

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan penulis menarik kesimpulan bahwa *Local Branding* Desa Wisata Cibeusi oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang sebagai berikut:

Kabupaten Subang memiliki berbagai lokasi potensial yang dapat dikembangkan menjadi sebuah objek wisata dan sebagian besar potensi tersebut berada di Subang Selatan. Salah satu potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Subang di daerah Selatan yaitu dengan adanya potensi Desa Cibeusi yang dijadikan sebagai salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Subang.

Jika berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi para wisatawan bisa melihat berbagai potensi alam diantaranya terdapat perbukitan, persawahan, sungai dan pegunungan, serta terdapat kearifan lokal yang terdapat pada wisata yang ada di Desa Wisata Cibeusi. Dengan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Subang dan menciptakan Desa Wisata Cibeusi yang terdapat berbagai macam potensi.

Dengan berbagai potensi Desa Wisata Cibeusi yang dijelaskan diatas perlu dilakukan upaya branding yang mampu memperkenalkan segala potensi yang terdapat di Desa Wisata Cibeusi adapun tahapan dari branding yang dilakukan pada Desa Wisata Cibeusi adalah:

1. *Image*

Menurut Samsudin K (2022), *Image* yang dibangun Desa Wisata Cibeusi itu pemandangan yang hijau, udara yang sejuk, asri, serta potensi wisatanya dan masyarakatnya juga ramah itu sehingga para wisatawan mengenal dan terkenang dengan segala potensi yang ada di Desa Wisata Cibeusi. *Image* yang dibangun pada Desa Wisata Cibeusi menciptakan suatu upaya untuk menarik minat wisatawan, adapun upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten

Subang dengan pengelola Desa Wisata Cibeusi membuat paket wisata Saba Desa terdiri dari wisata alam yang berbasis lokal, paket wisata Ulin di Kampung, Beras Hitam Menak, *handcraft* dari bambu yang kemudian menjadi produk lokal yang dipromosikan dengan bekerjasama bersama wisata yang sudah terkenal seperti Sari Ater, mengadakan event, mengikuti pameran dan menggunakan media sosial.

2. Nilai Lebih

Nilai lebih dari produk wisata yang ada di Desa Wisata Cibeusi adalah memiliki ciri khas dan keunikan dari potensi alam terdapat Curug Ciangin yang terkenal dan memiliki makna bahwa curug atau air terjun yang aliran airnya menghempaskan angin dan membuat udara menjadi sejuk. Sehingga wisatawan bisa lompat di atas curug dengan ketinggian 9 meter dan terdapat 7 pancuran disekitar Curug Ciangin yang dimana air yang mengalir berasal dari mata air alami dan dipercayai mampu menyembuhkan berbagai jenis penyakit (Samsudin K, 2022)

Selain itu, terdapat beras hitam menak yang menjadi salah satu keunikan dari Desa Wisata Cibeusi. Beras hitam ini ditanam selama 6 bulan dan rasanya juga beda dibandingkan beras hitam yang ada di daerah lain, beras hitam ini juga dipercaya sebagai beras kerajaan Tiongkok yang mana hanya orang-orang tertentu saja yang bisa menikmati beras hitam. Nilai lebih tersebut menjadi ciri khas dan pembeda dari produk wisata lainnya, sehingga dapat menarik minat wisatawan yang memiliki rasa penasaran dan ingin tahu akhirnya berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi.

3. Segmentasi

Segmentasi dari Desa Wisata Cibeusi itu untuk semua kalangan, bisa untuk anak-anak karena ada wisata edukasi seperti newak lauk, bajak sawah dengan kerbau, menanam padi, selanjutnya remaja hingga dewasa yang menyukai wisata adrenalin terdapat curug, tempat *outbound*, selain itu untuk orang tua juga bisa karena terdapat *camping ground* dan pemandangan yang sejuk disekitar Desa Wisata Cibeusi (Samsudin K,

2022). Potensi alam dan berbagai macam fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan segmentasi pada Desa Wisata Cibeusi.

4. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan bekerjasama bersama wisata yang sudah terkenal, berkolaborasi dengan komunitas, mengadakan event, mengikuti pameran diberbagai acara, bekerjasama dengan selebgram, melakukan promosi di media sosial (Samsudin K, 2022).

Berdasarkan potensi yang ada di Kabupaten Subang dan terciptanya destinasi wisata dengan berbagai kearifan lokal yang dimiliki Desa Wisata Cibeusi tentunya membutuhkan peran serta pemerintah, dalam penelitian ini oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang dalam mempromosikan serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi. Berikut upaya *Local Branding* Desa Wisata Cibeusi oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang:

1. Upaya Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Cibeusi:

- 1) Upaya yang dilakukan adalah bekerjasama dengan Sari Ater untuk mempromosikan dan memperkenalkan Desa Wisata Cibeusi dengan menjual paket wisata, produk lokal dan mengadakan *event* seperti *fun bike* yang ruang lingkungnya berdekatan dengan Sari Ater. Image yang dibangun dari Desa Wisata Cibeusi yaitu dengan udara yang sejuk, asri, potensi wisata dan masyarakat yang ramah.

