

# Strategi Pentahelix pada Perencanaan Pariwisata di Desa Hegarmukti, Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat

Muhammad Alfian Hakim <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup> alfianhakim@gmail.com

\*Corresponding author:

## ARTICLE INFO

### Keywords

Pentahelix Strategy;

Tourism Plan;

Strategic Management;

## ABSTRACT

*At the present time, tourism in Indonesia is growing very rapidly. The role of the stakeholder is very necessary for terms of planning a tourist destination because it can help to develop tourism potential in a village. This study focuses on discussing the pentahelix strategy in tourism planning in tourist villages. This study's purpose is to determine strategy in tourism planning for Hegarmukti Village, Cikarang, Bekasi Regency, West Java, using pentahelix model from 5 stakeholders. This research used qualitative research methods. This study found the role for each stakeholders are: the academics focus on tourism planning based on current theories, the government focuses on policymakers in developing tourism potential, business people is as a nail in creating added value and maintaining surrounding economic growth, and the role of the community is to help manage tourism potential and the role of the media is to promote and help to inform the wider community about the tourism potential that exists in the village. As the result of all the analysis from stakeholders, there are 3 focussed strategies for Desa Wisata Hegarmukti, in term of developing tourist attraction through culture and nature, and also infrasturure and facility development.*

## PENDAHULUAN

Di era saat ini, terlebih pasca pandemi Covid-19, peranan sektor pariwisata nasional semakin penting. Hal ini juga sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia.

Saat ini, desa wisata menjadi salah satu fokus yang tengah dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai wisata alternatif. Menurut Nuryanti dalam (Setiawan & Tricahyo, 2021), 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.

Desa memiliki potensi besar untuk dapat dijadikan sebagai suatu destinasi wisata. Saat ini juga sudah banyak terdapat desa yang sukses menjadi desa wisata, salah satunya adalah desa Pujon Kidul di Malang yang menghasilkan penghasilan Rp1.200.000.000 per tahun (Kumparan.com,2021). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, menyebutkan Desa Pujon Kidul menjadi salah satu desa wisata yang berhasil mendorong perekonomian desa. Hal itu terbukti dengan meningkatnya penghasilan tahunan desa tersebut sebesar 100 kali lipat.

Ada juga Desa Sekapuk Gresik yang sukses menjadi desa wisata keberhasilan Desa Sekapuk menjadi juara dalam program Desa BRILian ini tidak lepas dari pencapaian BUMDes dan pemerintah desa yang mampu mengoptimalkan sumber daya alam dan manusia di Desa Sekapuk (Merdeka.com,2021). Atau, Desa Wisata Cibuntu yang telah sukses menjadi desa wisata dan meraih penghargaan sebagai sebuah desa wisata yang pesonanya diakui oleh dunia internasional (liputan6.com, 2021).

Tidak semua desa bisa mendapat predikat sebagai desa wisata, karena untuk mewujudkan desa wisata diperlukan adanya tahapan-tahapan. Dalam mewujudkan desa wisata diperlukan adanya kerjasama yang baik antar *stakeholder* guna membantu dalam mengembangkan suatu potensi wisata di

desa. Peran pentahelix di sini sangat berpengaruh di mana *stakeholder* akan menjadi acuan utama yang dapat membantu suksesnya desa wisata dalam mengembangkan potensi yang ada di desa tersebut. Hal ini juga dinyatakan oleh Pusparani dan Rianto (2021:8) bahwa konsep pentahelix berdampak sangat signifikan dalam perkembangan desa wisata. Koordinasi dan kolaborasi yang sinergis dari stakeholder yang termasuk ke dalam pentahelix sangat diperlukan untuk pengembangan sebuah desa wisata.

Di Desa Hegarmukti tempat di mana peneliti melakukan penelitian ditemukan potensi wisata yang dapat menjadi daya tarik pariwisata. Bahkan desa wisata ini mendapatkan predikat sebagai desa wisata dan masuk nominasi sebagai 300 anugrah desa wisata (Jadesta.com,2021). Namun, peranan *stakeholder* dalam pengelolaan desa wisata ini belum terkoordinasi dengan baik. Padahal kelima elemen pentahelix sudah ada, yaitu akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas, dan media.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pentahelix yang tepat dalam perencanaan pariwisata di Desa Hegarmukti, Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, agar dapat berkembang menjadi desa wisata yang lebih baik, lebih dikenal, dan lebih diminati oleh wisatawan.

