

***Smart Digital* Desa Wisata Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung
Provinsi Jawa Barat**

***Smart Digital Cibiru Wetan Tourism Village Cileunyi Distric Bandung Regency
West Java Province***

Syam Gunawan¹, Erna Herlinawati², Dina Yulia Wijaya³, Mochammad Mukti Ali⁴

¹Universitas Indonesia Membangun
Jl Soekarno-Hatta No 448 Kota Bandung

²STIE Gema Widya Bangsa
Jl. Raya Tagog No.28, Cimekar, Kabupaten Bandung,

*Email: syam.gunawan@inaba.ac.id

(Diterima 08-11-2024; Disetujui 05-02-2025)

ABSTRAK

Desa Cibiru Wetan memiliki potensi wisata potensial dan dapat dikembangkan secara profesional, diantaranya: objek wisata Tangga Seribu yang merupakan pintu masuk ke kawasan wisata dan Produk Atraksi: kesenian tradisional, budidaya ternak, *homestay*, dan makanan ciri khas desa. Pengelolaan Tangga Seribu masih manual termasuk dalam penjualan tiket sehingga pengelola kesulitan dalam mendeteksi pengunjung, diprediksi 2.662-3.000 pengunjung tetapi yang terdeteksi sesuai penjualan tiket manual pada tahun 2023 sebanyak 1.800, Kebutuhan sarana promosi berbasis digital untuk menunjang operasional dan konten promosi mitra berupa perangkat digital/elektro *outdoor* baik permanen/*portable* serta inovasi dari kader wisata, pemerintahan desa maupun masyarakat penting, untuk meningkatkan *value*, *branding* dan keberlanjutan program. Peserta memperoleh pelatihan dan pendampingan pengelolaan *website*, pengenalan produk Desa Wisata, pelatihan pemandu dan konten materi promosi, Data diperoleh melalui wawancara, observasi, FGD, dan *pre test-post test*. Tujuan pengabdian untuk meningkatkan kemandirian mitra dalam digitalisasi promosi melalui program "*Smart Digital*" sehingga dikenal luas oleh wisatawan yang berdampak terhadap peningkatan jumlah wisatawan, pendapatan dan keberlanjutan program sebagai destinasi wisata digital berdaya saing yang menjadi inspirasi bagi desa wisata lainnya. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengelolaan *website*, mitra dapat mengimplementasikan peran sebagai pemandu dan membuat konten untuk perluasan pasar melalui *platform* digital, pengenalan *brand* dan produk hingga mancanegara, serta mendorong kemandirian ekonomi lokal.

Kata Kunci: Desa Wisata, *Smart Digital*, Cibiru Wetan, Wisatawan

ABSTRACT

Cibiru Wetan Village has potential tourism potential and can be developed professionally, including: the Tangga Seribu tourist attraction which is the entrance to the tourist area and Attraction Products: traditional arts, livestock cultivation, homestays, and typical village food. Management of the Seribu Stairs is still manual, including ticket sales, so managers have difficulty detecting visitors. It is predicted that 2662-3000 visitors will be detected according to manual ticket sales in 2023, as many as 1800. The need for digital-based promotional facilities to support operations and partner promotional content in the form of digital devices/ outdoor electro, both permanent/portable, as well as innovation from tourism cadres, village government and important communities, to increase the value, branding and sustainability of the program. Participants receive training and assistance in website management, introduction to Tourism Village products, guide training and promotional material content. Data is obtained through interviews, observation, FGD, and pre-test-post-test. The aim of the service is to increase the independence of partners in digitizing promotions through the "Smart Digital" program so that it is widely known by tourists which has an impact on increasing the number of tourists, income and sustainability of the program as a competitive digital tourism destination that is an inspiration for other tourist villages. The results of the activity show an increase in partners' knowledge and skills in website management, partners can implement their role as guides and create content for market expansion through digital platforms, brand and product recognition internationally, as well as encouraging local economic independence.

