

Strategi Menciptakan Pengalaman Berwisata di Desa Wisata Ciburial

Titing Kartika*, Emron Edison, Nova Riana

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

*Jl. Prof. Dr. Ir. Sutami No.181-183 Bandung, Jawa Barat, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Article History:

Submission: 01/07/2022

Revised: 31/07/2022

Accepted: 01/08/2022

* Korespondensi:

Titing Kartika

nengtiting_kartika@yahoo.co.id

ABSTRAK

Desa Ciburial adalah salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Bandung yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang mendukung. Salah satu permasalahan yang ada di Desa Wisata Ciburial adalah pada aspek pengelolaan dan layanan pengunjung khususnya bagaimana menciptakan pengalaman wisatawan. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pengelola Desa Wisata terkait bagaimana menciptakan pengalaman berwisata bagi para wisatawan sehingga akan menimbulkan memori atau kenangan yang berdampak pada kepuasan wisatawan. Metode yang digunakan berupa penyuluhan berkala dan pola pendampingan berbasis masyarakat. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juli-September 2021 yang melibatkan para pengelola Desa wisata Ciburial dari berbagai sektor. Hasil dari kegiatan ini adalah peserta menghasilkan peta lokasi wisata dan sebaran potensi wisata yang dimiliki. Selain itu peserta mendapatkan pelatihan simulasi terkait dengan memberikan layanan wisata optimal dalam penciptaan pengalaman berwisata.

Kata Kunci: Strategi; pengalaman berwisata; pelayanan.

ABSTRACT

Ciburial Village is one of the Tourism Villages in Bandung Regency which has natural and cultural resources that support it. One of the problems in the Ciburial Tourism Village is in the aspect of managing and providing tourist services, especially how to create a tourist experience. The purpose of this community service activity is to provide understanding to Tourism Village managers regarding how to create a travel experience for tourists so that it will create memories or memories that have an impact on tourist satisfaction. The method used is in the form of periodic counseling and community-based mentoring patterns. The activity was carried out in July-September 2021 involving Ciburial tourism village managers from various sectors. The result of this activity is that participants produce maps of tourist locations and the distribution of their tourism potential. In addition, participants received simulation training related to providing optimal tourism services in creating travel experiences.

Keywords: Strategy; travel experience; service.

1. PENDAHULUAN

Dengan kekayaan ragam suku, budaya, flora dan fauna, setiap daerah di Indonesia memiliki potensi wisata beragam, baik alam, budaya, maupun wisata buatan. Keunikan yang dimiliki oleh masing-masing daerah berpotensi menarik kedatangan wisatawan, baik domestik maupun



mancanegara [1]. Namun demikian potensi yang ada tentu tidak dapat dikembangkan jika SDM (Sumber Daya Manusia) tidak mendukung, karena kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di suatu negara akan sangat menentukan kemajuan di negara tersebut [2].

Sektor pariwisata merupakan sektor yang menjadi salah satu mesin penggerak perekonomian di dunia yang telah terbukti mampu berkontribusi atas kemakmuran di sebuah negara. Pembangunan sektor pariwisata telah menggairahkan kegiatan bisnis yang menghasilkan manfaat signifikan secara sosial, budaya, dan ekonomi bagi suatu negara [1]. Sektor pariwisata adalah sumber devisa, yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah. Saat ini, setiap pemerintah daerah telah berbenah untuk menjadikan daerahnya masing-masing sebagai daerah tujuan wisata [3][4][5]. Tentunya, dengan berkembangnya kegiatan pariwisata, memiliki implikasi sebagaimana diungkapkan oleh Effendi dan Edison [6] yaitu: pertumbuhan pada bisnis akomodasi, bisnis perjalanan, bisnis kuliner, bisnis cinderamata, dan menghidupkan rantai pasok (*supply chain*) lainnya. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata di semua daerah menjadi sangat penting [7].

