

**POTENSI DESA CISAMBENG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA
GASTRONOMI DI KECAMATAN PALASAH KABUPATEN
MAJALENGKA**

***THE POTENTIAL OF CISAMBENG VILLAGE AS A GASTRONOMIC
TOURISM ATTRACTION IN PALASAH DISTRICT, MAJALENGKA
REGENCY***

Raden Rizki Muttaqien

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
rizki.stiepar@gmail.com

Rattikah Fitrianty

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
rattikahyz2005@gmail.com

ABSTRACT

Majalengka Regency has strong tourism development potential in the field of food producers, one of which is located in Cisambeng Village, Palasah District, Majalengka Regency. Being one of the production centers of tofu, tempeh and oncom which is the livelihood of 85% of its residents, Cisambeng Village began to improve in an effort to improve facilities and infrastructure to support gastronomic tourism in Majalengka Regency. Gastronomic tourism is the right strategy in developing the tourism industry in Majalengka Regency. In supporting an area to become a gastronomic city, collaboration between stakeholders called Nona helix (nine springs) is needed. Nona helix consists of entrepreneurs, governments, workers, suppliers, experts, observers, connoisseurs, non-governmental organizations (NGOs) and information technology. This study explains the appropriate form of gastronomic tourism development to be carried out in Cisambeng Village, using qualitative descriptive research methods, with research data obtained from in-depth interviews, observations, and literature studies. The ins and outs of the process of making food and beverage products in accordance with the local cultural values of Cisambeng Village must be able to be packaged into a tourism product that provides its own experience for tourists to visit Cisambeng Village, Majalengka Regency. In addition, support from stakeholders, especially related agencies, namely the Tourism Office and the Industry and Trade Office is needed, not only empowering tempeh and tofu business actors but also monitoring for the success of gastronomic tourism development in Majalengka Regency.

Keywords: Tourism Potential, Tourist Attraction, Gastronomic Tourism

ABSTRAK

Kabupaten Majalengka memiliki potensi pengembangan wisata yang kuat dalam bidang produsen makanan salah satunya terletak di Desa Cisambeng Kecamatan Palasah Kabupaten Majalengka. Menjadi salah satu sentra produksi tahu, tempe dan oncom yang menjadi mata pencaharian dari 85% warganya, Desa Cisambeng mulai berbenah dalam upaya peningkatan sarana dan prasarana demi mendukung wisata gastronomi di Kabupaten Majalengka. Wisata gastronomi menjadi strategi yang tepat dalam mengembangkan industri pariwisata di Kabupaten Majalengka. Dalam mendukung suatu daerah agar dapat menjadi kota gastronomi diperlukan kolaborasi antar pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang disebut *Nona helix* (sembilan mata air). *Nona helix*

terdiri dari pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok, pakar, pemerhati, penikmat, lembaga swadaya masyarakat (*NGO, Non-Government Organization*) dan teknologi informasi. Penelitian ini menjelaskan mengenai bentuk pengembangan wisata gastronomi yang tepat untuk dilakukan di Desa Cisambeng, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan data penelitian diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Seluk-beluk proses pembuatan produk makanan dan minuman dengan kesesuaiannya terhadap nilai budaya lokal Desa Cisambeng harus mampu dikemas menjadi sebuah produk pariwisata yang memberikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka. Selain itu, dukungan dari para stakeholder, terutama dinas terkait yaitu Dinas Pariwisata serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan sangat diperlukan, tidak hanya memberdayakan para pelaku usaha tempé dan tahu tetapi juga melakukan monitoring demi menyukseskan pengembangan wisata gastronomi di Kabupaten Majalengka.

Kata Kunci: Potensi Wisata, Daya Tarik Wisata, Wisata Gastronomi

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata seringkali dipersepsikan sebagai mesin penggerak ekonomi atau penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia. Pariwisata berasal dari berbagai kegiatan yang menyediakan barang serta jasa sebagai komponen – komponen kepariwisataan yang tidak bisa dilakukan secara terpisah tetapi merupakan sebuah rangkaian yang saling berkaitan satu sama lain. Maka dari itu pariwisata harus difasilitasi dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai, seperti tempat wisata yang terjaga, wisata kuliner terutama kuliner lokal, maupun akomodasi yang memudahkan wisatawan untuk berwisata. Sehingga wisatawan akan mendapatkan kenangan yang mengesankan.

Indonesia memiliki banyak provinsi yang masing – masingnya mempunyai daya potensial dalam kepariwisataan, seperti Jawa Barat. Jawa Barat merupakan provinsi yang dianugerahi dengan potensi keindahan alam serta inovasi masyarakat dalam bentuk produk ekonomi kreatif yang beragam yang mampu menarik minat wisatawan. Potensi ini, dibuktikan dari banyaknya jumlah wisatawan yang mengunjungi Provinsi Jawa Barat. Sepanjang tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang masuk ke Jawa Barat mencapai 38,42 juta. (Ningsih, C., & Turgarini, D. 2020). Selain itu, Jawa Barat juga memiliki banyak objek wisata di setiap daerahnya, salah satunya Kabupaten Majalengka.