Keywords: Tourist Village, Smart Digital, Cibiru Wetan, Tourists

PENDAHULUAN

Desa Cibiru secara geografis berada di kawasan Gunung Manglayang, sebelah utara berbatasan dengan Gunung Manglayang; sebelah selatan berbatasan dengan Desa Cibiru Kulon; sebelah barat berbatasan dengan Desa Cibiru Wetan dan Desa Cilengkrang; dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Cimekar. Desa Cibiru Wetan tidak hanya berada di kaki tapi juga di lereng gunung Manglayang, sehingga wilayahnya tidak hanya berupa dataran rendah semata, tetapi juga dataran tinggi (berbukit-bukit) yang mendominasinya. Secara keseluruhan, luas desa ini mencapai 295 ha, terdiri dari perumahan penduduk (71,5 ha atau 24,24%), sawah (2 ha atau 0,67%), tegalan/ladang (153,5 ha atau 45,93%), empang/kolam (1,5 ha atau 0,5%), kas desa (12,5 ha atau 4,24%), lapangan (3 ha atau 1,01%), perkantoran pemerintah (2,05 ha atau 0,69%) dan lain-lain (48,95 ha atau 16,59%).



Gambar 1. Kantor Desa dan Peta Wilayah Desa Cibiru Wetan

Sumber: Profil Desa (<https://Cibiruwetan.Desas.Id/>, 2016)

Desa Cibiru Wetan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata yang potensial dan dapat dikembangkan secara profesional, sehingga Desa Cibiru Wetan ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung sebagai Desa Wisata Cibiru Wetan berdasarkan SK. Bupati no 556/KEP.770-DISBUDPAR/2020 tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung. Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993). Banyaknya potensi desa yang dimiliki diantaranya: destinasi tangga seribu, kesenian tradisional, budidaya ternak, *homestay*, dan makanan ciri khas desa, belum disertai sistem IT yang memadai dalam mempromosikan objek wisata sehingga mitra kesulitan dalam memantau jumlah pengunjung yang masuk, besarnya pendapatan dan laba yang diperoleh sehingga keberlanjutan program Desa Wisata menjadi terkendala (Herlinawati, Gunawan, Yulia Wijaya, Hendra Saputro, & Chandra Jaya, 2024). Belum adanya sarana prasarana promosi berbasis digital yang memadai berupa perangkat *digital/elektro oudor* baik permanen atau *portable*, hal ini berdampak pada minimnya pengembangan promosi Desa Wisata, sehingga masih kurang dikenal oleh para wisatawan nusantara dan mancanegara yang berdampak pula terhadap rendahnya jumlah kunjungan wisatawan; mitra memerlukan pelatihan dan pendampingan dalam inovasi pengembangan desa dan pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana promosi Desa Wisata Cibiru Wetan di media sosial melalui “Smart Digital” (Made et al., 2015); (Herlinawati, Gunawan, Yulia Wijaya, Hendra Saputro, & Meltareza, 2024)



Gambar 2 Wisata Tangga Seribu, Home Stay dan Kesenian Tradisional Desa Wisata Cibiru Wetan

Sumber: Galery desa; (<https://Www.Desawisata-Cibiruwetan.Com/Gallery/>)

