

STRATEGI PENGEMBANGAN KELEMBAGAAN KAMPUNG WISATA ADAT (STUDI KASUS: KAMPUNG ADAT CIREUNDEU, KELURAHAN LEUWIGAJAH, KOTA CIMAHI)

Adinda Shofia Maulida¹⁾, Selfa Septiani Aulia²⁾

^{1, 2)} Program Studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Komputer Indonesia
Jalan Dipatiukur Nomor 112-116 Bandung
e-mail: adindashofia86@gmail.com¹⁾, selfa@email.unikom.ac.id²⁾

ABSTRAK

Badan pengelola pariwisata berbasis desa adat merupakan salah satu aspek penting dalam mengembangkan sumber daya manusia di bidang pariwisata. Berdasarkan RTRW Kota Cimahi, Kampung Cireundeu yaitu sebagai wisata budaya lokal di Kelurahan Leuwigajah. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana strategi pengembangan Kampung Wisata Adat Cireundeu berdasarkan kelembagaan yang ada di Kampung Wisata Adat Cireundeu. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan metode analisis SWOT. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan snowball sampling, dengan jumlah enam informan masyarakat lokal, dan tiga informan dari dinas terkait. Hasil penelitian strategi pengembangan kelembagaan Kampung Wisata Adat Cireundeu terdapat strategi prioritas utama untuk Strength dan Opportunities (S-O), yaitu 1) Meningkatkan jumlah pelatihan untuk setiap bidang terutama bidang kesenian seperti kesenian angklung buncis, karinding dan kecapi suling, 2) Meningkatkan pelatihan memandu untuk anggota POKDARWIS, terutama anggota muda serta mengadakan musyawarah bersama sepejuh adat untuk pembekalan mengenai pengetahuan tentang Kampung Adat Cireundeu, 3) Meningkatkan intensitas gotong royong untuk menjaga kebersihan lingkungan dan kenyamanan toilet umum untuk pengunjung wisatawan secara bersama-sama, 4) Meningkatkan inovasi seperti melengkapi peralatan yang dibutuhkan wisatawan, menjaga kebersihan agar lebih nyaman, dan ditambahkan hiasan yang lebih menarik, 5) Pengembangan penyediaan paket wisata dengan tambahan aktivitas something too see dan something to do dari bidang kuliner dan bidang promosi.

Kata Kunci: kampung wisata adat, pengembangan kelembagaan

ABSTRACT

The management institution of traditional village-based tourism is one of the most important on human resources tourism development. Based on the spatial planning of Cimahi City, Cireundeu Village is local cultural tourism in Leuwigajah Village. The purpose of this study is to find out how the strategy to develop the Cireundeu Traditional Tourism Village based on the existing institutions in the Cireundeu traditional tourism village. The research method used is a descriptive qualitative analysis and SWOT analysis method. The data collection technique was using snowball sampling, with a total of six local community informants, and three informants from the relevant agencies. The results of the research on the institutional development strategy of the Cireundeu Traditional Tourism Village, there are main priority strategies for Strength and Opportunities (S-O), namely 1) Increasing the number of training for each field, especially in the arts such as the arts of angklung buncis, karinding and kecapi suling, 2) Increasing guiding training for POKDARWIS member, especially young members, also held deliberations with traditional elders to provide knowledge about the Cireundeu Traditional Village, 3) Increase the intensity of mutual cooperation to maintain environmental cleanliness and the comfort of public toilets for tourist visitors together, 4) Increase innovation such as equipping the required equipment tourists, maintaining cleanliness to make it more comfortable, and adding more attractive decorations, 5) Development of the provision of tour packages with the addition of something too see and something to do activities from the culinary and promotional fields.

