



KOLABORASI AGROWISATA DAN ECOWISATA DESA CILEMBU MELALUI MEDIA KREATIF

Gumilar Abdul Rojak¹, Widi Juliani², Riza Alrahman³

^{1,2,3}Universitas Terbuka Bandung

¹048693932@ecampus.ut.ac.id

²048624676@ecampus.ut.ac.id

³rizapkn@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:
Agrowisata, Desa cilembu, Desa wisata, Eco wisata, Kampanye promosi kreatif, Keanekaragaman hayati.

Sebuah permata tersembunyi di Kabupaten Sumedang, Desa Cilembu, yang terkenal dengan ubi manisnya, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi agrowisata dan ecowisata. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan karena kurangnya promosi yang efektif kepada masyarakat luas. Banyak wisatawan yang belum mengetahui keunikan dan keindahan yang ditawarkan oleh Desa Cilembu. Kurangnya promosi ini berdampak pada rendahnya jumlah kunjungan wisatawan, mempengaruhi perekonomian lokal dan upaya pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang lebih intensif dan terarah untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap agrowisata dan ecowisata di Desa Cilembu. Untuk mengatasi masalah kurangnya promosi, beberapa strategi telah dilaksanakan pada tanggal 10 juni 2024 dengan melibatkan karang taruna, masyarakat desa dan pemerintah desa dalam perencanaan dan pelaksanaannya melalui pemasaran media sosial untuk menarik perhatian wisatawan. Platform seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk membagikan konten visual yang menarik tentang keindahan alam, kegiatan agrowisata, dan ecowisata di Desa Cilembu. Foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan pengalaman wisata yang unik diharapkan dapat menarik perhatian calon wisatawan. Kampanye promosi kreatif dilakukan untuk membedakan Desa Cilembu dari destinasi lain. Lomba foto atau video dengan tema agrowisata dan ecowisata di Desa Cilembu diadakan untuk menarik perhatian publik. Kampanye ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang Desa Cilembu tetapi juga mendorong partisipasi aktif dari wisatawan potensial. Implementasi strategi-strategi ini menghasilkan peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan, Pada bulan Agustus dan September 2024, jumlah pengunjung meningkat, rata-rata mencapai 500 orang per bulan, dibandingkan sebelumnya yang hanya 180 orang per bulan. Pengunjung datang dari berbagai daerah termasuk Bandung dan Jakarta. Bahkan, HIMPAUDI (Himpunan PAUD Indonesia) Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi turut berkunjung. Wisatawan datang untuk menikmati keindahan alam, berpartisipasi dalam kegiatan pertanian, dan belajar tentang praktik pertanian berkelanjutan serta konservasi lingkungan. Pendapatan masyarakat lokal meningkat melalui penjualan produk pertanian, dan penginapan homestay. Selain itu, kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan

juga meningkat, yang tercermin dalam praktik pertanian yang lebih ramah lingkungan dan upaya konservasi yang lebih baik. Program ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi Desa Cilembu. Secara ekonomi, pendapatan masyarakat meningkat dan lapangan kerja baru tercipta. Secara sosial, program ini memperkuat ikatan komunitas dan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola wisata. Dari segi lingkungan, program ini membantu melestarikan keanekaragaman hayati dan mengurangi dampak negatif dari aktivitas pertanian konvensional. Secara keseluruhan, pengembangan agrowisata dan ecowisata di Desa Cilembu berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan, menjadikan desa ini sebagai contoh sukses pengembangan wisata berkelanjutan.

A. Pendahuluan

Desa Cilembu, yang terletak di Jawa Barat, Indonesia, dikenal luas karena ubi manisnya yang khas dan lezat. Selain potensi agrikulturalnya, desa ini juga memiliki kekayaan alam dan budaya yang dapat dikembangkan menjadi destinasi agrowisata dan ecowisata yang menarik. Agrowisata dan ecowisata tidak hanya menawarkan pengalaman wisata yang unik dan edukatif bagi pengunjung, tetapi juga dapat menjadi sumber pendapatan yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat serta mendukung pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya dimanfaatkan. Salah satu kendala utama adalah kurangnya promosi yang efektif. Informasi mengenai daya tarik wisata Desa Cilembu masih terbatas dan belum tersebar luas, baik di kalangan wisatawan domestik maupun internasional. Minimnya promosi ini menyebabkan banyak wisatawan tidak menyadari keindahan alam, keunikan budaya, dan pengalaman agrowisata yang bisa dinikmati di desa ini. Menurut data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Jawa Barat mengalami peningkatan sebesar 23,23% pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, Desa Cilembu belum merasakan dampak signifikan dari peningkatan ini karena kurangnya promosi yang efektif. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata setempat, hanya sekitar 5% dari total wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat yang mengunjungi Desa Cilembu pada tahun 2023. Wisatawan lebih cenderung mengunjungi destinasi yang sudah terkenal dan memiliki promosi yang baik. Tanpa promosi yang memadai dan infrastruktur yang baik, potensi wisata Desa Cilembu akan sulit berkembang dan bersaing dengan destinasi wisata lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang lebih baik dan terintegrasi, melibatkan berbagai pihak seperti pemerintah daerah, komunitas lokal, dan pelaku industri pariwisata. Dengan promosi yang tepat, Desa Cilembu dapat menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan serta budaya lokal.