### Manajemen Strategi

Menurut Gluck dan Jaunch dalam (Faizah 2019:18), manajemen strategi merupakan suatu arus keputusan dan tindakan yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi atau strategi yang efektif untuk membantu mencapai apa yang menjadi sasaran organisasi atau perusahaan.

Menurut Dafid dalam (Wahyuningsih,2018:7), mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan- keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional

Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

### Strategi Pentahelix

Strategi Pentahelix merupakan konsep kolaborasi yang pertamakali diperkenalkan oleh Menteri Pariwisata periode tahun 2014-2019 Arif Yahya, yang terdapat dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Wisata Berkelanjutan. Dalam peraturan ini dituliskan bahwa dorongan sistem kepariwisataan diperlukan melalui optimasi peran *Academician* (Akademisi), *Business* (Bisnis), *Community* (Komunitas), *Government* (Pemerintahan), dan *Media* (Publikasi) atau biasa disingkat menjadi ABCGM agar dapat terintegrasi dengan baik dan menciptakan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, serta pengalaman, dan nilai manfaat kepariwisataan agar dapat memberikan keuntungan dan manfaat pada lingkungan dan masyarakat.

Menurut Lindmark dkk dalam Rahu (2021:18) strategi Pentahelix merupakan strategi dalam dunia pariwisata yang melibatkan unsur- unsur masyarakat serta lembaga non-profit untuk mewujudkan suatu inovasi didukung dengan sumberdaya dan potensi wisata yang ada. Strategi Pentahelix pada pariwisata di Indonesia dikenal dengan strategi ABCGM singkatan dari (*Academic, Bussiness, Community, Government and Media*).

Strategi Pentahelix yang merupakan kegiatan kerja sama antar lini/bidang *Academic, Business, Community, Government, dan Media*, atau dikenal sebagai ABCGM diketahui akan mempercepat pengembangan potensi di desa wiata yang cukup besar (Rahu,2021:18)

### Perencanaan

Perencanaan pariwisata adalah suatu kegiatan dalam pariwisata mengenai proses menentukan suatu hal yang ingin dicapai serta menetapkan suatu tahapan yang dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan. Martin dalam (Auliya,2019:65), perencanaan pariwisata dapat dilakukan sebagai kegiatan dinamis dan sistematis, itu perlu proses yang berkelanjutan dalam menentukan tujuan, strategi dan Tindakan yang diambil untuk perubahan lingkungan yang baik di dalam dan di luar untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh daerah.

Menurut Riadi dalam (Resdiana dkk,2019:37) Perencanaan pariwisata merupakan proses pembangunan yang dimaksudkan untuk melakukan perubahan bagi suatu potensi pariwisata baik bagi komunitas, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan sekitar dengan memanfaatkan berbagai sumberdaya

yang ada dan harus memiliki orientasi yang bersifat menyeluruh, lengkap tapi tetap berpegang teguh terhadap azas prioritas.

Perencanaan pariwisata merupakan langkah-langkah atau tahapan-tahapan dalam penyusunan suatu rencana pariwisata demi tercapainya tujuan yang diinginkan (Amanda dkk, 2019:513)

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan kualitatif di mana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Moleong, 2016:11).

Penggunaan dari metode tersebut diharapkan dapat menghasilkan suatu uraian-uraian secara mendalam tentang suatu ucapan, tulisan, dan suatu perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, organisasi, maupun masyarakat sekitar untuk memperoleh data, peneliti melakukan wawancara secara mendalam dan observasi guna mendapatkan data.

Wawancara dilakukan pada informan-informan kunci yang diyakini bisa memberikan gambaran tentang strategi pentahelix dan perencanaan pariwisata di Desa Wisata Hegarmukti, sebagai variabel penelitian yang ingin digali. Informan yang dipilih sudah mewakili semua elemen dari strategi pentahelix.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode menurut Miles dan Hubberman dalam (Rijali, 2018: 83) mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisa data, yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Desa Wisata Hegarmukti**

Desa Hegarmukti pada tahun 2019 memiliki luas wilayah desa/kelurahan seluas 7,52 km<sup>2</sup> dan memiliki akses yang sangat strategis, memiliki beberapa wilayah, memiliki fasilitas pendidikan, dan Jumlah penduduk. Desa Hegarmukti adalah desa yang memiliki potensi akan pariwisata. Desa ini menjadi icon baru bagi pariwisata yang ada di Kabupaten Bekasi. Salah satu yang dapat dijadikan sebagai potensi pariwisata adalah Situ Binong. Situ Binong menjadi keunggulan di Desa Hegarmukti yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian dari masyarakat sekitar serta ekonomi masyarakat dengan berwawasan lingkungan.

