

PENGEMBANGAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF DI DESA WISATA TENJOLAYA

Rattikah Fitrianty^{1*}, Zia Kemala², Aa Permana³

¹ Program Studi Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

² Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata STIEPAR-YAPARI, Bandung, Indonesia

³ Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata STIEPAR-YAPARI, Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 01, 2025

Revised November 10, 2025

Accepted November 15, 2025

Available online November 25, 2025

Keywords:

Desa Wisata Tenjolaya,
pariwisata berbasis komunitas,
ekonomi kreatif, agrowisata
kopi, gastronomi lokal



This is an open access article under the
[CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published
by Universitas Cenderawasih

ABSTRAK

Desa wisata adalah peluang besar untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat desa melalui peningkatan perekonomian masyarakat setempat, pelestarian budaya dan alam, membangun citra positif desa, dan meningkatkan kualitas hidup. Pengelolaan desa wisata yang sukses membutuhkan kolaborasi yang kuat antara Ketua Desa Wisata, Ketua Pokdarwis, dan Kepala Desa. Desa Tenjolaya menjadi Desa Wisata yang memiliki keunikan dan keunggulan karena menjadi berorientasi pada aspek kehidupan pedesaan, edukasi panganan lokal, dan agro edukasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan data melalui observasi, keterlibatan aktif masyarakat dalam wawancara, dan studi literatur. Analisis dilakukan dengan reduksi data (data reduction); penyajian data (data display); dan penarikan kesimpulan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkuat memahami pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Desa Tenjolaya melalui pelestarian, sinergi pemangku kepentingan, serta daya tarik wisata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi dan merumuskan potensi lokal yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan dalam konteks pengembangan desa wisata berbasis masyarakat.

ABSTRACT

A tourism village represents a strategic opportunity to enhance the quality of life and well-being of rural communities through local economic development, cultural and natural heritage preservation, village image building, and overall improvement of living standards. The successful management of a tourism village requires strong collaboration among the Tourism Village Chairperson, the Head of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis), and the Village Head. Tenjolaya Village has developed into a distinctive tourism village characterized by its emphasis on rural life, local food education, and agro-education. This study employs a qualitative approach, with data obtained through observation, active community participation in interviews, and literature study. Data analysis was conducted through three stages: data reduction, data display, and conclusion drawing. The purpose of this research is to strengthen the understanding of tourism and creative economy development in Tenjolaya Village through preservation, stakeholder synergy, and the enhancement of tourism attractions. The findings are expected to identify and formulate local potentials that can be sustainably developed within the framework of community-based tourism village development

1. LATAR BELAKANG

Peralihan tren wisata dari mass tourism ke alternative tourism memberikan keuntungan bagi desa wisata sebagai destinasi unggulan yang menawarkan keragaman budaya, keunikan alam, dan produk kreatif berbasis kehidupan sehari-hari masyarakat desa. Tren wisatawan saat ini mengarah pada pengalaman wisata alam dan budaya lokal yang memberikan pengalaman belajar, petualangan, dan wawasan baru, seperti adventure tourism dan wisata perdesaan. Desa wisata berbasis komunitas yang berlandaskan kearifan lokal mampu menjadi motor peningkatan ekonomi secara gotong royong dan berkelanjutan. Nilai-nilai kearifan lokal, baik dalam budaya maupun tradisi, menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

Tren perjalanan wisatawan saat ini mengalami perubahan yaitu dari wisata massal (*mass tourism*) ke arah wisata alternatif (*alternative tourism*). Perubahan ini mengarah pada jenis kegiatan wisata yang berorientasi pada wisata alam atau budaya lokal dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan,

*Corresponding author.

E-mail: rattikahfitrianty@upi.edu

petualangan, dan belajar, seperti wisata petualangan (*adventure tourism*) contohnya mendaki gunung (*hiking*), berjalan (*trekking*), dan juga wisata yang menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan seperti wisata perdesaan (*village tourism*), dan sebagainya.