Untuk menarik minat wisatawan dalam mengatasi masalah ini, diperlukan strategi yang kreatif dan efektif guna menarik kembali minat wisatawan. Beberapa upaya promosi yang di usulkan adalah Manfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan keindahan alam dan kegiatan agrowisata dan ecowisata di Desa Cilembu, Adakan festival tahunan di Desa Cilembu yang menampilkan produk lokal, budaya, dan kegiatan agrowisata, Dan adakan program edukasi dan workshop tentang pertanian organik, pengolahan ubi, dan pelestarian lingkungan yang dapat menarik minat wisatawan yang ingin belajar dan berpartisipasi aktif.

Di Desa Cilembu, Sumedang, ada Kampung Wisata Pangjugugan, yang terletak merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar. Meski memiliki daya tarik yang alami, kampung ini menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolannya, termasuk promosinya yang kurang efektif, kurangnya pemberdayaan masyarakat lokal, serta pelestarian budaya dan pengelolaan sumber daya alam yang belum optimal. Untuk mengatasi masalah ini, diterapkan sistem kolaborasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat lokal, organisasi pemuda, dan sektor swasta. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan wisata yang berkelanjutan dan menarik bagi wisatawan.

Berdasarkan analisis situasi terhadap Desa Cilembu, desa ini layak dijadikan sebagai tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Potensi pariwisata yang besar, keindahan alam yang memukau, serta produk lokal yang khas menjadikan Desa Cilembu sebagai destinasi yang menarik untuk dikembangkan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat difokuskan pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola promosi dan pemasaran yang efektif. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Desa Cilembu. Melalui kegiatan ini, tercipta kerjasama yang baik antara masyarakat, pemerintah desa, dan pelaku usaha pariwisata dalam mengembangkan potensi pariwisata desa. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana untuk memperkenalkan kebudayaan dan kearifan lokal kepada wisatawan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian alam dan lingkungan.



Gambar 1. Survei lapangan agrowisata dan ecowisata di desa Cilembu

B. Metodologi Pelaksanaan

1. **Survey dan Penelitian Pasar:** Lakukan survey untuk memahami preferensi dan kebutuhan wisatawan. Analisis data untuk menentukan segmen pasar yang paling potensial.
2. **Pembuatan Konten Promosi:** Buat konten visual dan naratif yang menarik tentang Desa Cilembu, termasuk video, foto, dan artikel. Gunakan cerita dan testimoni dari wisatawan yang telah berkunjung untuk meningkatkan kredibilitas.
3. **Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat:** Adakan pelatihan bagi masyarakat lokal tentang cara menjadi pemandu wisata yang baik. Libatkan masyarakat dalam kegiatan promosi dan pengelolaan wisata.
4. **Penggunaan Media Digital:** Manfaatkan dan gunakan media digital untuk kampanye promosi yang lebih luas dan efektif.
5. **Kemitraan dan Kolaborasi:** Jalin kemitraan dengan universitas, lembaga penelitian, dan organisasi non-pemerintah untuk mendukung pengembangan dan promosi. Kolaborasi dengan perusahaan teknologi untuk mengembangkan aplikasi wisata yang informatif dan interaktif.
6. **Evaluasi dan Monitoring:** Lakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi promosi yang telah dijalankan. Gunakan feedback dari wisatawan untuk terus memperbaiki dan mengembangkan strategi promosi.

Desa Cilembu memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi agrowisata dan ecowisata. Namun, kurangnya promosi yang efektif menyebabkan rendahnya jumlah kunjungan wisatawan. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode pelaksanaan strategi promosi yang efektif dan dampaknya terhadap peningkatan jumlah wisatawan serta perekonomian lokal diperlukan upaya dan pendekatan.