Objek wisata Situ Binong atau dikenal juga dengan nama Situ Rawa Binong, memiliki akses yang sangat strategi, berada di tengah kawasan industri besar seperti Delta Mas, Jababeka, Lippo Cikarang, Kawasan Industri Terpadu Indonesia Cina (KITIC), dan Greenland International Industrial Centre (GIIC). Desa Hegarmukti memiliki akses terdekat ke pintu tol Cikarang Pusat hanya dengan 1 menit dari pintu tol tersebut dan didukung dengan infrastruktur jalan beraspal yang sangat lebar.

Potensi pariwisata yang ada di Desa Hegarmukti tidak hanya Rawa Binong saja, akan tetapi nilai budaya yang menjadi daya tarik utama berupa upacara Sedekah Bumi yang masih menjadi tradisi masyarakat sekitar dan menjadi adat tahunan oleh masyarakat sekitar. Momen adat Sedekah Bumi tersebut selalu ditunggu-tunggu oleh masyarakat sekitar untuk bentuk rasa syukur dan menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun manca negara. Karena selain dipandang unik dan menarik didalamnya terdapat suatu nilai kebudayaan berupa tradisi ruwatan, ngawinkeun cai, potong hewan kerbau, ngarak tumpeng, persembahan hasil bumi dan pegelaran seni traditional yang merupakan khazanah seni budaya asli Indonesia. Pada suasana tradisi tersebut menggambarkan kehidupan masyarakat tempo dulu, mulai dari busana yang dipakai oleh masyarakat sekitar dan jajanan tradisional yang disediakan oleh masing-masing kelompok RT dan RW.

Bagi para wisatawan yang menyenangi kesenian tradisional, dapat berkunjung ke Sanggar Seni Cahaya Gumelar yang bertempat di Kampung Budaya Desa Hegarmukti. Di tempat ini wisatawan dapat belajar mengenai kebudayaan tradisional setempat bisa berupa tarian, alat musik, dll dan didampingi oleh para ahli dalam bidang tersebut.

Perencanaan merupakan suatu proses atau tahapan awal dalam menyusun suatu kegiatan dasar yang perlu dilakukan dalam pengembangan suatu potensi dari berbagai hal. perencanaan Pariwisata saat ini telah berkembang menjadi salah satu industri terbesar yang dapat menaikkan devisa suatu negara, yang dapat dilihat dari jumlah kunjungan disetiap tahunnya. Pada saat ini segala macam kegiatan yang bersangkutan dengan pariwisata tidak hanya memberikan pelayanannya saja, tetapi harus menciptakan pengalaman bagi wisatawan yang berkunjung.

Kolaborasi pentahelix yang merupakan kerjasama dari 5 stakeholder yang dapat mempengaruhi perkembangan suatu potensi pariwisata yang ada di daerah yang dimana didalamnya terdapat beberapa bidang diantaranya adalah Akademisi (*Academic*), Bisnis (*Bussines*), Komunitas (*Community*), Pemerintahan (*Government*), Media Publikasi (*Media*) atau biasa disingkat menjadi ABCGM. Strategi pentahelix ini diharapkan akan mempercepat pengembangan potensi pariwisata khususnya di desa wisata yang cukup besar.

## Peranan Stakeholder

### Akademisi

Akademisi merupakan *stakeholder* dari perguruan tinggi yang ahli dalam bidangnya. Dalam hal ini akademisi melakukan dan membuat suatu kegiatan dengan melihat dari teori-teori yang ada, hal ini pihak akademisi memberikan pengetahuan mengenai suatu konsep atau teori-teori terbaru yang relevan yang dapat dikembangkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam segi menejemen perencanaan merupakan salah satu bagian dari manajemen, seperti membuat *planning*, perencanaan awal, atau langkah kerja awal dalam penyusunan suatu rencana yang berguna untuk mencapai suatu tujuan. Organizing yaitu proses dalam mengatur jalannya suatu pekerjaan seperti pengaturan jadwal, melakukan pengelompokan, dll, Actuating yaitu mengimplementasikan yang sudah direncanakan dan dijadwalkan sesuai dengan hal yang sudah direncanakan sebelumnya dan hal ini menjadi langkah terpenting untuk mencapai kesuksesan. Controlling adalah suatu hal yang dilakukan untuk memastikan alur kerja apakah sudah sesuai dengan rencana atau belum terealisasikan.