Dalam mengembangkan strategi dan kebijakan terkait pariwisata, otoritas yang berwenang harus mempertimbangkan pendapat dari para pemangku kepentingan seperti penduduk, industri, kelompok khusus yang mewakili kepentingan masyarakat dan lingkungan, serta wisatawan itu sendiri [1]. Hasil penelitian Barreto dan Giantari memperlihatkan bahwa strategi pengembangan objek wisata yang layak yang memadai untuk diterapkan adalah dengan mengimplementasikan pembangunan pariwisata [8]. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa, pengelola perlu mendengarkan pandangan dari berbagai pihak dan juga perlu melakukan pengembangan atas potensi yang ada. Dalam konteks otonomi inilah masyarakat memiliki peran yang sangat penting termasuk dalam pengelolaan kepariwisataan di daerahnya masing-masing [9].

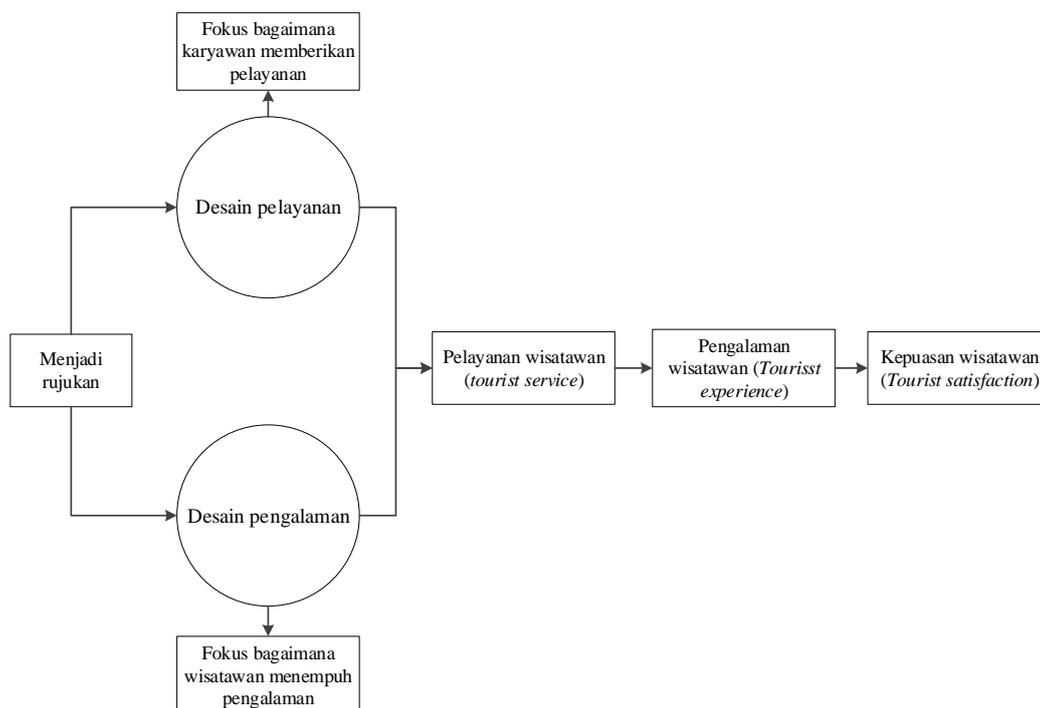
Pengembangan pariwisata pada dasarnya tidak akan dapat terlepas dari peran masyarakat setempat. Pengembangan suatu daya tarik dan kawasan wisata mutlak membutuhkan dukungan dan peran serta masyarakatnya [10]. Salah satu daerah yang terus mengembangkan pariwisatanya adalah Desa Ciburial di Kabupaten Bandung.