Nilai lebih yang terdapat pada produk wisata Cibeusi yang terkenal memiliki berbagai filosofi seperti di Curug Ciangin memiliki makna hampasan air yang mengalir menghembuskan angin yang membuat udara sejuk, terdapat 7 pancuran dipercayai menyembuhkan segala penyakit. Selain itu terdapat beras hitam menak yang dianggap masih

sakral dan dipercayai jaman dahulu oleh Tiongkok hanya dapat dikonsumsi oleh kerajaan, memiliki khasiat bagi tubuh untuk menyembuhkan penyakit.

- 2) Faktor yang menjadi hambatan dalam memperkenalkan potensi Desa Wisata Cibeusi adalah dana, promosi, SDM dan perubahan sistem kepemimpinan. Kurangnya kesadaran masyarakat yang harus terus diberikan pelatihan dan pembinaan. Selain itu, hambatan lain terletak pada perubahan kepemimpinan yang menyebabkan berubahnya susunan kebijakan yang sudah direncanakan.
- 3) Hambatan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dalam menunjukkan potensi Desa Wisata Cibeusi terletak pada kemampuan SDM masyarakat dalam memahami IT yang masih kurang dan belum terjalin kerjasama yang jelas dengan berbagai OPD dalam peran serta pemerintah untuk menunjukkan dan meningkatkan potensi desa wisata.
- 4) Upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang dalam mengatasi hambatan di Desa Wisata Cibeusi adalah menjalin kemitraan dengan beberapa pihak eksternal seperti sponsor, *agent travel*, himpunan serta mengadakan *event*, melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia, *assessment*, bertahan dan tetap beroperasi dimana upaya tersebut dapat meminimalisir hambatan yang terjadi.

2. Upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang dalam mempromosikan Desa Wisata Cibeusi:

- 1) Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang diantaranya mengadakan *event*, festival, membuat paket wisata, melakukan MOU dengan sekolah, kerjasama dengan *travel agent*, mojang jajaka dan beberapa pihak menggunakan media sosial seperti *youtube*, *instagram* yang memiliki jumlah *subscriber* dengan pengikut media sosial yang banyak dapat membantu proses dalam mempromosikan Desa Wisata Cibeusi.

- 2) Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang menggunakan media dalam memperkenalkan Desa Wisata Cibeusi diantaranya dengan media sosial seperti instagram, youtube dan media cetak diantaranya brosur, buku, media elektronik dan melakukan kemitraan bersama pihak lain dalam memperkenalkan Desa Wisata Cibeusi.
- 3) Dana, SDM dan aksesibilitas yang dimana anggaran terbatas menjadi hambatan yang dihadapi oleh dinas. Selain itu, hambatan lainnya adalah masyarakat masih belum sepenuhnya mengetahui tentang digitalisasi dan akses jalan untuk menuju ke Desa Wisata Cibeusi.
- 4) Upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang adalah berkolaborasi dan bekerjasama mengajak berbagai komunitas seperti Genpi, Ekraf dalam mempromosikan pariwisata di Subang termasuk Desa Wisata Cibeusi. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola dan Dinas Pariwisata dengan melakukan kerjasama, membuat pameran, mempromosikan melalui media.
- 5) Informasi mengenai Desa Wisata Cibeusi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang masih belum optimal karena terdapat hambatan salah satunya dari dana, sehingga informasinya terbatas dan hanya dilakukan dengan upaya *share* ke media sosial.
- 6) *Local Branding* Desa Wisata Cibeusi oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga sudah berhasil dilakukan tetapi masih terdapat kendala yang mempengaruhi *local branding* tersebut. Faktor terbesar yang dihadapi adalah dana, promosi, dan sumber daya manusia.

Local Branding Desa Wisata Cibeusi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang sudah berhasil ditandai dengan adanya kunjungan pada Desa Wisata Cibeusi, tetapi upaya tersebut masih belum maksimal karena terdapat

kendala pada Promosi, Dana, Sumber Daya Manusia, sinergitas antar Organisasi Perangkat Daerah masih belum jelas.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan masukan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

- 1) Penelitian ini menyarankan perlu diteliti mengenai pemahaman dan penggunaan *digitalisasi* pada masyarakat dalam *Local Branding*.
- 2) Penelitian ini mengharapakan peneliti selanjutnya melakukan penelitian mengenai peran penting serta kesadaran sumber daya manusia dalam memperkenalkan *Local Branding*.
- 3) Penelitian ini memberikan saran agar penelitian selanjutnya membahas mengenai sinergitas antara pemerintah dalam penerapan *Local Branding*.

