

Perencanaan Pengembangan Wisata Budaya dan Kuliner Desa Sangkanhurip Melalui Analisis *Marketability, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation*

Planning the Development of Cultural and Culinary Tourism in the Sangkanhurip Village Through Marketability, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation Analysis

Muhammad Afif Rizqullah Ramadhan^{1*}, Purna Hindayani¹, & Candra Sari Triyana¹

¹Program Studi Manajemen Industri Katering, Program Sarjana, Universitas Pendidikan Indonesia, Jalan Dr. Setiabudi No. 229, Kota Bandung, 40154, Indonesia; *Penulis korespondensi.
e-mail: muhammad.afif@upi.edu
 (Diterima: 25 Desember 2025; Perbaikan: 24 April 2026; Disetujui: 1 Juli 2026)

ABSTRACT

Sangkanhurip Village is one of the targets of the 100 tourist village planning program in Bandung Regency. The diversity of local wisdom from cultural arts to culinary richness has become a potential development for this village. This article aims to assess the preparedness of Sangkanhurip Village's cultural and culinary tourism potential and recommend effective strategies to increase the village's competitiveness. The method used in this study is a descriptive qualitative approach, incorporating MSP + DM (Marketability, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation) analysis, followed by a Porter's Five Forces analysis and in-depth interviews with stakeholders. Data collection was conducted from September to November 2025, and interviews were conducted in November 2025. The number of informants was 10 people, consisting of village officials, academics, the Bandung Regency Tourism and Creative Economy Agency (Disparekraf), and representatives of tourism actors in Sangkanhurip Village. The result shows that the cultural and culinary potential area of Sangkanhurip Village is classified as a PIONEER with details of 8 tourism potentials, including Kampung Buhun, Pakalangan Bojong Tanjung, Padepokan Tatariksa, bird cage center, Kampung Samara, Cireng product center, opak center, and banana sale. However, rivalry among tourist destinations is intense, driven by increased tourist bargaining power, coupled with easier access to information and alternative options for similar destinations. Strengthening community participation, improving service quality, and managing tourist attractions with a focus on sustainability are the keys to develop Sangkanhurip Village as a cultural and culinary tourism village.

Keywords: community participation, cultural and culinary tourism, sustainability, tourism village.

ABSTRAK

Desa Sangkanhurip menjadi salah satu target dari program perencanaan 100 desa wisata di Kabupaten Bandung. Beragamnya kearifan lokal, mulai dari kesenian budaya hingga kekayaan kuliner menjadi potensi pengembangan desa ini. Artikel ini bertujuan untuk mengukur kesiapan potensi wisata budaya dan kuliner Desa Sangkanhurip dan merekomendasikan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing desa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis MSP+DM (*Marketability, Sustainability, Participatory +*

Disaster Mitigation) dilanjutkan dengan metode analisis *Porter's Five Forces* dan wawancara mendalam pada pemangku kepentingan. Penghimpunan data dilakukan pada bulan September-November 2025 dan wawancara pada bulan November 2025. Jumlah narasumber sebanyak 10 orang yang terdiri dari perangkat desa, akademisi, Disparekrif Kabupaten Bandung, dan perwakilan pelaku wisata di Desa Sangkanhurip. Hasil analisis menunjukkan bahwa kawasan potensi budaya dan kuliner Desa Sangkanhurip tergolong sebagai RINTISAN dengan rincian 7 potensi wisata meliputi Kampung Buhun, Pakalangan Bojong Tanjung, Padepokan Tatariksa, Kampung Samara, sentra produk cireng, sentra opak, dan Sale Pisang Aki Jati. Namun demikian, tingkat persaingan antar destinasi wisata tergolong tinggi yang dipengaruhi oleh daya tawar wisatawan yang meningkat seiring dengan kemudahan akses informasi dan alternatif pilihan destinasi serupa. Penguatan partisipasi masyarakat, peningkatan kualitas layanan, dan pengelolaan atraksi wisata yang berorientasi pada keberlanjutan menjadi kunci pengembangan Desa Sangkanhurip sebagai desa wisata budaya dan kuliner.

Kata kunci: Partisipasi masyarakat, wisata budaya dan kuliner, keberlanjutan, desa wisata.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peran strategis sebagai salah satu sumber utama pendapatan daerah dan negara melalui perolehan devisa, sekaligus berkontribusi dalam menurunkan angka pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. (Situmorang *et al.*, 2023; Amaliyah & Musa, 2022; Kamila, 2021). Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia telah dilakukan melalui berbagai strategi dan pendekatan, yang kemudian hadirnya konsep desa wisata muncul sebagai salah satu langkah yang menonjol. Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang menawarkan sejumlah kearifan lokal setempat berupa tradisi, nilai budaya, kekayaan kuliner, dan potensi alam yang mencerminkan kehidupan masyarakat disana (Arintoko *et al.*, 2020; Maryani, 2020; Safira & Fauziah, 2023). Sejak tahun 2017, pemerintah Indonesia mulai mendorong pengembangan pariwisata melalui konsep desa wisata, yang menjadi bagian dari program promosi “Visit Indonesia” untuk memperkenalkan destinasi wisata baik di tingkat nasional maupun internasional (Setyani *et al.*, 2024). Program tersebut pada prinsipnya juga sejalan dengan arah Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) periode 2025-2029 dengan ditetapkannya sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai elemen yang esensial dalam upaya transformasi ekonomi nasional menuju keberhasilan

Indonesia Emas 2045 (Bappenas, 2024). Langkah ini berfokus pada keberlanjutan pembangunan ekosistem pariwisata yang didukung oleh keaktifan masyarakat dalam berpartisipasi, pengoptimalan potensi budaya dan sumber daya alam desa, dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat daya saing pariwisata Indonesia di skala internasional.

Dalam konteks global, pengembangan desa wisata juga dilakukan di berbagai belahan di dunia, seperti di Rumania dan Tiongkok (Ruiz-Real *et al.*, 2020). Pengembangan tersebut secara umum menerapkan konsep *Community Based Tourism* (CBT) yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat sebagai prinsip dasar dan kemudian menjadi alternatif dalam menjembatani kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi di tengah masyarakat pedesaan (Sumarmi *et al.*, 2023; Prasongthan dan Silpsrikul, 2023; Makandwa *et al.*, 2023). Sejalan dengan fenomena ini, berbagai daerah di Indonesia juga telah mengadopsi strategi yang sama dalam mengembangkan sebuah desa wisata sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dan penggerak ekonomi lokal berbasis potensi wilayah.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu daerah dengan pengembangan desa wisata yang potensial di Indonesia, hal ini dikarenakan adanya program pemerintah Kabupaten Bandung yang mencanangkan pengembangan 100 desa wisata (Widianingsih *et al.*, 2022; Ripaldi, 2022). Selaras dengan program

tersebut, beragam potensi pariwisata mulai dikembangkan oleh masyarakat pedesaan di Kabupaten Bandung menyesuaikan dengan karakteristik dan keunggulan lokal masing-masing wilayah. Salah satu bentuk penerapannya dapat ditemukan di Desa Sangkanhurip, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung yang mengarahkan pengembangan potensinya pada sektor wisata berbasis kebudayaan lokal dan kuliner. Berdasarkan data dari BPS (2021), Desa Sangkanhurip mencakup area seluas 3.06 km² atau setara dengan 20.17%, menjadikannya sebagai desa dengan area terluas dibandingkan enam desa lainnya di Kecamatan Katapang. Secara administratif, Desa Sangkanhurip terdiri dari 114 Rukun Tetangga (RT) dan 30 Rukun Warga (RW), sebuah jumlah potensial yang memungkinkan untuk dilaksanakannya pengembangan pariwisata berbasis partisipasi masyarakat.

Desa Sangkanhurip memiliki keunggulan utama di bidang kuliner dan budaya. Pada sektor kuliner, kemampuan berkreasi masyarakat terlihat dari keberadaan Kampung Samara – sentra produksi bumbu masak tradisional yang dijual secara rentengan dan didistribusikan ke berbagai pasar lokal di Kabupaten Bandung, seperti Pasar Soreang. Sudah lebih dari 100 kepala keluarga yang terlibat aktif dalam kegiatan ini, sehingga menjadi salah satu penopang bergeraknya perekonomian lokal dalam meningkatkan kesejahteraan warga. Peran, dukungan, serta sikap positif dari masyarakat juga menjadi komponen penting dalam kemajuan sebuah atraksi wisata, termasuk menciptakan citra yang positif juga kepada wisatawan (Dahal *et al.*, 2020).

Di sisi lain, mengacu pada hasil identifikasi dan persepsi masyarakat, Desa Sangkanhurip memiliki potensi budaya yang unggul dan menonjol, seperti pagelaran seni tradisional, padepokan pencak silat, serta sanggar seni yang menjadi wadah bagi masyarakat setempat dalam melestarikan dan meregenerasi nilai-nilai budaya lokal. (Triyana *et al.*, 2025). Unsur budaya yang berkembang

tidak hanya bernilai sosial, melainkan juga menyimpan peluang ekonomi yang dapat dioptimalkan melalui pengembangan pariwisata berbasis budaya. Integrasi antara kekayaan kuliner dan kearifan budaya lokal memberikan kesempatan bagi Desa Sangkanhurip untuk tumbuh menjadi desa wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan didukung oleh keterlibatan aktif masyarakat.

Menurut Kemenparekraf (2021), pengembangan desa wisata secara umum terdiri dari empat tahapan utama yang meliputi rintisan, berkembang, maju, dan mandiri. Tahap rintisan menjadi fase awal yang menentukan arah pengembangan desa wisata pada masa selanjutnya (Sunarti *et al.*, 2025). Meskipun demikian, proses pengembangan desa wisata juga menghadapi beragam kendala yang perlu mendapat perhatian serius. Pada penelitian yang dilakukan oleh Junaid (2023), diungkapkan bahwa pengelolaan desa wisata menghadapi empat permasalahan pokok, yaitu munculnya konflik internal dalam kelembagaan dan organisasi masyarakat, keterbatasan kualitas sumber daya manusia, minimnya sumber pendanaan serta fasilitas sarana dan prasarana pada lembaga lokal yang kurang memadai, dan kelemahan aspek legalitas pengelolaan kelembagaan melalui peraturan desa (Perdes). Selanjutnya, pembahasan ini diikuti dengan rekomendasi strategi yang mencakup penguatan peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), menjalin kerja sama dengan *stakeholder* pariwisata, penerapan kepemimpinan desa yang responsif, dan memprioritaskan kebutuhan wisatawan dalam pengelolaan desa wisata. Selain itu, penelitian selanjutnya dilakukan oleh Priatmoko *et al.* (2019) dengan menitikberatkan pada tantangan mitigasi bencana di destinasi wisata Desa Pentingsari, Nglanggeran, dan Panglipuran diuraikan berbagai bentuk upaya mitigasi bencana pada kawasan desa wisata melalui pendekatan analisis MSP+DM (*Marketability, Sustainability, Participatory + Disaster Mitigation*). Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lokal, khususnya pengelola desa wisata, perlu memiliki fondasi yang kuat terkait pemahaman

terjadinya bencana, baik yang bersifat alam maupun non alam, serta memastikan tersedianya jalur evakuasi yang mudah diakses oleh siapa saja.