Kondisi geografis yang berupa perbukitan membuat Desa Ciburial memiliki panorama alam yang sangat indah, pada siang maupun malam hari. Di siang hari wisatawan dapat menikmati keindahan alam perbukitan dan cekungan Bandung. Sedangkan di malam hari, dapat menikmati sajian tebaran sinar lampu indah seolah berada dalam mangkuk raksasa Kota Bandung [11]. Selain pemandangan yang indah, Desa Ciburial juga menyediakan fasilitas vila, café yang menyajikan kuliner bercita rasa lokal maupun nasional. Tidak kalah menariknya adalah kegiatan peternakan sapi, dan peternakan lebah madu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Desa Ciburial memiliki komponen pariwisata yang lengkap. Namun kegiatan pariwisata di Desa Ciburial Kabupaten Bandung ini belum optimal, di mana tingkat kunjungan masih rendah. Oleh karena itu Tim PkM memandang bahwa di Desa Ciburial perlu dilakukan pelatihan-pelatihan sebagai bagian strategi menciptakan pengalaman yang baik bagi wisatawan yang datang ke desa tersebut [12]. Tujuan pelatihan agar pengelola atau masyarakat memahami bahwa penting untuk membangun pengalaman wisatawan yang baik.

Agar bisa memenuhi apa yang didambakan oleh wisatawan yakni pengalaman yang berkesan, maka pengelola pariwisata harus mampu menyesuaikan dan merancang ulang

pelayanan-pelayanan mereka. Sebuah pemahaman akan pengalaman wisatawan menjadi sangat penting untuk perancangan pelayanan yang baik. Karena pengalaman wisatawan merupakan produk inti dari industri pariwisata, maka diperlukan pengertian yang baik akan pengalaman wisatawan tersebut baik secara konseptual maupun secara praktis [13].

Secara tradisional, konsep pengalaman wisatawan biasa dibagi menjadi tiga tahap, yakni sebelum, ketika, dan setelah pengalaman dilalui wisatawan. Atau dikenal juga dengan istilah *Pre-Experience*, *In-Experience*, *Post Experience*. Dalam Bahasa Indonesia penulis menyebutnya dengan Pra-Kunjungan, Saat-Kunjungan, dan Pasca-Kunjungan wisatawan [14]. Lebih lanjut, Agoes dan Agustiani[14] memberikan model dari *experience mapping* dalam kaitannya dengan *experience design*, *service design*, pengalaman wisatawan (*tourist experience*), serta kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*):



Gambar 1. Model dari *experience*

Mengacu pada gambar 1 bahwa kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh pengalaman yang dimilikinya. Sementara itu pengalaman dibentuk oleh layanan yang diberikan. Dengan demikian konsep dasar dari kegiatan PkM ini adalah bagaimana menciptakan pengalaman wisatawan dengan memberikan layanan yang optimal kepada wisatawan.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Desa Wisata Ciburial dihadiri oleh Kepala Desa setempat, serta diikuti oleh sekitar 20 peserta mewakili dari berbagai unsur meliputi Pemerintah Desa, PokJa (Kelompok Kerja), Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), Pengelola Homestay, Pelaku UMKM. Adapun teknik PkM ini dilakukan sebagai berikut:

- a) Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi permasalahan mitra dan kebutuhan PkM
- b) Menyiapkan rencana kerja dan kebutuhan PkM
- c) Melakukan penyuluhan langsung ke Desa Ciburial

- d) Melakukan diskusi-diskusi dengan peserta
- e) Melakukan evaluasi kegiatan
- f) Melakukan pemantauan lapangan, untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan dan kendala yang terjadi di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil.

Desa Wisata Ciburial merupakan salah satu desa yang berlokasi di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Desa wisata ini menjadi desa yang terletak paling utara di wilayah Kabupaten Bandung [15]. Berdasarkan hasil observasi, terlihat bahwa atraksi atau suguhan wisata Ciburial di Kabupaten Bandung meliputi keindahan alam (pegunungan dan hutan), sanggar kerajinan, peternakan sapi, dan budidaya lebah madu. Namun kondisi ini belum mengangkat kegiatan pariwisata di desa tersebut. Oleh karena itu, Tim Pendamping, Pokdarwis dan masyarakat sekitar melakukan berbagai kegiatan bagaimana memberikan layanan optimal kepada wisatawan sehingga wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan. Adapun hasil dari kegiatan tersebut yaitu:

- a. Melakukan pemetaan lokasi wisata yang ada di Desa Ciburial.