Keywords: traditional tourism village, institutional development

I. PENDAHULUAN

Kampung adat Cirendeudeu berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Cimahi Tahun 2012-2032 di dalam BAB VIII Pasal 51 huruf a menyebutkan bahwa Kampung Cireundeudeu sebagai wisata budaya lokal di Kelurahan Leuwigajah. Lembaga merupakan badan pengelola untuk pengembangan pariwisata berbasis desa adat dan kepala desa adat memiliki kewenangan untuk pengambilan kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata [1], dan kelembagaan yang setidaknya memiliki tiga aspek utama yaitu kepemimpinan, koordinasi, dan kerjasama [2].

SDM merupakan salah satu hal yang terpenting dalam pariwisata, karena pariwisata merupakan industri yang bergantung dengan keberadaan manusia sebagai yaitu sebagai penyedia produk dan jasa pariwisata [3]. Dalam model pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata berhubungan dengan tiga aspek utama seperti sikap atau *attitude*, keterampilan atau *skill* dan pengetahuan atau *knowledge* dari Sumber Daya Manusia Pariwisata [4].

Pada saat ini pembangunan pariwisata diarahkan untuk pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, tetapi untuk saat ini Kampung Adat Cireundeudeu belum memenuhi prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan dan salah satunya yaitu aspek sumber daya manusia [5]. Tujuan dari SDGs atau *Sustainable Development Goals* sejalan dengan kegiatan pemberdayaan dan pembangunan berkelanjutan sebagai upaya untuk membangun manusia dan bertanggungjawab terhadap alam [6]. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas maka perlu adanya penelitian yang membahas strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan berdasarkan aspek kelembagaan di Kampung Adat Cireundeudeu.

II. METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan metode analisis SWOT yang diperoleh melalui data primer yaitu wawancara kepada informan dan observasi, serta diperoleh melalui data sekunder dari dinas terkait, dengan teknik pengumpulan data yaitu menggunakan metode *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* yaitu proses sampling akan terus dilakukan sampai diperoleh informasi yang cukup, memadai serta akurat agar dapat dianalisis dan menarik kesimpulan penelitian (ketut).

TABEL I
DAFTAR INFORMAN

Informan	Informasi yang Ingin Didapatkan
Wakil Ketua dan Koordinator Kelompok Sadar Wisata	Untuk melihat kelembagaan, melihat pengelola dari komponen utama pariwisata
Anggota Kelompok Sadar Wisata	Wawancara mengenai potensi kerjasama kelembagaan untuk mengetahui Strategi Kelembagaan Pariwisata Kampung Adat Cireundeudeu, Kelurahan Leuwigajah, Kecamatan Cimahi Selatan, Kota Cimahi
Ais Pangampih atau Penerima Tamu Kampung Adat Cireundeudeu	Wawancara mengenai potensi kerjasama kelembagaan untuk mengetahui

Kepala Bidang Kebudayaan dan Pariwisata
Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan
dan Olahraga Kota Cimahi

Seksi Pariwisata dan Kebudayaan Dinas
Koperasi, UMKM, dan Perindustrian

Seksi Ketahanan Pangan Dinas Pangan dan
Pertanian Kota Cimahi

Strategi Kelembagaan Pariwisata Kampung
Adat Cireunde, Kelurahan Leuwigajah, Keca-
matan Cimahi Selatan, Kota Cimahi

Wawancara mengenai potensi kerjasama
kelembagaan untuk mengetahui Strategi
Kelembagaan Pariwisata Kampung Adat Ci-
reunde, Kelurahan Leuwigajah, Kecamatan
Cimahi Selatan, Kota Cimahi

Wawancara mengenai potensi kerjasama
kelembagaan untuk mengetahui Strategi
Kelembagaan Pariwisata Kampung Adat Ci-
reunde, Kelurahan Leuwigajah, Kecamatan
Cimahi Selatan, Kota Cimahi

Wawancara mengenai potensi kerjasama
kelembagaan untuk mengetahui
Strategi Kelembagaan Pariwisata Kampung
Adat Cireunde, Kelurahan Leuwigajah, Keca-
matan Cimahi Selatan, Kota Cimahi

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Mengidentifikasi Faktor Internal Strategis Kelembagaan Kampung Wisata Adat Cirende