Pendekatan MSP+DM merupakan suatu model analisis yang dikembangkan untuk mendukung tahapan perencanaan yang berlangsung secara bertingkat (*multi-stage*) dengan melibatkan beberapa pemangku kepentingan dalam setiap proses pengambilan keputusan (*decision making*) (Priatmoko, 2018). Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, masih jarang yang membahas variabel-variabel tersebut secara komprehensif, seperti pada aspek keberlanjutan (Marhesa *et al.*, 2022; Ahsan *et al.*, 2023, Indrayani *et al.*, 2024), aspek partisipasi (Zielinski *et al.*, 2020; Wikantiyoso *et al.*, 2021; Ngo & Creutz, 2022), aspek mitigasi bencana (Hsu dan Sharma, 2023; Amelia *et al.*, 2024) yang dideskripsikan secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini memanfaatkan keempat variabel dalam analisis MSP+DM untuk menilai sejauh mana pengembangan potensi budaya dan kuliner yang sudah dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan kerangka analisis *Porter's Five Forces* sebagai pengembangan dari pendekatan analisis terdahulu. Metode tersebut memungkinkan proses pengembangan dilaksanakan secara terstruktur, dimulai dari pemetaan potensi, penelaahan kawasan yang ada, hingga perumusan prioritas strategi yang sesuai dengan karakteristik desa. (Wijaya *et al.*, 2023). Keunggulan tambahan dari pendekatan ini terletak pada kemampuannya dalam melihat dari berbagai perspektif dan kepentingan, sehingga proses pengambilan keputusan bersifat inklusif, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Dimulai dari aspek pertama, yaitu pemasaran (*marketability*) yang menyoroti nilai jual potensi produk wisata serta kemampuan untuk memasarkannya, karena aktivitas pemasaran memegang peranan penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan usaha, termasuk pengelolaan desa wisata (Czinkota *et al.*, 2021), dengan komponen utama meliputi target pasar, produk khas, harga, distribusi, dan promosi (Priatmoko, 2018). Berikutnya aspek

kedua, yaitu keberlanjutan (*sustainability*) yang berfokus pada penerapan investasi pariwisata berbasis prinsip *green investment* dengan tujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan peluang kerja, dan menjaga kelestarian lingkungan (UNEP, 2011), dengan lima unsur penting yaitu kapasitas dukung, pengolahan limbah, perawatan lingkungan, keberlanjutan arus wisatawan, serta pengembangan usaha (Priatmoko, 2018). Selanjutnya, aspek ketiga berupa partisipasi (*participatory*) yang menekankan pada peran aktif masyarakat dalam proses pengembangan desa wisata, dengan pemberdayaan warga sebagai komponen utama yang diwujudkan melalui kerja sama dan aksi kolektif yang perlu diarahkan oleh pemangku kepentingan lokal agar mampu mengoptimalkan pengembangan desa dan ekonomi masyarakat (Agustang *et al.*, 2021; Yang & Zhu, 2021). Terakhir, aspek mitigasi bencana (*disaster mitigation*) yang diarahkan pada upaya pencegahan dan pengurangan dampak negatif dari kerusakan lingkungan akibat bencana, dengan berfokus pada kesiapan masyarakat dan ketersediaan jalur evakuasi yang dapat diakses oleh seluruh pihak, termasuk wisatawan (Miller *et al.*, 2006).

Penelitian mengenai pengembangan wisata budaya dan kuliner telah banyak dilakukan dengan berbagai pendekatan, seperti pariwisata berkelanjutan dan berbasis masyarakat (Zulhuda *et al.*, 2025; Zalukhu & Aryaningtyas, 2024; Sinaga, 2023; Riyadi *et al.*, 2023). Namun, sebagian besar penelitian masih belum mengintegrasikan aspek *marketability*, *sustainability*, dan *participatory* secara komprehensif serta belum mempertimbangkan aspek mitigasi bencana dalam perencanaan pengembangan wisata. Di sisi lain, analisis daya saing destinasi wisata melalui pendekatan *Porter's Five Forces* juga masih jarang dikombinasikan dengan kerangka analisis MSP+DM dan biasanya terpisah (Fauzi *et al.*, 2025; Hadi *et al.*, 2024; Kurnianingrum *et al.*, 2020; Priatmoko *et al.*, 2020). Sementara itu, integrasi kedua pendekatan tersebut penting untuk menghasilkan strategi pengembangan wisata yang tidak hanya kompetitif secara pasar,

tetapi juga berkelanjutan, inklusif, dan adaptif terhadap potensi risiko. Selain itu, kajian yang secara khusus mengangkat potensi wisata budaya dan kuliner di tingkat desa, khususnya di Desa Sangkanhurip juga masih relatif terbatas. Sehingga, hal tersebut menjadi suatu *research gap* dalam penelitian ini yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan terkait pengembangan potensi wisata budaya dan kuliner melalui pendekatan MSP+DM yang dipadukan dengan analisis *Porter's Five Forces*.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini akan menjawab beberapa pertanyaan, mulai dari bagaimana kondisi eksisting potensi wisata budaya dan kuliner di Desa Sangkanhurip, bagaimana penerapan analisis MSP+DM dapat digunakan untuk mengukur nilai kesiapan atraksi wisata budaya dan kuliner di Desa Sangkanhurip, serta bagaimana implementasi analisis *Porter's Five Forces* dalam merumuskan strategi pengembangan atraksi wisata budaya dan kuliner di Desa Sangkanhurip.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang mencakup identifikasi potensi atraksi wisata, potensi pasar, aspek kelembagaan, karakteristik wilayah, serta profil wisatawan di Desa Sangkanhurip. Evaluasi terhadap atraksi wisata dilakukan dengan menggunakan parameter penilaian MSP+DM yang terdiri dari *Marketability*, *Sustainability*, *Participatory* + *Disaster Mitigation*. Pendekatan ini dimaksudkan untuk mempermudah proses penilaian dari tiap-tiap potensi wisata budaya dan kuliner yang ada, sekaligus memastikan keseragaman pemahaman

antar pemangku kepentingan, baik pada tahap saat ini maupun pada periode selanjutnya. Analisis ini dilakukan oleh peneliti dengan menanyakan sejumlah pertanyaan kepada para pelaku wisata terkait pengelolaan potensi kawasan wisata di Desa Sangkanhurip. Peneliti memberikan parameter MSP+DM kepada informan yang bisa dilihat pada Tabel 2 untuk menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi di lapangan sehingga informan bisa memberikan skor berdasarkan parameter tersebut. Adapun informan yang terlibat dalam penilaian ini adalah perangkat Desa Sangkanhurip (3 orang), pihak BUMDes (1 orang), pelaku wisata (10 orang), dan seniman lokal (1 orang). Hasil dari wawancara kemudian diolah menjadi sebuah tabel pengukuran yang terdiri dari angka 1 sampai 5. Aspek yang menunjukkan kelemahan akan memperoleh nilai rendah, sedangkan aspek yang dengan kinerja lebih baik akan diberikan nilai lebih tinggi, dengan skala penilaian mulai dari 1 sebagai skor terendah dan 5 sebagai skor tertinggi. Kenaikan nilai dari rendah ke tinggi mencerminkan tingkat pencapaian kriteria yang menjadi target pembangunan program, dengan klasifikasi berturut-turut mulai dari embrio, rintisan, tumbuh, dan mandiri (Priatmoko, 2018). Berikut adalah rincian dari nilai skala beserta kategorinya:

Tabel 1. Nilai Skala dan Kategori

Skala	Kategori
1.00 - 1.99	Embrio
2.00 - 2.99	Rintisan
3.00 - 3.99	Berkembang
4.00 - 5.00	Maju

Sumber: Priatmoko (2018)

Adapun sejumlah indikator dari tiap parameter MSP+DM di bawah ini:

Tabel 2. Aspek MSP+DM beserta Parameternya

Pemasaran (<i>Marketability</i>)							
Parameter	Rincian Unsur		Nilai dan Indikatornya				
			Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5
Pengemasan produk wisata	Bentuk kemasan barang ataupun jasa-jasa wisata yang ditampilkan		Bila belum ada kesepakatan bentuk dan tampilan aneka jenis produk wisata	Bila sudah ada pelaku yang membuat standar untuk tampilan aneka jenis produk	Bila sudah ada standarisasi tampilan jenis produk, namun untuk jenis usaha tertentu	Bila sudah ada kesepakatan dan standarisasi bentuk dan semua jenis produk wisata	Bila sudah ada kesepakatan dan standarisasi bentuk dan semua jenis produk wisata

Pemasaran (<i>Marketability</i>)						
Parameter	Rincian Unsur	Nilai dan Indikatornya				
		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5
			wisata, namun belum untuk semua produknya			serta kesinambungan tematik
Model promosi	Pilihan berbagai media promosi	Bila belum menggunakan aneka model promosi	Bila sudah ada pelaku yang menggunakan 1 jenis model promosi	Bila sudah ada pelaku yang menggunakan lebih dari 1 media promosi	Bila penggunaan berbagai model promosi untuk seluruh pelaku telah terkoordinir	Bila sudah menggunakan berbagai media promosi dan memanfaatkan berbagai jaringan komunikasi yang terkoordinasi
Sistem informasi wisata	Kombinasi dari teknologi untuk mendukung aktivitas wisata	Bila belum menggunakan sistem informasi	Bila sudah menggunakan 1 macam sistem informasi oleh pelaku wisata setempat	Bila sudah menggunakan aneka macam sistem informasi, namun digerakkan oleh pihak luar	Bila sudah menggunakan aneka bentuk sistem informasi wisata dan hanya digerakkan oleh pelaku wisata setempat	Bila sudah menggunakan aneka bentuk sistem informasi dan digerakkan mandiri oleh pelaku wisata setempat dan <i>stakeholder</i>
Distribusi pemasaran	Jangkauan relasi pemasaran produk wisata	Bila jangkauan relasi pemasaran masih sangat lokal (tingkat dalam kabupaten dan sekitarnya)	Bila jangkauan relasi pemasaran masih lokal (tingkat antar kabupaten dan sekitarnya)	Bila jangkauan relasi pemasaran mencapai provinsi-provinsi lain yang ada di satu pulau	Bila jangkauan relasi pemasaran mencapai tingkat nasional	Bila jangkauan relasi pemasaran mencapai tingkat internasional
Keberlanjutan (<i>Sustainability</i>)						
Parameter	Rincian Unsur	Nilai dan Indikatornya				
		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5
Ambang batas pembangunan fisik	Penggunaan luas lahan terbuka untuk pembangunan fisik	Bila masih belum ada pengaturan penggunaan lahan	Bila sudah ada pengaturan lahan namun belum dipatuhi	Bila sudah ada pengaturan dan pembatasan pembangunan fisik dan mulai dipatuhi	Bila sudah ada pengaturan penggunaan lahan dan berkecenderungan memperluas ruang terbuka dari pada pembangunan fisik	Bila sudah ada pengaturan penggunaan lahan dan ada kepatuhan serta kesediaan revisi pembangunan fisik
Ambang batas jumlah pengunjung	Jumlah pengunjung di aneka obyek wisata terhadap daya dukung lingkungan sesuai standar UNWTO*	Bila masih belum ada skenario jalur tapak dan pengunjung hanya mengerti titik daya tarik tertentu	Bila masih ada skenario jalur tapak untuk aliran jumlah pengunjung dan terjadi penumpukan atau sepi di titik-titik tertentu	Bila sudah ada jalur tapak untuk aneka titik daya tarik namun belum ada mekanisme penyebaran jumlah pengunjung	Bila sudah ada jalur tapak untuk aneka titik daya tarik dan mekanisme penyebaran jumlah pengunjung	Bila sudah ada jalur tapak untuk aneka titik daya tarik dan jumlah pengunjung tersebar sesuai daya dukung tiap objek
Ambang batas sumber daya alam	Kemampuan suplai dan daya tahan sumber daya alam atas kebutuhan wisatawan di aneka obyek wisata	Bila masih belum ada pengaturan penggunaan sumber daya alam setempat	Bila sudah ada pengaturan penggunaan sumber daya alam namun belum dipatuhi	Bila sudah ada pengaturan dan pembatasan sumber daya alam dan mulai dipatuhi	Bila sudah ada pengaturan penggunaan sumber daya alam dan berkecenderungan memperbaharui daya dukung SDA	Bila sudah ada pengaturan penggunaan sumber daya alam dan ada kepatuhan serta kesediaan berkontribusi bagi