Desa wisata Ciburial merupakan desa yang memiliki bentang alam yang indah serta memiliki keanekaragaman budaya yang menarik, yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata ciburial. Berbagai macam potensi wisata dibagi kedalam beberapa bagian, yaitu wisata budaya dan seni, wisata kuliner, serta wisata alam.



Gambar 2. Peta wisata desa wisata ciburial (Tim PKM dan KKN STIEPAR).

Pada gambar 2 dipetakan potensi wisata yang ada di Desa Wisata Ciburial berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan masyarakat setempat. Pemetaan ini juga digambarkan berdasarkan lokasi geografis Desa Ciburial.

- b. Melakukan analisis potensi wisata di Desa Wisata Ciburial.

Berikut merupakan tabel Potensi Wisata yang ada di Desa Wisata Ciburial.

Tabel 1. Potensi wisata desa wisata ciburial.

No.	Potensi	Keterangan
1	Wisata Budaya dan Seni	a. Atraksi debus b. Kerajinan bambu dan seni lukis c. Perguruan pencak silat d. Sanggar tari e. Kain perca
2	Wisata Kuliner	a. Madu b. Warung langit c. Pabrik tahu d. Ayam penyet e. Awug f. Warung tradisional (warung ema)
3	Wisata Alam	a. Tahura b. Tebing keraton c. Curug batu nyusun
4	Homestay	Terdapat 7 rumah warga yang sudah siap dijadikan homestay sehingga dapat mendukung kegiatan wisata di Desa Wisata Ciburial. (Masih diperlukan pendampingan dalam memberikan layanan homestay)

- c. Melakukan pelatihan tentang pentingnya pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, agar wisatawan menjadi puas, dan memberikan pengalaman wisatawan yang mengesankan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui *role play* (bermain peran) terkait dengan memberikan layanan kepada wisatawan.



Gambar 3. Foto kegiatan tim dan peserta PkM

Gambar 3 kegiatan pemaparan materi terkait dengan bagaimana proses memberikan layanan prima kepada wisatawan agar tercipta pengalaman yang mengesankan. Proses penciptaan pengalaman ini mengacu pada konsep yang diperkenalkan oleh Schmitt [16], dimana pengalaman memiliki 5 (lima) unsur, yaitu (1) *Sense/Rasa* yang terkait sensorik, (2) *Feel/Rasa* yang terkait emosi/suasana hati, (3) *Think/berpikir*, (4) *Act* (bertindak), dan (5) *Relate/berhubungan*.

3.2. Pembahasan.

Dari berbagai kegiatan PkM yang telah dilaksanakan terdapat beberapa kendala yang dihadapi diantaranya:

- a. Belum semua pengelola Desa Wisata memahami potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Ciburial. Hal ini jika dikaitkan dengan pengetahuan produk (*Product*

knowledge) maka sangat penting masyarakat lokal mengetahui produk apa saja yang ada sehingga dapat dijadikan sebagai nilai jual bagi wisatawan.

- b. Lemahnya pemahaman terkait dengan layanan prima kepada wisatawan sehingga secara langsung maupun tidak akan berdampak pada pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan yang datang.
- c. Belum memahami seutuhnya bahwa pengalaman wisatawan adalah bagian yang dikelola yang akan memberikan dampak Panjang dalam pengelolaan sebuah Desa Wisata.