BAHAN DAN METODE

Salah satu objek wisata (destinasi) yang menjadi gerbang masuk sekaligus lokasi penjualan tiket ke Desa Wisata Cibiru Wetan adalah tangga seribu. Sistem pengelolaan objek wisata tangga seribu masih menggunakan sistem manual termasuk dalam penjualan tiket sehingga Pengelola Desa Wisata masih kesulitan dalam mendeteksi pengunjung, diantaranya kesulitan untuk mengetahui kategori dan *data base* pengunjung. Jumlah pengunjung pada tahun 2023 yang terdeteksi sesuai penjualan tiket manual sebanyak 1800 pengunjung. Tetapi jika diprediksi pengunjung yang datang ke kawasan destinasi wisata tangga seribu diperkirakan berjumlah 2.662-3.000 pengunjung. Inovasi dari kader wisata, pemerintahan desa maupun warga masyarakat dapat meningkatkan *value, branding* dan keberlanjutan daya tarik kunjungan. Metode yang digunakan adalah kualitatif untuk memahami suatu peristiwa interaksi dan perilaku manusia dalam situasi tertentu. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, FGD, dan observasi serta evaluasi *pretest-posttest* untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra. Analisis data dalam pengabdian ini menggunakan analisis deskriptif dan model interaktif yang memiliki empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus pengabdian masyarakat adalah *green economy sustainability* dan pemanfaatan teknologi digital melalui pemberian bantuan, fasilitasi, advokasi, edukasi, dan kolaborasi dengan masyarakat dalam mencari solusi yang tepat, efektif, dan berkelanjutan. Diskusi masalah prioritas dan solusi dilakukan Tim Pengabdian dengan Kader Wisata Cibiru Wetan dilaksanakan pada bulan Agustus 2024 di Area Desa Wisata Cibiru Wetan.



Gambar 3. FGD Tim Pengabdian dengan Kader Wisata Cibiru Wetan

Permasalahan prioritas mitra yang menjadi tahapan kegiatan pengabdian dinyatakan pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Prioritas

| No | Masalah | Kondisi |
|----|---|----------------|
| 1. | Pengembangan mitra desa untuk mengelola sistem IT dalam promosi obyek wisata di Desa Cibiru Wetan dalam bentuk alat deteksi pengunjung dan penunjang promosi (sarpras) | Belum ada |
| 2. | Pendampingan dalam upaya peningkatan pemberdayaan masyarakat berupa dukungan SDM berbasis literasi terhadap objek-objek atraksi (Pengetahuan mitra mengenai produk Desa Wisata Cibiru Wetan) | Masih kurang |
| 3. | Pengembangan promosi pada inovasi atraksi yang sudah ada di Desa Wisata Cibiru Wetan | Masih kurang |
| 4. | Pemanfaatan IPTEKS dan <i>Digital Marketing</i> (pembuatan konten untuk promosi) | Belum maksimal |
| 5. | Pengembangan Konsep <i>Digital Marketing</i> | Masih kurang |

Solusi dalam bentuk kegiatan PkM yang telah dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Solusi Permasalahan Mitra Berdasarkan Prioritas

