab dalam Diana P, dkk (2017: 2) mencakup industri seperti kerajinan tangan, cinderamata, perumahan, dan transportasi sebagai sektor yang dapat merevitalisasi sektor lainnya. Produk-produk dari industri kreatif mempunyai ciri khas dan mempunyai ciri khas suatu daerah, sehingga membantu mereka membangun reputasi suatu daerah dan menarik wisatawan.

### c. *Branding, Advertising, dan Selling*

#### 1) *Branding*

Konsep *branding* mirip dengan *brand*. *Branding* merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh instansi atau perusahaan, organisasi, individu, atau siapapun yang ingin mendapatkan respon dan citra positif dari pemangku kepentingan, konsumen, dan sejenisnya. Merek adalah merek, logo, simbol, atau nama yang dikaitkan dengan suatu produk untuk membedakannya dari produk lain. Menurut Yuristiadhi (2017:2), *branding* adalah suatu kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan dengan tujuan yang jelas untuk memberikan segala sesuatu yang berkaitan dengan suatu merek suatu identitas yang khusus, spesifik, atau unik sehingga dapat diidentifikasi dari produk atau jasa lain.

Fini (2019:35), *branding* terlihat pada berbagai komoditas berkat adanya merek. Merek adalah kombinasi desain frasa, tanda, dan simbol yang mendefinisikan produk atau layanan perusahaan dan membedakannya dari pesaing. Desa wisata Cikolelet menampilkan logo yang menggambarkan keindahan alam di kawasan tersebut. Tentu saja logo tersebut memiliki arti khusus yang membedakannya dengan wisata lainnya.

#### 2) *Advertising*

Achroni (2015:109) mendefinisikan periklanan sebagai suatu metode promosi produk dan jasa yang bersifat non-pribadi dengan menggunakan media tertentu dengan tujuan untuk mendorong pembelian. Periklanan mempunyai keterkaitan dengan media yang digunakan untuk pemasaran. Oka A Yoeti menyatakan dalam Nurhayati (2017:5) bahwa periklanan merupakan metode yang cocok untuk memperkenalkan produk yang belum dikenal kepada konsumen. Manfaat mendasar dari penggunaan periklanan adalah menjangkau khalayak luas melalui media termasuk surat kabar, majalah, televisi, radio, dan film.

Desa Wisata Cikolelet beriklan di akun media sosialnya, khususnya Facebook dan Instagram. Selain itu, pemasaran melalui media sosial bergerak sangat cepat sehingga wisata tersebut dapat dikenal oleh kelompok yang lebih besar. Menurut penelitian Benyamin, Maryani, dan Octavianti (2021), kampanye iklan wisata di media digital dapat menawarkan konteks atau keahlian dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Memanfaatkan berbagai media digital seperti *website*, *Facebook*, dan *Instagram* cukup berhasil menyebarkan informasi mengenai desa wisata dalam bentuk teks, gambar, dan video. Efektivitas beriklan di media sosial menawarkan sejumlah manfaat, termasuk rendahnya biaya iklan, aksesibilitas, dan meluasnya penggunaan media sosial.

#### 3) *Selling*

Basu Swastha dan Irawan dalam Nurhayati (2017:5), dalam menjual personal branding, pembeli dan penjual berinteraksi langsung dengan bertemu langsung. Komunikasi individual dan dua arah digunakan oleh kedua belah pihak agar *vendor* dapat segera

mendapatkan masukan mengenai preferensi dan keinginan pembeli. Pengelola menyerahkan kepada masing-masing pelaku usaha untuk melaksanakan penjualan di wisata Cikolelet, meskipun biasanya pelaku usaha melakukan penjualan di lokasi-lokasi penting seperti pasar. Namun Desa Cikolelet juga melakukan penjualan, terutama pada saat wisatawan datang, dan mungkin disajikan sebagai makanan khas setempat.

Teknik pemasaran juga berhubungan dengan misi penjualan atau penjualan. Yoeti mengklaim bahwa tujuan strategi pemasaran industri perjalanan dan pariwisata adalah untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan sehingga pembeli dan penjual dapat menikmati keuntungan maksimal dengan risiko paling kecil. Untuk menjual desa wisata yang dapat melayani pengunjung dengan sebaik-baiknya, penting untuk memahami keinginan dan preferensi mereka. Produk yang diiklankan desa wisata didasarkan pada potensi yang sudah ada dan kecerdikan masyarakat setempat.

