



Analisis partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha wisata berbasis industri kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung

LAETICIA VIERGIANI MARYONOPUTRI^{1*}, FITRI RAHMAFITRIA, GILANG NUR RAHMAN

¹ Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia;

*Korespondensi: lae.viergiani19@upi.edu

Diterima: 29 Juli, 2024

Disetujui: 30 Agustus, 2024

ABSTRAK

Latar Belakang: Penelitian ini dilandasi oleh sistem pengembangan di KWK Cigadung yang belum berjalan optimal dan fenomena kesenjangan ekonomi yang terjadi antara pelaku usaha yang masih berdiri secara individual. **Temuan:** Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha wisata kreatif di KWK Cigadung. **Metode:** Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan teknik pengumpulan triangulasi data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan terhadap komunitas masyarakat terkait. Teori partisipasi masyarakat dan teori pengembangan usaha menjadi dasar dalam menganalisis partisipasi masyarakat serta dalam mengidentifikasi potensi dan kendala partisipasi dalam pengembangan usaha yang dilakukan. **Kesimpulan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk partisipasi dominan ditunjukkan oleh pelaku usaha dalam potensi keahlian mereka melalui diversifikasi produk kreatif, pelatihan keterampilan dan workshop membuat serta pertunjukan budaya. Partisipasi yang diberikan cukup memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan kualitas produk bagi beberapa pelaku usaha. Namun, kendala utama yang ditemukan adalah kurangnya partisipasi dari SDM dalam mendukung pengembangan dan sistem pengelolaan yang kurang terkoordinasi, keterbatasan pengelola dalam menyusun paket wisata yang menyebabkan kesenjangan antara pelaku usaha, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Rekomendasi dari penelitian ini mencakup evaluasi dan peningkatan pertemuan masyarakat untuk pengembangan program, pengembangan paket wisata yang terstruktur melalui kolaborasi komunitas dalam menggabungkan keberagaman daya tarik, serta peningkatan strategi pemasaran digital melalui kerja sama dengan pemangku kepentingan.

KATA KUNCI: kampung wisata kreatif; partisipasi masyarakat; pengembangan usaha.

ABSTRACT

Background: This research is based on the development system in KWK Cigadung which has not yet run optimally and the phenomenon of economic disparity that occurs among business actors who still stand individually. **Findings:** The aim of this research is to analyze the forms of community participation in the development of creative tourism businesses in the Creative Tourism Village of Cigadung. **Methods:** A qualitative descriptive approach was used in this study with data triangulation techniques through observation, documentation, and interviews conducted with related community communities. The theory of community participation and the theory of business development served as the basis for analyzing community participation and identifying the potential and obstacles of participation in business development. **Conclusion:** The results of the study indicate that the dominant form of participation is demonstrated by business actors through their skill potential in creative product diversification, skill training, and batik workshops as well as cultural performances. The participation provided

Cara Pengutipan:

Maryonoputri et al. (2024). Analisis partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha wisata berbasis industri kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung. *Trend and Future of Agribusiness*, 1(2), 94-104.
<https://doi.org/10.61511/tafoa.v1i2.2024.1210>

Copyright: © 2024 dari Penulis. Dikirim untuk kemungkinan publikasi akses terbuka berdasarkan syarat dan ketentuan dari the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



contributes significantly to the increase in income and product quality for several business actors. However, the main obstacle found is the lack of participation from human resources in supporting development and a poorly coordinated management system, limited management in compiling tourism packages causing disparities among business actors, and suboptimal marketing strategies. Recommendations from this research include evaluation and improvement of community meetings for program development, development of structured tourism packages through community collaboration in combining diverse attractions, and enhancement of digital marketing strategies through collaboration with stakeholders.

KEYWORDS: *business development; creative tourism village; community participation.*

1. Pendahuluan

Kampung Wisata Kreatif (KWK) Cigadung merupakan kampung wisata yang berfokus pada wisata kreatif yaitu keunggulannya dalam menghasilkan industri kreatif dan seni budaya dengan konsep *community based tourism* (CBT). Sebelum diresmikan sebagai kampung wisata kreatif, masyarakat setempat di Kelurahan Cigadung sudah terlebih dulu memiliki beberapa usaha individu yang dikelola sebagai mata pencaharian mereka sejak lama. Hingga saat ini, berbagai usaha kreatif tersebut sedang dalam tahap penyatuan untuk dijadikan satu kesatuan yang utuh dari KWK Cigadung. KWK Cigadung memiliki 69 potensi dan daya tarik wisata yang terdiri dari berbagai sektor usaha berbasis industri kreatif, seperti kerajinan (kriya), kesenian & budaya, fesyen, kuliner dan akomodasi. Adapun sektor usaha yang saat ini menjadi ke-6 titik destinasi utama di KWK Cigadung yaitu Rumah Batik Komar, Batik Hasan, Batik Cigadung, Studio & Galeri Rosid, Saung Kasep dan Rancakalong.

Berdasarkan riset sebelumnya, pengembangan di KWK Cigadung diketahui masih belum sepenuhnya berjalan optimal dalam memberikan dampak besar dari segi ekonomi. Hal ini diketahui karena tingkat partisipasi masyarakat setempat dalam pengembangan sektor usaha wisata di KWK Cigadung yang masih tergolong rendah karena melihat tingkat persentase pelaku usaha yang hanya terhitung sebesar 6,32% dari jumlah keseluruhan penduduk Kelurahan Cigadung. Data masyarakat miskin dari Portal Data Kota Bandung juga menunjukkan bahwa jumlah kemiskinan di Kelurahan Cigadung dari tahun 2020 hanya sejumlah 5.512 atau sebesar 17,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha masyarakat di KWK Cigadung belum sepenuhnya berjalan optimal dalam meningkatkan pemerataan kondisi ekonomi masyarakat Kelurahan Cigadung itu sendiri. Terlebih pengembangan usaha di KWK Cigadung itu sendiri diketahui masih dikelola secara individual oleh setiap pelaku usaha, sehingga menyebabkan ketimpangan jumlah kunjungan wisatawan serta hasil penerimaan pendapatan dari pengembangan wisata yang tidak terbagi secara merata pada jajaran pelaku usaha yang lain. Hal itu tentunya berpengaruh terhadap ketidakmerataan kondisi perekonomian bagi masyarakat di Kelurahan Cigadung (David & Rosanto, 2023).