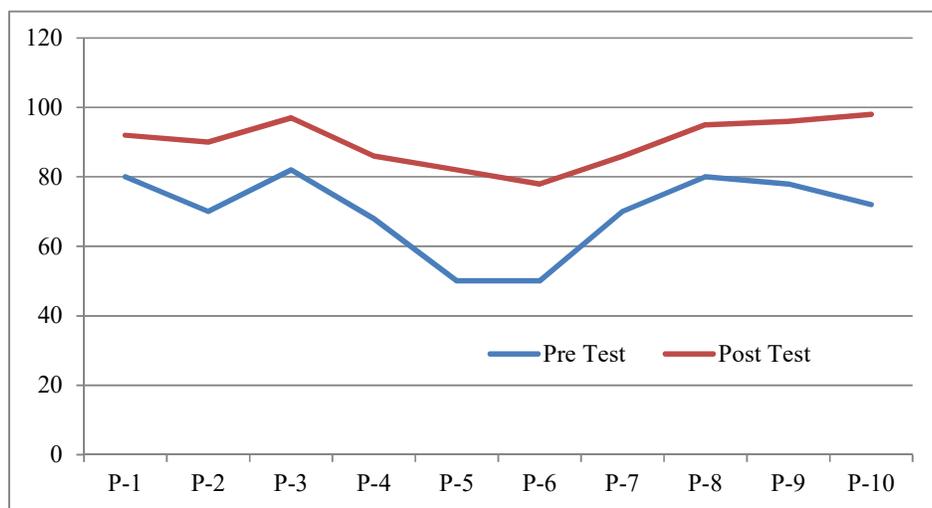
| No | Solusi Permasalahan | Deskripsi | Foto Produk/Kegiatan |
|----|---|--|---|
| 1 | Pengadaan Alat deteksi pengunjung objek wisata tangga seribu, untuk mengetahui jumlah wisatawan dan meningkatkan kunjungan wisatawan, | Alat deteksi pengunjung perangkat digital/elektro mempunyai resolusi 1080p/30 fps – 720p/60 fps kamera 3 <i>mega pixel</i> , digunakan untuk mengumpulkan data berapa banyak kunjungan wisatawan secara <i>real time</i> dan media <i>monitoring</i> data pengunjung dalam kurun waktu tertentu. Alat deteksi pengunjung memungkinkan mitra/pengelola objek wisata mengetahui secara langsung berapa banyak pengunjung yang sedang berada di objek wisata. Dengan data <i>real-time</i> , mitra dapat mengambil keputusan yang lebih cepat dan tepat. |  Alat Deteksi Pengunjung |
| 2 | Pengadaan Perangkat Digital/elektro <i>Digital/elektro outdoor</i> untuk promosi permanen atau <i>portable</i> | Pengadaan Perangkat Digital/elektro <i>outdoor</i> untuk promosi permanen atau <i>portable</i> . Pengadaan Smart TV dilengkapi dengan box dan tiang, tinggi 210 cm dan lebar 110 cm terbuat dari besi layar dilapisi kaca 10 mm pc Input Intel Core i5. |  Smart TV dengan Box di Lokasi Desa Wisata |
| 3 | Pelatihan dan pendampingan digitalisasi promosi Desa Wisata Cibiru Wetan | Pelatihan dan pendampingan digitalisasi promosi desa Wisata Cibiru Wetan Dengan memanfaatkan media sosial dan platform <i>online</i> , produk-produk dari Desa Wisata yang ada di Desa Cibiru Wetan dapat berhasil tersampaikan secara luas. hal ini tentunya tidak terlepas dari sistem promosi <i>Smart Digital</i> . Jangkauan promosi dari Desa Wisata Cibiru Wetan telah menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal atau daerah Bandung saja tetapi sudah mencapai wilayah hampir seluruh kawasan kepulauan Indonesia bahkan mancanegara. Hal ini menciptakan peluang untuk meningkatkan penjualan produk wisata dan mengurangi ketergantungan pada satu pasar. |  Pelatihan dan Pendampingan |

Solusi permasalahan mitra ditujukan untuk pengembangan promosi *mass tourism* agar sistem promosi menjadi alternatif para wisatawan untuk berwisata, membahas tuntas kekurangan dari pengelolaan sistem promosi yang telah dilakukan, menggali komponen-komponen budaya yang dapat dijadikan daya tarik wisata dalam upaya mendukung Desa Wisata Cibiru Wetan, unsur-unsur didalamnya, serta pengembangan Desa Wisata berbasis lingkungan. Pariwisata pedesaan dapat menjadi “*counter*” terhadap urbanisasi dan alternatif bagi “*mass tourism*”. Hal ini dikarenakan wisata pedesaan pada umumnya dilaksanakan oleh wisatawan dalam jumlah yang relatif kecil yang ingin mendapatkan pengalaman kontak dengan alam dan penduduk pedesaan yang dikunjungi(Sugiarti et al., 2016).

Pengembangan sistem promosi dengan cara digital *outdoor* mengenai desa wisata bertujuan untuk mengembangkan konsep *smart village. Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment* (Inskeep, 1991). Desa wisata berkaitan dengan wisata pedesaan dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, biasanya di desa terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat.