Desa memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang berbasis komunitas dan berlandaskan pada kearifan lokal kultural masyarakatnya dan juga dapat sebagai pemicu peningkatan ekonomi yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan. Kearifan lokal adalah roh utama dalam pengelolaan desa wisata. Nilai kearifan lokal terwujud dalam masyarakat melalui nilai keunikan budaya maupun tradisi yang dimiliki oleh masyarakat, nilai keotetikan yang sudah mandarah daging dalam budaya Masyarakat setempat, serta keaslian nilai-nilai tradisi yang muncul di masyarakat. Nilai-nilai ini yang akan menarik wisatawan mengunjungi Desa Wisata.

Namun, beberapa penelitian menyoroti tantangan yang masih dirasakan dalam pengelolaan desa wisata. Keterbatasan infrastruktur dan fasilitas penting seperti klinik kesehatan, apotek, gazebo, dan rumah makan masih belum tersedia di banyak desa wisata (Handayani et al., 2024 dan Saputra et al., 2025). Perlunya peningkatan pengetahuan dan kompetensi sumber daya manusia dalam pengelolaan desa wisata (Gautama et al., 2020 dan Handayani et al., 2024). Kurangnya kesadaran dan partisipasi masyarakat (Saputra et al., 2025). Baik masyarakat maupun pengelola destinasi belum sepenuhnya menyadari potensi yang dimiliki (Susyanti et al., 2014). Masalah tata kelola dan koordinasi pengelolaan desa wisata cenderung masih dilakukan secara terpisah-pisah dan belum ada sinergisitas antar pelaku wisata (Widagdo et al., 2022). Kendala pendanaan dan kurangnya dukungan dari pemerintah desa menjadi hambatan dalam pengembangan desa wisata (Handayani, et al., 2024). Desa wisata menghadapi tantangan dalam hal promosi dan pemasaran yang efektif (Saputra et al., 2025), yang berdampak pada rendahnya kunjungan wisatawan. Oleh karena itu masyarakat desa wisata memerlukan pelatihan untuk mampu mengelola desa wisata secara profesional (Susyanti et al., 2014). Diperlukan juga pendekatan komprehensif yang melibatkan kolaborasi antara pemerintah desa, masyarakat, dan stakeholder terkait (Saputra et al., 2025).

Salah satu desa wisata yang juga mengalami permasalahan tersebut adalah Desa Tenjolaya. Desa Tenjolaya memiliki keanekaragaman potensi alam, budaya, dan sosial yang belum dimanfaatkan optimal. Dengan sumber daya budaya seperti seni tari jaipong, pertunjukan debus, kuliner khas seperti kalua jeruk dan rengginang, serta keindahan alam berupa air terjun dan perkebunan, Tenjolaya memiliki peluang besar menjadi destinasi ekowisata edukatif. Desa Tenjolaya telah memiliki struktur tata kelola berupa organisasi kepariwisataan namun, pengelolaan pariwisata masih belum terstruktur baik, dan pemahaman masyarakat terkait pariwisata berkelanjutan perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memahami potensi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di desa dengan pendekatan tiga hal, yakni pelestarian, partisipasi lintas stakeholder, serta daya tarik wisata. Hal ini dilakukan seperti penelitian terdahulu oleh Wesnawa et al. (2022) untuk kemudian dapat memberikan manfaat ganda, antara lain peluang ekonomi, pelestarian budaya, dan pembangunan berkelanjutan (Susyanti et al., 2014).

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. menurut Siyoto dan Sodik (2015) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian naturalistik karna jenis penelitian yang dilakukan berada pada kondisi alamiah dan menekankan pada aspek pemahaman yang mendalam terhadap suatu masalah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, yakni penulis melakukan pengamatan terhadap tempat penelitian mengenai fenomena-fenomena yang berhubungan langsung dengan data yang akan digunakan, mengidentifikasi daya tarik dan atraksi wisata menggunakan metode observasi lapangan dan partisipatif.