Usaha kreatif di KWK Cigadung dikelola secara langsung oleh masyarakat selaku pelaku usaha, sehingga untuk mengatasi kendala yang ada, pengembangan usaha kreatif di KWK Cigadung perlu didorong dalam penguatan bentuk partisipasi masyarakat untuk mewujudkan perubahan sebagai solusi dalam memecahkan masalah dan kekurangan dalam usaha masyarakat yang ada. Dalam konteks ini, masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata perlu dilibatkan dalam proses perencanaan, penyelenggaraan, dan evaluasi dari kegiatan pariwisata yang ada. Hal ini penting untuk diterapkan dikarenakan pada dasarnya masyarakat setempat merupakan aktor utama yang ditargetkan untuk mendapatkan manfaat positif secara langsung dari kegiatan pariwisata yang dilakukan (Rahmafritra, 2016). Dengan optimalisasi partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha mereka, keuntungan ekonomi dari usaha kreatif dapat dirasakan secara langsung dan maksimal oleh para pelaku usaha sehingga kesejahteraan ekonomi pada kampung wisata dapat tercapai secara optimal dan dalam jangka panjang. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis melihat urgensi akan pentingnya bentuk partisipasi masyarakat

setempat sebagai pelaku utama dalam menjalankan pengembangan usaha wisata berbasis industri kreatif sebagai daya tarik yang dimiliki KWK Cigadung.

Melihat dari fenomena yang ada, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencapai sasaran yaitu menganalisis bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha wisata kreatif sebagai daya tarik di KWK Cigadung serta untuk mengidentifikasi potensi dan kendala yang ditemukan dari partisipasi masyarakat, sehingga diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan strategi yang dapat bermanfaat bagi partisipasi masyarakat dalam mengembangkan usaha di KWK Cigadung. Teori partisipasi masyarakat oleh Keith Davis dalam Anthonius (2013) dan teori pengembangan usaha oleh Agustina & Fathorrahman (2016) menjadi dasar dalam menganalisis partisipasi masyarakat serta dalam mengidentifikasi potensi dan kendala partisipasi dalam pengembangan usaha yang dilakukan.

Terdapat beberapa jenis bentuk partisipasi masyarakat yang meliputi partisipasi bentuk pikiran, tenaga, keahlian, barang dan uang (Keith Davis dalam Anthonius, 2013). Dalam konteks penelitian ini, partisipasi masyarakat lokal berperan secara sentral dalam mengelola pengembangan usaha berbasis industri kreatif sebagai penyokong daya tarik wisata di KWK Cigadung. Partisipasi tersebut sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dimana masyarakat diberikan kesempatan dan wewenang aktif dalam berperan sebagai subyek penggerak yakni dalam pengelolaan potensi, sumber daya & kemampuan yang dimiliki, pengambilan keputusan, serta dalam melakukan pengawasan terhadap pengembangan usaha mereka. Terdapat beberapa indikator yang dapat menentukan keberhasilan pengembangan usaha, diantaranya peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas produk dan peningkatan kualitas SDM (Agustina & Fathorrahman, 2016). Indikator tersebut digunakan sebagai rujukan untuk mengidentifikasi potensi dan kendala dari partisipasi masyarakat dalam keberhasilan pengembangan usaha mereka. Hasil dari analisis dan identifikasi tersebut akan menghasilkan suatu strategi partisipasi masyarakat dalam mewujudkan peningkatan pengembangan usaha kepariwisataan sebagai output dari penelitian.

2. Metode

Desain penelitian yang dipilih pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih dalam desain penelitian ini karena pendekatan deskriptif kualitatif menyajikan dan mendeskripsikan informasi berdasarkan keaslian fenomena yang apa adanya tanpa terdapat proses perlakuan atau manipulasi lain. Maka dari itu, penelitian ini lebih berfokus dalam menganalisis makna dari bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha wisata berbasis industri kreatif yang dijalankan sebagai upaya pengembangan wisata di KWK Cigadung.

Penentuan subjek pada penelitian ini menggunakan teknik sampel bertujuan (*purposive sampling*), dimana partisipan yang dipilih merupakan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam membina, mengelola dan mengembangkan KWK Cigadung, yaitu pihak aparat pemerintahan serta komunitas warga dari Kelurahan Cigadung itu sendiri, diantaranya pihak Kelurahan Cigadung, pihak Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota Bandung, pengelola KWK Cigadung, perwakilan pelaku usaha dari usaha Saung Kasep, Batik Komar dan Studio Rosid, serta perwakilan dari aktivis masyarakat setempat.