## KESIMPULAN

Sejumlah variabel, termasuk 3A (atraksi, aksesibilitas, dan amenitas), SDM (sumber daya manusia), masyarakat, dan industri, serta *branding*, periklanan, dan penjualan, digunakan untuk menentukan cara membangun komunitas wisata. Metrik ini sangat penting untuk melakukan pengembangan wisata. Lokasi wisata dapat ditemukan dan dapat diakses dengan kondisi jalan yang layak, lampu jalan, dan kekuatan sinyal yang kuat untuk memudahkan pengunjung. Sedangkan infrastruktur, mulai dari rumah ibadah, tempat berkumpul, dan lain-lain, merupakan kemudahan. Pengembangan desa wisata juga membutuhkan beberapa komponen penting, mulai dari kepala desa, perangkat desa, pengelola, dan anggota masyarakat yang masing-masing memiliki tugas tertentu. Selain itu, Desa Cikolelet memiliki lambang khas Desa Wisata yang menjadi ciri khasnya. Sedangkan pelaksanaan penjualan diserahkan kepada penjual untuk memasarkan barang melalui iklan media sosial, namun tetap dijual kepada pengunjung yang berkunjung sebagai barang lokal. Ide-ide berikut dapat digunakan untuk memajukan Desa Wisata Cikolelet: Berdasarkan temuan tersebut, beberapa rekomendasi dapat dibuat untuk desa wisata, termasuk perlunya terus meneliti potensi daya tarik wisata bahkan saat berkembang di sekitar preferensi wisatawan. Elemen penting lainnya adalah strategi promosi dan pengembangan dusun wisata. Tidak terbatas hanya melalui media sosial, pemerintah provinsi atau kabupaten dapat dihubungi untuk membantu mempromosikan permukiman wisata. Promosi dapat dilakukan dengan memasarkan destinasi wisata melalui inisiatif resmi. Selain itu, manajemen dapat melakukan promosi ke lembaga pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariska, N., Rahim, R., & Ismail, L. (2019). Implementasi Pengelolaan Sumber Daya Alam Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Pada Masyarakat Pariwisata Dante Pine Kabupaten Enrekang. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 7(1), 179-183.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 9(4), 159-175.
- Fitroh, S. K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42(2).
- Imaduddin, H. (2020). *Persepsi Dan Preferensi Pengunjung Desa Wisata Cibuntu Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Jurnal, C. A. R. E., & Rahma, N. A. A. R. (2021). Kemampuan Masyarakat Dalam Mengungkap Potensi Desa (Sebuah Aksi Partisipatoris Dalam Perencanaan Desa Wisata Di Desa Tritik, Nganjuk). *Jurnal Resolusi Konflik, CSR dan Pemberdayaan (CARE)*, 6(1), 82-90.
- Krisnawati, I. (2021). Program Pengembangan Desa Wisata Sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid dan Implementasinya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 211-221.

- Kusumastuti, R. (2020). *Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha (Studi Empiris Pada Desa Wisata Di Kabupaten Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Nisa, K. K., Sinabutar, M. J., & Habib, M. A. F. (2021). Pengembangan Potensi Wisata Igir Wringin Desa Panusupan Sebagai Produk Wisata Berbasis Perdesaan. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(3), 319-326.
- Noor, M. F., & Zulfiani, D. Z. (2021). Analisa Potensi Wisata Pada Desa Wisata Sumber Sari, Kecamatan Loa Kulu, Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Darmawisata*, 1(1), 1-5.
- Nurhayati. (2018). Strategi Promosi Desa Wisata Kampung Badud oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Unigal*. Vol 5 No 4 Tahun 2018.
- Putri, N. E., Silfeni, S., & Ferdian, F. (2018). Strategi Promosi Melalui Media Periklanan Desa Wisata Kubu Gadang Kota Padang Panjang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 9(2), 113-121.
- Ratu, C., & Kampana, I. M. A. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbing Sari, Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata* ISSN, 2338, 8811.
- Riskiyanto, M. (2021). *Strategi Branding Desa wisata Kemiri, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).