Penelitian juga melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci (*key informan*) untuk menggali informasi terkait dengan penelitian. Informan yang menjadi *key informan* meliputi masyarakat desa dan pemerintah desa, termasuk organisasi pengelola desa wisata. Peneliti juga melakukan studi literatur terhadap dokumen yang dimiliki desa, serta penelitian atau informasi yang pernah dipublikasikan sebelumnya, untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan. Teknik analisis data dibagi dalam empat alur kegiatan, yakni reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan Kesimpulan, dan analisis SWOT untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dialami Desa Tenjolaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Desa Tenjolaya adalah salah satu desa yang terlatak di Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Desa ini memiliki luas wilayah sebesar 65,68km² yang merupakan kawasan pertanian dan pemukiman. Desa ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 15.986 jiwa yang terdiri dari 8.050 Laki-laki dan 7.936 Perempuan. Desa Tenjolaya menjadi Desa Wisata yang memiliki keunikan dan keunggulan karena menjadi Desa Wisata yang berorientasi pada aspek kehidupan pedesaan, edukasi panganan lokal, dan agroedukasi. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Tenjolaya dapat mengikuti berbagai kegiatan seperti Edukasi Pertanian Kopi dan Labu Siam, Workshop Makanan Khas, Menikmati Pemandangan, Berkemah, dan Keliling Desa.

Kegiatan di Desa Wisata Tenjolaya didukung oleh pemandangan yang asri, indah, dan terjaga dengan baik. Daya tarik alam seperti ladang yang luas, bukit, dan sungai dapat dinikmati oleh wisatawan sambil melakukan kegiatan wisata di desa ini. Akses jalan ke Desa Tenjolaya relatif baik dengan sebagian besar jalan yang telah dibeton dan diaspal. Bagi para wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Wisata Tenjolaya dapat membawa kendaraan pribadi atau kendaraan umum. Namun pemerintah setempat telah menyediakan kendaraan ontang-anting khas desa yang dapat membantu wisatawan berkeliling dan mencapai destinasi tertentu yang sulit dicapai kendaraan pribadi.

Destinasi Pariwisata Desa

Desa Tenjolaya, yang berada antara Ciwidey dan Rancabali, selain potensi wisata alamnya yang indah dan dikelilingi oleh pegunungan dan hamparan kebun teh, Desa Tenjolaya memiliki berbagai potensi menarik lainnya. Hal tersebut terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Potensi Daya Tarik Wisata Desa Tenjolaya

No	Daya Tarik Wisata	Keterangan
1	Wisata berbasis alam	Pegunungan, kebun teh dan kopi, kebun sayuran
2	Wisata berbasis budaya	Seni pencak silat, tari jaipongan, atraksi debus, serta makanan khas seperti kalua jeruk dan rengginang
3	Wisata berbasis buatan	Kendaraan pengangkut wisatawan (untang-anting), <i>camp site</i> , peternakan sapi dan kambing

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Tim mengawali penelitian dengan sesi dialog dengan calon penggerak desa wisata, yakni kepala desa Tenjolaya, perangkat desa termasuk masyarakat yang berminat dalam pengembangan wisata dan para pelaku UMKM diantaranya pengelola kawasan wisata alam, pengelola camping site, serta petani kopi. Selama dialog interaktif berlangsung, ditemukan beberapa potensi pengembangan pariwisata. Beberapa destinasi pariwisata yang sudah ada dan perlu untuk dikembangkan seperti wisata buatan Curug, Camping Ground dan kolam renang. Lokasi camping ground berada pada salah satu puncak bukit, dimana wisatawan akan diantarkan ke lokasi menggunakan kendaraan khusus wisata. Wisatawan juga akan diajak untuk melewati perdesaan dan melihat keindahan alam seperti bukit, perkebunan kopi, serta perkebunan sayuran. Kondisi ini menjadi hal menarik untuk dijadikan atraksi wisata alam dan budaya setempat.

Pengembangan Edu-agrowisata juga siap untuk dikembangkan dengan potensi kebun kopi dan kegiatan pertanian lainnya dengan melibatkan wisatawan dalam pengolahan kopi (pemilihan benih, pembibitan, persiapan lahan dan penanaman, perawatan tanaman, pemanenan dan pengolahan pasca panen), secara ekonomi, agrowisata berbasis usahatani tradisional dapat meningkatkan pendapatan petani dan masyarakat, sedangkan secara sosial budaya, agrowisata ini turut menjaga kelestarian dan kearifan lokal dalam pengelolaan usahatani (sugiharti, 2016).