Walaupun ada beberapa kendala, tim PkM tetap melakukan pendampingan khususnya kepada para pengelola desa wisata terkait dengan layanan prima yang harus diberikan kepada wisatawan. Konsep yang diperkenalkan adalah “*Wow Service*”, yaitu layanan menakjubkan, yang akan membuat wisatawan merasa sangat terkesan. Dikatakan “*Wow*” karena kemampuan layanan yang melampaui harapan wisatawan (*exceeding tourists’ expectation*). Kegiatan PkM ini sangat penting terutama dalam hal analisis potensi wisata dan mensimulasikan pemahaman konsep dari pembentuk pengalaman, misalnya bagaimana membangun hubungan yang baik dengan wisatawan terkait dengan layanan pariwisata.

Dua kriteria penting yang harus dipahami oleh para penyedia layanan di sektor pariwisata adalah:

- a. Memahami bagaimana menciptakan pelayanan yang seperti magnet bagi wisatawan.
- b. Memahami pentingnya kredibilitas untuk menjaga kepercayaan wisatawan.

Pelayanan yang menakjubkan dapat dimulai dari hal-hal yang tampak/*tangible*, seperti penampilan yang baik dan profesional, dari penduduk Desa Ciburial. Selain itu, untuk mengoptimalkan layanan kepada wisatawan mancanegara, diperlukan kemampuan berbahasa Inggris (dan atau asing lainnya). Penguasaan ketrampilan komunikasi dan kesantunan berbahasa menjadi poin penting yang akan melancarkan komunikasi dengan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Pelayanan yang baik juga harus diperkuat dengan pemahaman akan *hospitality*, etika-etiket dan pemahaman CHSE (*Cleanliness, Healthy, Safety, Environmental Sustainability*). Aspek lain yang juga penting yaitu penguasaan “*medan*”, terutama di bidang masing-masing yang dikelolanya.

Apabila penduduk Desa Wisata Ciburial dapat menjalankan “*Wow Service*” ini dengan konsisten, maka akan mendatangkan pemasukan lebih baik. Wisatawan akan bersedia membayar lebih, demi mendapatkan pelayanan yang prima dan pengalaman berwisata yang sangat berkesan. “*Wow Service*” ini juga merupakan salah satu strategi bersaing dengan destinasi wisata lain sejenis, mengingat wisatawan memiliki hak dan peluang untuk memilih destinasi wisata yang akan dikunjungi. Karenanya, pelayanan yang prima dengan konsep “*Wow Service*” adalah investasi jangka Panjang.

Terkait dengan konsep ini, peserta diharapkan memahami konsep dan melakukan *role play* (simulasi) terkait melakukan layanan prima kepada wisatawan dari mulai *grooming*, aspek penampilan yang baik dan profesional, kemampuan Bahasa, penguasaan keterampilan komunikasi dan kesantunan berbahasa, *hospitality*, etiket dan pemahaman (CHSE) yaitu, *Cleanliness* (kebersihan), *Health* (kesehatan), *Safety* (keamanan), dan *Environment*

Sustainability (kelestarian lingkungan) penguasaan lokasi atau daya tarik wisata yang dikelolanya.

4. SIMPULAN

Kegiatan PkM di Desa Wisata Ciburial Kabupaten Bandung telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai rencana. Dalam kegiatan PkM ini dilakukan dengan penyuluhan dan pola pendampingan. Sebagai hasil dari kegiatan PkM adalah adanya pemetaan dan analisis potensi wisata di Desa Wisata Ciburial. Hasil selanjutnya adalah pendampingan terkait dengan materi layanan prima dalam menciptakan pengalaman wisatawan yang akan berdampak pada nilai kepuasan pengunjung. Tim PkM melaksanakan kunjungan, observasi dan wawancara dengan masyarakat setempat guna memperoleh data lapangan lebih lanjut sehingga materi PkM akan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi terutama dengan kesiapan masyarakat lokal terkait memberikan layanan optimal hubungannya dengan penciptaan pengalaman wisatawan. Namun demikian, Kegiatan PkM mendapatkan respon yang baik dari peserta dan peserta menyampaikan kebermanfaatannya dari kegiatan PkM. Tim menyadari, bahwa penyuluhan dan pendampingan ini masih perlu berkesinambungan, sehingga layanan pengelola kepada wisatawan bisa terus diberikan secara optimal.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kegiatan ini tim PkM mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan PkM ini, yaitu kepada:

- a. Prof. Dr. Enok Maryani, M.S. selaku ketua STIEPAR Yapari, Bandung.
- b. Bapak Asep Rahmat, A. Md., Kepala Desa Ciburial, dan Pokdarwis Ciburial.
- c. Kang Riki Priatna Saputra sebagai Ketua Pokdarwis, Ciburial.
- d. Masyarakat Desa Ciburial yang begitu antusiasnya untuk mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. G. B. R. Utama, *Pemasaran Pariwisata*. 2017.
- [2] Sugiartiningsih, S. Hikmawati, A. Handriyani, W. Y. Kristianawati, Eroh, and Rohayati, "Penciptaan Sumber Daya Manusia Berkualitas Jenjang Usia Dini Melalui Kreativitas Wisata Edukasi Ibu dan Anak," *Eroh Rohayati*, vol. 3, no. 1, pp. 1–11, 2022.
- [3] A. C. Lesmana, E. Edison, and A. Dara, "Pemberdayaan Masyarakat Di Destinasi Wisata Tebing Keraton Kampung Ciharegem Puncak Desa Ciburial Kabupaten Bandung," *Tour. Sci. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 155–178, 2017.
- [4] H. Sholih, M. Imtihan, V. S. Hendrawan, and ..., "Assistance in Managing Efficacious Drinks Using Red Ginger Raw Material," *J. ...*, vol. 18, no. 2, pp. 27–35, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/dedikasi/article/download/18326/10105>.
- [5] A. Domodite, I. N. Saputri, and M. A. Pahmi, "Assistance in the Production of Cracker Snacks in the Cileungsi Area," vol. 18, no. 2, pp. 36–47, 2021.
- [6] S. P. Effendi and E. Edison, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Batik Batam Di Dekranasda Kota Batam," *Manaj.*

- dan Pariwisata*, vol. 1, no. 1, pp. 15–32, 2022.
- [7] Triwibowo Soedjas, “Judul Buku : Layanan Wow Untuk Pelanggan Pengarang : Triwibowo Soedjas Penerbit : Media Pressindo Tahun Terbit : ISBN : Tebal : ix + 172 Halaman,” 2014.
- [8] M. Barreto and I. G. A. K. Giantari, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste,” *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, pp. 773–796, 2015.
- [9] R. Astiana, T. Kartika, and M. I. Tawakal, “Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Wisata di Kampung Wisata Cibiru,” *BEMAS J. BERMASYARAKAT*, vol. 3, no. 1, pp. 50–58, 2022.
- [10] E. Edison, T. Kartika, and N. Dewi, “Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Wisata Di Desa Kertawangi, Cisarua Kabupaten Bandung Barat,” *J. Indones. Tour. Hosp. Recreat.*, vol. 2, no. 2, pp. 138–144, 2019.
- [11] A. Sumarna, “Desa Wisata Ciburial,” 2012. .
- [12] S. Nugroho, M. A. Pahmi, and A. Surya, “Lokakarya Penguatan Kualitas Sumber Daya Manusia Generasi Muda Dalam Menghadapi Era Industrialisasi Global,” *Bemas J. Bermasyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 39–50, 2020.
- [13] C. Jurowski, “An Examination of the Four Realms of Tourism Experience Theory,” *University of Massachusetts Amherst*, 2009.
- [14] A. Agoes and I. N. Agustiani, *Kajian Pengalaman Wisatawan pada kunjungan wisata pedesaan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2021.
- [15] “Ciburial, Cimenyan, Bandung.” .
- [16] B. H. Schmitt, *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York: The Free Press, 1999.