Perencanaan memiliki beberapa tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan seblumnya untuk dijalankan. Perencanaan tersebut juga dapat berupa visi dan misi, Dari tahapan-tahapan tersebut dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam mencapai tujuan. Dalam tahapan perencanaan destinasi wisata, hal ini bisa dijadikan sebagai langkah awal dalam melakukan pembangunannya seperti identifikasi masalah, potensi pariwisata yang dapat dikembangkan, area yang dapat dijadikan daya tarik wisata, fasilitas pendukung, dan analisis situasi.

Desa Hegarmukti memiliki potensi pariwisata yang dapat direncanakan dan dikembangkan sebagai desa wisata dikarenakan telah memenuhi beberapa kriteria dan memiliki beberapa objek yang dapat menjadi potensi akan wisatawan berkunjung ke tempat tersebut. Dalam perencanaan pembangunan pariwisata di Desa Hegarmukti dari segi akademisi terdapat beberapa langkah-langkah seperti:

- a. Melihat atau menganalisis potensi apa yang dapat dikembangkan di Desa Hegarmukti
- b. Mengidentifikasi masalah
- c. Membuat perencanaan

Dalam perencanaan pariwisata di Desa Hegarmukti perlu diperhatikan beberapa komponen seperti atraksi, amenitas, aksesibilitas yang mana hal tersebut menjadi gambaran dan menjadikan komponen utama untuk apa saja yang perlu diperbaiki atau dirasa kurang. Dalam hal ini pentingnya memerhatikan komponen pariwisata yang dapat direncanakan dalam pengembangan suatu potensi pariwisata sangatlah penting, dikarenakan komponen pariwisata tersebut menjadi kunci utama dalam pembenahan yang dapat diunggulkan dan diperhatikan.

Tidak hanya penjelasan tentang perencanaannya saja tetapi terdapat teori-teori yang bisa dijadikan sebagai faktor utama dalam melakukan suatu perencanaan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Jhon Freidman dalam bukunya yang berjudul *Planning in The Public Domain* yaitu perencanaan itu mengandung 4 unsur utama yaitu perencanaan adalah cara untuk memikirkan persoalan-persoalan ekonomi, perencanaan selalu berorientasi ke masa depan, perencanaan memberikan perhatian pada keterkaitan antara pencapaian tujuan dan proses pengambilan keputusan, dan perencanaan mengedepankan kebijakan dan program yang komperhensif.

Hasil pembahasan akademisi menunjukkan bahwa peran akademisi dibidang perencanaan pariwisata berperan sebagai pembuat konsep atau konseptor hal ini ditunjukkan dengan jawaban yang diucapkan oleh narasumber yaitu mengenai perencanaan pariwisata yang mengacu terhadap teori-teori dan menggunakan metode atau ilmu-ilmu yang ada dalam materi. Dari hasil wawancara dengan akademisi yang sudah pernah ikut terjun langsung melakukan observasi lapangan di Desa Wisata Hegarmukti, maka atraksi wisata yang potensial untuk dikembangkan adalah wisata budaya dan wisata alam.

### Bisnis

Pebisnis merupakan pelaku kreatifitas yang membantu suatu tempat wisata agar dapat dikenang oleh wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Pebisnis ini diharapkan menciptakan nilai tambah

dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Pebisnis juga dapat menjadi ikon dari tempat wisata tersebut karena dapat menimbulkan keunikan dari suatu tempat. Bisnis pariwisata dapat berupa barang atau jasa misalnya seperti, makanan khas, alat tradisional, atau souvenir yang menjadi ikon dari tempat tersebut.

Namun pada saat ini pebisnis jarang sekali menjual secara langsung kepada konsumen dikarenakan beberapa faktor. Seperti kurangnya peminat yang dikarenakan sepi pengunjung, dan hanya melayani pada saat kegiatan-kegiatan hari besar seperti kegiatan hajatan dan kegiatan sedekah bumi dll, serta acara-acara tertentu.

Dalam hal tersebut maka peneliti melihat bahwa pebisnis ini masih belum memiliki tujuan penjualan kepada wisatawan dikarenakan hanya melayani ketika ada kegiatan-kegiatan besar atau ketika ada yang melakukan pemesanan dalam jumlah banyak. Pebisnis ini menjual makanan khas daerah setempat yang pada umumnya seperti opak, rengginang, kembang goyang, peyek, keripik pisang, keripik singkong, bala-bala. Untuk rengginang cara membuatnya adalah beras direndam satu malam, lalu dikukus kemudian dijemur 1 hari, setelah itu dijemur. Untuk pembuatan makanan khas menggunakan alat-alat pada umumnya, dilihat dari observasi langsung oleh peneliti ketika sambil melakukan wawancara.