Tim peneliti juga menemukan lokasi wisata buatan, camping site, yang menjadi daya tarik utama, Desa Tenjolaya menawarkan potensi yang menjanjikan sebagai destinasi wisata, dengan pendekatan strategis yang berfokus pada transformasi menjadi “one stop healing camping ground” Dodie Tricahyono et al., 2023. Daya tarik utama destinasi ini meliputi, pengalaman camping ground, aktifitas wellness tourism, beberapa keterbatasan adalah aksesibilitas menuju lokasi, Target pasar/wisatawan, dan perlunya pendekatan pengembangan yang inovatif Dodie Tricahyono et al., 2023. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan konsep “one stop healing camping ground” yang diusulkan mendapat respons positif dari calon pengelola desa wisata dan pengunjung, menunjukkan potensi implementasi yang kuat Dodie Tricahyono et al., 2023. Pendekatan design thinking terbukti efektif untuk menghasilkan ide inovasi yang sesuai dengan konteks masyarakat sasaran.

Desa Tenjolaya, yang berada antara Ciwidey dan Rancabali, selain Potensi wisata alamnya yang indah dan dikelilingi oleh pegunungan dan hamparan kebun teh, Desa Tenjolaya memiliki makanan khas

atau traditional yaitu Kalua Jeruk, Kalua Jeruk Terbuat dari kulit Jeruk Bali atau pomelo yang di olah dengan merendam kulit jeruk menggunakan air kapur sirih dan direbus dengan air gula dan dijemur selama dua hari. Dengan rasa yang manis cocok sebagai kudapan, dan daya simpan yang sangat lama bisa bertahan sampai berbulan-bulan Beberapa UMKM di Desa mengolah kudapan ini secara traditional dan dipasarkan keluar desa dan menjadi oleholeh bagi wisatawan. Pada pengembangannya bukan hanya sebagai oleh-oleh Khas Desa tetapi dapat dikemas menjadi wisata gastronomi, Wisatawan dapat membuat langsung kalua dari proses pemilihan bahan baku, proses pembuatan, penyajian dan pengemasan, dan diedukasi asal usul serta udaya dari makanan tesebut. Selain Kalua yang dapat menjadi potensi adalah minuman dan keripik khas Desa Tenjolaya, yaitu miuman berempah dan kripik labu siam. Wisata kuliner dan makanan khas sudah tersedia dan siap untuk menerima pedampingan seperti kemasan, perijinan seperti PIRT, keamanan makanan dan pemasaran.

Potensi wisata mulai dari alam, budaya dan buatan tersedia beserta jasa penunjang wisata sudah tersedia seperti transportasi pengantar ke lokasi wisata. Pentingnya sarana dan prasarana pendukung dalam pengembangan wisata kuliner. Sri Rahayu et al. (2022) menekankan perlunya “dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan wisata baik dalam mewujudkan sarana dan prasarana pendukung dengan tujuan menarik minat pengunjung” Sri Rahayu et al., 2022. Penelitian juga menunjukkan bahwa aksesibilitas merupakan faktor penting. D. Wardani et al. (2023) menyebutkan bahwa salah satu faktor pendukung pengembangan wisata kuliner adalah “kemudahan dalam pembuatan, dan potensi pasar yang besar” serta pentingnya makanan yang “mudah diakses oleh wisatawan” D. Wardani et al., 2023.

Hasil diskusi dengan kepala desa, pelaku UMKM dan Masyarakat penggerak desa bahwa pada saat ini desa Tenjolaya dibutuhkan program tentang kelayakan homestay, pengemasan dan perizinan edar makanan untuk oleh-oleh dan pemasaran. Penelitian menunjukkan bahwa “UMKM wisata kuliner masih perlu melakukan perbaikan agar dapat meningkatkan mutu dan daya tarik, sehingga dapat mengikuti perkembangan jaman” Sri Rahayu et al., 2022. Hal ini mengindikasikan perlunya pelatihan berkelanjutan untuk Adaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar, Peningkatan kualitas berkelanjutan Mempertahankan daya saing Program ini memberikan indentifikasi dan potensi pengembangan wisata berkelanjutan dan bisa meningkatkan status desa wisata dari rintisan ke berkembang dan diharapkan kedepanya menjadi desa wisata mandiri.