Instrumen penelitian disusun dengan mempertimbangkan teori yang digunakan dengan menggunakan beberapa alat bantu diantaranya pedoman wawancara yang sebelumnya dipersiapkan peneliti agar proses wawancara dapat berjalan dengan efektif dan tetap sesuai dengan topik permasalahan. Pedoman ini berisi daftar isian pertanyaan yang telah disusun berdasarkan rujukan teori penelitian ke dalam kelompok jenis pertanyaan berbeda yang diberikan kepada 9 narasumber dengan posisi yang berbeda dari pemangku kepentingan masyarakat. Alat perekam juga dipakai sebagai instrumen yang menunjang proses observasi dan wawancara melalui rekaman foto dan suara.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data primer dengan melalui berbagai tahap proses pengumpulan data yaitu observasi, studi dokumentasi dan wawancara yang dilakukan terhadap perwakilan dari komunitas masyarakat di lapangan. Penulis juga mengumpulkan data sekunder melalui studi pustaka yang bersumber dari artikel jurnal, buku, peraturan perundang-undangan serta situs internet resmi seperti website KWK Cigadung dan website Kemenparekraf terkait pengambilan informasi yang relevan dengan teori dan topik penelitian.

Peneliti menggabungkan data-data dari berbagai sumber melalui teknik triangulasi data untuk membantu peneliti dalam menguji keabsahan informasi yang dapat memperkuat kredibilitas penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis triangulasi sumber data untuk menggali informasi lebih dalam dari narasumber dengan menggabungkan berbagai sumber seperti arsip, buku, dokumen, wawancara, dan observasi. Metode analisis data yang diterapkan pada penelitian ini adalah teknik analisis data interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari 4 tahapan, yaitu tahapan pengumpulan data, kondensasi/reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Profil KWK Cigadung

KWK Cigadung merupakan bagian implementasi dari program kampung wisata kreatif yang dibentuk oleh Pemerintah Kota Bandung untuk meningkatkan kepariwisataan di Kota Bandung yang berbasis peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dilihat dari letaknya, KWK Cigadung terdiri dari 6 titik lokasi wisata yang menjadi daya tarik utama dari KWK Cigadung itu sendiri, diantaranya Rumah Batik Komar, Batik Hasan, Kampung Batik Cigadung (KBCGN), Saung Kasep, Studio Rosid dan Curug RCK (Rancakendal). Tetapi secara potensial, KWK Cigadung memiliki sekitar 69 potensi wisata yang terdiri dari sektor kerajinan (kriya), fesyen, kuliner, seni budaya, dan akomodasi penginapan yang tersebar di daerah Cigadung.

Komunitas dalam pengembangan di KWK Cigadung merupakan komunitas kelembagaan yang diantaranya merupakan lembaga Pokdarwis, kelompok pengurus serta para aktivis masyarakat yang berperan sebagai akselerator dalam pengembangan. Kepengelolaan KWKC ini terbentuk dari gabungan beberapa organisasi masyarakat setempat yakni Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), masyarakat RW, pelaku usaha dan lainnya. Adapun dari pihak pebisnis, pelaku usaha di KWK Cigadung juga diketahui berasal dari masyarakat Cigadung sendiri yang sejak awal sudah merintis usahanya secara mandiri sebelum adanya program KWKC.



Gambar 1. Gambaran KWK Cigadung
(Peneliti, 2024)

3.2 Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan KWK Cigadung

Adapun berdasarkan hasil observasi dan wawancara di lapangan, bentuk partisipasi masyarakat yang ditemukan dalam pengembangan usaha kepariwisataan di KWK ditunjukkan dalam 4 bentuk partisipasi pada teori Keith Davis (2013) yaitu dalam bentuk pikiran, tenaga, barang dan keahlian.

Partisipasi pertama ditunjukkan dalam bentuk pikiran melalui berbagai inovasi, kreativitas dan program kegiatan yang diciptakan dan diberikan oleh masyarakat untuk wisatawan. Salah satunya yaitu dari partisipasi pengelola melalui kerja sama dengan akademisi. Di samping itu, partisipasi pelaku usaha diberikan melalui inovasi pembuatan produk kreatif khususnya dari pengrajin batik di KWK Cigadung yakni Rumah Batik Komar, Batik Hasan dan KBCGN. Selain itu, para pelaku usaha batik juga berinovasi dalam menuangkan ide melalui penciptaan program workshop membatik, salah satunya ditunjukkan oleh Batik Komar dalam penciptaan program eduwisata dan workshop membatik berupa tur proses membatik untuk wisatawan yang memiliki ketertarikan khusus untuk mempelajari teknik membatik. Bentuk partisipasi buah pemikiran juga ditunjukkan oleh pemilik Saung Kasep dengan memberikan motivasi dan edukasi terkait strategi dalam berbisnis kerajinan bambu kepada pengrajin lain.



Gambar 2. Bentuk partisipasi pikiran
(Peneliti, 2024)

Partisipasi kedua ditunjukkan masyarakat dalam bentuk tenaga. Secara garis besar, bentuk tenaga yang paling banyak dikerahkan masyarakat dalam pengembangan KWK Cigadung merupakan kegiatan swadaya murni dari kerja bakti masyarakat dalam membersihkan titik wilayah wisata, contohnya pada pembersihan curug RCK. Selain itu, beberapa dari masyarakat setempat juga diikuti sertakan dalam bentuk tenaga yang memiliki potensi khusus, seperti ibu-ibu dari RW yang dilibatkan dalam memasak konsumsi untuk wisatawan yang ingin merasakan kuliner khas setempat. Bentuk tenaga lain juga diberikan oleh kelompok pelaku usaha dalam operasional usaha mereka, contohnya dari para pengrajin dalam produksi membatik, yakni tenaga dalam berpikir untuk menciptakan desain, kejelian dan ketelitian mata dan tangan dalam melukis & mengecap batik, serta pada proses pewarnaan dan penjemuran batik.