Dilihat dari percakapan tersebut pebisnis hanya menjual makanan khas ketika ada hari-hari besar atau ada kegiatan-kegiatan yang melibatkan UMKM yang ada di desa tersebut. Hal tersebut perlu diperhatikan kembali dikarenakan Desa Hegarmukti sekarang sudah masuk dalam kategori desa wisata dan sempat mendapatkan anugerah desa wisata.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber pebisnis menunjukkan bahwa peran pebisnis dalam model pentahelix ini berperan sebagai pelaku kreativitas dan membantu menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan hal ini ditunjukkan dengan jawaban narasumber yaitu membuat makanan khas dan menjualnya kepada konsumen yang di mana hal tersebut membantu menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang ada di Desa Hegarmukti.

Hasil dari perencanaan yang dilakukan oleh pebisnis antara lain sebagai berikut:

- a. Membeli bahan untuk kebutuhan pembuatan produk
- b. Membuat produk
- c. Melakukan penjualan di Desa Hegarmukti
- d. Berkoordinasi jika terdapat kegiatan-kegiatan hari besar

## **Komunitas**

Komunitas pada pentahelix ini berperan sebagai akselerator yang didalamnya berisi orang-orang yang memiliki minat yang sama dengan bertujuan untuk pengembangan pembangunan desa wisata yang akan dikembangkan. Komunitas ini juga berperan sebagai perantara atau menjadi penghubung untuk membantu dalam perencanaan pengembangan suatu daerah.

Di Desa Hegarmukti pada awalnya adalah salah satu desa di Kabupaten Bekasi yang memiliki komunitas kelompok Sadar Wisata. Dikarenakan di Kabupaten Bekasi hanya ada dua komunitas Kelompok Sadar Wisata, yang satu lagi adalah Kelompok Sadar Wisata Abatasa yang terletak di Muara Gembong. Tugas dari POKDARWIS di Desa Hegarmukti adalah untuk membantu dalam pengembangan suatu potensi wisata. Perencanaan yang akan dilakukan adalah akan dibangunnya stand kuliner yang ada disepanjang jalan Situ Binong, dalam hal ini POKDARWIS hanya lebih memfokuskan kepada perencanaan yang sudah direncanakan sebelumnya. Perencanaan ini tertunda dikarenakan adanya pandemi sehingga mengalami keterhambatan.

Pada hasil pembahasan dan wawancara terhadap komunitas dapat dilihat bahwa peran dari komunitas ini sebagai akselerator, hal ini dibuktikan dengan jawaban dari narasumber yaitu peran dari POKDARWIS adalah untuk membantu dalam hal pengembangan pariwisata dalam hal apapun dan memiliki rencana untuk tempat berdagang yang membuat tertarik para konsumen yang sedang berkunjung.

Hasil dari perencanaan yang dilakukan oleh komunitas antara lain sebagai berikut:

- a. Membangun stand / bazar kuliner pada potensi pariwisata yang ada di Desa Hegarmukti yaitu Situ Binong
- b. Membangun fasilitas umum di sekitar area yang berpotensi pariwisata dalam hal ini yaitu Situ Binong
- c. Menghitung jumlah pengunjung yang ada di Situ Binong Desa Hegarmukti untuk menjadi tolak ukur minat berkunjung di tempat tersebut

## Pemerintah

Pemerintah pada hal ini berperan sebagai pembuat regulasi sekaligus sebagai pemantau dan yang memiliki hak-hak atas pembuatan peraturan-peraturan serta memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan potensi wisata. Dalam hal ini pemerintah juga melibatkan semua kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan segala sesuatu seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, undang-undang, dll. Pemerintah juga sangat berperan dalam pengkoordinasian antar pemaku kepentingan dalam melakukan perencanaannya.

Desa Hegarmukti memiliki potensi wisata hanya di Rawa Binong saja, hal ini disampaikan oleh kepala Desa Hegarmukti dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber pemerintah yaitu kepala Desa Hegarmukti saudara Ajo Subarjo. Desa Hegarmukti yang memiliki potensi akan pariwisata adalah di Situ Binong dan mendapatkan predikat sebagai 300 besar anugerah desa wisata. Hal ini berkaitan dengan perencanaannya mengingat Desa Hegarmukti mendapatkan predikat sebagai 300 besar anugerah desa wisata.