Nona Helix merupakan sinergi sembilan pemangku kepentingan yang didapat dari pemikiran ulang dan rekayasa ulang produk pangan untuk mendukung Bandung sebagai Kota Gastronomi Konsep Nona Helix berfokus pada gastronomi kewirausahaan yang didasarkan pada kreativitas wirausaha (Turgarini, 2021).

Tabel 2. Unsur Potensi Daya Tarik Wisata Desa Tenjolaya

No	Unsur Daya Tarik Wisata	Keterangan
1	Jenis usaha	UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Hal ini juga baru di kembangkan di awal 2020. Bebrapa UMKM yang sudah tersedia di desa Tenjolaya yaitu olahan pamelo karena Desa ini salah satu desa penghasil dari pamelo atau jeruk bali. Hasil olahan yang menjadi wisata selain pamelo Desa Tenjolaya juga memiliki lahan Perkebunan Kopi, Sayuran (labu siam, buncis) yang dikelola oleh masyarakat Desa, dan sangat berpotensi mejadi agrowisata, aktifitas wisata yang sudah dikembangkan adalah agrowisata perkebunan kopi, wisatawan dikenalkan dengan kegiatan pertanian, perkebunan dan penanaman kopi.
2	Pemerintah	Sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi <i>stakeholder</i> yang lain dalam memainkan peran masing-masing. Dukungan untuk pengembangan wisata gastronomi adalah dari Dinas Pariwisata setempat dan Pemerintah Desa Tenjolaya.

3	Pemasok/Industri pariwisata	Pelaku Langsung, yaitu usaha usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain. Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya
4	Pakar dan Akademisi	Peran pakar dan akademisi sebetulnya tidak jauh berbeda dalam perannya. Dalam penelitian ini sebagai pengembang untuk produk yang dihasilkan berupa inovasi produk atau pun pengemasan yang lebih menarik agar dalam pengemasan produk ini lebih maju dan berkualitas.
5	Penikmat atau Wisatawan	Konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata. Penting hal menarik para wisatawan untuk meningkatkan minat wisatawan asing mau pun lokal sebagai pendukung dan pengembang wisata gastronomi yang ada di Desa Tenjolaya. untuk saat ini wisatawan di Desa Tenjolaya adalah jenis tamu asing dan mayoritas tertarik dengan wisata agrowisata kopi
6	NGO (<i>Non-Government Organization</i>)/L SM	Organisasi nonpemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata. Di Desa Tenjolaya ini bekerja sama dengan karang taruna sebagai salah satu pengembang desa wisata dengan akademisi dari berbagai politeknik dan Universitas
7	Masyarakat Lokal	Masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan, UMKM dibidang makanan seperti kalua jeruk dan rengginang, serta kelompok petani/komunitas petani kopi, yang menjadi pendukung kegiatan agrowisata
8	Pendukung Jasa Wisata	Biro perjalanan wisata, Restoran dan tempat oleh-oleh disekitaran menuju Desa Tenjolaya

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Desa Tenjolaya merupakan salah satu destinasi desa wisata unggulan provinsi Jawa Barat dengan kondisi daya tarik wisata yang ikut andil dalam perkembangan dan peningkatan struktur perekonomian daerah dan mempercepat pertumbuhan usaha pariwisata didalamnya. Untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk wisata gastronomi tersebut diperlukan sebuah upaya terus-menerus guna mengembangkan dan pemeliharaan obyek wisata. Pengembangan daya tarik wisata ini selain menjadi keperluan sektor pariwisata itu sendiri tentunya terintegrasi dengan pembangunan daerah pada umumnya yang bersifat lintas sektoral. Pada akhirnya diupayakan terus pengembangannya guna meraih semaksimal mungkin peluang-peluang yang dimiliki Kabupaten Bandung untuk lebih mengembangkan pariwisata.