Keberlanjutan (<i>Sustainability</i>)						
Parameter	Rincian Unsur	Nilai dan Indikatornya				
		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5
Respon masyarakat setempat	Reaksi dan aksi masyarakat setempat terhadap aktivitas wisata di wilayahnya	Bila mayoritas masyarakat tidak menyukai ada aktivitas wisata di wilayahnya	Bila mayoritas masyarakat tidak merasa perlu terlibat atas aktivitas wisata	Bila mayoritas masyarakat mau terlibat aktivitas pariwisata	Bila masyarakat telah membentuk organisasi untuk mengatur peran dalam aktivitas wisata	pembaharuan fungsi SDA Bila organisasi pariwisata bentukan masyarakat telah terkoneksi dengan aneka <i>stakeholder</i>
Respon wisatawan	Reaksi dan aksi wisatawan yang berkunjung	Bila aneka objek wisata sepi dan mangkrak	Bila dikunjungi oleh wisatawan individu saja tidak ada grup wisatawan	Bila mulai dikunjungi wisatawan dalam grup minimal keluarga	Bila mulai dipasarkan oleh pelaku bisnis wisata	Bila mulai menjadi daftar kunjungan penting bagi wisatawan yang datang ke destinasi
Respon pemerintah	Reaksi dan aksi pemerintah atas pengembangan pariwisata di wilayah tersebut	Bila belum ada respon pemerintah dalam perencanaan wilayah tersebut	Bila sudah masuk dalam agenda pengembangan kawasan	Bila sudah mulai dimasukkan dalam agenda pengembangan Pemda dan alokasi anggaran	Bila sudah melibatkan berbagai <i>stakeholder</i> dalam pengembangan wilayah	Bila sudah terkoneksi dalam rencana pemerintah provinsi atau pusat dan alokasi

Partisipasi (<i>Participatory</i>)						
Parameter	Rincian Unsur	Nilai dan Indikatornya				
		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5
Sumber daya lokal	Penggunaan aneka sumber daya dan bahan lokal di objek wisata	Bila masyarakat pelaku tidak mau menggunakan bahan lokal	Bila pelaku menggunakan sumber daya lokal karena keterpaksaan	Bila pelaku mau menggunakan sumber daya lokal sebagai pelengkap	Bila mayoritas pelaku menggunakan sumber daya lokal	Bila pelaku telah maksimal menggunakan sumber daya lokal dan menjadikannya sebagai sebuah tema kawasan
Tanggung jawab lokal	Keterlibatan masyarakat lokal atas pengelolaan dan pengembangan organisasi wisata setempat	Bila masyarakat lokal tidak mau terlibat dalam aktivitas wisata	Bila masyarakat lokal mau terlibat dalam aktivitas pariwisata namun tidak ingin membentuk organisasi	Bila sudah ada organisasi pariwisata namun belum ada aktivitas	Bila sudah ada organisasi wisata dan sebagai regulator aktivitas masyarakat setempat	Bila organisasi wisata sudah terkait dengan berbagai pemangku kepentingan lintas sektoral
Variasi daerah setempat	Keunikan daya tarik wisata setempat	Bila tidak ada keunikan daerah setempat yang dikemas	Bila sudah ada keunikan daerah namun belum dikemas	Bila sudah ada keunikan setempat yang dikemas dalam bentuk produk wisata	Bila keunikan daya tarik setempat sudah menjadi kesadaran kolektif dan dikemas	Bila keunikan daya tarik setempat sudah menjadi kesadaran kolektif dan dikemas serta dilindungi perangkat hukum
Keuntungan ekonomi lokal	Sebaran pendapatan yang diterima oleh masyarakat setempat dan pelaku langsung	Bila tidak ada keuntungan ekonomi yang diterima masyarakat setempat	Bila sudah ada sebagian kecil anggota masyarakat menerima keuntungan ekonomi	Bila sebagian besar kebutuhan wisata dapat dipenuhi oleh aneka latar belakang individu di masyarakat	Bila sudah ada lembaga usaha yang dibentuk untuk mengatur pembagian keuntungan lebih merata	Bila lembaga usaha yang dibentuk telah terkait dengan mayoritas warga dan pihak eksternal

Mitigasi Bencana (<i>Disaster Mitigation</i>)						
Parameter	Rincian Unsur	Nilai dan Indikatornya				
		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5
Bencana alam (misalnya gempa bumi dan tanah longsor)	Antisipasi terhadap risiko dan perencanaan pemulihan (<i>recovery</i>)	Bila belum ada antisipasi dan rencana penyelamatan bencana gempa bumi dan tanah longsor	Bila sudah ada antisipasi dan rencana penyelamatan bencana gempa bumi dan tanah longsor namun belum tersosialisasi	Bila sudah ada sosialisasi dan pelatihan penyelamatan	Bila sudah ada jalur penyelamatan dan tim khusus yang menangani kebencanaan oleh warga setempat	Bila sudah ada rencana dan konsep wilayah pemulihan pasca bencana
Bencana non alam akibat gagal teknologi, wabah penyakit (misalnya kecelakaan mobil jip wisata atau keracunan makanan)	Antisipasi kesalahan <i>human error</i> dan standarisasi minimal keamanan dan kesehatan	Bila belum ada antisipasi dan standarisasi keamanan dan kesehatan	Bila sudah ada standarisasi minimal namun belum dijadikan acuan	Bila sudah ada standarisasi dan menjadi acuan pelaku dan wisatawan	Bila sudah ada standarisasi internasional keamanan dan kesehatan yang ditaati	Sudah ada standarisasi keamanan dan kesehatan dan ditegakkannya sanksi bagi yang melanggar oleh masyarakat setempat

Sumber: Priatmoko (2019)

Setelah dilakukan penilaian, tahapan selanjutnya adalah mengaplikasikan analisis *Porter's Five Forces* guna mengkaji posisi daya saing eksternal desa wisata dalam persaingan antar destinasi serupa. Pendekatan ini tidak hanya memberikan gambaran kondisi wilayah desa pada satu periode tertentu, melainkan juga mengilustrasikan dinamika perkembangan desa wisata serta peluang perubahan yang mungkin terjadi di masa mendatang (Bruijl, 2018). Model analisis ini ditemukan oleh Porter pada tahun 1979 yang hingga saat ini para akademisi dan manajer juga kerap menggunakannya untuk mengukur daya tarik perusahaan berdasarkan beberapa faktor, seperti tingkat pertumbuhan dan intensitas persaingan industri (Pangarkar & Prabhudesai, 2024). Model ini menjelaskan bahwa intensitas kompetisi dan tingkat profitabilitas industri dipengaruhi oleh lima kekuatan, diantaranya adalah persaingan industri (*industry rivalry*), ancaman dari pendatang baru (*threat of new entrants*), daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*), daya tawar pembeli (*bargaining power of buyers*), dan ancaman produk pengganti (*threat of substitute products*) (Porter, 1985). Pada penelitian ini model Porter's Five Forces digabungkan dengan analisis MSP+DM untuk membantu mengidentifikasi faktor eksternal yang dapat memengaruhi keberlanjutan

pengembangan Desa Sangkanhurip, sehingga strategi yang dirumuskan dapat lebih adaptif, kompetitif, dan berorientasi jangka panjang. Selain itu, analisis ini tidak hanya memberikan gambaran kondisi wilayah desa pada satu periode tertentu, melainkan juga dapat mengilustrasikan dinamika perkembangan desa wisata serta menunjukkan seberapa tangguh suatu desa dapat bersaing dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif yang dimiliki (Purwandini *et al.*, 2025).

Proses pengambilan data ini dibagi ke dalam tiga fase terstruktur. Tahap pertama melakukan observasi lapangan di Desa Sangkanhurip guna memetakan kondisi fisik atraksi wisata budaya dan kuliner yang berkembang di desa tersebut. Tahap kedua terbagi menjadi dua, pertama wawancara mendalam dengan beberapa narasumber (*key person interview*) yang memiliki pemahaman terkait dinamika perjalanan dan perkembangan Desa Sangkanhurip. Adapun jumlah narasumber sebanyak 15 orang selaku narasumber utama, terdiri dari perangkat Desa Sangkanhurip, pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, akademisi bidang pariwisata, dan perwakilan pelaku wisata. Kedua, peneliti melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan para pelaku usaha (UMKM) di Desa Sangkanhurip sebanyak 16 orang selaku

narasumber pendukung dalam penelitian ini. Tahap ketiga berupa identifikasi komprehensif mengenai peluang dan kendala atraksi wisata budaya dan kuliner Desa Sangkanhurip yang telah dirumuskan dari integrasi hasil pengamatan serta wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Potensi Wisata Budaya dan Kuliner Desa Sangkanhurip

Desa Sangkanhurip menyimpan kekayaan potensi lokal yang menjadi modal utama untuk bersaing sebagai atraksi pilihan, terutama di sektor budaya dan kuliner. Beragam aset tersebut mencerminkan peluang besar bagi desa untuk mengoptimalkan nilai-nilai kearifan lokal sebagai daya tarik wisata unggulan. Berikut adalah uraian mendetail mengenai ragam potensi wisata yang dimiliki.