Gambar 3. Bentuk partisipasi tenaga
(Peneliti, 2024)

Partisipasi ketiga merupakan bentuk barang yang diberikan oleh para pelaku usaha dalam menyumbangkan sebagian dari aset pribadi mereka untuk mendukung pengembangan usaha yang dimiliki. Salah satunya yaitu dalam pengadaan kebutuhan operasional usaha. Sebagai contoh untuk penyediaan transportasi kendaraan, pengadaan untuk renovasi gedung sebagai sarana program eduwisata, penyediaan fasilitas, hingga hal-hal kecil yang diberikan pemilik usaha sebagai stimulus untuk pengrajin yang dilakukan oleh manajemen Batik Komar. Bentuk partisipasi harta benda juga diberikan oleh pemilik usaha Studio Rosid dalam pengadaan fasilitas serta aset berupa koleksi dan karya seni pribadi beliau yang dipajang di galeri dan studio.



Gambar 4. Bentuk partisipasi barang
(Peneliti, 2024)

Partisipasi keempat ditunjukkan masyarakat dalam bentuk keahlian/keterampilan, yang merupakan ujung tombak yang esensial dalam pengembangan usaha di KWK Cigadung, melihat banyaknya usaha industri kreatif yang dihasilkan dari keahlian dan keterampilan masyarakat setempat. Pihak pengelola turut berpartisipasi dalam menjembatani masyarakat melalui pengadaan pelatihan untuk mengasah keahlian masyarakat setempat, salah satunya dengan mensosialisasikan masyarakat dalam pelatihan membatik yang berkolaborasi dengan Batik Komar serta dalam pelatihan tour guiding. Selain itu, para pengrajin batik dari usaha Rumah Batik Komar, Batik Hasan dan KBCGN juga mengerahkan bentuk keterampilan mereka dalam pengajaran proses membatik kepada wisatawan dalam program workshop. Bentuk pelatihan juga diberikan oleh pemilik Saung Kasep dalam mengadakan pelatihan dan workshop edukasi dalam membuat kerajinan tangan seperti cangkir bambu dan melukis untuk souvenir.

Bentuk penerahan keterampilan juga dikerahkan oleh Studio Rosid dalam menghasilkan berbagai karya lukis yang dipajang di galeri serta pameran-pameran yang pernah digelar, serta keahlian barista dalam meracik kopi yang diberikan pada kafe yang mereka miliki. Di samping itu, masyarakat setempat di Kelurahan Cigadung juga ikut berpartisipasi mengerahkan bentuk keahlian dan keterampilan mereka pada padepokan dan sanggar budaya yang terdapat di wilayah mereka. Contohnya dalam menampilkan tarian tradisional dan pencak silat kepada wisatawan di acara tertentu.



Gambar 5. Bentuk partisipasi keahlian
(Peneliti, 2024)

3.3 Potensi & Kendala Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Usaha

Bentuk partisipasi yang telah dilakukan masyarakat dalam pengembangan usaha di KWK Cigadung akan diidentifikasi potensi dan kendalanya, sehingga akan diketahui seberapa jauh keberhasilan pengembangan usaha yang dilakukan masyarakat di KWK Cigadung. Adapun keberhasilan pengembangan usaha masyarakat diukur berdasarkan teori indikator pengembangan usaha dari Agustina & Fathorrahman (2016) yang mencakup peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas produk dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Peningkatan pendapatan dirasakan oleh pemilik usaha Saung Kasep dalam pengembangan usaha kerajinan bambu yang ia rintis. Saung Kasep merasakan perbedaan pendapatan yang drastis dari hasil produksi dan penjualan kerajinan bambu pada usahanya sejak didirikan pada 2015. Setelah mulai berinovasi dalam memproduksi souvenir bambu, Saung Kasep berhasil memperoleh penambahan omset dari hasil produksi souvenir bambu yang kini dijadikan core product Saung Kasep itu sendiri. Hal ini ditunjukkan dari penghasilan bulanan yang ia dapat dari penjualan produk souvenir yang telah disebar dengan perkiraan omset hasil penjualan produk souvenir yang mencapai Rp 2,5 juta –Rp 6 juta/bulan.

Peningkatan pendapatan juga dirasakan oleh pelaku usaha Rumah Batik Komar. Terlebih karena potensinya dalam menginovasikan desain batik “Shibotik” yang berasal dari perpaduan kriya batik dengan teknik pewarnaan shibori dari Jepang. Pendapatan Batik Komar terus meningkat sejak Shibotik baru di-launching. Omset yang didapatkan dari penjualan Shibotik mencapai Rp 6 juta hingga pernah menyentuh Rp 150 juta/bulan. Peningkatan pendapatan hingga saat ini didapatkan dari hasil penjualan produk batik dari showroom dan pameran-pameran yang digelar di berbagai tempat. Selain itu, pendapatan Batik Komar juga dihasilkan dari bentuk inovasi yang dituangkan pada program eduwisata membatik untuk wisatawan.

Peningkatan pendapatan yang signifikan juga sangat dirasakan oleh pemilik usaha Studio Rosid dalam mengembangkan usaha penyewaan galeri & studio serta pengelolaan kafanya. Hal ini berkat potensi dari partisipasi Pak Rosid pribadi sebagai seniman dalam memproduksi karya seni lukis serta pengolahan barang-barang rongsok & artefak tradisional yang dikreasikan menjadi ornamen sebagai daya tarik dan nilai jual yang menghiasi isi studio dan galeri.

Dalam pengembangan usaha yang dijalankan para pelaku usaha di KWK Cigadung, perkembangan jumlah pelanggan terjadi secara naik turun sesuai dengan periode atau musim yang berganti hingga pada akhirnya perkembangannya tetap berjalan stabil. Biasanya peningkatan jumlah pelanggan cenderung naik secara rutin pada periode khusus dalam kurun waktu tertentu.

