

**OPTIMALISASI PENGEMBANGAN  
DESA WISATA MELALUI *BRANDING* DAN  
*MARKETING* DI DESA MANDALASARI,  
KEC.CIKANCUNG, KAB. BANDUNG**

**Ai Siti Zenab**



## PENDAHULUAN

Desa Mandalasari adalah salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Mengutip [portaldesa.bandungkab.go.id](http://portaldesa.bandungkab.go.id), Desa Mandalasari memiliki topografi berbukit dan sebagian besar datar, memiliki luas wilayah sebesar 532.803 Ha, terdiri atas daratan berbukit sekitar 70%, dan pesawahan 30%. Secara umum gambaran topografi Desa Mandalasari adalah sebagai berikut: total terdapat 5 dusun dengan 15 RW, 50 RT dengan kurang lebih 3000 Kepala Keluarga (KK), jumlah 150-200 KK di tiap RW- nya.

Sejalan dengan kondisi geografis desa, kebanyakan warga Desa Mandalasari bekerja sebagai petani, baik di sawah maupun di kebun, sisanya sebagai buruh dan pegawai. Selain itu, kondisi geografis desa yang terletak di dataran tinggi dan dikelilingi perbukitan, menjadikan Desa Mandalasari sebagai desa yang memiliki potensi untuk berkembang dalam hal agrowisata. Beberapa agrowisata di desa ini berkaitan dengan keindahan alam seperti pemandangan persawahan, *camping ground*, dan Sirkuit Gunung Buleud yang terletak di Kampung Cipulus yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMD) Citra Mandiri.

Dengan melihat potensi yang dimiliki, desa ini adalah salah satu desa yang hendak dikembangkan menjadi desa wisata oleh pemerintah Kabupaten Bandung. Desa wisata adalah wilayah administrasi desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya (Kementerian Pariwisata, hlm. 1, 2019). Desa Wisata merupakan suatu tempat yang memiliki ciri dan nilai tertentu yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan dengan minat khusus terhadap kehidupan perdesaan (Nugroho dan Hudoyo, 2018, hlm. 12).

Menurut Kementerian Pariwisata (2019, hlm. 2), dalam pengembangan desa wisata, prinsip pengembangan produk desa adalah: 1) keaslian: atraksi yang ditawarkan adalah aktivitas asli yang terjadi di masyarakat desa tersebut; 2) masyarakat setempat: merupakan tradisi yang dilakukan oleh masyarakat dan menjadi keseharian; 3) keterlibatan masyarakat: masyarakat terlibat secara aktif dalam segala aktivitas di desa; 4) sikap dan nilai: tetap menjaga nilai-nilai yang dianut masyarakat dan sesuai dengan nilai dan norma

sehari-hari yang ada; 5) konservasi dan daya dukung: tidak bersifat merusak baik dari segi fisik maupun sosial masyarakat dan sesuai dengan daya dukung desa dalam menampung wisatawan.

Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria (kementerian pariwisata, 202, hlm. 29): 1) memiliki potensi daya tarik wisata (daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif); 2) memiliki komunitas masyarakat; 3) Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata; 4) memiliki kelembagaan pengelolaan; 5) memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata; dan 6) Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.

Adapun jenis desa wisata yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan desa wisata adalah (kementerian pariwisata, 2021, hlm. 30): 1) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam yaitu desa wisata yang menjadikan kondisi alam sebagai daya tarik utama seperti pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya;

2) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi, maupun bentuk aktifitas lainnya; 3) Desa wisata kreatif yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan aktivitas ekonomi kreatif dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktivitas kesenian yang khas menjadi daya tarik utama; 5) Desa wisata berbasis kombinasi merupakan desa wisata yang mengombinasikan antara satu atau lebih daya tarik wisata yang dimiliki seperti alam, budaya dan kreatif.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2023 mencatat ada 4674 desa wisata di Indonesia. Jumlah tersebut bertambah 36,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 3419 saja (Sumber: <https://www.fortuneidn.com/>). Jumlah ini kemungkinan akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya daerah sasaran yang hendak dikembangkan menjadi desa wisata.