Untuk melihat Faktor Internal Strategis yaitu dengan pengumpulan data melalui wawancara kepada informan dan observasi lapangan, yaitu untuk melihat Strength dan Weakness dari dalam Kampung Wisata Adat Cirende. Menurut teori Community Based Tourism, dalam pariwisata dibutuhkan partisipasi secara aktif dari masyarakat, memahami mengenai pengembangan pariwisata secara umum serta terlibat dalam mempengaruhi perencanaan dan pengembangan pariwisata yang bekerja sama dengan pemangku kepentingan [7]. Maka dari itu, perlu adanya identifikasi sumber daya manusia, kepemimpinan, koordinasi, dan kerjasama kelembagaan di Kampung Adat Cirende.

Faktor Internal Strategis terdapat *strength* atau kekuatan yang merupakan faktor dari dalam yang sudah dilakukan seperti dukungan dari pelaku wisata, kemampuan berkomunikasi, kemampuan mengelola informasi dan ide baru, kemampuan bekerjasama tim, kemampuan dalam melestarikan budaya, kemampuan dalam menjaga dan merawat kenyamanan lingkungan, kemampuan melaksanakan pekerjaan, keterampilan mengelola, keterampilan mengambil keputusan, keterampilan mengelola lingkungan kerja, keterampilan menerapkan keterampilan dan pengetahuan, kemampuan mengambil keputusan, dan menjalin kerjasama dengan pemerintah maupun swasta.



Gambar 1. Faktor Internal Strength

Sedangkan *weakness* atau kelemahan merupakan faktor dari dalam yang belum dilakukan secara maksimal seperti penyelesaian masalah, berpikir secara kritis untuk menyampaikan ide atau saran, kepemimpinan kolaboratif seperti kepemimpinan dalam promosi wisata dan pengelolaan anggaran serta koordinasi dengan anggota lain/pemimpin supaya tidak bergantung pada pemimpin dalam mengembangkan pariwisata dan melakukan promosi wisata, dengan hasil analisis sebagai berikut:

TABEL II
HASIL ANALISIS FAKTOR INTERNAL

No	Faktor Internal	IN 1	IN 2	IN 3	IN 4	IN 5	IN 6	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
STRENGTHS											
SIKAP											
1	Dukungan Pelaku Wisata	4	3	2	4	4	4	21	0,08	3,50	0,29
KETERAMPILAN - SOFT SKILL											
2	Mampu berkomunikasi	4	3	3	3	4	3	20	0,08	3,33	0,26
3	Mampu melestarikan budaya secara fisik dan non fisik	4	3	3	4	4	4	22	0,09	3,67	0,32
4	Mampu menjaga dan merawat kebersihan dan kenyamanan lingkungan	4	4	3	4	4	4	23	0,09	3,83	0,35
5	Mampu bekerjasama dengan tim	4	4	3	3	4	4	22	0,09	3,67	0,32
6	Mampu melakukan tugas/pekerjaan sesuai jobdesc	4	4	2	4	4	4	22	0,09	3,67	0,32
7	Mengelola Informasi dan menerima ide baru dari luar	3	4	3	4	3	4	21	0,08	3,50	0,29
KETERAMPILAN - HARD SKILL											
8	Mampu menerapkan keterampilan dan pengetahuan dari luar	3	4	3	3	3	4	20	0,08	3,33	0,26
PENGETAHUAN											
9	Pengambilan keputusan	3	4	3	4	3	4	21	0,08	3,50	0,29
KERJASAMA											
10	Bekerjasama dengan pemerintah maupun swasta	4	4	3	4	3	4	22	0,09	3,67	0,32
SUB TOTAL								171	0,67		3,01
WEAKNESS											
PENGETAHUAN											
1	Penyelesaian Masalah	4	4	3	4	4	4	23	0,09	3,83	0,35
2	Berpikir Secara Kritis	3	4	2	4	4	3	20	0,08	3,33	0,26
KEPEMIMPINAN											
3	Kepemimpinan kolaboratif seperti kepemimpinan dalam promosi wisata dan pengelolaan anggaran	3	4	2	1	3	4	17	0,07	2,83	0,19
KOORDINASI											
4	Berkoordinasi dengan anggota lain/pemimpin supaya tidak bergantung pada pemimpin dalam mengembangkan pariwisata dan melakukan promosi wisata	4	4	3	4	4	4	23	0,09	3,83	0,35
SUB TOTAL								83	0,33		1,15
TOTAL								254	1,00		4,16