Peningkatan jumlah pelanggan dirasakan pada Studio Rosid dimana mayoritas disokong dari pelanggan kafe yang banyak berdatangan pada periode tertentu, yakni saat weekend dan periode liburan. Studio Rosid diketahui banyak dikenal oleh kalangan muda karena berbagai konten di media sosial Tiktok dan Instagram yang tersebar dari para pengunjung yang datang membuat konten review dan merekomendasikan karakter unik kafe tersebut. Potensi yang dirasakan Studio Rosid ini terjadi berkat partisipasi pemilik usaha dalam menciptakan ambience kafe dan studio yang unik dari pengolahan barang-barang rongsok menjadi ornamen artefak yang menghiasi isi tempat tersebut.

Perkembangan jumlah pelanggan secara periodik juga terjadi di Batik Komar. Permintaan konsumen yang tinggi biasanya terjadi pada periode-periode tertentu seperti periode lebaran, tahun baru, serta setiap Bulan Oktober saat periode Hari Batik, dimana permintaan konsumen mayoritas berasal dari berbagai instansi dan dinas pemerintahan yang merayakan Hari Batik dengan memakai produk batik serta mengikuti pelatihan membatik yang ada. Hal ini tentunya berkaitan erat dengan partisipasi manajemen Batik Komar dalam menciptakan program eduwisata yang berpotensi besar dalam menarik minat pengunjung dalam mengikuti pelatihan membatik. Batik Komar juga diketahui memiliki

banyak rekan bisnis yang berasal dari instansi yang menjadi konsumen tetap dalam pemesanan produk batik, seperti PT Telkom dan Kementerian PUPR.

Perkembangan jumlah pelanggan juga terjadi pada konsumen Saung Kasep dalam pemesanan souvenir, baik itu dalam jumlah besar maupun kecil. Hal ini berkat potensi Saung Kasep sebagai satu-satunya produsen di Cigadung yang berfokus pada industri souvenir dan tidak memiliki pesaing dalam usaha yang sejenis. Saung Kasep juga sudah memiliki mitra dan distributor tetap yang telah dijalin selama 6 tahun, dimana kebanyakan hasil produksi souvenir-nya telah disebar dan diperjualbelikan di 30 tempat wisata di Bandung seperti Dusun Bambu dan Dago Dream Park. Saung Kasep juga banyak mendapatkan permintaan pemesanan souvenir dari instansi dan pemerintah seperti Wonderful Indonesia dan Perhutani.

Namun, perkembangan jumlah pelanggan pada ke-3 usaha tersebut diketahui didapatkan secara individual dari pengembangan usaha yang mereka dirikan sejak lama, bahkan sebelum diresmikannya program KWK Cigadung, sehingga mereka tidak begitu merasakan perbedaan jumlah pengunjung yang signifikan dari status mereka sebagai bagian dari KWK Cigadung. Selama 3 tahun terbentuknya program KWK Cigadung, diketahui bahwa perkembangan jumlah kedatangan pengunjung kelompok dalam jumlah besar yang masuk melalui pihak pengelola KWK Cigadung hanya terdapat 3 kunjungan. Salah satu penyebabnya diketahui karena status kepengelolaan KWK Cigadung sebagai manajemen wisata yang hingga saat ini belum memiliki sertifikat izin usaha penjualan dari dinas pemerintahan terkait, sehingga mengakibatkan proses perumusan paket wisata oleh pengelola masih dikemas secara fleksibel dan belum tersusun secara terstruktur hingga saat ini. Selain itu, terdapat kendala dimana strategi pemasaran KWKC masih cenderung secara langsung dari pihak ke pihak dan belum sepenuhnya terjun ke arah digital. Dari segi pelaku usaha, Batik Komar memiliki beberapa kendala yang dirasakan dalam target segmentasi pelanggan, dimana pasar untuk showroom mereka itu masih belum begitu luas dan mereka belum bisa begitu optimal dalam mencapai target anak-anak muda. Hingga saat ini, Batik Komar juga merasa masih berkendala dalam sistem penjualan online yang belum efektif, karena sebanyak 80% pengunjung yang membeli produk masih mengandalkan pembelian secara langsung di showroom.

Dari indikator peningkatan kualitas produk, para pelaku usaha diketahui selalu menjaga dan mengontrol kualitas produk yang dihasilkan. Selain mempertahankan kualitas, mereka juga berusaha untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang bervariasi agar jenis produknya dapat terus berkembang dan menarik minat pengunjung. Peningkatan kualitas produk sangat diperhatikan oleh Saung Kasep dalam produksi kerajinan untuk souvenir yang dijual. Saung Kasep diketahui menggunakan bahan-bahan yang aman dan berkualitas, seperti cat yang water based dan tidak menggunakan tiner, lem berkualitas khusus yang aman dan bebas formalin, hingga penggunaan natural oil dalam proses pemolesan produk. Alat dan bahan yang digunakan dalam produksinya juga sudah tergolong food grade dan sudah masuk ke standar restoran dan hotel, sehingga aman untuk dikonsumsi. Saung Kasep juga memiliki potensi dalam pengembangan kualitas produk dari penggunaan mesin-mesin produksi yang didapatkan dari dukungan yang diberikan oleh PT Migas sebagai mitra bisnis yang telah dijalani selama 3 tahun.

Rumah Batik Komar juga sangat memperhatikan pengembangan kualitas dari produk batik yang dihasilkan. Batik Komar selalu mengedepankan kualitas dibandingkan dengan kuantitas, sehingga mereka tidak selalu menargetkan banyaknya kuantitas produk yang bisa dihasilkan dalam sehari. Hal ini ditunjukkan dari pengadaan Quality Control (QC) yang rutin mereka lakukan di setiap tahapan produksi untuk mencegah kecacatan dari hasil produk sebelum dipasarkan. Studio Rosid menerapkan pengembangan kualitas dalam penjualan produk F&B yang dijual di kafanya dengan menjaga kualitas merk dari bahan-bahan yang digunakan. Untuk sarana dan prasarana, mereka juga sangat menjaga kebersihan pada area studio dan galeri. Selain itu, Pak Rosid selaku pemilik usaha yang merupakan seniman juga berusaha untuk terus berkreasi dalam menciptakan koleksi seni agar dapat terus menambah karakter dan nilai estetika di galeri miliknya.