1. Kampung Buhun

Kampung Buhun hadir sebagai pusat kegiatan budaya di Desa Sangkanhurip yang didukung oleh fasilitas lengkap, mulai dari aula hingga saung-saung kayu tempat warga berkumpul atau area komunal. Berbagai kesenian lokal ditunjukkan, seperti pencak silat, Akar Karuhun (Anak Karawitan Kampung Buhun) atau pertunjukkan musik (kecapi, suling, gamelan), Tarawangsa, dan kesenian tari. Selain menjadi ruang budaya, tersedia pula kedai tradisional yang beroperasi setiap hari dari pukul 08.00 hingga 21.00 WIB, menjadikan Kampung Buhun sebagai ruang harmoni yang memadukan pelestarian tradisi, kuliner lokal, dan keakraban sosial.



Gambar 1. Kampung Buhun Desa Sangkanhurip
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

2. Pakalangan Bojong Tanjung

Pakalangan Bojong Tanjung merupakan yayasan berbadan hukum yang sudah berdiri sejak tahun 2012 dan berfokus pada pengembangan kreativitas generasi muda di Desa Sangkanhurip. Aktivitas utamanya meliputi pembinaan bakat anak-anak dan remaja dalam tarian tradisional dan musik, *kaulinan barudak* (permainan tradisional anak), hingga pelatihan vokal. Selain itu, kegiatan perfilman dan pelatihan bahasa Inggris juga dikembangkan di yayasan ini. Terdapat juga aktivitas bagi masyarakat dewasa, seperti senam ibu-ibu yang bahkan pernah meraih penghargaan di tingkat provinsi. Seiring berjalannya waktu, aktivitas kesenian semakin berkembang, anak-anak perempuan lebih banyak menekuni seni tari, sementara remaja laki-laki berfokus pada seni musik. Festival Jaipong menjadi salah satu festival besar yang berhasil diselenggarakan, namun hal ini masih bersifat swadaya sehingga adanya keterbatasan dalam dukungan finansial dan membatasi festival ini untuk bisa dilaksanakan secara rutin.



Gambar 2. Kegiatan Seni di Pakalangan Bojong Tanjung

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

“Sebetulnya disini arena belajar, bermain, bersosialisasi, bahkan kita untuk remaja juga dulu sempat mengadakan pelatihan bahasa inggris, jadi apa saja disini bisa selagi anak-anak senang ” (AR)

Kutipan wawancara di atas telah menggambarkan adanya landasan yang kuat bagi anak-anak di Desa Sangkanhurip untuk mampu terus berkarya di luar kegiatan pendidikan formal.

3. Padepokan Tatariksa

Tradisi dan budaya lokal di Desa Sangkanhurip tetap terjaga kelestariannya, dibuktikan dengan adanya Padepokan Tatariksa, sebuah lembaga budaya yang sudah berdiri sejak 2016 dan secara aktif berperan dalam melestarikan nilai-nilai seni budaya kepada masyarakat. Di padepokan ini diselenggarakan berbagai kegiatan seni dan olahraga, meliputi pencak silat, seni bela diri modern seperti boxing dan muay thai, karawitan (gamelan, kecapi, suling) serta tarawangsa. Melalui pembinaan yang terstruktur, mereka berhasil meraih penghargaan di tingkat internasional, khususnya dalam cabang pencak silat. Kemudian, pada bulan Oktober lalu tahun 2025, Padepokan Tatariksa juga turut aktif berpartisipasi di acara peringatan Sumpah Pemuda KNPI/Pemuda Kabupaten Bandung yang diselenggarakan di Dome Balerame Soreang, Kabupaten Bandung.

“Kebetulan daerah Sangkanhurip itu mayoritas mencintai seni budaya sehingga

masyarakatnya antusias menyambut hadirnya Padepokan Tatariksa ini” Abi Arif



Gambar 3. Penampilan Pencak Silat Padepokan Tatariksa

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

4. Kampung Samara

Kampung Samara menjadi salah satu cerminan kekayaan rempah yang dimiliki Indonesia. Nama Samara sendiri berasal dari bahasa Sunda yang berarti “bumbu”. Oleh karena itu, Kampung Samara dikenal juga sebagai Kampung Bumbu, sebuah sebutan yang menggambarkan identitasnya sebagai sentra pengolahan dan perdagangan rempah yang telah eksis dan bertahan sejak tahun 1980 dan sudah dijalankan oleh kurang lebih 100 kepala keluarga (KK). Bahan-bahan ini didapatkan dari pasar lokal, seperti Pasar Induk Caringin dan Pasar Gedebage yang kemudian dikemas ulang secara tradisional menggunakan perekat dari lilin minyak tanah dan dijual kembali ke Pasar Soreang. Jenis-jenis bumbu yang dijual adalah bumbu masak pada umumnya, seperti bawang putih, bawang merah, terasi merah, kemiri, gula merah, ketumbar, merica, cikur, cengkeh, ebi, kayu manis, dan jinten. Hal ini mampu menjadi potensi utama kuliner di Desa Sangkanhurip yang bisa dioptimalkan menjadi produk wisata dengan menawarkan edukasi rempah, pengemasan menggunakan lilin berbahan dasar

minyak tanah, dan aktivitas penjemuran bahan-bahan rempah.



Gambar 4. Proses Pengemasan Bumbu Masak di Kampung Samara

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

5. Sentra Produk Cireng

Desa Sangkanhurip dikenal sebagai salah satu kawasan yang memiliki potensi ekonomi kreatif melalui produk kuliner khas Sunda, salah satunya olahan cireng (aci digoreng). Di desa ini, terdapat sejumlah UMKM yang memproduksi dan menjual cireng dengan beragam cita rasa dan kemasan yang

menarik. Meskipun banyak pelaku usaha yang bergerak di bidang serupa, salah satu merek yang menonjol dan menjadi ikon sentra cireng Sangkanhurip adalah “DR. Cireng”. Usaha ini berkembang pesat berkat inovasi produk, manajemen usaha yang baik, serta kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan produsen lainnya.

Keberadaan DR Cireng tidak hanya meningkatkan daya saing kuliner lokal, tetapi juga memberikan dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui penyerapan tenaga kerja dan kemitraan dengan pelaku UMKM lainnya. Warga lokal juga membuka pintunya bagi wisatawan yang ingin melihat langsung proses pembuatan produk, pengemasan, hingga belanja langsung dari pabriknya.



Gambar 5. Produksi Cireng di DR. Cireng

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

6. Sentra Opak

Sentra produksi opak di Desa Sangkanhurip menjadi salah satu potensi ekonomi masyarakat yang cukup menonjol selain sektor kerajinan dan kuliner lainnya. Opak, sebagai camilan tradisional khas Sunda yang dibuat dari tepung beras atau singkong, telah lama menjadi produk kebanggaan desa dan diwariskan secara turun-temurun. Proses pembuatannya dilakukan oleh warga melalui skala industri rumahan maupun UMKM yang melibatkan partisipasi beberapa rumah, terutama kalangan ibu rumah tangga. Keunikan opak Sangkanhurip terletak pada teknik produksinya yang tetap mempertahankan cara-cara tradisional, seperti penjemuran di bawah sinar matahari sebelum melalui proses penggorengan atau pembakaran. Metode ini menjadikan opak disini memiliki rasa gurih

alami dan tekstur renyah khas, yang membedakannya dari produk sejenis di daerah lain.



Gambar 6. Proses Pengolahan Opak
Sumber: Triyana *et al.*, 2025

7. Sale Pisang Aki Jati

Sale pisang yang diproduksi oleh salah satu UMKM di Desa Sangkanhurip, yaitu dengan merek Aki Jati menjadi sebuah potensi di sektor kuliner. Produk ini sudah ada sejak tahun 1930an sehingga resep yang digunakan hingga saat ini merupakan sebuah resep leluhur dengan cita rasa tradisional. Bentuk dari sale pisang ini juga khas dan berbeda dari yang lain, dibuat dengan bentuk lebar dan mirip seperti jari, bahkan sebagian orang mengatakan sale pisang ini dimiripkan seperti *talapok kuda* atau tapal kuda. Dari segi pemasaran, sale pisang ini sudah mengirimkan produknya ke dua tempat oleh-oleh di Bandung, yaitu Oncom Jaya dan Oncom Parahyangan. Selain itu, yang menjadi ciri khas

lainnya adalah jenis pisang yang digunakan, yaitu pisang ambon lumut karena teksturnya yang apabila dibuat semakin kering, maka akan semakin lentur.



Gambar 7. Produk Sale Pisang
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Setelah seluruh daya tarik serta potensi wisata berhasil diidentifikasi dan didokumentasikan, tahap berikutnya adalah menyusun tabel penilaian beserta indikator MSP+DM. Tabel ini akan menjadi acuan tetap dalam perencanaan program pembangunan, pemantauan proses dan kemajuan pembangunan, serta evaluasi pencapaian sasaran. Nilai dari setiap parameter digunakan untuk menilai beragam potensi dan daya tarik wisata kuliner maupun budaya di Desa Sangkanhurip, sehingga diperoleh gambaran mengenai kondisi awal kawasan. Berdasarkan hasil penilaian, potensi wisata budaya dan kuliner Desa Sangkanhurip termasuk dalam kategori RINTISAN, dengan rincian penilaian yang tercantum pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pengukuran Potensi Wisata Budaya dan Kuliner di Desa Sangkanhurip

OBYEK WISATA BUDAYA DAN KULINER		1. PEMASARAN (MARKETABILITY)					2. KEBERLANJUTAN (SUSTAINABILITY)						3. PARTISIPASI (PARTICIPATORY)					4. MITIGASI BENCANA (DISASTER MITIGATION)				
NO	ASPEK PENILAIAN	A	B	C	D	Sub total	A	B	C	D	E	F	Sub total	A	B	C	D	Sub total	A	B	Sub total	
1	KAMPUNG BUHUN	3	3	2	3	2.75	1	1	3	3	1	1	1.67	4	2	2	2	2.5	2	2	2	
2	PAKALANGAN BOJONGTANJUNGG	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	3	2.33	4	2	2	2	2.5	2	2	2	
3	PADEPOKAN TATARIKSA	4	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2.5	4	2	3	2	2.75	2	2	2	
4	KAMPUNG SAMARA	2	1	1	2	1.5	1	1	3	2	1	2	1.67	5	2	2	2	2.75	2	2	2	
5	SENTRA PRODUK CIRENG	4	3	2	4	3.25	1	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2.5	2	2	2	
6	SENTRA OPAK	2	2	1	2	1.75	1	1	3	2	1	1	1.5	4	2	2	2	2.5	2	2	2	
7	SALE PISANG AKI JATI	3	3	2	5	3.25	1	1	3	3	2	1	1.83	4	2	2	2	2.5	2	2	2	
						2.5							1.92						2.57			2
						RINTISAN							EMBRIO						RINTISAN			RINTISAN
																		TOTAL NILAI KAWASAN				
																		2.24				
													Kategori						RINTISAN			

Kategori

Mengacu pada penilaian Tabel 3 yang telah dilakukan analisis dan wawancara ke beberapa potensi atraksi wisata, Desa Sangkanhurip masuk ke dalam kategori sebagai desa RINTISAN dengan perolehan skor sebesar 2.24. Menurut Rosiana (2024), desa wisata rintisan merupakan desa yang potensi wilayahnya masih dalam tahap awal pengembangan dan umumnya terbatas pada skala lokal, jumlah pengunjung yang sangat minim, dan masih membutuhkan dukungan intensif dari pemerintah maupun pihak swasta untuk dapat berkembang secara optimal. Dengan demikian, berbagai peluang dan hambatan yang dimiliki desa perlu mendapat perhatian khusus dalam proses perencanaan dan pengembangannya.