Jika melihat kriteria dan unsur pembentuk desa wisata menurut Kementerian Pariwisata di atas, Desa Mandalasari setidaknya memiliki tiga syarat yang memenuhi standar pembentukan desa wisata. Syarat

tersebut terkait dengan potensi alam, seni budaya, dan ekonomi kreatif atau industry rumah tangga.

Seperti yang telah dikemukakan di atas, dari segi potensi alam, Desa Mandalasari memiliki pesona keindahan alam seperti pemandangan persawahan, *camping ground*, dan Sirkuit Gunung Buleud yang terletak di Kampung Cipulus yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Citra Mandiri. Keberadaan tempat wisata alam ini, menjadikan Desa Mandalasari sebagai salah satu tujuan wisata alam lokal di daerah Kabupaten Bandung sebelah timur.

Dari segi potensi seni, Desa Mandalasari memiliki beberapa potensi kesenian yang masih lestari dan terus bisa dikembangkan. Kesenian tradisional seperti kesenian calung, jaipong eksistensinya tersebar hampir di setiap RT. Selain itu, pencak silat maupun kesenian religi seperti musik-musik islami seperti rebana dan qasidah juga masih eksis di desa ini.

Selain potensi alam dan seni, Desa Mandalasari juga merupakan salah satu desa yang aktif dalam industri kreatif. Kerajinan rudraksa adalah salah satu kerajinan yang cukup tinggi eksistensinya di desa ini. Kerajinan rudraksa merupakan sebuah kerajinan pembuatan aksesoris terbuat dari manik-manik yang berasal dari pohon rudraksa. Bahkan, industri kreatif ini sudah berlangsung secara turun temurun dan telah melayani permintaan ekspor ke luar negeri.

Dengan berdasar pada penjabaran di atas, Desa Mandalasari adalah salah satu desa yang masih menjunjung tinggi kearifan lokal. Komariah, Saepudin, dan Yusup (2018, hlm. 166) menyatakan bahwa wujud kearifan lokal ada di dalam kehidupan masyarakat yang mengenal dengan baik lingkungannya, masyarakat hidup berdampingan dengan alam secara harmonis, memahami cara memanfaatkan sumber daya alam secara arif dan bijaksana. Dengan berdasar pada hal ini, Desa Mandalasari memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan lebih jauh lagi menjadi sebuah desa wisata dengan jangkauan yang lebih luas.

Untuk mencapai tujuan di atas, diperlukan adanya upaya konkret yang fokus pada pengembangan desa. Upaya konkret di sini, berkaitan dengan masalah utama yang di hadapi desa. Adapun masalah utama yang dihadapi Desa Mandalasari layaknya seperti desa-desa wisata yang masih merintis lainnya, yakni terletak pada upaya branding

dan marketing desa. Dengan berdasar pada hal ini, pengembangan desa Mandalasari lebih ditekankan pada dua hal ini. Adapun upaya pengembangan yang telah dilakukan yang menyangkut dua ini adalah: 1) penguatan potensi desa yang terkait dengan seni budaya; 2) penguatan branding dan marketing yang dilakukan secara digital.

## **ISI**

### **Potensi Desa Mandalasari**

Jika dilihat secara umum, Desa Mandalasari memiliki tiga potensi yang bisa diunggulkan dalam bidang pengembangan desa wisata. Ketiga potensi tersebut adalah keindahan alam, seni budaya, dan kerajinan tangan.

Dari segi keindahan alam, Desa Mandalasari mengandalkan kondisi geografis yang terletak di dataran tinggi dan dikelilingi perbukitan sebagai potensi wisatanya, seperti agrowisata yang fokus dengan pemandangan persawahan, camping ground, dan Sirkuit Gunung Buleud yang terletak di Kampung Cipulus Desa Mandalasari, Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Citra Mandiri.