Dari indikator pengembangan kualitas SDM, potensi masyarakat Cigadung ditandai dari bentuk pelatihan-pelatihan yang banyak diberikan oleh pemerintah dan instansi lain yang disalurkan melalui pihak pengelola KWK Cigadung dan diikuti oleh perwakilan dari masyarakat. Mulai dari pelatihan membatik, tour guiding, digital marketing, homestay, hingga pelatihan kebersihan toilet. Bagi pelaku usaha, peningkatan kualitas SDM ditunjukkan oleh Batik Komar dari potensi manajemen mereka dalam mengelola perekrutan dan penempatan karyawan pada berbagai divisi kerja. Pada awal direkrut, karyawan yang bekerja di Batik Komar akan mendapatkan pelatihan terlebih dahulu serta dapat memilih dan menyesuaikan potensi mereka pada divisi yang sesuai dengan minat dan keahlian yang dimiliki.

Pada dasarnya, implementasi konsep pariwisata berbasis masyarakat bukanlah suatu proses yang mudah. Sebab kenyataannya, proses melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan membutuhkan waktu yang panjang dan upaya yang besar untuk meningkatkan kesadaran dan pola pikir masyarakat (Rahmafitria & Nurazizah, 2016). Kendala tersebut dapat dilihat dari segi pengembangan kualitas SDM di Cigadung yang masih belum sepenuhnya terlaksana dengan baik secara garis besar. Hal ini dikarenakan masih terdapat banyak kekurangan SDM dari masyarakat yang berpartisipasi dalam mendukung pengembangan kepariwisataan secara umum. Selain itu, masyarakat setempat diketahui kurang terlibat dalam pengadaan kegiatan forum musyawarah, sehingga penyampaian aspirasi kurang tertampung untuk didiskusikan bersama antar komunitas yang terlibat dalam pengembangan. Hal tersebut diketahui berakibat pada kelangsungan sistem program dan strategi pengembangan KWK Cigadung yang sampai saat ini kurang aktif berjalan sebagaimana harusnya. Sistem manajemen kepengelolaan KWK Cigadung juga diketahui masih belum berjalan efektif dan efisien hingga saat ini.

3.4 Strategi Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Usaha

Melihat berbagai potensi dan kendala yang ditemukan dari bentuk partisipasi masyarakat yang telah dilakukan dalam pengembangan usaha di KWK Cigadung, tentunya sangat penting bagi masyarakat setempat untuk melakukan upaya perbaikan demi meningkatkan keberhasilan pengembangan KWK Cigadung. Oleh karena itu, terdapat beberapa strategi partisipasi yang sekiranya dapat dilakukan oleh masyarakat terkait, diantaranya: [a] Melakukan evaluasi & peningkatan pertemuan rutin masyarakat untuk pengembangan program. [b] Pembuatan paket wisata yang terstruktur. [c] Kolaborasi komunitas dalam menggabungkan keberagaman daya tarik KWK Cigadung. [d] Peningkatan strategi pemasaran melalui kerja sama dengan pemangku kepentingan. [e] Menciptakan kolaborasi antara organisasi perangkat daerah Kota Bandung.

4. Kesimpulan

Pada riset ini, dapat disimpulkan bahwa masyarakat di KWK Cigadung turut terlibat pada ke-4 bentuk partisipasi pada teori Keith Davis (2013) dalam menunjang pengembangan usaha. Bentuk partisipasi yang telah diberikan masyarakat cukup berpotensi pada keberhasilan beberapa pengembangan usaha di KWK Cigadung dimana terdapat peningkatan pendapatan, jumlah pelanggan dan kualitas produk yang dirasakan pada usaha Saung Kasep, Studio Rosid dan Batik Komar. Keberhasilan tersebut diperoleh dari potensi diversifikasi produk yang dihasilkan dari partisipasi inovasi dan kreatifitas pelaku usaha dalam menciptakan produk kreatif, program workshop, serta dari quality control yang diterapkan dari produk yang dihasilkan.

Adapun kendala yang ditemukan dari partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha sebagian besar disebabkan oleh kurangnya SDM karena partisipasi masyarakat Cigadung yang masih rendah dalam kesadaran wisata, sistem manajemen kepengelolaan yang kurang terkoordinasi, serta rendahnya proses musyawarah dalam mengembangkan KWK Cigadung. Di samping itu, pengelola memiliki keterbatasan dalam menyusun paket

wisata, sehingga masih terdapat kesenjangan antara pelaku usaha dimana pendapatan & kunjungan wisatawan belum terlihat merata. Strategi pemasaran terkait branding KWK Cigadung juga belum tersebar secara luas pada masyarakat. Melalui pemanfaatan potensi dari di versifikasi produk kreatif yang di hasilkan pelaku usaha dan berbagai pelatihan yang diadakan, masyarakat dapat mengatasi kendala yang ditemukan dengan menggabungkan keberagaman produk yang ada melalui kolaborasi yang dapat diciptakan ke dalam suatu paket wisata serta meningkatkan penguatan branding KWK Cigadung melalui strategi pemasaran digital bersama dengan pemangku kepentingan.