Dengan adanya program pengembangan digital *outdoor* dan aplikasi digital, masyarakat desa dan wisatawan akan mendapatkan manfaat dari teknologi. Sehingga diharapkan terjadi perubahan besar pada proses digitalisasi. Selain itu, melalui digital *outdoor* yang tertuang dalam aplikasi digital juga dapat digunakan sebagai peningkatan promosi desa wisata melalui pengelolaan media sosial. Hal tersebut bertujuan agar promosi bisa dengan lebih luas diketahui oleh masyarakat di Indonesia dengan penggunaan waktu yang lebih efektif dan efisien. Pada dasarnya digital *outdoor* merupakan portal atau situs yang dapat di lihat secara langsung melalui jaringan internet dengan menampilkan informasi berupa teks, gambar ataupun video. Dalam digital *outdoor* desa wisata, dapat dimuat banyak informasi seperti *gallery* desa wisata, paket apa saja yang disediakan oleh desa wisata, *view* yang bisa dinikmati wisatawan, hingga makanan yang menjadi *icon* dari desa wisata tersebut. Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli (Nurhayati, 2021).

Hasil pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan mitra, terjadi peningkatan skor *post test* menjadi 90 dibandingkan dengan *pre test* sebesar 70, terutama dalam dua aspek utama: pemanfaatan teknologi dalam mendeteksi data pengunjung (**pertanyaan 3**) dan melakukan promosi digital untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar yang lebih luas melalui media sosial (**pertanyaan 10**).

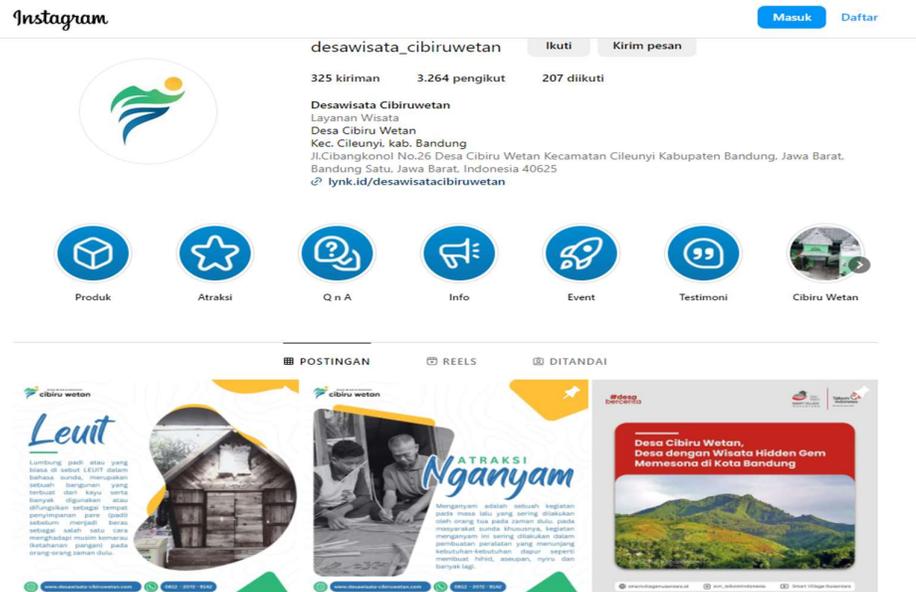


Gambar 4. Pre Test dan Post Test Kemampuan dan Keterampilan Mitra

Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan PkM berdampak positif terhadap kesadaran peserta akan pentingnya *brand awareness* melalui *website*. Para peserta sebelumnya belum memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk promosi, namun setelah pelatihan, mereka berhasil membuat dan mengelola media sosial serta *website* yang lebih terfokus untuk promosi wisata dan jangkauan pasar yang lebih luas.

Penerapan inovasi dalam pengolahan data pengunjung dan promosi digital memberikan dampak terhadap pemanfaatan teknologi dan kebermanfaatan ekonomi bagi masyarakat di Desa Wisata Cibiru Wetan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses untuk meningkatkan penjualan dari setiap produk yang dimiliki oleh Desa Wisata Cibiru Wetan. Desa Wisata Cibiru Wetan selain melakukan promosi melalui sosial media pengenalan produk dan promosi sering juga mengikuti pameran di Jakarta dan di Bandung atas undangan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa (DPMD). Namun demikian, mengikuti pameran dari pemerintah tersebut, hasilnya tidak terlalu signifikan. Sistem promosi yang lebih berdampak terhadap peningkatan penjualan berasal dari sosial media dan peran pemerintah mulai dari tingkat Desa, Kabupaten, Provinsi hingga

Nasional melalui Kementerian Dalam Negeri (KEMENDAGRI) dan Kementerian Desa (KEMENDES). Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Cibiru Wetan tidak hanya mampu menghasilkan produk-produk kunjungan Atraksi wisata yang berkualitas, tetapi juga berpotensi untuk meraih pasar yang lebih luas untuk meningkatkan *link* dalam penjualan produk-produk atraksi Desa Wisata Cibiru Wetan.