Pemerintah di Desa Hegarmukti dalam perencanaannya melibatkan komunitas-komunitas dan pemerintah membuat kebijakan yang kemudian diusulkan kepada pemerintah daerah maupun pemerintah tingkat provinsi dalam hal pengembangan desa wisata kemudian pemerintah desa juga mengadakan pelatihan yang bertujuan dalam pengembangan desa wisata. Namun pemerintah desa memiliki kendala yang sangat serius dalam hal pengembangan desa seperti kendala dalam hal pendanaan. Pemerintah desa masih menunggu pendanaan dari pemerintah untuk melakukan pembangunan pariwisata yang ada di Desa Hegarmukti dikarenakan pemerintah memiliki kendala dalam hal tersebut.

Pada hasil pembahasan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber pemerintahan dapat dilihat bahwa peran pemerintah dari pentahelix ini adalah sebagai pembuat regulasi, hal ini ditunjukkan dengan hasil jawaban yang diucapkan oleh pemerintah seperti membuat kebijakan pariwisata lalu mengusulkan kepada pemerintah provinsi. Hasil dari perencanaan yang dilakukan oleh pemerintah antara lain sebagai berikut:

- a. Membuat kebijakan tentang pembangunan pariwisata di Desa Hegarmukti
- b. Mengusulkan dana kepada pemerintah daerah
- c. Melakukan sosialisasi kepada Masyarakat dan komunitas yang ada di Desa Hegarmukti
- d. Melakukan koordinasi kepada komunitas-komunitas yang ada di Desa Hegarmukti

## Media

Media publikasi berperan sebagai expender atau yang mendukung mempublikasikan, membantu promosi dan membuat brand image atau menyebarluaskan berbagaimacam informasi yang ada di tempat tersebut agar diketahui banyak wisatawan dan bertujuan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Dalam hal perencanaan potensi pariwisata peneliti mewawancarai narasumber wartawan pada Wartawan Radar Bekasi yang pernah menyoroiti berita mengenai Desa Hegarmukti, Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

Menurut narasumber dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa wartawan ini tidak memiliki kebijakan dalam perencanaan atau pengembangan desa wisata. Wartawan hanya menyebarkan informasi terkait dengan pariwisata dari berbagai stakeholder, melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait untuk memberikan informasi yang sesuai dengan kenyataannya. Keterlibatan media dalam hal ini sangat diperlukan dikarenakan media berperan sangat penting perihal penyebaran informasi mengenai kegiatan, atau pun situasi disana agar masyarakat mengetahui bahwa didesa tersebut terdapat objek pariwisata yang menarik dan dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Dalam penyebaran undangan atau koordinasi antara pemerintah dengan media masih menggunakan pesan berantai hal ini disampaikan oleh narasumber yaitu wartawan Radar Bekasi.

Dalam hal ini media mengetahui bahwa di Desa Hegarmukti memiliki potensi pariwisata yang beritanya dapat disebarluaskan kepada masyarakat melalui humas dari salah satu komunitas yang ada di desa tersebut. Keterlibatan dari media saat ini sangat penting karena kita melihat di era sekarang masyarakat lebih mengedepankan teknologi komunikasi yang dimana untuk mengakses berbagai informasi yang didapat sangat mudah.

*Stakeholder* media berperan dalam mendukung, mempublikasikan, membantu promosi dan menyebarkan informasi, hal ini ditunjukkan dengan jawaban dari media mengenai pertanyaan yang di tanyakan oleh peneliti yaitu media publikasi mengenai kegiatan-kegiatan dan hal yang menarik tentang pariwisata serta mewawancarai pihak-pihak yang menjadi penguat dalam informasi tersebut, lalu informasi tersebut diolah sesuai dengan apa yang ada dilapangan dan disebarluaskan kepada masyarakat. Hasil dari perencanaan yang dilakukan oleh wartawan antara lain sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi kepada pihak yang ada pada sumber berita dalam hal ini adalah di Desa Hegarmukti
- b. Membuat materi tentang objek yang dijadikan sumber berita dalam hal ini adalah potensi pariwisata yang ada di Desa Hegarmukti yaitu Situ Binong
- c. Melakukan peliputan pada objek pariwisata yang ada di Desa Hegarmukti
- d. Mengolah berita tersebut agar menarik perhatian untuk dibaca.
- e. Melakukan penyebaran tentang berita tersebut.