Maka dari itu, peneliti merumuskan beberapa strategi sebagai upaya partisipasi yang perlu dilakukan masyarakat dalam pengembangan KWK Cigadung. Untuk mengatasi kendala rendahnya partisipasi SDM dan pemberdayaan masyarakat akan kesadaran dalam mendukung kepariwisataan, pengelola sekaligus pokdarwis perlu lebih proaktif dan kooperatif dalam meningkatkan pertemuan rutin dengan kelompok komunitas untuk pengembangan program. Dalam mengatasi sistem pengelolaan yang masih pasif, ketua pengelola perlu segera melakukan suatu evaluasi dengan anggota kepengurusan serta jajaran pelaku usaha untuk membenahi struktur dan konsep manajemen dalam mengembangkan sistem program di KWK Cigadung. Dalam mengatasi kendala kesenjangan antara pelaku usaha terhadap pendapatan & kunjungan wisatawan yang belum merata, diperlukan diciptakannya suatu kolaborasi antara pengelola dan jajaran pelaku usaha untuk mengemas berbagai potensi daya tarik dan keahlian yang dimiliki dalam suatu kesatuan paket wisata KWK Cigadung yang terstruktur. Perlu di perlukan juga bagi pengelola untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui kerja sama dengan pemangku kepentingan. Dengan dukungan tersebut, strategi pemasaran akan lebih efektif ditekankan secara digital melalui penciptaan konten promosi yang disebarakan melalui berbagai media sosial secara luas.

Kontribusi Penulis

Semua penulis berkontribusi penuh atas penulisan artikel ini.

Pendanaan

Penelitian ini tidak mendapat sumber dana dari manapun.

Pernyataan Dewan Peninjau Etis

Tidak berlaku.

Pernyataan Persetujuan yang Diinformasikan

Tidak berlaku.

Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak berlaku.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Akses Terbuka

©2024. Artikel ini dilisensikan di bawah Lisensi International Creative Commons Attribution 4.0, yang mengizinkan penggunaan, berbagi, adaptasi, distribusi, dan reproduksi dalam media dalam format apapun. Selama Anda memberikan kredit yang sesuai kepada penulis asli dan sumbernya, berikan tautan ke Lisensi Creative Commons, dan tunjukkan jika ada perubahan. Gambar atau materi pihak ketiga lainnya dalam artikel ini termasuk dalam Lisensi Creative Commons artikel tersebut, kecuali dinyatakan dalam batas kredit materi tersebut. Jika materi tidak termasuk dalam Lisensi Creative Commons artikel dan tujuan penggunaan Anda tidak diizinkan oleh peraturan perundang-undangan atau melebihi penggunaan yang diizinkan, Anda harus mendapatkan izin untuk langsung dari pemegang hak cipta. Untuk melihat lisensi ini kunjungi: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Referensi

- Anoraga, P. (2007). Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi, Jakarta: Rieneka Cipta.
- Apriatin, D (2020). Peresmian Kampung Wisata Kreatif.Cigadung. (Penaku.ID) <https://penaku.id/peresmian-kampung-wisata-kreatif-cigadung/>
- Allan Afuah. 2004. Business Model: A strategic Management Approach. McGraw-Hill: New York.
- Al-Kautsari, M. M. (2017). Model Transisi Peningkatan Partisipasi Masyarakat Desa: Strategi Pengembangan Usaha Industri Kreatif Kerajinan Batik di Desa Kreet, Kabupaten Bantul. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan, 1(1), 23. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.011-02>
- Andiono, A., Sumar'in, S., & Yuliansyah, Y. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 6(1), 1. <http://dx.doi.org/10.26418/jebik.v6i1.20721>
- Anggi Hasian Silaban, A., & Indra Bhaskara, G. (2020). Tingkat Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Dago Pojok di Kota Bandung. Jurnal Destinasi Pariwisata, 8(1), 74. <https://doi.org/10.29080/eija.v5i1.641>
- Arofah, L., & Suheri, T. (2018). Kajian Pengembangan Kampung Kreatif Studi Kasus Kampung Kreatif Cibunut, Kelurahan Kebon Pisang. Jurnal Wilayah Dan Kota, 5(02), 32–38. <https://doi.org/10.34010/jwk.v5i02.2160>
- Astuti, Dwiningrum, Siti, Irene, 2011, Desentralisasi Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Membayar Pendidikan, Perpustakaan Pelajaran, Yogyakarta
- Bagian Organisasi Sekretariat Daerah Kota Bandung. (n.d.). Kreamitra Solusi Digital Expert Web Developer. <https://standarpelayanan.bandung.go.id/>
- Choresyo, B., Nulhaqim, S. A., & Wibowo, H. (2017). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Dago Pojok. Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14211>
- Creswell, J. W. (2003). Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research. Microbe Magazine, 4(11), 485–485. <https://doi.org/10.1128/microbe.4.485.1>
- David, J., & Rosanto, S. (2023). Analisa Penerapan Community Based Tourism Pada Desa Wisata: Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Jawa Barat. Jurnal Syntax Fusion, 3(08), 809–823. <https://doi.org/10.54543/fusion.v3i08.348>
- Erawati, Intan dan Mussadun (2013). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sumber Daya Lingkungan Mangrove di Desa Bedono Kecamatan Sayung. Jurnal Ruang. Volume 1, p. 34.
- Glos, Raymond E.; Steade, Richard D.; Lowry, J. R. (1984). Business : its nature and environment.