Perencanaan dan Koordinasi

- Rapat Koordinasi: Mengadakan rapat koordinasi dengan karang taruna, masyarakat desa, dan pemerintah desa untuk merumuskan strategi promosi.
- Pembentukan Tim Promosi: Membentuk tim promosi yang terdiri dari anggota karang taruna dan masyarakat desa yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan promosi.

Pemasaran Media Sosial

- Konten Visual: Membuat dan membagikan konten visual yang menarik tentang keindahan alam, kegiatan agrowisata, dan ecowisata di Desa Cilembu melalui platform seperti Instagram dan TikTok.
- Jadwal Posting: Menyusun jadwal posting yang konsisten untuk menjaga keterlibatan audiens dan meningkatkan visibilitas.

Kampanye Promosi Kreatif

- Lomba Foto dan Video: Mengadakan lomba foto dan video dengan tema agrowisata dan ecowisata di Desa Cilembu untuk menarik perhatian publik.
- Hadiah Menarik: Menyediakan hadiah menarik untuk pemenang lomba guna meningkatkan partisipasi.

Pelatihan dan Pendampingan

- Pelatihan Media Sosial: Mengadakan pelatihan penggunaan media sosial bagi anggota tim promosi untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat konten yang menarik.
- Pendampingan Berkelanjutan: Memberikan pendampingan berkelanjutan kepada tim promosi untuk memastikan strategi berjalan sesuai rencana.

C. Hasil dan Pembahasan

Implementasi strategi promosi menghasilkan peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan. Pada bulan Agustus dan September 2024, jumlah pengunjung meningkat rata-rata mencapai 500 orang per bulan, dibandingkan sebelumnya yang hanya 180 orang per bulan. Tabel 1 menunjukkan persentase peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan masyarakat lokal.

Tabel 1. Persentase Peningkatan Jumlah Wisatawan dan Pendapatan Masyarakat Lokal

Bulan	Jumlah Wisatawan		Persentase Peningkatan (%)	Pendapatan		Persentase Peningkatan (%)
	Sebelum	Sesudah		Sebelum (Rp)	Sesudah (Rp)	
Juni 2024	180	500	177.78	5,000,000	15,000,000	200
Juli 2024	200	520	160	5,500,000	16,000,000	190.91
Agustus 2024	220	540	145.45	6,000,000	17,000,000	183.33
September 2024	240	560	133.33	6,500,000	18,000,000	176.92

Peningkatan jumlah wisatawan berdampak positif pada perekonomian lokal, dengan pendapatan masyarakat meningkat melalui penjualan produk pertanian dan penginapan homestay. Kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan juga meningkat, tercermin dalam praktik pertanian yang lebih ramah lingkungan dan upaya konservasi yang lebih baik.



Gambar 2. Dampak dan hasil dari promosi Agrowisata dan Ecowisata

D. Kesimpulan

Pengembangan agrowisata dan ecowisata di Desa Cilembu berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Strategi promosi melalui media sosial dan kampanye kreatif terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Disarankan untuk terus mengembangkan strategi promosi yang inovatif dan melibatkan lebih banyak pihak dalam upaya pelestarian lingkungan.

E. Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung penyelesaian artikel ini.



1. Terima kasih kepada bapak Riza Alrahman yang telah menjadi dosen pembimbing untuk saya.
2. Terima kasih kepada Bapak Dede Sumarna selaku mitra dan pendamping pelaksanaan program ini terselenggara.
3. Terima kasih juga kepada warga setempat Pamulihan bersama pengelola wisata kampung pangjujungan karena telah menjadi peserta dalam program abdimas ini.

Saya juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Terbuka atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan PKM Nasional ini. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang managerial.

F. Referensi

- Budiarti, T., Suwanto, & Muflikhati, I. (2024). Pengembangan agrowisata berbasis masyarakat pada usahatani terpadu guna meningkatkan kesejahteraan petani dan keberlanjutan sistem pertanian. *Jurnal Pertanian*.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/view/8398>
- Suriadikusumah, H. (2024). Ekowisata dan agrowisata: Alternatif solusi untuk pengembangan wilayah pada lahan-lahan berlereng di Jawa Barat. *Jurnal Ekowisata*.
<https://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/4149>
- Tasim, C. (2024, Maret 21). 12 strategi promosi pariwisata yang efektif untuk tingkatan kunjungan wisatawan. *ToffeeDev*. <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/strategi-promosi-pariwisata>