B. Mengidentifikasi Faktor Eksternal Strategis Kelembagaan Kampung Wisata Adat Cirendeude

Untuk melihat Faktor Eksternal Strategis yaitu dengan pengumpulan data melalui wawancara kepada informan dan observasi lapangan, yaitu untuk melihat Opportunities dan Threat dari luar Kampung Wisata Adat Cirendeude. Bentuk kerjasama salah satunya yaitu kerjasama antara pengelola dengan pemerintah serta melibatkan semua stakeholder, serta melibatkan kerjasama dengan pihak swasta. Salah satu strategi dalam pengembangan wisata melalui kerjasama yaitu melaksanakan pembinaan [2].

Faktor Eksternal Strategis terdapat *opportunities* atau peluang merupakan faktor dari luar yang dapat dimanfaatkan yaitu pengembangan kelembagaan dalam bidang kepariwisataan melalui pembinaan dan pelatihan seperti pelatihan memandu dan pengelolaan pariwisata (3A), pemanfaatan penyediaan Toilet Umum untuk pengunjung wisatawan oleh Pemerintah Kota Cimahi, peluang kerjasama dengan Agen Wisata untuk *homestay*, pemanfaatan peluang pelatihan untuk pembuatan makanan kreasi seperti *cookies eggroll* untuk pengembangan kuliner.

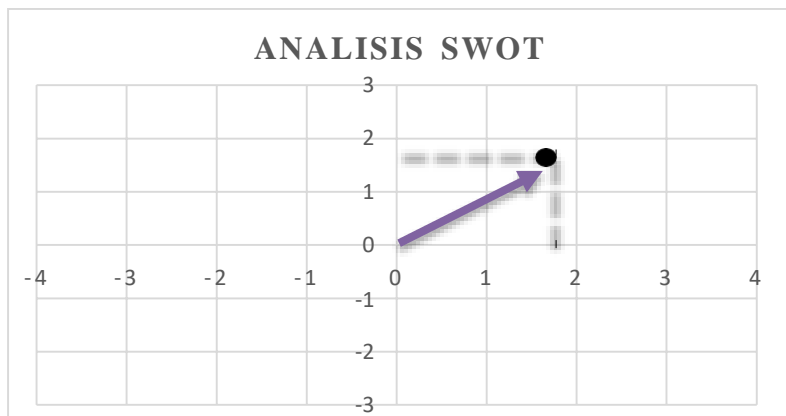
Threat atau tantangan merupakan tantangan dari luar untuk pengembangan seperti kurangnya fasilitasi pergelaran seni budaya dan festival pariwisata dari dinas terkait, serta kurangnya pembiayaan dari luar terhadap pengembangan POKDARWIS, yang dianalisis melalui analisis SWOT dengan hasil analisis sebagai berikut:

TABEL II
HASIL ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL

No	Faktor Eksternal	IN 1	IN 2	IN 3	IN 4	IN 5	IN 6	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
KERJASAMA											
1	Peluang pembinaan dan pelatihan seperti pelatihan memandu dan pengelolaan pariwisata (3A)	4	4	3	2	4	4	21	0,19	3,5	0,65
2	Pemanfaatan penyediaan Toilet Umum untuk pengunjung wisatawan oleh Pemerintah Kota Cimahi	4	4	2	3	4	4	21	0,19	3,5	0,65
3	Peluang kerjasama dengan Agen Wisata untuk <i>Homestay</i>	3	4	3	4	3	4	21	0,19	3,5	0,65
4	Pemanfaatan peluang pelatihan untuk pembuatan makanan kreasi seperti <i>cookies eggroll</i> untuk pengembangan kuliner	2	4	3	4	3	4	20	0,18	3,3	0,59
	SUB TOTAL							83	0,73		2,54
KERJASAMA											
1	Kurangnya fasilitasi pergelaran seni budaya dan festival pariwisata dari dinas terkait	3	2	2	1	3	4	15	0,13	2,5	0,33
2	Kurangnya pembiayaan dari luar terhadap pengembangan kelembagaan pariwisata	3	2	2	1	3	4	15	0,13	2,5	0,33
	SUB TOTAL							30	0,27		0,66
	TOTAL							113	1,00		3,21

C. Strategi Pengembangan Kelembagaan Kampung Wisata Adat Cireundeu

Untuk mengidentifikasi strategi pengembangan kelembagaan pariwisata Kampung Wisata Adat Cireundeu yaitu berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, yang selanjutnya dituangkan kedalam Diagram dan Matriks SWOT. Dari hasil koordinat X dan Y maka dituangkan kedalam diagram dengan nilai koordinat X yaitu 1,86 dan nilai koordinat Y yaitu 1,88 yang dituangkan kedalam Diagram SWOT pada grafik 4.6.



Gambar 2. Diagram SWOT

Berdasarkan Diagram SWOT, nilai X dan Y berada di kuadran I menunjukkan posisi strategi utama yaitu *growth strategy*, maka peluang dan kekuatan dapat dimanfaatkan untuk mendukung strategi progresif yaitu faktor peluang dapat menjadi keuntungan bagi pengembangan kelembagaan Kampung Adat Cireundeu sebagai Kampung Wisata Adat. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS maka terdapat strategi untuk pengembangan Kampung Wisata Adat Cireundeu sebagai berikut:

TABEL III
HASIL ANALISIS SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal/ Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku wisata mendukung dengan bergotong royong 2. Berkomunikasi secara langsung dan melalui musyawarah 3. Melestarikan budaya dengan mengembangkan ide dan melatih anak-anak 4. Menjaga kebersihan lingkungan secara gotong royong setiap minggu 5. Rasa kekeluargaan yang masih dijaga dan dipertahankan oleh Sesepeuh Adat 6. Mampu berinovasi untuk mengembangkan pariwisata terutama dalam bidang kuliner 7. Selalu melakukan musyawarah bersama penduduk untuk menyelesaikan permasalahan 8. Menyediakan paket wisata yaitu kesenian, alam dan kuliner 9. Semua bidang yang ada di POKDARWIS mengikuti pelatihan untuk menambah keterampilan dan pengetahuan mengenai pariwisata 10. Penentuan pembagian tugas sesuai dengan kegiatan sehari-hari 11. Mampu bekerjasama dengan tim 12. Kegiatan pariwisata dilaksanakan secara bersama-sama, walaupun ketua POKDARWIS sedang tidak bisa mengikuti kegiatan pariwisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyelesaian masalah 2. Penyampaian ide atau saran 3. Kepemimpinan kolaboratif seperti kepemimpinan dalam promosi wisata dan pengelolaan anggaran 4. Berkoordinasi dengan anggota lain/pemimpin supaya tidak bergantung pada pemimpin dalam mengembangkan pariwisata dan melakukan promosi wisata
Peluang	Strategi S-O	Strategi W-O