- Ibori, A. 2013. Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan di Desa Tembuni Distrik Tembuni Kabupaten Teluk Bintuni. *Jurnal Governance* 5(1) : 1 – 11.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). Desa Wisata KWK Cigadung. JADESTA - Jejaring Desa Wisata. https://jadesta.kememparekraf.go.id/desa/kwk_cigadung
- Kampung Wisata Kreatif Cigadung. (n.d.). Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Retrieved 2022, from <https://sites.google.com/view/kwkc/>
- Karnawati, T. A., & Fathorrahman. (2016). Kajian Tentang Faktor Internal dan Eksternal yang Mendukung Pengembangan Usaha Produk Unggulan Lokal Sulam dan Bordir Kabupaten Malang. Seminar Nasional Riset Inovatif (Senari). 4. Malang: STIE ASIA Malang.
- KEMENKO PMK. (2023). Upaya Pemerataan Ekonomi, Menko PMK Minta Mahasiswa UMI Makassar Jadi Pebisnis. Beranda | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. <https://www.kememparekraf.go.id/upaya-pemerataan-ekonomi-menko-pmk-minta-mahasiswa-umi-makassar-jadi-pebisnis>
- Kememparekraf. (n.d.). Subsektor Ekonomi Kreatif Kememparekraf. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. <https://kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Kememparekraf. (2021). Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Standar Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata, 335. www.jdih.kememparekraf.go.id
- Kememparekraf. (2024). Subsektor Ekonomi Kreatif. <https://kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Kumparan. (2023). Pengertian Industri Kreatif Dan ciri-cirinya dalam Dunia Ekonomi. kumparan. <https://kumparan.com/berita-update/pengertian-industri-kreatif-dan-ciri-cirinya-dalam-dunia-ekonomi-21MjeTjoMv3/full>
- L.J Moleong. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Manuela, E. (2012). Urban Cultural Tourism And Sustainable Development. *Journal for resposible Tourism*, 1 (1), 39-45
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press
- Mulyan, A., & Isnaini, L. M. Y. (2022). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi di Desa Masmas Kecamatan Batu Kaliang Utara Kabupaten Lombok Tengah). *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3), 2266–2286. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i3.3708>
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugraha, Y. E. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat Konsep dan Praktik. 1–11. <http://dx.doi.org/10.31237/osf.io/m6qpk>
- Oktaviarni Resti, Yumarni Tri, & Anggraeni Niken. (2023). Analisis Pengembangan Desa Wisata Berbasis Penta Helix di Desa Jambu Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 9. <https://doi.org/10.56301/juris.v7i1.871>
- Palimbunga, I. P. (2017). Bentuk Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Kampung Wisata Tablanusu Kabupaten Jayapura Provinsi Papua: Kajian Pariwisata Budaya. *MELANESIA: Jurnal Ilmiah Kajian Sastra Dan Bahasa*, 01(02), 15–32. <https://www.neliti.com/publications/236290/bentuk-partisipasi-masyarakat-dalam-pengembangan-pariwisata-di-kampung-wisata-ta>
- Perwirasari, D., & Sukmawati, A. (2020). JPR-AnnisaMuawanah-StrategiPengembanganKawasanWisata. 15(2), 5–10.

- Pratiwi, N. N. (2021). Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Desa Sekida Kecamatan Jagoi Babang. *Jurnal Planologi*, 18(2), 177. <https://doi.org/10.30659/jpsa.v18i2.15329>
- Purbadi, Y. D., & Lake, R. C. (2019). Konsep Kampung-Wisata Sejahtera, Kreatif, Cerdas dan Lestari Berkelanjutan. *EMARA: Indonesian Journal of Architecture*, 5(1), 12–23. <https://doi.org/10.29080/eija.v5i1.641>
- Putra, D. P. B. P. (2020). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Desa Wisata Carangsari. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 22(2), 1–15. <https://doi.org/10.14203/jmb.v22i2.838>
- Portal Data Kota Bandung. (2020). Data Sebaran Kemiskinan di Kota Bandung. <https://data.bandung.go.id/>
- Rahmafritria, S., & Rahmafritria, F. (2016). Differences in perception between local community and destination management: A challenge in Community-based Tourism (CBT). *Heritage, Culture and Society: Research agenda and best practices in the hospitality and tourism industry*, 113.
- Rahmafritria, F., & Nurazizah, G.R. (2016). Community Based Tourism: A Corelation Between Knowledge and Participation in Mountain Based Destination. <https://doi.org/10.2991/icse-15.2016.18>
- Ramadhana, B., Rahardjo, P., & Wipranata, I. (2020). Penataan Kampung Wisata Kreatif Dago Pojok Bandung. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(2), 2313. <https://doi.org/10.24912/stupa.v1i2.4604>
- Sastropoetro, Santoso R.A., 1988, "Partisipasi, Komunilasi, Persuasi, dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional", Alumni Bandung
- Satrio Wibowo, M., & Arviana Belia, L. (2023). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 25–32.
- Sitorus, N. I., Winanto, F. A., & ... (2020). Local Community Participation in the Development of Sustainable Tourism Destinations in Cihanjuang Rahayu Village. ... and Business Applied, 1(2), 195–206. <https://ijeba.makarioz.org/index.php/ijeba/article/download/54/41>
- Slamet. (1993). *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook: REST Project. Responsible Ecological Social Tour*. https://drive.google.com/file/d/1qs57AXYNAPp8FjTUG6-2X7Cjwd_PCyG/view
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- The ASEAN Secretariat. (2016). *Asean Community Based*. In Asean. www.asean.org
- Theresia, A., Andini, K. S., Nugraha P. G. P., & Mardikanto, T. (2014). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S. H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *Pedoman Desa Wisata*. Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman Dan Investasi, II, 1–94. <https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-desawisata.html>
- Yatim Riyanto, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya : Penerbit SIC.

Biografi Penulis

LAETICIA VIERGIANI MARYONOPUTRI, Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

- Email: lae.viergiani19@upi.edu
- ORCID:
- Web of Science ResearcherID:
- Scopus Author ID:
- Homepage:

FITRI RAHMAFITRIA, Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

- Email:
- ORCID:
- Web of Science ResearcherID:
- Scopus Author ID:
- Homepage:

GILANG NUR RAHMAN, Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

- Email:
- ORCID:
- Web of Science ResearcherID:
- Scopus Author ID:
- Homepage: