

Pengembangan Desa Alamendah Sebagai Desa Wisata Berbasis Digital di Kabupaten Bandung

Eri Zam Zam Kusdian, Nurbaeti, Fetty Asmaniaty

Institut Pariwisata Trisakti, Indonesia

Email: zamzameri04@gmail.com, nurbaeti@stptrisakti.ac.id, fetty_a@yahoo.com

Keywords

Village Development,
Digital Tourism, Impact
of Village Development

Abstract

Pariwisata merupakan sektor potensial yang bisa dikembangkan sebagai salah satu sumber untuk pendapatan daerah. Provinsi Jawa Barat menargetkan 30 Desa Wisata yang berkelanjutan dan mandiri dengan harapan sebagai upaya awal untuk mendorong sektor pariwisata sekaligus meningkatkan ekonomi masyarakat. Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan yang menurun baik lokal maupun turis mancanegara. Desa Wisata Alamendah melakukan inovasi untuk mengatasi menurunnya kunjungan yang berdampak pada pendapatan perekonomian di desa yaitu dengan membuat konsep berbasis wisata digital. Desa Alamendah sebagai salah satu Desa Wisata yang berhasil memperoleh gelar Juara dua 2 dalam Anugrah Desa Wisata Indonesia kategori Desa Digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan wawancara dengan beberapa informan seperti pengelola desa wisata, pengusaha UMKM, masyarakat desa wisata. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengembangan Desa Wisata berbasis Digital serta dampaknya. Hasil temuan dari penelitian ini yaitu pengembangan Desa Wisata berbasis Digital dilakukan melalui inovasi virtual tour, yang mana para wisatawan dapat mengunjungi wisata melalui online tanpa harus berkunjung langsung. Dampak yang dirasakan mulai dari meningkatnya jumlah konsumen dan menambah pendapatan UMKM, serta lingkungan menjadi bersih dan tercipta kegiatan gotong royong. Pengembangan desa wisata berbasis digital di Alamendah berpotensi menjadi model pariwisata berkelanjutan. Implikasinya, diperlukan pelatihan SDM, optimalisasi platform digital, dan kolaborasi multipihak untuk memperkuat daya saing. Rekomendasi ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan desa wisata digital lainnya di Indonesia.



PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu kegiatan sementara yang dilakukan perorangan atau kelompok untuk menikmati perjalanan ke tempat-tempat tertentu (Tarodinarta & Briandana, 2021). Pariwisata merupakan sektor potensial yang bisa dikembangkan sebagai salah satu sumber untuk pendapatan daerah (Masruroh & Nurhayati, 2016; Pebriana et al., 2021). Sektor pariwisata memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia karena salah satu sektor perekonomian yang dapat mengurangi pengangguran. Selain itu, sektor pariwisata sebagai salah satu pemasukan anggaran bagi negara karena mendatangkan investasi dari dalam maupun luar negeri (Nawaningrum & Atmaja, 2022). Penanganan pariwisata yang didukung oleh jiwa wirausaha akan meningkatkan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara. Hal tersebut

mendatangkan pendapatan baik bagi pemerintah melalui retribusi dan pajak usaha maupun bagi masyarakat sekitar lokasi yang bersangkutan (Nurlina et al., 2021).

Kunjungan wisatawan tidak terlepas dari daya tarik obyek wisata yang akan dikunjungi seperti keindahan, keunikan, kekayaan alam dan budaya serta atraksi wisata. Menurut penelitian Nurbaeti, daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Nurbaeti et al., 2021). Beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan agar suatu wilayah dapat dijadikan suatu destinasi pariwisata, yaitu mengonversi sumber daya potensial yang dimiliki menjadi daya tarik; menyediakan akomodasi yang tepat dan diperlukan oleh wisatawan; menyediakan sarana transportasi yang tepat untuk, dari, dan menuju destinasi pariwisata; dan memastikan terjadinya pola pembangunan pariwisata yang terintegrasi dengan baik menjadi pola kegiatan jangka panjang yang berkelanjutan (Nurbaeti et al., 2015)

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dengan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan daerah. Berkaitan dengan dukungan pemerintah pada sektor pariwisata secara lebih lanjut dituangkan kedalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 12 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menjelaskan dukungan pemerintah pusat untuk meningkatkan kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi nasional serta untuk mengoptimalkan penyelenggaraan tugas pemerintah di bidang pariwisata dan ekonomi (Kemenparekraf, 2021).

Pada saat ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tidak hanya fokus mengejar angka kunjungan wisatawan, tetapi lebih fokus pada usaha mendorong pariwisata berkelanjutan atau sustainable tourism. Artinya pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan konsep wisata yang dapat memberikan dampak jangka panjang baik terhadap lingkungan, sosial, budaya, serta ekonomi untuk masa kini dan masa depan baik seluruh masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung (Kemenparekraf, 2021). Dalam upaya mengembangkan sustainable tourism, Kemenparekraf/Baparekraf memiliki empat pilar fokus yang dikembangkan. Diantaranya pariwisata berkelanjutan (bisnis pariwisata), ekonomi berkelanjutan (sosio ekonomi) jangka panjang, keberlanjutan budaya (sustainable culture) yang harus selalu dikembangkan dan dijaga, serta aspek lingkungan (environment sustainability).

Secara administratif sejak tahun 2008, kabupaten dan kota di Provinsi Jawa Barat berjumlah 26 kabupaten/kota terdiri atas 17 kabupaten dan 9 kota dengan 625 kecamatan dan 5.877 desa/kelurahan. Jawa Barat terbagi dalam 4 Badan Koordinasi Pemerintahan Pembangunan (Bakor PP) Wilayah, sebagai berikut wilayah I Bogor meliputi Kab. Bogor, Kota Bogor, Kota Depok, Kab. sukabumi, Kota sukabumi dan Kab. Cianjur. Wilayah II Purwakarta meliputi Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi. Wilayah III Cirebon meliputi Kab. Cirebon, Kota Cirebon, Kab. Indramayu, Kab. Majalengka, dan Kab. Kuningan. Wilayah IV Priangan meliputi Kab. Bandung, Kota Bandung, Kota Cimahi, Kab. Bandung Barat, Kab. Sumedang, Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Ciamis, dan Kota Banjar (Pemprov Jawa Barat, 2022).

Berkaitan dengan jumlah desa yang ada di Jawa Barat, pada kenyataannya jumlah desa di Jawa Barat merupakan yang lebih sedikit dibandingkan dengan 2 provinsi lain yaitu Jawa Timur dan Jawa Tengah, tetapi jumlah penduduknya lebih banyak dibandingkan dengan provinsi lainnya membuat Jawa Barat kekurangan potensi anggaran dana desa untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakatnya (Abussalam, 2021). Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat terus berupaya mendorong sektor pariwisata, melalui desa wisata yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi warga desa karena terlibat secara langsung dalam prosesnya. Pariwisata memang merupakan salah satu potensi Jawa Barat yang paling besar,

salah satu visi Jawa Barat yaitu mewujudkan Jawa Barat sebagai provinsi Pariwisata. Dalam periode kepemimpinan Gubernur Ridwan Kamil memiliki salah satu visi yaitu menjadikan sektor pariwisata sebagai lokomotif ekonomi sehingga Jawa Barat dapat menjadi Provinsi Pariwisata (Pemerintah Provinsi Jawa Barat, 2019).

Provinsi Jawa Barat menargetkan 30 Desa Wisata yang berkelanjutan dan mandiri kedepannya (Pemerintah Provinsi Jawa Barat, 2020). Target tersebut sebagai upaya awal untuk mendorong sektor pariwisata sekaligus meningkatkan ekonomi warga desa. Desa wisata mandiri merupakan tujuan dari pemanfaatan dana desa yang optimal melalui pembangunan infrastruktur pedesaan. Selain itu, menjadi ujung tombak pembangunan sehingga salah satu indikator kesuksesan program pembangunan terwujud dari kesejahteraan warga desanya. Semakin banyak desa wisata mandiri, desa akan menjadi ujung tombak yang berperan dalam pengentasan kemiskinan secara nasional, sehingga pembangunan desa menjadi prioritas utama bagi keberhasilan pembangunan nasional (Rahayu, 2017).

Terbatasnya dukungan sarana dan prasarana dalam menunjang kegiatan pariwisata khususnya desa wisata membuat daya tarik obyek wisata di daerah-daerah perlu dilakukan melalui pengembangan secara mandiri. Selain mengandalkan agenda festival sebagai daya tarik, pemerintah provinsi Jawa Barat akan menjadikan Desa Wisata menjadi andalan pariwisata. Melalui pembentukan desa wisata diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya yakni peningkatan ekonomi desa dan mengurangi pengangguran (Pamungkas, 2019).

Desa wisata merupakan sebuah area pedesaan yang memiliki daya tarik khusus yang dapat menjadi daerah tujuan wisata. Menurut Setiawan, desa wisata adalah suatu bentuk lingkungan yang memiliki ciri khusus, baik alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan, di mana mereka dapat menikmati mengenal, menghayati dan mempelajari kekhasan desa beserta segala daya tariknya (Moento & Fitriani, 2022). Salah satu desa wisata mandiri yang menjadi percontohan untuk di wilayah di Jawa Barat yaitu wilayah Kabupaten Bandung. Kabupaten Bandung merupakan daerah dengan strata desa mandiri terbanyak yakni mencapai 86 desa. Hal ini dibuktikan dengan bentuk apresiasi yang diterima oleh Pemerintah Kabupaten Bandung yang mendapat Mobil Aspirasi Kampung Juara (Maskara) dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat (Bale Bandung, 2021).

Desa Alamendah adalah salah satu desa wisata yang berada di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa Alamendah merupakan salah satu desa agronomi termaju yang terdapat di Kecamatan Rancabali yang mayoritas mata pencaharian penduduknya petani dan pedagang. Desa Alamendah terletak di dataran tinggi dan terdiri dari lima dusun dan 30 RW. Desa Alamendah memiliki luas sekitar 500 ha yang berbatasan dengan Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey, Desa Sugihmurti Kecamatan Pasirjambu, Desa Patengan Kecamatan Rancabali, dan Desa Lebak Muncang Kecamatan Ciwidey (Website Resmi Alamendah, 2021).

Desa Wisata Alamendah mengedepankan kegiatan agrowisata seperti kegiatan memanen dan belajar pengolahan produk pertanian. Selain itu, di bidang peternakan, wisatawan dapat mencoba pengalaman pemerah susu sapi, memandikan sapi, dan mencoba susu segar yang baru diperas. Industri rumahan pun ikut menjadi salah satu atraksi wisata edukasi bagi pengunjung. Industri rumahan ini sebagian besar memproduksi makanan ringan dari hasil pengolahan buah-buahan. Selain itu masih banyak lagi kegiatan yang ditawarkan, di antaranya wisata edukasi kopi, wisata seni budaya, pencak silat (Oktaria dkk, 2021).

Desa Wisata Alamendah sebagai salah satu desa wisata yang berlokasi di Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu desa wisata yang terdampak dari adanya pandemi Covid-19, berkaitan dengan jumlah kunjungan yang menurun baik dari turis lokal maupun turis mancanegara. Menurut salah satu anggota pengelola Bapak Aep, mengatakan bahwa dari mulai

bulan Agustus sampai Desember 2019 jumlah kunjungan wisatawan 3500 orang dalam kurun 4 bulan, kemudian menurun selama satu tahun di tahun berikutnya 2020 yaitu 1500 wisatawan dalam setahun. Tahun 2021 bahkan lebih menurun yaitu kunjungan wisatawan 1000 orang selama 1 tahun.

Menurut Alvaro, desa digital merupakan konsep program yang menerapkan sistem pelayanan pemerintahan, pelayanan masyarakat, dan pemberdayaan masyarakat berbasis pemanfaatan teknologi informasi (Alvaro, 2019). Telkom University dianggap sebagai rekan dalam mewujudkan konsep wisata digital. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian yang telah didapatkan seperti teknologi Microsoft di platform Center of Learning Open Education (CeLOE) Tel-U, untuk meningkatkan kualitas pengalaman belajar hybrid. Oleh karena itu, konsep wisata digital dengan bekerja sama dengan Telkom University diharapkan dapat membantu branding wisata untuk meningkatkan perekonomian setempat.

Telkom University memiliki kontribusi dalam pengembangan produk- produk digital dan terdapat beberapa produk digital yang telah dihasilkan oleh tim dosen Telkom University melalui Desa Wisata Alamendah diantaranya yaitu: Website Desa Wisata Alamendah, Pelatihan Akuntansi Digital bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Alamendah, Pembuatan Aplikasi Peta Interaktif Desa Wisata Alamendah, Pelatihan Manajemen Strategi Digital di Desa Wisata Alamendah, Pembangunan Sistem Informasi Multimedia Interaktif Promosi Wisata, dan Analisis Kelayakan Bisnis dan Teknik Presentasi Bisnis Desa Wisata.

Desa Wisata Alamendah merupakan salah satu desa termaju dan terpadat di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung serta merupakan salah satu desa mitra dari Telkom University melalui program Pengabdian Masyarakat Skema CSE (Community Service Engagement) yang pelaksanaannya dilakukan selama tiga tahun bersama tim dosen Telkom University. Konsep wisata digital yang dilakukan yaitu membuat program tour digital melalui aplikasi untuk melihat secara virtual berbagai macam keindahan alam di desa wisata Alamendah sesuai paket yang disediakan. Hal ini menjadikan Desa Wisata Alamendah salah satu Desa Wisata unggulan yang baru-baru ini memperoleh gelar Juara dua 2 dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021 di Jakarta dalam kategori Desa Digital (Kemenparekraf, 2021). Desa Wisata Alamendah merupakan salah satu desa termaju dan terpadat di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung serta merupakan salah satu desa mitra dari Telkom University melalui program. Selain itu, Desa Wisata Alamendah mendapat penghargaan dari Bupati Bandung dalam rangka Anugerah Pariwisata Budaya dan Ekonomi Kreatif 2022 dengan membawa Penghargaan Digital Tourism dan Insan Pariwisata Inovatif yang digelar di Gedung Sabilulungan pada Kamis Malam 22 Desember 2022 . Salah satu potensi unggulan yang ada di bidang pertanian, desa wisata Alamendah mengedepankan kegiatan agrowisata seperti kegiatan memanen dan mempelajari berbagai produk pertanian, peternakan, melalui sarana internet yaitu tour digital yang dapat menjadi sarana kunjungan wisatawan untuk menghindari pertemuan secara langsung antar wisatawan. Industri rumahan pun ikut menjadi salah satu atraksi wisata edukasi bagi pengunjung. Beberapa pertunjukan budaya seni seperti tari jaipong, reog, kesenian calung, kecapi, yang khas serta industri rumahan yang sebagian besar memproduksi makanan ringan dari hasil pengolahan buah-buahan, wisata edukasi kopi (Oktaria dkk, 2021).

Desa Alamendah sebagai salah satu Desa Wisata yang berhasil masuk ke dalam 50 Desa Wisata terbaik di Indonesia dalam ajang penganugerahan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Desa Wisata Alamendah ini memperoleh gelar Juara dua 2 dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia dalam kategori Desa Digital (Kemenparekraf, 2021). Menurut kepala Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Bandung mengatakan bahwa dalam kategori Desa Digital

Desa Alamendah hanya terkalahkan oleh Desa Wisata Tamansari Banyuwangi. Penilaian kategori Desa Digital ini dilakukan secara langsung oleh Menteri Sandiaga Uno dengan mendatangi desa-desa finalis ADWI 2021.

Desa Alamendah terpilih sebagai juara kedua kategori digital karena penerapan digitalisasi di desa tersebut. Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Bandung (Wawan, 2021) mengemukakan bahwa Desa Alamendah menjadi Desa Wisata karena merupakan tempat wisata edukasi, penerapan digitalisasi seperti penerapan virtual tour. Di era saat ini, strategi pemasaran digital menjadi hal yang dibutuhkan dalam pengembangan. Jika dilihat Desa Wisata Alamendah masih memiliki kekurangan dalam cara penulisan yang baik di sosial media, terkait misalnya informasi dalam setiap kontennya yang masih belum menarik (Aris, 2021).

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu dilihat dari beberapa potensi desa yang masih khas dengan budaya asli yang melekat, hal ini menimbulkan pro dan kontra dari penerapan digitalisasi di desa wisata Alamendah, ada dampak positif dan negatif yang mungkin muncul untuk perkembangan suatu desa wisata. Salah satu dampak positifnya yaitu bisa memanfaatkan teknologi digital untuk mengajak para wisatawan dalam melihat keindahan dan potensi di desa wisata Alamendah di tengah pembatasan aktivitas saat pandemi covid-19. Di lain sisi dampak negatifnya yang mungkin akan timbul adalah tergerusnya budaya asli masyarakat akibat mudahnya pengaruh dari luar masuk melalui dunia digital (Saputra, 2022).

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: Menganalisis potensi yang dimiliki desa wisata Alamendah berkaitan dengan pengembangan desa Alamendah sebagai desa wisata berbasis digital. Menganalisis pengembangan desa Alamendah sebagai desa wisata yang berbasis digital. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut: Manfaat secara teoritis yaitu hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan referensi mengenai pengembangan desa wisata berbasis digital. Manfaat secara praktis yaitu dapat memberikan sumbangan pemikiran dan rekomendasi bagi Pemerintah Kabupaten Bandung kedepannya dalam pengembangan desa wisata berbasis digital. Secara khusus penelitian ini dapat memberi pandangan terkait permasalahan maupun tantangan yang sedang atau akan dihadapi stakeholders yang terlibat dalam mengelola Desa Wisata Alamendah di Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

METHOD

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, hal ini dikarenakan peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui secara mendalam pengembangan Digital Tourism Desa Alamendah terhadap pengembangan desa wisata. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data-data temuan lapangan serta menyajikannya secara deskriptif. Data yang disajikan bukan hanya sekedar data yang terlihat dan terucap, akan tetapi merupakan data hasil wawancara tentang apa yang dirasakan bisa menjadi sumber informasi atau parameter dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik (*thematic analysis*), yang meliputi beberapa tahapan. Untuk memastikan keabsahan temuan, dilakukan validasi melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen terkait.

Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Alamendah, Ciwidey, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Lokasi studi mencakup pemukiman wilayah desa wisata yang ada disekitar Desa Alamendah. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan telah menjadi prioritas pengembangan desa wisata Agrowisata dan dekat dengan pengembangan potensi yang ada di masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata Alamendah berbasis Digital

Desa wisata Alamendah adalah salah satu desa wisata yang berada di kecamatan Ciwidey. Desa wisata Alamendah sudah berdiri sejak Tahun 2011 dan Alamendah berarti alam yang indah. Konsep desa wisata Alamendah adalah konsep agrowisata yang bertujuan untuk mengembangkan pariwisata bersamaan dengan pertanian sehingga tercipta kelestarian lingkungan yang diikuti dengan meningkatnya kesejahteraan petani (Novianti, 2018). Menurut hasil wawancara dengan Bapak Awi selaku pengelola desa wisata Alamendah, desa wisata ini terbentuk karena peraturan pemerintah bahwa di satu kecamatan minimal memiliki 5 desa wisata. Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Bandung Nomor: 556.42/ Kep. 71- Dispopar/ 2011 Tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung telah menetapkan 10 (Sepuluh) Desa Wisata. Sepuluh desa tersebut adalah Desa Alamendah (Kecamatan Rancabali), Desa Mekarsari (Kecamatan Pasirjambu), Desa Panundaan (Kecamatan Ciwidey), Desa Lebakmuncang (Kecamatan Ciwidey), Desa Lamajang (Kecamatan Pangalengan), Desa/ Kelurahan Jelekong (Kec. Baleendah), Desa Ciburial (Kecamatan Cimenyan), Desa Cinunuk (Kecamatan Cileunyi), Desa Laksana (Kecamatan Ibun) dan Desa Rawabogo (Kecamatan Ciwidey) (Kartika & Muchtar, 2023).

Alamendah menjadi salah satu desa wisata karena terdapat beberapa aktivitas yang diminati wisatawan seperti memetik strawberry, sehingga aktivitas wisata yang terdapat di Desa Alamendah dilaksanakan dengan menerapkan konsep CBT (Community Based Tourism), artinya masyarakat lokal berperan sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pengembangannya (Nabilah & Djuwendah, 2022). Kawasan yang terkenal saat itu berada di Rancabali, Ciwidey. Bapak Awi menyatakan bahwa:

Desa wisata ini mulai berkembang sejak kepengurusan Bapak Wendi karena walaupun plang desa wisata sudah ada sejak tahun 2011 masyarakat belum tahu arti desa wisata. Pada tahun 2019 kepengurusan diketuai oleh Bapak Wendy, dan saat itu masyarakat ataupun anggota pengelola masih belum memahami arti desa wisata, sehingga pengelola sering konsultasi dengan Dinas Pariwisata. Dari situ akhirnya kita tahu kalau desa wisata itu 1 tahun harus memiliki 10.000 kunjungan tapi pada waktu itu belum membahas bagaimana cara mencapai target sebanyak itu karena saya dan kawan-kawan basicnya dulu hanya jadi guide di travel.

Selain itu, menurut narasumber lain seperti Bapak Ari selaku seksi humas menerangkan bahwa mengikuti berbagai perlombaan menjadi salah satu cara untuk mengetahui kekurangan sehingga kekalahan menjadi pemicu semangat untuk terus berkembang menjadi lebih baik. Beberapa lomba yang pernah diikuti yaitu desa Wisata Nusantara, lomba yang diadakan oleh BCA, dan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Akhirnya pengelola yang ada berinisiatif untuk menjual sesuatu yang tidak ada di desa wisata lain sehingga munculah ide untuk menjual kebiasaan masyarakat seperti kegiatan bertani, kesenian dan beternak. Hal tersebut bertujuan agar wisatawan tidak hanya melihat kegiatan-kegiatan yang ada tapi bisa ikut merasakannya seperti bercocok tanam, memanen strawberry, pemerahan susu sapi, minum susu sapi, dan lain sebagainya. Elgad menyatakan bahwa saat ini produk wisata yang ditawarkan di desa Alamendah meliputi: kegiatan agrowisata (petik strawberry, wisata bertani, mengelilingi ladang pertanian), curug meong, kesenian tradisional (pencak silat, tari jaipong, reog, dan lainnya), pemandian air panas, punceling pass, kawah putih, ranca upas, pusat rehabilitasi owa, industri rumahan pengolahan oleh-oleh, careuh coffee, pemerahan susu sapi, bersepeda santai, dan camping ground (Novianti, 2018). Selain bidang perkebunan dan peternakan di desa wisata

Alamendah juga terdapat beberapa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sehingga wisatawan tidak hanya membeli oleh-oleh tetapi dapat mengikuti proses pembuatan produk.

Akibat pandemi covid-19 pengelola desa wisata Alamendah berinisiatif dalam membuat virtual tour agar kegiatan pariwisata tetap berlanjut. Pandemi ini berakibat desa wisata menjadi sepi pengunjung. Saat itu munculah ide untuk membuat virtual tour yang terinspirasi dari sebuah youtuber yang membagikan aktivitas-aktivitas mengenai perjalanannya ke luar negeri, sehingga pengurus desa wisata akhirnya ingin membuat virtual tour desa wisata Alamendah. Namun, ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan yaitu tidak punya alat seperti kamera 360o dan kurangnya pengetahuan untuk menciptakan virtual tour. Akhirnya, kendala tersebut didiskusikan dengan salah satu dosen UPI yang sebelumnya menjadi narasumber untuk desa wisata Alamendah sehingga dosen tersebut membantu dengan menyerahkan proyek tersebut ke mahasiswa.

Digital Tourism merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mempertahankan desa wisata Alamendah agar menjadi pariwisata yang berkelanjutan. Menurut Pasha, desa alamendah memiliki tempat wisata berupa alam wisata, wisata religi, wisata pendidikan, dll. Namun hingga saat ini pengelolaannya belum maksimal dan masyarakat tidak dapat dengan mudah mengakses informasi potensi yang ada di desa wisata Alamendah. Oleh karena itu, digital tourism juga diciptakan guna mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait tempat wisata yang ada di desa Alamendah (Pasha et al., 2021). Hasil wawancara dengan ketua pengelola desa wisata Alamendah yaitu Bapak Wendianysah, diketahui bahwa digitalisasi ini berbentuk platform untuk membantu proses-proses wisatawan yang akan datang untuk berwisata.

Pembelajaran berbasis STEM (Science Technology Engineering Mathematics) pada gambar 4.3. Program Edukasi STEM merupakan salah satu inovasi pembelajaran yang sedang berkembang di berbagai negara, termasuk negara Indonesia. Dengan potensi keindahan dan kekayaan alam yang ada di Desa Alamendah, pembelajaran STEM bisa dilakukan untuk menunjang pendidikan. Program edukasi STEM ini dikenai biaya Rp.215.000 dengan minimal 30 pax sudah termasuk paket pembelajaran STEM, makan siang, snack, guide dan air mineral.



Gambar 1. Program Edukasi STEM
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian oleh Yuliana dkk yang menyatakan bahwa desa wisata Alamendah bekerjasama untuk mengembalikan atau menghidupkan kembali Desa Wisata Alamendah dengan cara berkolaborasi dengan berbagai pihak, sebagai berikut Akademisi (UPI, STP Enhai, Telkom University dan UNPAD), Pemerintah (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung), Pihak Masyarakat (Kompepar, HPI, AELI, MASATA, Desa Karang Taruna Alamendah, dan Komunitas Pecinta Alam), dan Perusahaan (CSR dan Geodipa Energy). Peran pihak yang membantu seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung membantu kebijakan, menutup pembukaan kunjungan wisata, promosi secara daring dan pelatihan persiapan menghadapi pandemi COVID-19. Kemudian

ada kepala desa yang membantu dari segi penasehat, dari sisi akademik untuk membantu peningkatan SDM, dari CSR dan Geodipa Energy untuk membantu dari segi bisnis atau pendanaan (Yuliana et al., 2022).

Inovasi pengembangan desa digital ini terus berjalan sampai sekarang seperti membuat panduan guide dan pelatihan-pelatihan lainnya sehingga wisatawan dapat menikmati desa wisata baik virtual atau datang langsung ke objek wisata. Beberapa pelatihan yang pernah diikuti adalah pelatihan membuat konten, pelatihan pemanduan, pelatihan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), dan lain-lain. Peneliti lain seperti Nurazizah melakukan pengabdian masyarakat dengan mengadakan pelatihan bahasa isyarat bagi masyarakat penggerak pariwisata agar dapat menjembatani kebutuhan pengalaman berwisata yang memorable bagi semua wisatawan termasuk wisatawan Tuli. Pelatihan ini diinisiasi awal di Desa Wisata Alamendah sebagai desa wisata yang sudah mulai berkembang dan dikenal di daerah Kabupaten Bandung. Pelatihan yang dilakukan secara daring ini tentunya selain memberikan pelatihan hard skill juga membuka mata dan kepedulian bahwa banyak hal yang harus dipertimbangkan dan dipersiapkan agar kegiatan berwisata di Desa Wisata menjadi aksesibel dan terbuka untuk semua manusia. Pelatihan seperti ini tentunya dapat diterapkan di tempat lain menggunakan dan mengadopsi langkah yang serupa agar perhatian dan awareness terhadap pariwisata inklusif dapat menyebar dan membumi di Indonesia (Nurazizah, 2021). Bapak Wendi mengatakan bahwa:

Kita akan terus berinovasi sesuai kebutuhan dan masukan dari wisatawan yang awalnya kita cuman buat video aja, sampai terakhir itu kita live via zoom sekitar 2 jam nanti kita ajak keliling-keliling wisata edukasi.

Pada Tahun 2021 desa wisata Alamendah meraih juara 2 di penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) dengan kategori desa digital. Hal ini membuat Desa Wisata Alamendah berpotensi untuk dapat memperluas jangkauan pasar, karena cukup mampu bersaing dengan tempat wisata di area sekitar Bandung. Setelah memenangkan ADWI kunjungan ke desa wisata makin ramai sampai dikunjungi oleh Bapak Sandiaga Uno. Selain itu desa wisata Alamendah juga menjadi objek untuk studi banding dari sekolah nasional atau internasional bahkan pernah ada yang dari Timika. Pada Tahun 2022, desa wisata Alamendah masuk nominasi 50 desa ramah berkendara dan desa ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Wendi, desa wisata Alamendah pernah masuk dalam kategori Indonesia Digital Village dengan kerja sama antara FAO (Food and Agriculture Organization) dunia dengan IPB. Inovasi digital yang ada di desa wisata Alamendah seperti pertanian cerdas, pemasaran agrifood dan e-commerce, pengembangan ekonomi dan masyarakat desa wisata, manajemen sumber daya, infrastruktur lokal, sistem informasi dan layanan sosial.

Kendala yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata Alamendah adalah mempertahankan agar pariwisata tersebut menjadi pariwisata berkelanjutan. Menurut Bapak Ari, terdapat kendala lain seperti kurangnya pelatihan guide untuk orang asing/ wisatawan mancanegara. Wisatawan yang datang ke desa wisata Alamendah berasal dari lokal maupun mancanegara sehingga keterbatasan berbahasa Inggris mengakibatkan masyarakat yang menjadi guide juga kesulitan untuk menyampaikan informasi. Upaya yang pernah dilakukan yaitu membuat program Kamis Inggris yang berarti setiap hari Kamis staff wajib berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris tetapi saat ini program tersebut sudah tidak berjalan efektif.

Menurut penelitian oleh Oktaria dkk, desa Alamendah memiliki banyak sekali titik wisata yang berpotensi mendapatkan banyak pengunjung, namun informasi potensi ini tidak dapat diakses dengan mudah oleh publik. Selain itu, banyaknya titik wisata di Desa Wisata Alamendah pun belum tergambarkan, sehingga sulit untuk benar-benar mengidentifikasi letak

titik wisata (Oktaria et al., 2021). Selain itu, kendala dalam menjalankan strategi pemasaran sebagai upaya pemulihan di Alamendah Desa Wisata di masa pandemi COVID-19 juga dirasakan oleh pengelola wisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung, dan wisatawan. Kendala tersebut antara lain harga jual dan kemasan pada produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), pemasaran Offline hingga Online yang menyebabkan keragu-raguan dalam menjual paket wisata, SDM yang terbatas serta kurang dan peran SDM yang jelas. Hal tersebut membuat pemasaran di Desa Wisata Alamendah di masa pandemi COVID-19 tidak berjalan dengan baik, dikarenakan postingan atau konten yang akan dipromosikan menggunakan konten dari wisatawan (Yuliana et al., 2022).

Daya Tarik dan Dampak Desa Wisata Alamendah

Produk dan paket wisata yang ditawarkan oleh desa wisata Alamendah merupakan aktivitas masyarakat lokal untuk menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan wisatawan. Desa wisata Alamendah juga menyediakan akomodasi yang nyaman dan terjangkau bagi tamu yang berkunjung.

Rumah warga yang dijadikan sebagai tempat menginap wisatawan. Berbeda dengan guest house, homestay menggunakan rumah tinggal pribadi sebagai tempat wisatawan menginap. memberikan pelayanan kamar beserta makanan dan minuman. Salah satu kelebihan dari homestay adalah wisatawan bisa mendapatkan kesempatan untuk mengenal keluarga pemilik. Wisatawan bisa juga mengenal lebih jauh tentang alam dan budaya sekitar terutama bila si pemilik rumah memiliki banyak pengetahuan tentang itu (Ningrum et al., 2019).

Ada tiga kategori lokasi homestay yang ditawarkan desa wisata, yaitu lokasi yang di pinggir jalan, tengah pemukiman warga, atau homestay dengan halaman yang luas. Homestay yang ditawarkan memiliki standar kebersihan yang terjaga dan ketersediaan air yang melimpah sehingga wisatawan merasa nyaman untuk tinggal di desa wisata Alamendah. Saat ini desa wisata Alamendah memiliki homestay sebanyak 65 rumah. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Awi, biaya homestay per malam sekitar Rp.175.000/orang. Bapak Wendi menyatakan bahwa:

Iya warga sekarang kan jadi banyak tuh pada buka homestay itu kerja sama juga sama desa wisata, jadi nanti kalo ada wisata tergantung kapasitas rumahnya nah itu bisa kita arahkan ke mereka, nanti mereka dapat uang dari hasil sewa homestay kan lumayan nambah penghasilan.

Berdasarkan hasil wawancara dari Bapak Ujang selaku pemilik homestay didapatkan bahwa dalam sebulan mendapat tambahan penghasilan dari 1 – 2 juta rupiah karena usaha menyewa homestay beserta paket makan selama di homestay. selain Bapak Ujan terdapat beberapa pemilik homestay yang mendapat penghasilan tambahan seperti Bapak Cecep, Bu dian dan Bu Atik. Pasalnya penyewaan homestay ini menjadi tambahan penghasilan dan jajan anak-anak walaupun tidak setiap saat karena tergantung jumlah pengunjung. Homestay juga dilengkapi dengan beberapa fasilitas yang cukup nyaman walaupun satu tempat tinggal bersama warga masyarakat pemilik tempat tinggal tersebut. Gambar 4.6 menunjukkan suasana ruangan didalam homestay yang tersedia kursi, meja tempat bersantai dengan pencahayaan yang cukup.



Gambar 2. Homestay Desa Wisata Alamendah
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Kegiatan ekonomi utama di desa Alamendah adalah bidang pertanian. Menurut Bapak Awi, sebanyak 70 % masyarakat desa Alamendah adalah petani dan sebanyak 60% menanam strawberry sisanya menanam sayur- sayuran. Hasil pertanian akan dikirimkan ke pengepul untuk didistribusikan ke pasar-pasar. Penggunaan lahan di Desa Alamendah didominasi oleh tegalan dan ladang untuk komoditas sayur dan buah, diantaranya adalah daun bawang, strawberry, bawang putih, wortel, hingga seledri. Tanaman yang paling banyak dijumpai di desa wisata Alamendah adalah strawberry. Menurut Bunda, strawberry di Desa Alamendah dibudidayakan untuk dijual dalam bentuk buah segar. Strawberry dapat dipanen setelah empat bulan setelah tanam. Setelah dipanen buah yang rusak dipisahkan dari buah yang baik. Buah disortir berdasarkan ukuran, bentuk, warna dan kehalusan permukaan buah. Buah kualitas baik di grading berdasarkan ukuran buah. Buah strawberry yang yang lecet, cacat atau ukurannya sangat kecil tidak sesuai ke dalam kelas grading biasanya memiliki nilai jual yang rendah apabila dijual dalam bentuk buah segar. Selain itu, buah strawberry termasuk buah yang sangat sensitif dan cepat rusak. Oleh karena itu, berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan daya simpan dan nilai jual stroberi terutama buah yang lecet, cacat serta yang ukurannya sangat kecil seperti mengolah buah strawberry menjadi berbagai produk olahan seperti dodol, selai, dan sirup, sebagaimana yang dilakukan agroindustri stroberi “Kharisma” di Desa Alamendah, Rancabali (Bunda, 2017).

Penghasilan dari kebun strawberry juga sangat lumayan karena tidak jarang wisatawan membeli 2-3 kg buat dibawa untuk buah tangan. Selain itu, menurut Bapak Ade selaku petani wortel mengungkapkan bahwa bermitra dengan desa wisata memiliki keuntungan yang positif seperti menjadi sarana promosi dengan wisatawan, membantu penjualan saat panen dengan harga yang stabil. Pada saat panen wisatawan dapat menikmati wisata sambil memanen hasil perkebunan milik warga sekitar. Terlihat pada gambar 4.7 beberapa wisatawan yang sedang memetik hasil panen dari buah strawberry dan pak Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang sedang berkunjung juga ikut merasakan wisata sambil memanen hasil tanaman strawberry milly warga setempat.



Gambar 3. Kegiatan Wisata Pertanian
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Beberapa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga telah masuk ke desa wisata Alamendah. Industri rumahan selain tempat oleh-oleh Dawala dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata edukasi bagi pengunjung. Kegiatan yang ditawarkan pada proses pengolahan oleh-oleh ini mulai dari melihat proses, belajar membuat, mencoba hasil, hingga packaging produk. Sebelum pandemi Covid 19 terdapat 40 usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan mayoritas menjual makanan, namun setelah pandemi jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) hanya 25. Mayoritas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjual produk dengan olahan strawberry seperti dodol, selai, manisan sampai kerupuk strawberry. Adapun olahan yang lagi banyak diminati wisatawan adalah steak sayuran yang menggunakan wortel atau bayam. Harga produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang di pasarkan di Desa Wisata Alamendah lebih mahal dibandingkan produk yang dipasarkan di pasar karena terkena pajak. Menurut hasil wawancara dengan Bu Diah selaku pengelola UMKM desa wisata Alamendah, produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) miliknya juga dipasarkan saat event-event yang diadakan di desa wisata seperti sembako murah yang terbuka untuk umum. Bu Diah menyatakan bahwa:

Saya mulai dagang sejak 2011 tapi kalau masuk ke desa wisata Alamendah setelah covid sekitar bulan desember jadi baru 3 bulan. UMKM yang ada memiliki brandnya sendiri-sendiri. Selain di desa wisata Alamendah saya juga menjual produk di Walini sebelum Situ Patenggang.

Beberapa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di desa wisata hanya menggelar produknya di saat tertentu misalnya saat ada tamu atau event saja karena akses masuk cukup jauh. Selain olahan strawberry, ada produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lainnya seperti cireng.

Desa wisata cukup berdampak bagi pengelola UMKM seperti menambah relasi antar penjual, meningkatkan jumlah konsumen, menambah wawasan mengenai packaging, sertifikasi halal, manajemen keuangan, pemasaran dan cara menjual produk melalui e-commerce. Menurut Bapak Rudi, desa wisata menimbulkan dampak yang positif bagi masyarakat selain meningkatkan ekonomi masyarakat, desa wisata Alamendah juga berdampak pada segi pengetahuan/edukasi. Desa wisata Alamendah memberikan beberapa pelatihan sebagai edukasi para petani bagaimana mengelola lahan dengan baik, cara penanaman, cara perawatan dan lain-lain. Para pelaku usaha di desa Alamendah banyak yang melakukan pencatatan transaksi keuangan sampai laporan keuangan dilakukan dengan manual sehingga membutuhkan waktu yang lama dan ketelitian yang tinggi. Oleh karena itu, melalui program pengabdian masyarakat juga telah diberikan pelatihan bagi para pelaku usaha yaitu Unit Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) pada Desa Wisata Alam Endah Ciwidey menggunakan aplikasi Si- APik yang dapat diperoleh di google store dan mudah untuk dijalankan. Si-Apik merupakan software yang dikembangkan oleh Bank Indonesia (BI) dalam memudahkan para pelaku usaha, khususnya para pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam melakukan pencatatan akuntansi yang benar dan baik (Pratomo et al., 2021).



Gambar 4. Produk Olahan UMKM Desa Wisata Alamendah
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Pada gambar 4 terlihat beberapa hasil produksi olahan rumahan dari masyarakat sekitar desa wisata yang memanfaatkan hasil pertanian menjadi makanan ringan, pada gambar (a) merupakan produk olahan dari manisan bola-bola, produk (b) merupakan hasil panen strawberry yang dijadikan selai strawberry, kemudian pada produk (c) berbagai hasil panen pertanian yang dijadikan makanan ringan stik. Masing-masing dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai kreatifitas masing-masing untuk memasarkan produknya dengan beberapa tampilan yang menarik dan berbeda. Pengelola desa wisata Alamendah juga membuat program yang berfokus pada penanganan masalah. Pemanfaatan sampah di masyarakat mencakup berbagai kegiatan dari pembentukan budaya sampah pada tempatnya. Hal ini diharapkan agar masyarakat turut berpartisipasi dalam pelestarian daerah wisata dengan meningkatkan pengelolaan sampah yang berbasis masyarakat dan pengelolaan sampah yang menjadi inovasi dalam paket desa wisata Alamendah. Pemanfaatan limbah peternakan menjadi biogas, limbah plastik menjadi daur ulang souvenir dan prakarya lainnya sehingga menjadi salah satu paket edukasi.

Ragam perubahan hadir sebagai bagian dari adaptasi publik di masa pandemi, tak terkecuali pilihan berwisata. Salah satu yang belakangan muncul sebagai opsi populer adalah wisata trekking. Desa wisata Alamendah menawarkan wisata trekking untuk menikmati serunya berwisata mendaki gunung Lewati Sungai di sekitaran desa Alamendah, menyusuri pemukiman, perkebunan dan pemandangan. Wisata trekking dipatok dengan harga mulai Rp 125.000/pax dengan minimal 10 pax. Paket ini sudah termasuk makan siang, pemandu lokal dan air mineral.



Gambar 5. Wisata Trekking
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Desa wisata Alamendah dikenalkan melalui virtual tour pada festival pariwisata yang diselenggarakan secara online seperti Indonesia Eco Fest 2020, JAFEST Jabar Festival dan Virtual Tour GEMAWIRA bersama Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pada kegiatan-kegiatan ini, kegiatan tour virtual Dawala mendapatkan respon yang sangat positif dari para

peserta. Selain sebagai alat promosi, tour virtual dijadikan sebagai produk wisata edukasi alternatif bagi masyarakat.

Pengamatan burung atau birdwatching adalah sebuah jenis rekreasi dengan bentuk kegiatan mengamati burung. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan mengamati burung di alam bebas melalui mata telanjang, menggunakan alat bantu seperti teleskop atau teropong binokular atau sekedar mendengarkan suara cuitan burung. Jenis kegiatan ini termasuk kegiatan wisata minat khusus yang dapat memberikan manfaat pro lingkungan dan edukasi. Tarif wisata ini mulai dari 200 USD/pax minimal 10 pax termasuk homestay 2 hari 1 malam, 2 kali pendakian, makan selama program, snack, guide, dan air mineral.



Gambar 6. Kegiatan Pengamatan Burung
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Wisata “Ngagoes Ulin Kalembur” adalah kegiatan bersepeda santai merupakan salah satu paket wisata petualangan yang disuguhkan oleh pihak Dawala. Rute bersepeda dirancang untuk menyusuri pemukiman dan perkebunan di wilayah Desa Alamendah. Selain itu, pengunjung akan diajak ke home industry pengolahan oleh-oleh berupa makanan ringan khas Desa Alamendah maupun produksi bantal strawberry (Sinaga et al., 2019). Tarif wisata Ngagoes ini mulai dari Rp.265.000/pax minimal 10 pax dengan fasilitas sepeda, angkutan umum, wisata pertanian, wisata peternakan, wisata kuliner, snack, guide dan air mineral. Wisatawan tergambar pada Gambar 4.14 dapat bersepeda sambil menikmati suasana alam yang asri dan sejuk di pagi hari. Perlengkapan untuk bersepeda juga cukup lengkap dan didampingi oleh pemandu yang akan mengarahkan wisatawan agar sesuai jalur sepeda yang ada di Desa Wisata Alamendah. Wisata bersepeda ini cocok juga untuk para wisatawan yang hobi berolahraga karena memacu adrenalin dengan melewati jalan-jalan yang cukup berbatu.

Analisis SWOT

Identifikasi Faktor Internal (IFAS)

Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal (IFAS) yang akan menentukan bagaimana strategi yang tepat dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diidentifikasi faktor strategis internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah. Faktor kekuatan dan kelemahan internal yang sudah teridentifikasi dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 1. Faktor Internal dalam Pengembangan Desa Wisata Alamendah berbasis Digital

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1. Adanya kegiatan agrowisata dan peternakan	1. Letak desa wisata kurang strategis
2. Adanya tradisi seni budaya masyarakat Desa Alamendah	2. Terbatasnya kemampuan e-coding sehingga penggunaan website tidak dapat berjalan secara maksimal
3. Potensi wisata yang beragam	3. Keterbatasan dana untuk pengembangan Desa Wisata Alamendah
4. Adanya kegiatan coffee trip dimana wisatawan melakukan kegiatan mulai dari menanam biji kopi hingga menjadi kopi siap minum.	4. Keterbatasan dalam bahasa inggris untuk menunjang tour guide dalam menyampaikan informasi
	5. Kurangnya strategi pemasaran
	6. Kurangnya partisipasi Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2023)

Peluang dan Ancaman merupakan faktor eksternal (EFAS) yang akan menentukan bagaimana strategi pengembangan Desa Wisata Alamendah yang terbaik. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan responden dapat diidentifikasi faktor strategis eksternal yang merupakan peluang dan ancaman dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah. Faktor peluang dan ancaman eksternal yang sudah teridentifikasi dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Faktor Eksternal dalam Pengembangan Desa Wisata Alamendah Berbasis Digital

Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Treaths</i>)
1. Adanya inovasi <i>digital tourism</i> seperti <i>virtual tour</i> , <i>QR code</i> , pemasaran <i>agrifood</i> dan <i>e-commerce</i> menuju pada <i>sustainable tourism</i>	1. Faktor pandemi Covid-19 berakibat pada penurunan jumlah pengunjung
2. Pembelajaran berbasis STEM untuk menunjang pendidikan	2. Penawaran desa wisata di daerahlain
3. Digitalisasi berbentuk platform yang membantu proses berkunjung para wisatawan	
4. Adanya dukungan dari pemerintah, akademisi, pihak swasta dan komunitas seperti komunitas UMKM, pariwisata, serta media dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah	

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2023)

Kesimpulan

Desa Wisata Alamendah telah membuktikan diri sebagai destinasi yang memadukan potensi alam, budaya, dan teknologi digital dengan apik. Desa ini menawarkan berbagai atraksi menarik, mulai dari kesenian tradisional seperti pencak silat hingga pengalaman agrowisata memetik strawberry dan memerah susu sapi. Akses menuju lokasi terbilang mudah, meski masih perlu penambahan petunjuk arah untuk memudahkan wisatawan. Keberadaan homestay dengan konsep hidup bersama masyarakat menjadi nilai tambah yang unik, memberikan

pengalaman autentik bagi pengunjung. Dampak positifnya terlihat jelas di bidang ekonomi, dimana warga bisa menambah penghasilan hingga Rp1-2 juta per bulan dari penyewaan homestay dan penjualan hasil pertanian. Di sisi sosial budaya, desa ini berhasil melestarikan tradisi sekaligus meningkatkan kebersamaan melalui kegiatan gotong royong. Inovasi digital seperti virtual tour yang dikembangkan bersama perguruan tinggi menunjukkan komitmen untuk terus berkembang, meski masih ada tantangan dalam pengelolaan website. Kolaborasi erat antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat menjadi kunci keberhasilan Alamendah. Dengan terus memperbaiki sistem digital dan meningkatkan kapasitas SDM, desa wisata ini memiliki prospek cerah untuk menjadi contoh pengembangan pariwisata berbasis komunitas dan teknologi di masa depan.

REFERENSI

- Aris. (2021) Membangun Komunikasi yang efektif di Sosial Media Desa Wisata Alamendah. Diakses pada 27 Juli 2023 melalui <https://batampos.co.id/2021/12/25/membangun-komunikasi-yang-efektif-di-sosial-media-desa-wisata-alamendah/>
- Bunda, C. A. P. (2017). Strategi Pengembangan Agroindustri Stroberi. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1(2), 95.
- Kartika, T., & Muchtar, A. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 27.
- Masruroh, R., & Nurhayati, N. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan. *Prosiding Seminar Nasional IPTEK Terapan (SENIT) 2016 Pengembangan Sumber Daya Lokal Berbasis IPTEK*, 1(1).
- Moento, P. A., & Fitriani, F. (2022). Pelatihan Strategi E-Promotion Pariwisata 1000 Musamus Kampung Salor Distrik Kurik Kabupaten Merauke. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 93–100.
- Mulyana, A., Made, I. ayu, & Gayatri, E. M. (2022). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Murtadho, A. & Shihab, M.R., 2021. Analisis Situs E-Tourism Indonesia : Studi Terhadap Persebaran Geografis, Pengklasifikasian Situs Serta Pemanfaatan Fungsi dan Fitur. *Journal of Information Systems*, 7(1), pp.13-25.
- Nabilah, A., & Djuwendah, E. (2022). Potensi dan Strategi Pengembangan Agroekowisata Desa Alamendah Sebagai Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(2), 663–679.
- Nawaningrum, U. S., & Atmaja, H. E. (2022). Analisis Peran SDM Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Magelang. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(1), 11.
- Ningrum, L., Boediman, S. F., & Octarina, D. (2019). Homestay Desa Wisata Di Indonesia – Bagaimana Persepsi Masyarakat Kota? *Jurnal Pariwisata*, 6(1), 80–91.
- Novianti, S. (2018). Pemanfaatan Ubi Jalar, Susu, dan Bandrek dalam Pengembangan Produk Makanan. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 5(2), 235–246.
- Nurazizah, G. R. (2021). Pelatihan Pemanduan Wisata Berbahasa Isyarat melalui Video Virtual Tour bagi Kelompok Penggerak Pariwisata Desa Wisata Alamendah. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 898– 910.
- Nurbaeti, N., Damanik, J., Baiquni, M., & Nopirin, N. (2015). Daya Saing Teknologi Destinasi Pariwisata DKI Jakarta Berdasarkan Persepsi Wisatawan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 9(3), 31–42.

- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269.
- Nurlina, N., Pratama, Y. S., & Andiny, P. (2021). Strategi Pengembangan Industri Pariwisata (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Rukui Kabupaten Aceh Tamiang). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14.
- Oktaria, D., Ruriawan, M. F., Rahmat Yasirandi, Makky, M. Al, Andrade, S. P. E., & Zahib, M. A. (2021). Pengembangan Platform Dan Konten Peta Wisata Desa Alamendah Dalam Mendorong Promosi Destinasi Wisata Desa Alamendah. Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ”Penguatan Human Capital ,Komunitas, Kelembagaan Desa Melalui Transformasi ”.
- Pebriana, F., Mulyawan, R., & Sutrisno, B. (2021). Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka Tahun 2019). *Jurnal Administrasi Pemerintahan (Janitra)*, 1(1), 11–22.