Proses pembangunan desa wisata rintisan menghadapi sejumlah kendala, antara lain rendahnya pemahaman masyarakat terhadap potensi wisata yang dimiliki, kurangnya komitmen dari aparat pemerintah, keterbatasan sarana dan prasarana, serta daya tarik yang masih bertumpu pada potensi alam semata (Herman *et al.*, 2023; Sari *et al.*, 2022; Kabes *et al.*, 2022). Namun, selain mengandalkan potensi alam, peningkatan kapasitas desa wisata rintisan dapat diwujudkan melalui pelatihan pengembangan produk yang

kreatif guna memperkuat keterampilan masyarakat setempat, serta penyelenggaraan beragam kegiatan atau acara sebagai upaya menarik perhatian dan mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Abadiyah *et al.*, 2022). Berkaca dari Desa Sangkanhurip, potensi wisata yang memiliki peluang untuk dijadikan keunggulan kompetitif desa berasal dari keunikan tradisi budaya dan kuliner masyarakat disana. Menanggapi hal ini, warga Desa Sangkanhurip sudah menunjukkan kreativitas dan keaslian inovasi mereka yang mampu menciptakan daya saing destinasi, seperti hadirnya Kampung Samara, Sale Pisang Aki Jati dengan bentuk yang unik, dan penampilan atraksi budaya setempat dari Pakalangan Bojongtanjung dan Padepokan Tatariksa sehingga dapat menarik minat wisatawan dalam jumlah yang lebih besar ketika sudah dioptimalkan (Wardana *et al.*, 2021).

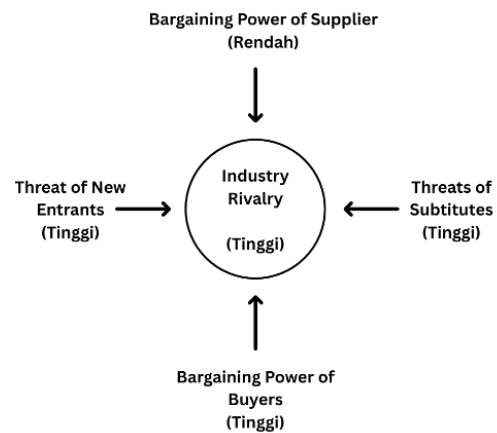
Pada aspek pemasaran dan partisipasi, rata-rata nilai yang diperoleh sama, yaitu sebesar 2.56 dengan kategori rintisan. Hal ini mendeskripsikan bahwa potensi daya tarik di bidang budaya dan kuliner sudah berjalan dengan cukup baik beriringan dengan mulai terbentuknya kesadaran masyarakat untuk menjadi fondasi dalam membangun pengelolaan wisata berbasis komunitas (CBT). Meskipun

demikian, peningkatan kapasitas sumber daya manusia masih sangat diperlukan untuk mendukung proses pengembangan yang lebih terarah dan menjangkau pasar yang lebih luas dalam rangka meningkatkan visibilitas dan daya saing dari tiap-tiap produk wisata.

Sementara itu, aspek keberlanjutan dan mitigasi bencana memperoleh rata-rata nilai masing-masing sebesar 1.93 dan 1.87, yang termasuk ke dalam klasifikasi embrio. Rendahnya skor pada kedua aspek tersebut menunjukkan bahwa perencanaan jangka panjang, sistem manajemen, dan upaya pelestarian budaya dan lingkungan belum berjalan secara optimal. Terlebih, setiap potensi atraksi wisata yang tertera pada Tabel 3 juga belum memasukkan perencanaan risiko bencana sebagai bagian dari integral dan strategi pembangunan wisata sehingga keselamatan wisatawan masih rentan terhadap risiko. Oleh karena itu, peningkatan aspek keberlanjutan di Desa Sangkanhurip perlu disertai dengan penguatan sistem mitigasi bencana sebagai bagian dari langkah pengembangan desa wisata yang berorientasi jangka panjang.

b. Porter's Five Forces Analysis

Model *Porter's Five Forces Analysis* disini digunakan untuk menilai tingkat daya tarik dan dinamika Desa Sangkanhurip melalui lima faktor utama, yaitu ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, ancaman dari produk pengganti, serta tingkat intensitas persaingan antar pelaku desa wisata (Silvia *et al.*, 2025). Analisis ini membantu desa dalam merumuskan strategi bersaing yang efektif berdasarkan kondisi struktur desa yang dihadapi. Hasil dari proses pengumpulan data kemudian dijadikan dasar untuk melakukan analisis dan penilaian strategi yang diterapkan oleh sejumlah kawasan potensi wisata budaya dan kuliner Desa Sangkanhurip, dengan mengacu pada lima komponen utama yang ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. *Porter's Five Forces Analysis*
Sumber: Porter, 1985

Industry Rivalry (Persaingan Industri)

Tingkat persaingan industri di Desa Sangkanhurip dapat terbilang tinggi karena aspek budaya dan kuliner saat ini banyak dijadikan sebagai daya tarik utama dalam pengembangan desa wisata, terlebih di Kabupaten Bandung, misalnya Desa Seni Jelesong dan Desa Alamendah yang menawarkan seni pencak silat, Desa Katapang yang mempunyai Sale Pisang Sumber Barokah, Desa Cilampeni yang memiliki Gepuk Cilampeni, Desa Sukamukti dengan aneka kue kering khas (rengginang, opak, dan keripik singkong), dan Desa Gandasari dengan seni bela diri Tarung Derajat dan kesenian Musik Karinding. Persaingan destinasi wisata di Desa Sangkanhurip Kecamatan Katapang dengan desa wisata lainnya diperkirakan akan semakin ketat, seiring dengan bertambahnya opsi destinasi baru yang ditawarkan kepada wisatawan. Terlepas dari beberapa persamaan jenis wisata yang ada, namun Desa Sangkanhurip tetap mempunyai wisata yang menjadi ciri khas yang tidak dapat ditemukan di desa lainnya, seperti cireng original dari DR Cireng, pengolahan bumbu tradisional di Kampung Samara, Sale Pisang Aki Jati yang memiliki bentuk unik, dan wisata budaya yang dikemas sebagai pagelaran seni budaya dengan nama “Muda Fest” yang menjadi pembeda dari desa-desa lainnya.

Selagi menikmati beragamnya kearifan lokal yang disediakan oleh desa, tentu wisatawan juga harus merasa aman dalam

konteks sigap apabila terjadi bencana, baik alam maupun non alam. Melihat data pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa aspek keberlanjutan serta mitigasi bencana memperoleh nilai yang relatif rendah. Sehingga, situasi ini menjadi urgensi bagi pengelola desa untuk melakukan sosialisasi menyeluruh kepada masyarakat Desa Sangkanhurip. Sementara itu, dalam menanggapi tingginya intensitas persaingan, diperlukan juga peningkatan kinerja pemerintahan dalam membuat kebijakan yang lebih responsif berdasarkan kebutuhan masyarakat melalui pendekatan *collaborative governance* atau tata kelola kolaboratif (Maksin *et al.*, 2025; Hahury, 2025), menggabungkan unsur alam, budaya, kreativitas, dan pengetahuan tradisional menjadi basis utama dalam mengembangkan inovasi desa (Zyanasya & Indratno, 2022; Mustoip *et al.*, 2022), dan merencanakan mitigasi bencana yang komprehensif guna meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi bencana sehingga potensi dampak negatif yang dapat membahayakan keselamatan masyarakat dan wisatawan dapat diminimalisir (Kemenparekraf RI, 2021; Lu *et al.*, 2020).

Threat of New Entrants (Ancaman dari Pendatang Baru)

Tingkat ancaman dari pendatang baru pada sektor wisata budaya dan kuliner di Desa Sangkanhurip dapat dikategorikan tinggi, mengingat masih terbukanya peluang diferensiasi produk dan relatif rendahnya hambatan masuk dalam desa ini. Sebagian besar produk budaya dan kuliner lokal, seperti opak, cireng, dan bumbu masak tradisional, belum memiliki perlindungan kekayaan intelektual atau standar branding yang kuat. Kondisi ini menjadikan produk-produk tersebut mudah ditiru, dimodifikasi, bahkan dikemas ulang oleh pelaku usaha baru yang memiliki strategi pemasaran dan inovasi yang lebih adaptif terhadap tren pasar modern. Dalam penelitian Pratiwi *et al.* (2025) menyoroti bahwa mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam strategi diferensiasi berkelanjutan dapat menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif

yang unik dan bertanggung jawab, menawarkan keaslian yang membedakan satu destinasi dari destinasi lainnya. Bahkan, studi lain menerapkan diferensiasi sebagai strategi defensif atau peningkatan untuk mengurangi persaingan atau mempertahankan pelanggan (Prisiliko *et al.*, 2022; Tongdaeng & Mahakanjana, 2022). Terlebih, menurut perangkat Desa Sangkanhurip dan pihak BUMDes, membangun usaha di sektor pariwisata memerlukan modal yang cukup besar, apalagi jika ingin bersaing dengan sejumlah destinasi yang ada di kawasan desa wisata maju. Oleh karena itu, walaupun sebuah desa memiliki kearifan lokal yang sangat unik, tetap diperlukan kesiapan modal yang memadai untuk menjalankan bisnis pariwisata. Sebagai salah satu contoh, jika ingin mengadakan pelatihan atau *workshop* sebagai bagian dari atraksi wisata, maka sarana prasarana penunjang dari destinasi tersebut perlu dioptimalkan dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan saat kegiatan berlangsung.

Bargaining Power of Suppliers (Daya Tawar Pemasok)

Pada aspek daya tawar pemasok dapat diklasifikasikan rendah karena kelompok pemasok utama di Desa Sangkanhurip terdiri atas petani, pengrajin, pelaku usaha mikro kuliner tradisional, serta komunitas budaya lokal yang menjadi penyedia bahan baku, produk, maupun jasa pendukung kegiatan wisata. Hal ini mengakibatkan tingginya ketergantungan masyarakat desa terhadap pihak pemasok sebagai sumber utama pengolahan produk mereka, sehingga minim sekali mengandalkan pasar di luar wilayah Sangkanhurip. Pada penelitian Robinson & Getz (2013), ditegaskan bahwa dalam konteks pariwisata kuliner yang berkelanjutan, ketika permintaan terhadap makanan lokal meningkat, maka produsen akan membutuhkan lebih banyak bahan baku yang juga berasal dari daerah yang sama untuk memenuhi kebutuhan permintaan tersebut. Kondisi ini selaras dengan hadirnya empat potensi wisata kuliner di Desa Sangkanhurip,

seperti Kampung Samara, Sentra Opak, Sentra Cireng, dan Sale Pisang Aki Jati yang juga memanfaatkan bahan utama pengolahan produknya dari pasar lokal. Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, pengelola wisata di Desa Sangkanhurip juga memiliki kebebasan dalam memperoleh bahan baku karena sejauh ini para pelaku wisata tidak terikat dengan kontrak maupun kerja sama resmi dengan pemasok tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Desa Sangkanhurip memiliki tingkat kendali yang relatif baik terhadap penyedia bahan baku atau dengan kata lain posisi tawar pemasok berada pada level yang rendah, sehingga ketergantungan desa terhadap pemasok tertentu tidak terlalu besar.

Bargaining Power of Buyers (Daya Tawar Pembeli)

Tingkat daya tawar pembeli pada sektor potensi wisata budaya dan kuliner di Desa Sangkanhurip tergolong tinggi, karena wisatawan dihadapkan pada beragam alternatif destinasi lain yang menyediakan pengalaman serupa dengan promosi serta kualitas fasilitas yang relatif lebih baik. Dalam dinamika pariwisata, wisatawan tidak hanya mendapatkan produk wisata yang sudah disediakan, melainkan juga turut berperan aktif dalam membangun pengalaman wisata yang mereka rasakan. Hal ini mendorong meningkatnya tuntutan terhadap keaslian daya tarik, kenyamanan layanan, serta ketersediaan informasi yang mudah diakses dan terbuka (Hanifah *et al.*, 2025). Sejalan dengan pandangan Buhalis & Karatay (2022), kemajuan teknologi digital serta keberadaan platform berbasis ulasan dan berbagi pengalaman telah memperkuat posisi tawar wisatawan karena mereka dapat membandingkan harga, mutu pelayanan, dan kualitas pengalaman antar destinasi secara cepat sebelum menentukan pilihan berkunjung. Berdasarkan penilaian dari analisis MSP+DM terhadap sejumlah potensi wisata di Desa Sangkanhurip yang tertera pada Tabel 3, rata-rata poin pada aspek pemasaran di sebagian kawasan masih cenderung tidak lebih dari angka 3, seperti Kampung Buhun,

Pakalangan Bojong Tanjung Kampung Samara, dan sentra opak, dan beberapa masih ada yang hanya memanfaatkan platform Youtube Official Sangkanhurip sebagai media informasi, bahkan ada yang belum menggunakan sama sekali, seperti Kampung Samara. Lebih lanjut, pada Tabel 3 aspek keberlanjutan poin E, yaitu respon wisatawan, hasil analisis menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke beberapa kawasan potensi wisata di Desa Sangkanhurip masih minim pengunjung dan belum menjadi prioritas wisatawan sebagai destinasi utama yang dikunjungi. Sehingga pengelola desa dan para pelaku usaha harus berusaha keras dalam menonjolkan keunikan dan potensi desa ke wilayah luar Desa Sangkanhurip untuk bisa mencapai ke kancah nasional bahkan internasional.

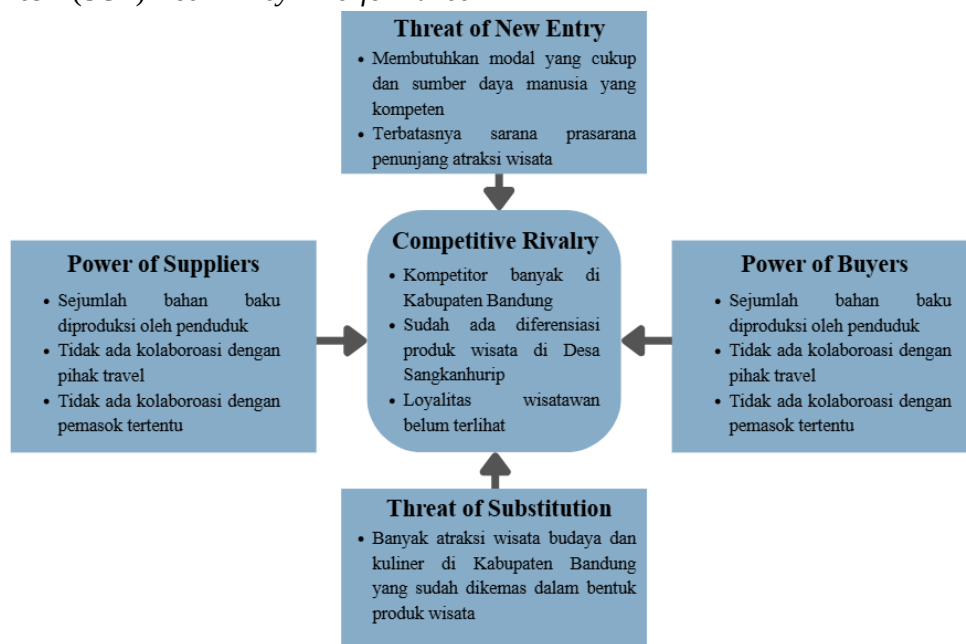
Threat of Substitute Products (Ancaman Produk Pengganti)

Tingkat ancaman produk substitusi dalam konteks wisata budaya dan kuliner di Desa Sangkanhurip tergolong tinggi karena karakteristik pengalaman wisata yang ditawarkan masih mudah tergantikan oleh bentuk wisata lain yang memiliki nilai tambah lebih tinggi, seperti agrowisata modern, wisata digital berbasis pengalaman virtual (*virtual tourism*), maupun wisata kuliner kontemporer yang lebih inovatif. Dari perspektif partisipasi indikator variasi daerah setempat (poin C) yang dapat dilihat pada Tabel 3, skor yang diperoleh masih tergolong rendah, yakni senilai 2 yang mencerminkan bahwa aspek kearifan lokal dan keunikan produk yang ada di Desa Sangkanhurip belum dikemas menjadi sebuah paket wisata yang sudah disusun, diolah, dan dipadukan sehingga bisa dinikmati oleh para pengunjung. Nilai ini mengindikasikan adanya kerentanan terhadap substitusi karena produk dan pengalaman wisata yang ditawarkan belum memiliki diferensiasi yang cukup kuat dibandingkan dengan destinasi serupa di desa wisata lainnya. Diferensiasi ini sangat penting untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman yang berkesan dan memperkaya di luar kegiatan wisata tradisional (Riptiono *et al.*,

2023). Kondisi tersebut juga menunjukkan perlunya penguatan standar mutu dan konsistensi produk wisata, baik dalam bentuk layanan, narasi budaya, maupun praktik berkelanjutan yang diterapkan. Aspek mutu dalam sebuah produk wisata telah menjadi prasyarat untuk bersaing dan menarik wisatawan di tingkat internasional (Mukayev *et al.*, 2020; Masa'deh *et al.*, 2017) dan setelahnya diperlukan standarisasi dari tiap-tiap produk wisata guna meningkatkan efisiensi operasional dengan menetapkan *Standard Operating Procedures* (SOP) dan *Key Performance*

Indicators (KPI) dalam memantau kegiatan pelaksanaannya (Banyeva *et al.*, 2023; Maia, 2023). Mengingat, produk-produk wisata yang sedang dikembangkan di Desa Sangkanhurip saat ini masih menunjukkan tingkat keseragaman dan koordinasi yang relatif rendah.

Gambar 9 menyajikan rangkuman keseluruhan data yang telah diperoleh dalam analisis *Porter's Five Forces* guna mengelompokkan berbagai informasi ke dalam kategori yang relevan sehingga memudahkan untuk menarik kesimpulan.



Gambar 1. Analisis *Porter's Five Forces* Desa Sangkanhurip sebagai Desa Wisata
Sumber: Porter, 1985 yang sudah dimodifikasi oleh penulis

Implikasi Kebijakan Penerapan dalam Wisata Budaya dan Kuliner

Berdasarkan hasil analisis MSP+DM dan *Porter's Five Forces*, Desa Sangkanhurip masih berada di fase perintisan dan harus konsisten dalam mengoptimalkan kedelapan potensi wisata budaya dan kuliner yang ada untuk meningkatkan daya saingnya sebagai desa wisata. Namun, sebelum melangkah lebih jauh Desa Sangkanhurip perlu menguatkan fondasinya sebagai kawasan desa wisata yang utuh dengan mengajak masyarakat untuk saling kompak dalam memajukan *branding* desa. Berkenaan dengan hal ini, strategi yang dapat diimplementasikan berdasarkan hasil analisis

MSP+DM dan *Porter's Five Forces* adalah sebagai berikut:

1. Pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh dan terstruktur tentang bagaimana sosok agen perubahan mampu mengembangkan potensi lokal yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kemandirian masyarakat. Hal ini bisa diawali dengan membentuk sebuah komunitas bersama, seperti membuat *WhatsApp Group* dari perwakilan tiap-tiap atraksi kuliner Desa Sangkanhurip sehingga informasi yang diberikan bisa tersampaikan secara merata.
2. Kepala Desa (Kades) dan jajaran pemerintah desa memegang peran penting

dalam kebersamaan masyarakatnya. Pengembangan desa wisata juga tidak lepas dari pengawasan Kades yang harus memastikan keberlanjutan dan partisipasi masyarakat dari tiap-tiap potensi wisata yang dikelola. Kemudian, ketika diadakannya kegiatan bersama atau sosialisasi, seperti pelatihan menggunakan platform media sosial sebagai alat promosi, Kades atau perwakilan jajaran pemerintah desa juga dipastikan untuk hadir untuk melihat secara langsung bagaimana antusias masyarakat dalam mengikuti kegiatan tersebut.

3. Melakukan pendataan ulang terkait potensi atraksi desa dan aktivitas jual beli warga, misalnya UMKM apa saja yang masih berjalan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis produk yang dijual sehingga memudahkan desa dan pihak eksternal untuk saling memberikan informasi.
4. Mengoptimalkan penggunaan media sosial resmi Desa Sangkanhurip melalui model konten yang menarik, desain yang kekinian, dan melibatkan warga sebagai *talent*. Konten tidak hanya berisikan atraksi-atraksi wisata saja, melainkan juga bisa berupa aktivitas sehari-hari warga di Desa Sangkanhurip.
5. Menetapkan regulasi bagi pengelola wisata untuk meminimalisir limbah yang dihasilkan. Hal ini bisa dimulai dari membagi tiga jenis tempat sampah (organik, anorganik, dan limbah berbahaya atau B3) dan kemudian bekerja sama dengan bank sampah setempat untuk mendaur ulang sampah-sampah tersebut.
6. Menyusun rangkaian kegiatan festival desa secara rutin yang menghadirkan seluruh produk wisata berbasis kearifan lokal Desa Sangkanhurip, mulai dari makanan khas, penampilan kesenian, hingga produk buatan dari desa, seperti cendera mata yang bisa dijadikan buah tangan oleh wisatawan nanti.
7. Mengingat masyarakat Desa Sangkanhurip cenderung banyak yang menanam jagung menjelang akhir tahun, bisa diagendakan sebuah upacara panen jagung raya untuk

meningkatkan rasa syukur sekaligus menguatkan hubungan sosial antar sesama yang juga nantinya bisa menjadi sebuah ciri khas baru dari Desa Sangkanhurip dalam menyambut akhir tahun.

Korelasi Analisis MSP+DM dan *Porter's Five Forces* dalam Perencanaan Pembangunan Desa Sangkanhurip

Dalam perencanaan pembangunan desa wisata, integrasi antara analisis internal dan eksternal menjadi pendekatan yang penting untuk menghasilkan strategi yang komprehensif. Peneliti menggabungkan analisis MSP+DM sebagai instrumen evaluasi internal yang dapat mengukur tingkat kesiapan dan kapasitas Desa Sangkanhurip dalam mengembangkan potensi wisatanya. Di sisi lain, analisis *Porter's Five Forces* digunakan untuk menganalisis struktur persaingan industri pariwisata yang dihadapi oleh Desa Sangkanhurip dari perspektif eksternal.

Melalui integrasi pendekatan MSP+DM dan *Porter's Five Forces*, Desa Sangkanhurip diharapkan mampu menyusun rencana yang lebih strategis dan terarah untuk memaksimalkan potensi wisata budaya dan kuliner sebagai desa wisata rintisan agar bisa menjadi desa wisata mandiri. Dengan begitu, penelitian ini menegaskan pentingnya untuk menguatkan strategi internal melalui berbagai aspek, seperti partisipasi aktif masyarakat untuk saling kompak memajukan Desa Sangkanhurip menjadi desa wisata yang berkelanjutan dan menarik banyak wisatawan.

KESIMPULAN

Desa Sangkanhurip memiliki potensi wisata budaya dan kuliner yang unik dan signifikan untuk dikembangkan menjadi sebuah desa wisata berbasis kearifan lokal. Berdasarkan hasil identifikasi, kawasan potensi-potensi tersebut masih tergolong sebagai RINTISAN sehingga kekompakkan masyarakat Desa Sangkanhurip perlu ditingkatkan lagi sebagai fondasi internal untuk membangun sebuah desa wisata yang mandiri. Keempat aspek dari hasil

analisis MSP+DM juga perlu didukung lagi oleh pihak masyarakat dan pemerintah, mulai dari melihat bagaimana sebuah desa wisata mandiri mempromosikan potensi-potensinya di media sosial dan menjadikannya acuan, memperhatikan dampak terhadap lingkungan untuk menjadi desa wisata berkelanjutan, meningkatkan keikutsertaan masyarakat sebagai pelaku wisata, dan merencanakan strategi kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi bencana sebagai desa wisata tangguh bencana.

Meninjau dari progres pembangunan desa wisata yang ada, Desa Sangkanhurip juga berada di lingkungan persaingan yang cukup kompetitif. Mengingat, banyaknya jumlah destinasi sejenis yang sudah lebih maju dan dikembangkan lebih dahulu. Maka dari itu, penelitian ini memberikan sejumlah poin saran dan rekomendasi.

Pengembangan Desa Sangkanhurip sebagai desa wisata perlu dilakukan secara terintegrasi melalui penguatan pemberdayaan dan kapasitas masyarakat, peran aktif pemerintah desa, dan optimalisasi potensi lokal yang dimiliki. Upaya tersebut meliputi peningkatan koordinasi antar pelaku melalui komunitas, pendataan potensi wisata secara terstruktur, pemanfaatan media digital untuk membangun citra desa sebagai desa wisata, serta mengedepankan prinsip pariwisata berkelanjutan. Selain itu, penyelenggaraan kegiatan budaya dan festival kuliner desa secara rutin juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik wisata. Adanya kolaborasi antar pemangku kepentingan dan perencanaan yang sistematis, diharapkan pengembangan Desa Sangkanhurip sebagai desa wisata dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi, sosial, serta budaya bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Abadiyah, N., Fediyanto, N., Rahma, Z., Nurrachma, F. S., & Safitri, S. G. (2022). Pemberdayaan Rintisan Desa Wisata Berbasis Pendampingan: Desa Ngembe, Beji, Pasuruan. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3, 604-610.

- Ahsan, M., Fitrianto, A. R., Niam, K., Fitriyah, R. D., & Insiyah, A. (2023). PKM Sosialisasi Tanggap Bencana dan Pengelolaan Berkelanjutan dalam Upaya Menjaga Wisata Alam di Desa Gosari. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(3), 461-478.
- Agustang, A., Adam, A., & Upe, A. (2021). Community Empowerment Strategy Towards A Sustainable Rural Community-Based Tourism Village. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(3), 2065–2076.
<https://www.tojqi.net/index.php/journal/article/view/1629>
- Amaliyah, R & Musa (2022). Sektor Pariwisata, Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Al-Iqtishad*, 18(1), 99-116.
- Amelia, R., Pasongli, H., Latupeirissa, A. N., Saprudin, S., & Aswan, M. (2024). Multi-risk Analysis of Geological Disasters in the Jailolo Coastal Area As A Disaster Mitigation-Based Tourism Development Strategy. *Jurnal Pendidikan, Sains, Geologi, dan Geofisika (GeoScienceEd Journal)*, 5(1), 68-74.
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-Based Tourism Village Development Strategies: A Case of Borobudur Tourism Village Area, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398-413.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Pendataan Potensi Desa (Podes) 2021. Badan Pusat Statistik Press. Kabupaten Bandung.
- Banyeva, I., Kushniruk, V., Pavliuk, S., Ivanenko, T., & Velychko, O. (2023). Quality Management Strategies in The Hotel and Restaurant Industry: Best Practices and Challenges. *Economic Affairs*, 68(3), 1653-1664.
<https://doi.org/10.46852/0424-2513.3.2023.30>
- Bappenas. (2024). Ringkasan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025-2029. Jakarta: Bappenas.
- Bruijl, G. H. T. (2018). The Relevance of Porter's Five Forces in Today's Innovative and Changing Business Environment. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 4(1), 1–22.

- Buhalis, D., & Karatay, N. (2022). Mixed Reality (MR) For Generation Z in Cultural Heritage Tourism Towards Metaverse. *ENTER22 e-Tourism Conference*, 16-27. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94751-4_2
- Czinkota, M.R., Kotabe, M., Vrontis, D. and Shams, S.M.R. (2021). "An Overview Of Marketing", Marketing Management, Pearson Prentice Hall, Hoboken, NJ, 1-42
- Dahal, B., Anup, K. C., & Sapkota, R. P. (2020). Environmental Impacts of Community-Based Home Stay Ecotourism in Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 11(1), 60-80. <https://doi.org/10.3126/gaze.v11i1.26618>
- Fauzi, R. A., Saputra, Y. M., Ma'mun, A., & Safari, I. (2025). Exploration of Sustainable Potential Sports Tourism in Sumedang, Indonesia Using Multi-Criteria Decision-Making. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(1), 1-20.
- Hadi, S., Mansur, A., & Jabbar, U. A. (2024). Pengembangan Keunggulan Bersaing Destinasi Wisata Glamping pada Desa Wisata Mangli Kabupaten Magelang. *Jurnal Darma Agung*, 32(5), 270-277.
- Hanifah., Mala, I. K., Sutantri., & Anam, H (2025). Daya Tawar Konsumen Yang Meningkat: Tantangan Baru Bagi Produsen. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 5(1), 103-113.
- Hahury, J. F. (2025). Collaborative Governance Guna Efektivitas Pemerintahan Kelurahan Sengkuang Kecamatan Sintang. *FOKUS: Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 23(1), 175-187.
- Herman, H., Rizkiyah, P., Widjaja, H. R., & Junaid, I. (2023). Determinant Factors in Managing Tourism Village. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 7(1), 67–80. <https://doi.org/10.34013/jk.v7i1.1129>
- Hsu, J. L., & Sharma, P. (2023). Disaster and Risk Management in Outdoor Recreation and Tourism in The Context of Climate Change. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 15(5), 712-728.
- Indrayani, I. A. D., Prabawati, N. P. A., & Yudartha, I. P. D. (2024). Collaborative Governance Berbasis Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan (Studi Kasus: Desa Wisata Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar). *Ethics And Law Journal: Business And Notary*, 2(2).
- Junaid, I. Tantangan dan Strategi Pengelolaan Desa Wisata: Perspektif Peserta Pelatihan Pariwisata. *Journal of Mandalika Review*, 2(2), 1-14. <https://doi.org/10.55701/mandalika>
- Kabes, R., Soedwihajono, S., & Suminar, L. (2022). Kajian Potensi Dan Permasalahan Desa Ponggok, Kabupaten Klaten, Sebagai Desa Wisata. *Desa-Kota*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.20961/desakota.v4i2.57588.128-139>
- Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal Dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1), 10–27. <https://doi.org/10.15575/likuid.v1i1.12731>
- Kemenparekraf. 2021. Desa Wisata Terus Tumbuh Menjadi Destinasi Wisata Alternatif. Diakses dari: <https://kemenparekraf.go.id/kebijakan/Desa-Wisata-Terus-Tumbuh-Sebagai-Pariwisata-Alternatif>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2021). Mewaspadaai Bencana di Destinasi Wisata. Diakses dari: <https://www.kemenparekraf.go.id/rumah-difabel/Mewaspadaai-Bencana-di-Destinasi-Wisata>
- Kurnianingrum, D., & Ratnapuri, C. I. (2020). Competitiveness Analysis to Increase Dusun Wangun Potential as a Tourism Village. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1). <https://doi.org/10.25124/jmi.v20i1.2794>
- Lu, X., Yang, Z., Xu, Z., & Xiong, C. (2020). Scenario Simulation of Indoor Post-Earthquake Fire Rescue Based on Building Information Model and Virtual Reality. *Advances in Engineering Software*, 143, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.advengsoft.2020.102792>