### Strategi Pentahelix

Berdasarkan hasil analisis dari peran masing-masing *stakeholder*, maka berikut fokus strategi yang diusulkan dalam perencanaan pariwisata di Desa Wisata Hegarmukti:

Tabel 1. Strategi Pentahelix Perencanaan Pariwisata Desa Wisata Hegarmukti

No.	Stakeholder	Strategi yang dilakukan
1	Akademisi, Komunitas, Pemerintah dan Media	Pengembangan atraksi wisata unggulan 1: wisata budaya
2	Akademisi, Komunitas, Pemerintah dan Media	Pengembangan atraksi wisata unggulan 2: wisata alam
2	Pebisnis, Komunitas, dan Pemerintah	Melakukan pengembangan infrastruktur dan fasilitas wisata, termasuk tempat makan dan took oleh-oleh/ <i>souvenir</i>

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan dari hasil yang telah didapatkan oleh peneliti, yang sebelumnya sudah diuraikan, maka hal ini dapat disimpulkan. Dalam proses perencanaan pariwisata harus melihat dari beberapa aspek yang diutamakan. Kolaborasi dan kerjasama dari berbagai macam stakeholder juga sangat diperlukan guna untuk mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini diperlukan masing-masing perencanaan dari berbagai stakeholder diantaranya. Stakeholder yang ada di pentahelix ini memiliki peran yang berbeda-beda, bisa dilihat dari pembahasan dari berbagai stakeholder dibagian pembahasan, peran dari berbagai stakeholder sangatlah penting, dikarenakan guna membantu pengembangan dari suatu potensi pariwisata seperti:

- a. Akademisi berperan sebagai konsultan atau konseptor dengan mengedepankan teori-teori yang ada dan melakukan sertifikasi sesuai dengan aturan. Akademisi juga dalam hal ini sebagai sumber dari pengetahuan dengan berbagai konsep.
- b. Pembisnis sebagai objek dari kreativitas dan menciptakan nilai tambah bagi perekonomian sekitar dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan.
- c. Komunitas dalam hal ini berperan sebagai akselerator dan komunitas juga sangat berperan penting dalam menjaga dan mengelola suatu destinasi wisata atau sebagai pelantara dan narahubung antar pemaku kepentingan.
- d. Dalam pentahelix ini juga melibatkan pemerintahan yang di mana pemerintah berperan sebagai pemaku kebijakan atau membuat kebijakan, mengawasi dan memberikan arahan kepada pemaku lainnya.
- e. Media publikasi, media publikasi sangat membantu desa untuk mempromosikan atau memberikan informasi kepada masyarakat tentang potensi pariwisata yang ada di desa tersebut.

Dari hasil analisis dari semua stakeholder yang sudah didapat, maka ada 3 strategi yang perlu dilakukan untuk perencanaan pariwisata di Desa Hegarmukti agar dapat menjadi desa wisata yang lebih baik, yaitu:

1. Pengembangan Wisata Budaya
2. Pengembangan Wisata Alam
3. Pengembangan infrastuktur dan fasilitas wisata

## Saran

Desa Hegarmukti memiliki potensi pariwisata yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Namun terdapat beberapa kendala yang perlu diperhatikan dan dicarikan solusi seperti:

- a. Banyaknya terjadi kesalah pahaman dalam koordinasi dalam hal perencanaan, hal ini dapat dilihat dari jawaban narasumber seperti akademisi dan komunitas yang menyebutkan bahwa kesalahpahaman dalam koordinasi (miss communication) membuat terkendalanya proses perencanaan. Hal ini dapat diselesaikan dengan cara berkoordinasi kepada pihak-pihak yang ada dalam proses perencanaan, seperti membuat rapat disetiap bulannya untuk melihat proses dan pencapaiannya sehingga hal tersebut minim terjadi. Hal lain juga dapat dilakukan seperti melakukan silaturahmi, membuat pekerjaan kecil-kecilan seperti setiap hari libur mengadakan kegiatan senam, berolahraga dll yang membuat komunikasi membaik, komunikasi bermasalah bisa jadi karena beberapa faktor yaitu kurangnya komunikasi antara satu dengan yang lain, maka dari itu hal-hal yang sudah disebutkan untuk diterapkan.
- b. Kendala lain yang ada pada pebisnis yang di mana sepi pembeli dan banyak pembeli ketika di hari-hari tertentu atau ketika mengadakan *kegiatan*-kegiatan. Hal ini perlu diperhatikan kembali mengingat pebisnis adalah salah satu stakeholder dalam pentahelix yang berperan sebagai pelaku kreativitas yang diharapkan dapat menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan cara pebisnis berkolaborasi dengan stakeholder lainnya seperti membuat kegiatan bulanan, membuat bazar atau pameran dll. Seperti bekerjasama dengan komunitas dalam membuat kegiatan nasional maupun lokal mengenai kegiatan bulanan lalu tim pebisnis ikut serta dalam memeriahkan dan menjadi ke panitia sebagai pebisnis di tempat tersebut, hal lain juga yang dapat dilakukan adalah pebisnis bekerjasama dengan pemerintah jika memiliki kegiatan kantor ataupun rapatrapat kantor agar melibatkan pebisnis yang ada di daerah tersebut.

## REFERENSI

- Anggraini, D., & Riyanto, R. (2017). Analisis Hubungan Komplementer dan Kompetisi Antar Destinasi Pariwisata (Studi Kasus: 10 Destinasi Pariwisata Perioritas di Indonesia).
- Anom, I. P., & Mahagangga, I. A. (2019). Handbook Pariwisata : Karakter dan Prospek . Jakarta: Prenada Media.
- Asnida, R. (2021, 12 28). Desa Wisata Cibuntu di Kuningan yang Pesonanya Diakui Dunia Internasional. Retrieved from Liputan 6: <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4742985/desa-wisata-cibuntudi-kuningan-yang-pesonanya-diakui-dunia-internasiona> Diakses pada 3 Januari 2022 Pukul 18.20 WIB
- Aulia, A. (2019). Strategi Perencanaan Pariwisata Perkotaan Menggunakan SOAR Model : Studi Kasus Kota Depok, Jawa Barat. Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata, 62-75.
- Amanda M dkk, (2019) Perencanaan Pariwisata Hijau di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat. Jurnal Spasial Vol.6 No.2
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. Journal of Public Policy And Management Review, 1-17.
- Darmuki, A., Hariyadi, A., & Hidayati, N. A. (2021). Peningkatan Kemampuan Menulis Karya Ilmiah Menggunakan Media Video Faststone di Masa Pandemi COVID-19. Jurnal Educatio, 389-397.
- Haryeti, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 56-74.
- Kiolol, P. A., Moniaga, I. L., & Rompas, L. M. (2019). Strategi Kepariwisataan di Kecamatan Kema Minahasa Utara. Jurnal Spasial Vol 6 No.3, 670-680.
- Moleong, L. (2016). Metologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moto, M. M. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran dalam Dunia Pendidikan. Indonesian Journal of Primary Education, 21-28.

- Mukti, A. B., Rosyid, A. N., & Asmoro, E. I. (2020). Model Pentahelix Dalam Sinergi Pariwisata di Indonesia Untuk Pemberdayaan Perekonomian Lokal: Studi Literatur. Vol 9 No.1.
- Pramudya, S. E., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Mengenalkan Alam Desa Setopak Mojokerto Melalui Foto Landscape Berbasis Instagram. Jurnal Barik, 133-144.
- Resdiana Enza & Widyastuti Endang (2019). Etika Perencanaan Pariwisata (Studi Pengembangan Pariwisata Pulau Gili Sumenep Jawa Timur). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.6, No.1
- Sugiyono. (2018). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Vetrindes, B. (2018). Analisis Bauran Promosi Pada Perlombaan Pacu Jalur Oleh Dinas Pariwisata Di Kabupaten Kuantan Singingi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). Riau: Perpustakaan Universitas Islam Riau
- Wahyuningsih, S. (2019). Pengaruh Tenaga Tata Hidang Pariwisata Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel. Open Journal Systems, 1775- 1782.
- Widowati, S., Ginaya, G., & Triyuni, N. N. (2019). Pentahelix Model to Develop Ecotourism: Empowering the community for Economic and Ecological Sustainability. International Journal of Social Sciences and Humanities, 31-46.
- Yunas, N. S. (2019). Implementasi Konsep Pentahelix dalam Pengembangan Potensi Desa Melalui Model Lumbung Ekonomi Desa Di Provinsi Jawa Timur. Jurnal Inovasi Kebijakan, 37-46.
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang. Journal of Public Sector Innovation, 84-93.

**Internet:**

- Kurniawan, H. (2021, 12 29). Kisah Sukses Desa Sekapuk Gresik Dulu Miskin Kini Dijuluki Desa Miliader. Retrieved from Merdeka: <https://m.merdeka.com/uang/kisah-sukses-desa-sekapuk-gresikdulu-miskin-kini-dijuluki-desa-miliader.html> Diakses pada 3 Januari 2022 Pukul 18.00 WIB
- Sukses Jadi Desa Wisata, Desa Pujon Kidul di Malang Hasilkan Rp. 12M pertahun. (2021, 12 29). Retrieved from Kumparan Travel: <https://kumparan.com/kumparantravel/sukses-jadi-desa-wisata-desa-pujon-kidul-di-malang-hasilkan-rp-1-2-m-per-tahun-1vnKsdB0FF7/full> Diakses pada 3 Januari 2022 Pukul 18.00 WIB