Desa Tenjolaya berpotensi mejadi desa Wisata Maju, melihat dari Potensi wisata yang dapat dikembangkan serta dukungan kepala desa dan masyarakat yang termasuk kedalam komunitas, untuk kesiapan sumber daya manusia (SDM) Desa Tenjolaya perlu adanya penguatan kembali mengenai pemahaman tentang kegiatan pariwisata yang didalamnya termasuk sadar wisata, sapta pesona, pengelolaan desa wisata untuk mewujudkan desa wisata yang sesuai dengan harapan dan termasuk kedalam desa wisata maju. Maka sangat direkomendasikan bagi Desa Tenjolaya untuk melakukan peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan mengadakan pelatihan bagi masyarakat, komunitas, perangkat desa, UMKM dan Pokdarwis, agar meningkatkan kompetensi dan kepercayaan diri untuk bersaing, kolaborasi ini dapat mewujudkan desa tenjolaya sebagai desa wisata maju, berdaya tarik dan berkelanjutan.

Masyarakat Desa Tenjolaya memiliki kolaborasi yang baik untuk mendukung pengembangan desa wisata, tantangannya adalah berkaitan dengan prinsip bisnis pada masyarakat dan mengedepankan aspek materi sebagai dari keuntungan kegiatan pariwisata, padahal ada aspek lain seperti nilai-nilai sosial dan budaya yang dipertahankan dan lestarian. Masyarakat berfokus pada keuntungan materi sebagai hasil utama ini karena kurangnya pemahaman tentang manfaat jangka Panjang.

Pembahasan

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treahths*)

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi dan menginventarisasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam upaya pengembangan Desa Wisata Tenjolaya. Adapun hasil identifikasi SWOT disajikan pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis SWOT Pengembangan Pariwisata Desa Tenjolaya

No	Unsur	Keterangan
Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	1. Nuansa pedesaan yang natural dan sejuk
		2. Tempat produksi makanan tradisional (kalua jeruk, rengginang, teh, kopi)
		3. Kekayaan alam: pegunungan, kebun teh, air terjun Cipanji, sunrise dan view kota Ciwidey
		4. Sudah ada sarana transportasi wisata lokal
	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	1. Manajemen pengelolaan wisata belum terbentuk dengan baik
		2. Belum tersedia guide lokal yang cakap
		3. Akses informasi desa wisata belum tersedia secara luas
		4. Akomodasi (<i>homestay</i>) sangat terbatas dan terkumpul di titik tertentu (tidak menyebar)
		5. Pengembangan desa wisata sporadis tanpa perencanaan
		6. Minimnya pemahaman masyarakat terhadap potensi daya tarik alami dan budaya
Faktor Eksternal	Peluang (<i>Opportunities</i>)	1. Pengembangan Agrowisata Kopi
		2. Pengelolaan kekayaan alam
		3. Wisata edukasi pedesaan
		4. Tren wisata eksklusif yang meningkat
	Ancaman (<i>Threats</i>)	1. Kecenderungan pengembangan wisata lebih ke fisik/pembangunan
		2. Persaingan dengan desa wisata serupa yang lebih maju
		3. Kontur wilayah rawan bencana alam (lereng, banjir, longsor)

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel analisis SWOT Pengembangan Pariwisata Desa Tenjolaya lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut Desa Tenjolaya menawarkan nuansa pedesaan yang alami dan sejuk, kekayaan alam berupa pegunungan, kebun teh, air terjun Cipanji, serta sunrise dan kemegahan view kota Ciwidey. Ciri lain yang menjadi keunggulan internal adalah keberadaan pusat produksi makanan tradisional seperti kalua jeruk, rengginang, dan kopi yang dapat dikembangkan menjadi wisata gastronomi. Inovasi pengemasan produk dan pengalaman wisata interaktif, seperti membuat kalua jeruk secara langsung, telah menjadi daya tarik tersendiri. Desa juga telah dilengkapi sarana transportasi lokal, seperti kendaraan ontang-anting, guna memudahkan wisatawan menjelajah wilayah.

Menurut Turgarini (2018), kekuatan kuliner dan gastronomi menjadi fondasi utama pengembangan pariwisata berbasis budaya Sunda, termasuk di Tenjolaya. Faktor ini diperkuat oleh semangat gotong royong masyarakat yang menjaga kelestarian nilai dan tradisi lokal, utamanya dalam penyelenggaraan seni tradisional dan ritual adat. Sistem manajemen pengelolaan desa wisata di Tenjolaya masih belum optimal. Hal ini tercermin pada lemahnya struktur organisasi, kurangnya guide lokal terlatih, serta minimnya pemanfaatan media digital untuk promosi dan penyebarluasan informasi (Saputra et al., 2025). Fasilitas pendukung wisata seperti akomodasi (*homestay*) juga masih terbatas dan terkonsentrasi pada titik tertentu. Selain itu, masyarakat belum seluruhnya memahami manfaat jangka panjang pengembangan pariwisata berkelanjutan serta pentingnya menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan pelestarian nilai budaya.

Handayani et al. (2024) juga menyebutkan, kendala umum meliputi keterbatasan infrastruktur dasar, kurangnya pelatihan SDM, serta rendahnya motivasi masyarakat terlibat aktif dan profesional dalam industri pariwisata desa. Peluang berkembangnya Desa Tenjolaya terletak pada tren wisata edukasi, keluarga, dan eksklusif yang meningkat di era pascapandemi, terutama wisata berbasis alam, agrowisata kopi, dan edukasi pertanian. Potensi pengelolaan kekayaan alam, seperti trekking, camping, outbound, serta wisata edukatif tenun dan makanan tradisional dapat dikemas lebih menarik melalui kerja sama lintas sektor dengan perguruan tinggi, dinas pariwisata, maupun komunitas lokal (Wesnawa et al., 2022; Turgarini, 2021). Selain itu, tren digitalisasi membuka peluang promosi yang lebih luas dan efektif melalui media sosial dan platform daring lain.

Ancaman yang dihadapi antara lain, pengembangan desa wisata yang berjalan sporadis tanpa perencanaan matang, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap signifikansi pelestarian alam dan budaya, serta kecenderungan pembangunan fisik yang mendominasi dibanding penguatan nilai budaya dan pengalaman wisata. Persaingan dengan desa wisata lain yang lebih maju juga menjadi tantangan, ditambah dengan potensi bencana alam seperti longsor atau banjir akibat kontur wilayah.

Pelestarian menjadi kunci pengembangan pariwisata Desa Tenjolaya. Nilai kearifan lokal tercermin pada kegiatan seni tradisi, produksi makanan khas, dan pelestarian alam. Kegiatan seperti workshop membuat kalua jeruk dan rangginang, seni jaipongan, debus, serta festival panen menjadi wadah penguatan identitas dan transfer nilai budaya kepada generasi muda (Ningsih & Turgarini, 2020). Pengelolaan wisata alam—misal area camping dan air terjun diupayakan tetap berlandaskan prinsip kelestarian dan konservasi lingkungan, sejalan arahan CBT (Community Based Tourism) menurut Gautama et al. (2020).

Dukungan efektif melibatkan sinergi antara pemerintah desa, Pokdarwis, akademisi, UMKM, komunitas kreatif, dan lembaga nonpemerintah (LSM). Pendekatan Nona Helix menekankan bahwa kolaborasi multi pihak termasuk pelaku usaha, akademisi, pemerintah, komunitas, hingga wisatawan, mampu memperkuat inovasi produk wisata berbasis gastronomi dan meningkatkan daya saing destinasi (Turgarini, 2021). Pembinaan dan pelatihan SDM yang berkelanjutan sangat dibutuhkan untuk penguatan kapabilitas masyarakat mengelola dan memasarkan produk wisata secara profesional. Selain itu, keterlibatan institusi pendidikan dan pendampingan oleh kampus menambah nilai berupa inovasi pemasaran, peningkatan kualitas produk wisata, serta fasilitasi sertifikasi dan perizinan untuk UMKM makanan tradisional.

Daya tarik Desa Tenjolaya dibagi menjadi tiga kategori utama: wisata alam (pegunungan, kebun teh, air terjun), wisata budaya (seni tradisional dan kuliner), serta wisata buatan (camping ground, wisata edukasi pertanian, fasilitas wisata kreatif). Kehadiran kegiatan wisata gastronomi, seperti pengalaman produksi kalua jeruk, wisata kopi, dan pelatihan pangan lokal, menambah diferensiasi unik yang sulit ditemukan di destinasi lain (Soeroso & Turgarini, 2020). Menariknya, daya tarik makanan tradisional di Tenjolaya tidak hanya sebagai konsumsi atau oleh-oleh, melainkan juga dikemas dengan konten edukasi dan pengalaman yang meningkatkan minat wisatawan dan memperkuat pelestarian pangan lokal Sunda (Putra, 2021).

Penguatan promosi melalui digital marketing, penyusunan paket wisata tematik, serta pengembangan narasi cerita “wisata belajar” dan “wisata pengalaman” menjadi strategi utama dalam meningkatkan preferensi serta kunjungan wisatawan. Gautama (et al., 2020) menyatakan beberapa strategi utama untuk keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata desa meliputi: partisipasi dan pemberdayaan masyarakat, mengintegrasikan kearifan lokal dan potensi ekonomi kreatif, mengembangkan atraksi lokal yang unik, serta membangun tata kelola yang kolaboratif antar pemangku kepentingan.

4. Kesimpulan

Desa Wisata Tenjolaya memiliki peluang strategis untuk berkembang sebagai destinasi wisata edukasi, gastronomi, dan budaya yang berdaya saing. Tiga kategori utama yang ditawarkan desa ini seperti: wisata alam (pegunungan, kebun teh, air terjun), wisata budaya (seni tradisional dan kuliner), serta wisata buatan (camping ground, wisata edukasi pertanian, dan fasilitas wisata kreatif). Namun, penguatan tata kelola, kolaborasi stakeholder, pemberdayaan masyarakat, dan inovasi promosi menjadi kunci utamanya. Kerja sama tersebut tentunya akan memudahkan desa wisata ini dalam mengurai tantangan seperti belum optimalnya pengembangan agrowisata kopi dan kekayaan alam lain, upaya menggaet wisatawan dengan tren wisata eksklusif yang semakin meningkat, kecenderungan pengembangan wisata lebih ke fisik/pembangunan di Desa Tenjolaya, ketatnya persaingan dengan desa wisata serupa yang lebih maju, serta kontur wilayah yang masih rawan bencana alam (lereng, banjir, longsor). Pelestarian berbasis kearifan lokal serta pengelolaan daya tarik wisata yang inovatif dan berkelanjutan penting untuk mempertahankan orisinalitas dan keberlangsungan desa wisata. Dengan perencanaan tepat, peningkatan

kapasitas SDM, serta integrasi digital, Desa Tenjolaya berpotensi menjadi model pengembangan desa wisata mandiri dan berkelanjutan di Kabupaten Bandung.

Tim mengembangkan beberapa rekomendasi pelatihan dan penelitian lanjutan yang dapat dilakukan guna meningkatkan kualitas Desa Wisata Tenjolaya: perlu perencanaan ulang pada rencana strategis jangka pendek, menengah, dan panjang; diperlukan perancangan paket wisata yang menargetkan kelompok wisata dengan jumlah yang lebih kecil; perlu dilakukan upaya penyampaian informasi melalui media daring untuk menarik calon pengunjung; serta perlu dilakukan eksplorasi pesona dan potensi alam untuk dijadikan daya tarik wisata.

5. PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, Kepala Desa Tenjolaya dan perangkat desa yang telah memberikan izin dan dukungan penelitian, Para pelaku UMKM dan masyarakat penggerak desa yang telah berpartisipasi sebagai responden yang telah memberikan kontribusi, dan kelompok Petani Kopi Desa Tenjolaya Tanpa dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak tersebut, penelitian ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik.

6. REFERENCES

- Asisten Deputi Pengembangan Deputi. (2019). Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Bhudiharty, S. (2019). Analisis potensi daya tarik wisata gastronomi di kawasan Petak Sembilan Glodok, Jakarta Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(2), 106–113.
<https://doi.org/10.36441/pariwisata.v1i2.20>
- Brillat-Savarin, J. A. (2004). *The physiology of taste*. Penguin.