Untuk wisata Gunung Buleud tempat ini dinamakan SGB atau Sirkuit Gunung Buleud. Tempat ini adalah salah satu tempat wisata andalan di desa ini. SGB merupakan destinasi wisata sport agriculture yang didesain untuk wahana olahraga khususnya untuk balapan motocross. Selain itu, tempat ini juga digunakan untuk berkebun atau bercocok tanam. Tempat ini dilengkapi dengan area untuk berkumpul bersama keluarga. SGB cocok untuk pecinta fotografi alam karena pemandangan di tempat wisata ini masih sangat natural dengan pemandangan perkebunan dan pegunungan yang terlihat jelas. SGB dilengkapi dengan kantin, toilet umum, dan mushola. Ketersediaan sarana dan prasana ini membuat objek wisata ini pilihan tepat untuk dijadikan sebagai tempat rekreasi keluarga. Tiket masuk ke dalam objek wisata ini terbilang masih sangat murah, bagi pengendara motor di kenai harga sebesar Rp10.000, sedangkan untuk mobil sebesar Rp20.000. Destinasi wisata ini berjarak 5 kilometer dari pusat kota Cikancung. Untuk akses jalan menuju tempat ini bisa melewati jalan raya Cijapati, kemudian setelah Kampung Cisagatan belok kiri. (Sumber: Winda "Gadag" Indriyani S, 2018, <http://mapachjayaselalu.blogspot.com/>)

Dari segi seni budaya, masyarakat Desa Mandalsari adalah masyarakat yang masih punya kepedulian terhadap seni budaya lokal. Hal ini bisa dilihat dari masih lestarynya seni budaya-seni budaya lokal yang biasa dipentaskan dalam berbagai pertunjukkan, misalnya kesenian dogdog, calung, tari jaipong, dan kesenian religi seperti rebana.

Potensi lain yang juga penting dari Desa Mandalsari adalah desa ini termasuk salah satu desa penghasil kopi lokal terbaik. Masyarakat Desa Mandalsari aktif dalam mengolah kopi. Hasil kopi Desa Mandalsari menjadi salah satu kekhasan yang dimiliki desa ini.

Hal terakhir yang menjadi potensi yang cukup menjanjikan untuk pengembangan desa ini adalah adanya kerajinan tangan rudraksa. Rudraksa menjadi salah satu kerajinan khas yang dihasilkan di desa ini. Kerajinan ini berupa kumpulan manik-manik yang berasal dari pohon rudraksa, kemudian dibuat menjadi aksesoris, seperti gelang. Kerajinan tangan rudraksa ini secara turun temurun telah melayani permintaan ekspor ke luar negeri.

### **Kegiatan *Branding* dan *Marketing* Desa Mandalsari**

Kotler (2009) mengungkapkan bahwa *branding* adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing (Wibowo, Harianto, dan Hadi, M.U., 2018). Neumeier (2003) menyatakan bahwa *branding* berarti suatu pernyataan mengenai siapa (identitas), apa yang dilakukan (produk/jasa yang ditawarkan), dan mengenai kenapa suatu merek layak dipilih (keistimewaan). *Brand* adalah reputasi, merek yang memiliki reputasi adalah merek yang menjanjikan, sehingga publik mempercayai dan memilih merek tersebut (Wibowo, Harianto, dan Hadi, M.U., 2018). Dalam dunia bisnis, *branding* adalah cara untuk mengomunikasikan pesan dari sebuah produk bisnis kepada para konsumennya. Melalui pelaksanaan yang baik, perusahaan dapat memberikan kesan yang baik kepada para penggunanya, sehingga membuat para pelanggan terus setia untuk menggunakan produk tersebut (Pangestika, 2022).

Branding tidak lain merupakan upaya melabeli desa sehingga desa memiliki kekhasan atau keunikan. Kekhasan perlu ditonjolkan untuk menghasilkan branding yang kuat (Prayudi dan Herastuti,

2018). Branding membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan ciri khas desa yang mereka tinggali. Hal tersebut akan membantu mengubah cara berpikir masyarakat dalam memandang desa, baik masyarakat desa itu sendiri maupun masyarakat dari luar desa lain pada umumnya. Identitas desa sendiri dapat digali dari potensi alam, budaya, maupun potensi buatan. Banyak desa di Indonesia telah menciptakan identitasnya dari potensi yang mereka miliki. Adapun branding yang dilakukan di Desa Mandalasari melalui penguatan seni budaya lokal dan pembuatan mars desa Mandalasari. Untuk strategi marketing dilakukan dengan cara membuat video dokumenter semua hal yang menjadi daya pikat pariwisata desa yang pada akhirnya dijadikan sebuah video profil atau video dokumenter Desa Mandalasari.

## 1. Penguatan Seni Budaya Lokal melalui Pelatihan

Penguatan seni budaya lokal dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan terhadap berbagai kesenian yang masih dilestarikan di Desa Mandalasari. Seni yang masih lestari di desa ini adalah calung, seni tari khususnya jaipong, pencak silat, dan kesenian religi seperti rebana dan qasidah. Objek pelatihan adalah anak-anak, anggota karang taruna, ibu-ibu PKK, ataupun para pegiat seni yang aktif melestarikan kesenian lokal di Desa Mandalasari.



Proses pelatihan seni tari di Desa Mandalasari  
Sumber: dokumen pribadi



Proses pelatihan seni dogdog di DesaMandalasari  
Sumber: dokumen pribadi

## 2. Pembuatan Mars Desa

Salah satu teknik branding yang bisa dilakukan untuk menguatkan jati diri desa adalah pembuatan mars desa. Mars desa ini dibuat untuk membentuk identitas desa dan dapat

digunakan sebagai ekspresi dalam menunjukkan rasa kecintaan dan kebanggaan warga desa terhadap Desa Mandalasari. Adapun lirik lagu mars Desa Mandalasari yang diciptakan sebagai wujud optimlisasi penguatan identitas desa adalah sebagai berikut.

*Mars Desa Mandalasari*

<i>Sugih mukti ayem tentrem lohjinawi</i>	Kaya mukti tenang damai subur makmur
<i>Subur makmur karaharjan lemah cai</i>	Air lemah kesejahteraan sejahtera
<i>Endah asri .. Matak Betah ..</i>	Luar biasa indah nya.. Mudah digunakan..
<i>Hayu rojong sangkan nanjeur</i>	Mari kita saling membantu
<i>Padumukan alam dilingkung ku gunung</i>	Habitat aslinya dikelilingi pegunungan
<i>Hejo ngemploh tutuwuhan pagunungan</i>	Tanaman hijau di pegunungan
<i>Matak betah .. tumaninah ..</i>	Membuat anda merasa nyaman..
<i>Mandalasari dangiang ..</i>	Mandalasari dangiang..
<i>Anggana : Lingkung lembur padusunan</i>	Anggana: Sekitarnya lembur
<i>Rahayat masing rancage</i>	Orang-orang dari setiap padesaan
<i>Ningkatkeun kawalayaan</i>	Tingkatkan kekuatan
<i>Galakeun tib mantra seni jeung budaya</i>	Mempromosikan keajaiban seni dan budaya
<i>Olahraga posyandu katut agama</i>	Posyandu olah raga dan keagamaan
<i>Hade tata .. hade basa ..</i>	Perencanaan yang bagus.. bahasa yang bagus..
<i>Repeh rapih lohjinawi</i>	Diam dan bersih Lohjinawi
<i>Mandalasari... Mandalasari... Mandalasari...</i>	Mandalasari... Mandalasari... Mandalasari...
<i>Ningkatkeun seni budaya</i>	Ningkatkeun seni budaya (Pencipta: Fadhil Ahmad Mudzoffar)

### 3. Pembuatan Video Dokumenter

Dokumenter adalah sebuah karya yang menampilkan realita apa adanya (berdasarkan fakta) tanpa unsur rekayasa (Nugroho dan Hudoyo, 2018, hlm. 12). Film dokumenter merupakan film yang mendokumentasikan suatu peristiwa sebenarnya pada lokasi sesungguhnya (Mabruri, 2013). Film dokumenter termasuk kedalam kategori media berbasis audiovisual karena mengkombinasikan teks, suara, dan video. Fachruddin mengungkapkan bahwa film dokumenter terdiri atas beberapa jenis yang disesuaikan dengan tujuan pembuatannya, yaitu untuk penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda (Fachruddin, 2015).

Tujuan utama pembuatan video dokumenter ini adalah untuk media digitalisasi *marketing* wisata dan kesenian Desa Mandalasari. Adapaun konten video dokumenter terkait dengan segala kegiatan dan aktivitas yang bisa menjadi potensi pariwisata di Desa Mandalasari, seperti proses pembuatan kopi khas Desa Mandalasari dan proses pembuatan kerajinan rudraksha. Semua videodokumenter tersebut digabung menjadi satu dalam tampilan video dokumenter profil Desa Mandalasari. Video dokumenter profil Desa Mandalasari ini bisa diakses melalui: [https://youtu.be/oCBdtXBu\\_w8?si=NzNsdezhgeEe6ZLA](https://youtu.be/oCBdtXBu_w8?si=NzNsdezhgeEe6ZLA)



Proses pembuatan video dokumenter kopi lokal Desa Mandalasari  
Sumber: Dokumen pribadi



Gelang rudraksha khas Desa Mandalasari  
Sumber: dokumen pribadi

## PENUTUP

Desa Mandalsari adalah salah satu desa yang memiliki potensi untuk dijadikan desa wisata. Di samping memiliki potensi alam untuk dijadikan tempat pariwisata, desa ini juga masih menjunjung tinggi kearifan lokal dalam kehidupan sehari-harinya. Selain itu, industri kreatif juga berkembang di desa ini. Produk lokal seperti halnya kopi khas Desa Mandalsari dan kerajinan rudraksa adalah hal lain yang menjadikan desa ini sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Dalam prosesnya, pengembangan menjadi sebuah desa wisata bukan hal mudah. Jika tidak terus diberdayakan, perkembangannya tidak akan mengalami kemajuan. Desa Mandalsari adalah salah satu desa dari sekian desa yang memerlukan perhatian lebih baik dari pemerintah ataupun dari pihak-pihak lain yang memiliki kepedulian agar potensi yang dimiliki desa ini bisa terus berkembang dan dapat memberikan manfaat tidak hanya untuk masyarakat di dalamnya tetapi juga untuk Indonesia secara umum.

## REFERENSI

- Data Desa. (2021). *Artikel Desa*. Diakses dari: <https://portaldesa.bandungkab.go.id/>
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV Andi OFFSET
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2019). *Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Koordinator
- . (2021). *Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Kematriman dan Investasi Republik Indonesia. Bidang Kematriman dan Investasi Republik Indonesia.
- Komariah, N. Saepudin, E dan Yusup, PM. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 03 (02), hlm.158-174. Diakses dari: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/2340/1604>
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Drama*. Jakarta: PT. Grasindo.

- Masterplandes. (2023). *Branding dan Promosi Keunikan Desa, Kenapa Tidak?* Diakses dari: <https://www.masterplandes.com/>
- Nugroho, W dan Hudoyo, S. (2018). Video Dokumenter Profil Cerita Kopi Dari Gintung Sebagai Media Promosi Rintisan Desa Wisata Dalam Usaha Menangkap Peluang Pasar Melalui Situs Youtube. *Seminar Nasional: Seni, Teknologi, dan Masyarakat III, Institut Seni Indonesia Surakarta*
- Pangestika, W. (2022). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. Diakses dari: <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding>
- Prayudi & Herastuti., H. (2018). Branding Desa Wisata Berbasis *Ecotourism*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 16 (3). 227-237.
- Surti Risanti. (2023) *Jumlah Desa Wisata Terbaru*. Diakses dari: <https://www.fortuneidn.com/>
- Wibowo, Harianto, dan Hadi, M.U. (2018). *Branding Desa Wisata Rebranding Desa Wisata Kembang Arum Sleman untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah di Bidang Pariwisata (Sebuah Penelitian)*. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta
- Winda "Gadag" Indriyani S. (2018). *Wisata Sirkuit Gunung Buleud*. Diakses dari: <http://mapachjayaselalu.blogspot.com/>