- Maia, A. (2023). Application of ISO Standards in Hospitality Industry and Challenges of Georgia. *Scientific Collection «InterConf+»*, (36), 7-16. <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.08.2023.001>
- Makandwa, G., de Klerk, S., & Saayman, A. (2023). Culturally-Based Community Tourism Ventures in Southern Africa and Rural Women Entrepreneurs' Skills. *Current Issues in Tourism*, 26(8), 1268-1281. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2052267>
- Maksin, M., Septiandika, V., Yunus, E. Y., Puspitarini, R. C., & Faizzah, N. (2025). Peran Collaborative Governance Dalam Meningkatkan Efektivitas Penanggulangan Kemiskinan Kota Probolinggo. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 22(1), 57-63.
- Marhesa, R. H., Hakim, L., & Pangestuti, E. (2022). Analisis Keberlanjutan Desa Wisata Ngargoretno, Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang. *Jurnal Tata Kota dan Daerah*, 14(1), 25-34.
- Maryani, P. D. (2020). Dampak Pengembangan Desa Wisata Wukirsari Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal Tahun 2017-2018. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 115. <https://doi.org/10.22146/jpt.58376>
- Masa'deh, R., Al-Badi, A., Abu-Hlalah, A., Alkhal, R., & Zytoon, S. (2017). Factors Affecting User's Satisfaction of Tourism Board Website and Its Impact on Continuous Intention to Use. *International Journal of Business Administration*, 8(4), 1-15. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n4p1>
- Miller, H. E., Engemann, K. J., Yager, R. R., & Yager, R. R. (2006). Communications of the IIMA Disaster Planning and Management Disaster Planning and Management. *Communications of the IIMA*, 6(2). Retrieved from <http://scholarworks.lib.csusb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1308&context=ciima>
- Mukayev, Z. T., O zgeldinova, Z. O., Janaleyeva, K. M., Ramazanova, N. Y., & Zhanguzhina, A. A. (2020). Assessment of The Tourist Recreation Capacity of Lake Alakol Basin. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 30(2), 875-879. <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl13-517>
- Mustoip, S., Al Ghazali, M. I., & Aziz A, M. F. (2022). Mewujudkan Potensi Desa Gintungranjeng melalui Pendekatan Asset-Based Community Development. *Inisiatif: Jurnal Dedikasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 44-55. <https://doi.org/10.61227/inisiatif.v1i2.90>
- Ngo, T. H., & Creutz, S. (2022). Assessing The Sustainability of Community-Based Tourism: A Case Study in Rural Areas of Hoi An, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2116812.
- Pangarkar, N., & Prabhudesai, R. (2024). Using Porter's Five Forces Analysis to Drive Strategy. *Global Business and Organizational Excellence*, 43(5), 24-34. <https://doi.org/10.1002/joe.22250>
- Prasongthan, S., & Silpsrikul, R. (2023). The Connection of Slow Food Principle With Community – Based Tourism in Thailand: Investigating Generation Y Perception. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 48(2), 709-716. <https://doi.org/10.30892/gtg.482spl04-1070>
- Pratiwi, R., Arilaha, M. A., & Loppies, Y. (2025). The Influence of Applying Local Wisdom in Sustainable Differentiation Strategy to Achieve Competitive Advantage in The Tourism Industry. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1445(1), 1-10. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1445/1/012025>
- Priatmoko, S. (2018). Analysis of Marketability, Sustainability, Participatory and Disaster Mitigation (MSP+ DM) For The Development Of Rural Community-Based Tourism (CBT) Destinations Case Study: Depok Beach, Bantul, Yogyakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 202(1), 1-9. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/202/1/012032>
- Priatmoko, S., Purwoko, Y., & Anwani. (2019). Mitigasi Bencana Daerah Tujuan Wisata Studi Kasus: Pentingsari, Nglanggeran, Penglipuran. *Jurnal of Tourism Destination and Attraction*, 7(2), 99-106. <https://doi.org/10.35814/tourism.v7i2.1044>

- Priatmoko, S., Purwoko, Y., & Anwani. (2020). Does the Context of MSPDM Analysis Relevant in Rural Tourism?: Case Study of Pentingsari, Nglanggeran, and Penglipuran. *International Conference on Creative Economics, Tourism, and Information Management (ICCETIM)*, 15-21. <https://doi.org/10.5220/0009857400150021>
- Prisiliko, O., Yunus, F., & Stiawan, E. (2022). Potensi Wisata Halal di Desa Rindu Hati Kabupaten Bengkulu Tengah Menggunakan Pendekatan Porter Five Forces. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 129-138.
- Purwandini, K., Hamdi, E., Anindita, R., & Munandar, A. (2025). Analysis of 5 Porter Force in the Contemporary Tourism Development Business" Le Hu Garden". *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 7222-7236.
- Ripaldi, D. (2022). Kabupaten Bandung Bakal Ciptakan 100 Desa Wisata. Diakses pada 24 November 2025.
- Riptiono, S., Wibawanto, S., Raharjo, N. I., Susanto, R., Syaputri, H. S., & Bariyah, B. (2023). Tourism Revisit and Recommendation Intention on Heritage Destination: The Role of Memorable Tourism Experiences. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(1), 201– 210. <https://doi.org/10.32535/jicp.v6i1.2244>
- Riyadi, F. A., Putro, D. A., & Parantika, A. (2023). Identitas Budaya dan Kuliner Yogyakarta Sebagai Gastronomi dan Perspektif Pariwisata Yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 152-161.
- Robinson, R. N., & Getz, D. (2013). Food Enthusiasts and Tourism: Exploring Food Involvement Dimensions. *Journal of Hospitality & Tourism: Exploring Food Involvement Dimensions*, 29(1), 3-19.
- Rosiana, L. (2024). Analisis Efektivitas Biaya dalam Pendampingan Penerapan SNI CHSE Desa Wisata Kategori Rintisan dan Kategori Berkembang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 9(1), 144–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jimmu.v9i1.21582>
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., de Pablo Valenciano, J., & Gázquez-Abad, J. C. (2020). Rural Tourism and Development: Evolution in Scientific Literature and Trends. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(7), 1322-1346. <https://doi.org/10.1177/1096348020926538>
- Safira, S. N., & Fauziah, S. (2023). Optimalisasi Desa Wisata Melalui Festival Wisata Kuliner Di Desa Kedungpari Jombang. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 7-15. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.837>
- Sari, Y. R., Marta, A., Indra Jaya, W., & Handayani, D. W. (2022). Peluang Kolaborasi Penta Helix bagi Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Lampung. *Jiip: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 119–135. <https://doi.org/10.14710/jiip.v7i2.14465>
- Setyani, N. H., Bintarawati, F., & Fitria, A. (2024). Pengembangan Wisata Halal Dan Destination Branding Di Komunitas Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(4), 837-847.
- Silvia, M., Shiddied, D. F., & Roji, F. F. (2025). Strategi Bersaing Live Streaming Tiktok dengan Pendekatan SOAR dan Porter Five Forces pada Brand Kuliterian. *Journal of Management and Digital Business*, 5(1), 195-214.
- Sinaga, N. M. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Desa Wisata Kampung Lama Kabupaten Deli Serdang Berbasis Potensi Lokal. *Tourism, Hospitality And Culture Insights Journal*, 3(1), 80-87.
- Situmorang, M. K., Kalingga, Q. R. H., Surbakti, K., Silalahi, N. K., Umar, M., Adelia, T., Sipayung, R., & Tarigan, F. (2023). Kreasi Pengolahan Limbah Rumah Tangga Menjadi Craft Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Pendukung Pengembangan Desa Wisata Percut Sei Tuan. *Abdi Parahita*, 1(2), 147-158.

- Sumarmi, Bachri, S., Sholeha, A.W., Kurniawati, E., Hakiki, A.R., & Hidiyah, T.M. (2023). Development Strategy For Special Interest Tourism (SIT) Through Community – Based Ecotourism (CBET) in Perawan Beach Promote a Sustainable Economy. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 48(2), 696708. <https://doi.org/10.30892/gtg.482spl03-1069>
- Sunarti, S., Damayanti, M., Rahdriawan, M., Untari, R., Iffaty, A., & Rahmadani, S. 2025. Pengembangan Wisata Rintisan Berbasis Keunggulan Kompetitif di Desa Wisata Montongsari, Kabupaten Kendal. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 21(1), 82-95.
- Tongdaeng, W., & Mahakanjana, C. N. (2022). Thai SMEs' Response in The Digital Economy Age: A Case Study of Community-Based Tourism Policy Implementation. *Social Sciences*, 11(4), 180.
- Triyana, C. S., Tsaniah, I., Turgarini, D., & Sudono, A. (2025). Potensi Desa Wisata Budaya Sangkanhurip. *Warta Pariwisata*, 23(1), 29-34. <http://doi.org/10.5614/wpar.2025.23.1.05>
- UNEP. (2011). Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. Sustainable Development. <http://doi.org/10.1063/1.3159605>
- Wardana, I. M., Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., & Setini, M. (2021). Comparative and Competitives Advantages: Perspective of Rural Tourism (Study on Tourism in the Province of Bali Indonesia). *Geojournal of Tourism and Geosites*, 33(4), 1493 – 1500. <https://doi.org/10.30892/gtg.334spl07-598>
- Widianingsih, I., McIntyre, J. J., Rakasiwi, U. S., Iskandar, G. H. & Wirawan, R. Indigenous Sundanese Leadership: Eco-Systemic Lessons on Zero Emissions: A Conversation with Indigenous Leaders in Ciptagelar, West Java. *Syst. Prac. Act. Res.* 36(2), 321–353. <https://doi.org/10.1007/s11213-022-09606-y>
- Wijaya, M. I. H., Puspasari, D. A., Ariani, N. M., Susanti, R., & Ichsanudin, H. (2023). The Future Of Kudus As A Religious City in Central Java. *Jurnal Pengembangan Kota*, 11(2), 155-166. <https://doi.org/10.14710/halal.v%25vi%25i.15801>
- Wikantiyoso, R., Cahyaningsih, D. S., Sulaksono, A. G., Widayati, S., Poerwoningsih, D., & Triyosoputri, E. (2021). Development of Sustainable Community-Based Tourism in Kampong Grangsil, Jambangan Village, Dampit District, Malang Regency. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 9(1), 64-77.
- Yang, J., & Zhu, G. (2021). The Recovery Strategy of Rural Tourism In The Post-Epidemic Period. *Atlantic Press*, 614, 136–140.
- Zalukhu, S. G., & Aryaningtyas, A. T. (2024). Mengangkat Tradisi 'Merti Desa'Doplang sebagai Produk Wisata Budaya Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 10(2), 260-272.
- Zielinski, S., Jeong, Y., & Milanés, C. B. (2021). Factors That Influence Community-Based Tourism (CBT) in Developing and Developed Countries. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 1040-1072.
- Zulhuda, R., Delima, I. P., Oktavianti, W., & Azizah, F. (2025). Kearifan Lokal sebagai Sumber Inspirasi dalam Pengembangan Produk Wisata Budaya Kreatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 2089-2100.
- Zyanasya, S. A., & Indratno, I. (2022). Kajian Potensi Desa sebagai Aset dalam Pengembangan Desa Wisata Rawabogo. *Bandung Conference Series Urban & Regional Planning*, 2(2), 180-188. <https://doi.org/10.29313/bcsurp.v2i2.ID>