<p>1. Peluang pembinaan dan pelatihan seperti pelatihan memandu dan pengelolaan pariwisata (3A)</p> <p>2. Penyediaan Toilet Umum untuk pengunjung wisatawan oleh Pemerintah Kota Cimahi</p> <p>3. Peluang kerjasama dengan Agen Wisata untuk <i>Homestay</i></p> <p>4. Pemanfaatan peluang pelatihan untuk pembuatan makanan kreasi seperti cookies eggroll untuk pengembangan kuliner</p>	<p>1. S3, S7, S8, S9, S10, P1 Meningkatkan jumlah pelatihan untuk setiap bidang terutama bidang kesenian seperti kesenian angklung buncis, karinding dan kecapi suling</p> <p>2. S2, S6, S8, P1 Meningkatkan pelatihan memandu untuk anggota POKDARWIS terutama anggota muda serta mengadakan musyawarah bersama sesepuh adat untuk pembekalan mengenai pengetahuan tentang Kampung Adat Cireundeu</p> <p>3. S1, S4, S11, S12, P2 Meningkatkan intensitas gotong royong untuk menjaga kebersihan lingkungan dan kenyamanan toilet umum untuk pengunjung wisatawan secara bersama-sama</p> <p>4. S1, S4, P3 Meningkatkan inovasi seperti melengkapi peralatan yang dibutuhkan wisatawan, menjaga kebersihan agar lebih nyaman, dan ditambahkan hiasan yang lebih menarik</p> <p>5. S5, S7, S10, P4 Pengembangan penyediaan paket wisata dengan tambahan aktivitas <i>something too see</i> dan <i>something to do</i> dari bidang kuliner dan bidang promosi</p>	<p>1. W1, W2, P1, P4 Meningkatkan aktivitas musyawarah seperti penyampaian saran atau ide secara rutin disetiap akhir kegiatan wisata, dan musyawarah untuk pelaksanaan pembinaan dan pelatihan seperti pelatihan memandu dan pelatihan kuliner</p> <p>2. W3, W4, P1, P3 Mengadakan pelatihan pengelolaan pariwisata terutama dalam promosi wisata dan meningkatkan kerjasama dengan agen wisata untuk penghasilan tambahan dalam pengelolaan anggaran.</p> <p>3. W4, P2 Meningkatkan koordinasi antar anggota POKDARWIS untuk penyediaan dan merawat Toilet Umum</p>
Tantangan	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>1. Kurangnya fasilitasi pertunjukan seni budaya dan festival pariwisata dari dinas terakit</p> <p>2. Kurangnya pembiayaan dari luar terhadap pengembangan kelembagaan pkkdarwis</p>	<p>1. S1, S2, S6, T1 Meningkatkan keaktifan penduduk untuk membangun relasi dengan menjalin komunikasi dan musyawarah kepada pemerintah maupun pihak swasta untuk mengadakan pertunjukan seni budaya dan festival pariwisata.</p> <p>2. S2, S6, T2 Meningkatkan komunikasi secara langsung atau melalui media sosial dengan relasi yang dimiliki penduduk untuk membantu dalam menambah anggaran, seperti dengan membantu mempromosikan produk khas Kampung Adat Cireundeu</p>	<p>1. W2, T1 Meningkatkan musyawarah yaitu penyampaian ide atau saran dengan mengajak seluruh pelaku wisata untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan yang bisa diikuti oleh seluruh pelaku wisata untuk pelaksanaan pertunjukan seni budaya dan festival pariwisata dengan dinas</p> <p>2. W4, T2 Melakukan pencarian informasi melalui internet dan berkoordinasi dengan semua bidang mengenai sponsorship dan mengajukan proposal untuk mendapatkan tambahan biaya</p>

Untuk mendukung strategi progresif, terdapat strategi prioritas utama yaitu *Strength-Opportunities* (S-O) sebagai berikut:

1. S3, S7, S8, S9, S10, P1 Meningkatkan jumlah pelatihan untuk setiap bidang terutama bidang kesenian seperti kesenian angklung buncis, karinding dan kecapi suling
2. S2, S6, S8, P1 Meningkatkan pelatihan memandu untuk anggota POKDARWIS terutama anggota muda serta mengadakan musyawarah bersama sesepuh adat untuk pembekalan mengenai pengetahuan tentang Kampung Adat Cireundeu
3. S1, S4, S11, S12, P2 Meningkatkan intensitas gotong royong untuk menjaga kebersihan lingkungan dan kenyamanan toilet umum untuk pengunjung wisatawan secara bersama-sama
4. S1, S4, P3 Meningkatkan inovasi seperti melengkapi peralatan yang dibutuhkan wisatawan, menjaga kebersihan agar lebih nyaman, dan ditambahkan hiasan yang lebih menarik
5. S5, S7, S10, P4 Pengembangan penyediaan paket wisata dengan tambahan aktivitas *something too see* dan *something to do* dari bidang kuliner dan bidang promosi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis IFAS EFAS maka diagram SWOT berada pada kuadran I yang menunjukkan posisi strategi utama yaitu growth strategy, maka peluang dan kekuatan dapat dimanfaatkan untuk mendukung strategi progresif yaitu faktor peluang dapat menjadi keuntungan bagi pengembangan kelembagaan Kampung Adat Cireundeu sebagai Kampung Wisata Adat. Maka, terdapat strategi prioritas utama untuk kekuatan (S) dan Peluang (O) yaitu: 1) Meningkatkan jumlah pelatihan untuk setiap bidang terutama bidang kesenian seperti kesenian angklung

buncis, karinding dan kecapi suling, 2) Meningkatkan pelatihan memandu untuk anggota POKDARWIS terutama anggota muda serta mengadakan musyawarah bersama sesepuh adat untuk pembekalan mengenai pengetahuan tentang Kampung Adat Cireundeu, 3) Meningkatkan intensitas gotong royong untuk menjaga kebersihan lingkungan dan kenyamanan toilet umum untuk pengunjung wisatawan secara bersama-sama, 4) Meningkatkan inovasi seperti melengkapi peralatan yang dibutuhkan wisatawan, menjaga kebersihan agar lebih nyaman, dan ditambahkan hiasan yang lebih menarik, 5) Pengembangan penyediaan paket wisata dengan tambahan aktivitas something too see dan something to do dari bidang kuliner dan bidang promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Masyarakat Lokal Kampung Adat Cireundeu dan Pemerintah Cimahi yang telah membantu dan bekerjasama untuk membantu kelancaran penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. S. A. Pradnyaparamita, "Pengembangan Pariwisata Berbasis Desa Adat di Desa Penglipuran Kabupaten Bangli," *Humanis*, vol. 22, p. 1111, 2018, doi: 10.24843/jh.2018.v22.i04.p38.
- [2] G. R. Prafitri and M. Damayanti, "Kapasitas Kelembagaan Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Ketenger, Banyumas)," *J. Pengemb. Kota*, vol. 4, no. 1, p. 76, 2016, doi: 10.14710/jpk.4.1.76-86.
- [3] S. Pajriah, "Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Ciamis," *J. Artefak*, vol. 5, no. 1, p. 25, 2018, doi: 10.25157/ja.v5i1.1913.
- [4] I. Budiarti, M. Iffan, K. Mahardika, S. Septiani, L. Warlina, and S. Atin, "Kajian Model Pengembangan Sdm Pariwisata Di Kawasan Jatigede Universitas Komputer Indonesia," vol. 2, no. 1, pp. 99–107, 2021.
- [5] A. Pratama, E. T. S. Sujatna, and Y. Yustikasari, "Strategi Pengembangan Kampung Adat Cireundeu Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Cimahi," *J. Ilm. Hosp.*, vol. 10, no. 1, pp. 47–56, 2021, doi: 10.47492/jih.v10i1.672.
- [6] G. Nova Sudrajat Nur, "Ekologi Budaya Sebagai Wawasan Pokok Dalam Pengembangan Masyarakat Untuk Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia," *J. TAMBORA*, vol. 5, no. 1, pp. 27–33, 2021, doi: 10.36761/jt.v5i1.995.
- [7] I. Febriandhika and T. Kurniawan, "Membingkai Konsep Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Community-Based Tourism : Sebuah Review Literatur," *JPSI (Journal Public Sect. Innov.)*, vol. 3, no. 2, p. 50, 2019, doi: 10.26740/jpsi.v3n2.p50-56.