Gambar 5. Instagram Desa Wisata Cibiru Wetan
Sumber: (https://www.instagram.com/Desawisata_cibiruwetan/, 2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Wisata Cibiru Wetan berhasil mencapai tujuan utama, yaitu pengolahan data pengunjung objek wisata tangga seribu dan promosi digital memberikan dampak terhadap kebermanfaatan ekonomi bagi masyarakat di Desa Wisata Cibiru Wetan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses untuk meningkatkan penjualan dari setiap produk yang dimiliki oleh Desa Wisata Cibiru Wetan. Dengan adanya pendampingan intensif, mitra berhasil mengelola data pengunjung dan melakukan promosi secara digital sehingga bisa meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Cibiru Wetan.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dan penggunaan sarana digital untuk melakukan promosi Desa Wisata Cibiru Wetan sangatlah membantu meningkatkan jumlah pengunjung wisata. Untuk keberlanjutan program ini, pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan masih diperlukan dengan berkolaborasi dengan kader desa wisata, akademisi, pemerintah, dan instansi terkait.

Program pengabdian kepada masyarakat berikutnya dapat berfokus pada inovasi produk, peningkatan keterampilan digital lebih lanjut, serta penguatan jaringan pemasaran. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan promosi desa wisata Cibiru Wetan dapat menembus pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, sehingga dampaknya semakin terasa bagi kemandirian ekonomi masyarakat di Desa Cibiru Wetan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses persiapan, pelaksanaan, dan penulisan laporan, banyak pihak yang telah memberikan dukungan. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada DRTPM Kemendikbudristek yang telah mendanai kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Pimpinan, LPPM, Dosen, Tenaga Kependidikan, dan Mahasiswa Universitas Indonesia Membangun dan STIE Gema Widya Bangsa

yang telah memberikan dukungan penuh sehingga Pengabdian ini dapat terlaksana. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Kader Wisata Cibiru Wetan, Pemerintah Desa Cibiru Wetan, dan masyarakat yang terlibat aktif dalam kegiatan ini. Penulis berharap program pemberdayaan ini dapat memberikan sumbangan nyata dalam memberdayakan masyarakat menjadi lebih produktif dan mandiri secara ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Herlinawati, E., Gunawan, S., Yulia Wijaya, D., Hendra Saputro, A., & Chandra Jaya, R. (2024). Kader Wisata Berbasis Digital di Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 31–37. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.528>
- Herlinawati, E., Gunawan, S., Yulia Wijaya, D., Hendra Saputro, A., & Meltareza, R. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Konten Marketing di Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 38–41. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.529>
- <https://cibiruwetan.desa.id/>. (2016, August 27).
- <https://www.desawisata-cibiruwetan.com/gallery/>. (2024).
- https://www.instagram.com/desawisata_cibiruwetan/. (2024).
- Inskeep, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. Edward Inskeep. Van Nostrand Reinhold, 115 Fifth Avenue, New York, NY 10003. 1991. 508p. *Journal of Travel Research*, 31, 70–71. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:140691485>
- Made, O., Nyoman, A., & Arida, S. (2015). *PANDUAN PENGELOLAAN DESA WISATA BERBASIS POTENSI LOKAL*.
- Nurhayati. (2021). *STRATEGI PROMOSI DESA WISATA KAMPUNG BADUD OLEH DINAS PARIWISATA*.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges. *Konferensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya*, 1–2.
- Sugiarti, R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2016). *PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DI KABUPATEN NGAWI*.