Majalengka adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang berbatasan dengan Kabupaten Sumedang di sebelah barat, Kabupaten Indramayu di utara, Kabupaten Cirebon di timur, dan Kabupaten Kuningan, serta Kabupaten Ciamis di selatan. Luas daerah Kabupaten Majalengka adalah 1204,24 km² atau sekitar 2,71% dari luas Propinsi Jawa Barat. Namun walaupun memiliki luas wilayah yang kecil, Kabupaten Majalengka memiliki potensi kemajuan daerah yang pesat, hal ini dibuktikan dengan semakin gencarnya pembangunan infrastruktur dan wisata yang ada di Kabupaten Majalengka. Pembangunan sarana dan prasarana transportasi yang disediakan dapat memudahkan aksesibilitas untuk mencapai daerah tujuan lebih cepat sehingga mampu mendatangkan lebih banyak wisatawan ke Majalengka.

Menjadi salah satu daerah yang mulai giat Kembali mempromosikan pariwisatanya, pemerintah kabupaten Majalengka melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) telah menyiapkan berbagai event guna membangkitkan pariwisata kembali di tengah pandemi yang masih melanda dan meredupkan sektor pariwisata di dunia. Berbagai macam *hidden place* atau tempat wisata alam tersembunyi yang ada di Majalengka menjadi salah satu objek wisata yang mulai diminati oleh wisatawan serta menjadi salah satu potensi pengembangan

pariwisata. Potensi wisata merupakan kemampuan individu atau objek yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Sedangkan daya tarik wisata segalanya sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa budaya dan hasil buatan manusia yang dapat menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Deputi & Wisata, n.d. 2019).

Selain memiliki potensi wisata pada kekayaan alam, kabupaten Majalengka pun memiliki potensi dalam pengembangan wisata kuliner. Latar belakang motivasi wisatawan yang berbeda-beda berdampak pada berkembangnya daya tarik wisata daya tarik wisata yang menawarkan berbagai atraksi wisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata salah satunya adalah wisata gastronomi. Pemahaman masyarakat pada saat ini menganggap bahwa wisata gastronomi hanya sebatas mengunjungi sentra-sentra kuliner setempat saja padahal sebenarnya wisata gastronomi mampu dikemas menjadi jenis wisata yang lebih menarik yang dikombinasikan dengan kekayaan dan atraksi budaya tempat berasalnya kuliner tersebut berada yang kemudian dikenal sebagai wisata gastronomi.

Wisata gastronomi merupakan bagian dari wisata minat khusus. Oleh karena itu wisata gastronomi mengacu pada perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk menikmati makanan dan minuman sebagai faktor utama dalam menentukan keputusan kunjungan ke suatu tempat. Turgarini (2013:1) mengungkapkan kajian tentang aspek-aspek gastronomi yaitu Gastronomi Praktis, Gastronomi teoretis, Gastronomi teknis, Gastronomi makanan, dan Gastronomi molekuler (*Molecular Gastronomy*). Kelima aspek tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda dan diaplikasikan sesuai dengan bidang gastronomi yang akan dilakukan.

Sebagai contoh gastronomi praktis dapat menjadi acuan dalam mengkaji aspek gastronomi meliputi pengolahan dari bahan mentah menjadi makanan dan dinilai dari aspek budaya. Gastronomi dipadukan dengan pariwisata telah menjadi sumber daya pariwisata bagi penciptaan produk baru. Berbeda dengan kegiatan wisata dan atraksi lainnya, makanan dan minuman dapat menjadi produk yang tersedia setiap saat Wisata gastronomi memberikan wisatawan pendidikan kuliner yang autentik dan pemahaman yang jauh lebih besar dan apresiasi yang tinggi terhadap kekayaan budaya dan kuliner sebuah daerah.

Melalui Gastronomi, seseorang dapat memperoleh gambaran tentang persamaan dan perbedaan perilaku masyarakat terhadap makanan dan minuman di berbagai negara dan budaya yang berbeda. Sama halnya seperti kerajinan, arsitektur, kesenian, bahasa, cerita rakyat, tradisi, dan sastra yang mempunyai perbedaan antara wilayah satu dan lainnya. Semua itu mempunyai peran dalam membentuk karakter khas suatu wilayah, termasuk melalui makanan dan minuman. Salah satu potensi wisata gastronomi yang ada di Kabupaten Majalengka berada di Desa Cisambeng, Kecamatan Palasah yang memiliki sentra kuliner tahu, tempe dan oncom.

Desa Cisambeng merupakan sebuah wilayah di Kabupaten Majalengka dengan hampir 85% warganya bermata pencaharian sebagai produsen serta penjual tahu dan tempe. Pengolahan secara tradisional tahu dan tempe di desa Cisambeng kurang lebih sejak seratus tahun yang lalu. Selama ini tahu dan tempe yang dijual hanya berupa mentahannya saja. Belum ada inovasi produk yang dilakukan untuk meningkatkan nilai jual dari tahu dan tempe tersebut. Beberapa contoh inovasi produk yang dapat dibuat adalah brownies tempe, pudding tahu, keripik tahu-tempe, dan nugget tahu serta masih banyak inovasi lainnya. Meski bahan baku pembuatannya adalah tahu dan tempe, produk – produk ini menghadirkan cita rasa yang baru dan khas serta tetap dapat dinikmati.

Sebagai salah satu nilai tambah yang ingin diberikan pada sentra produksi tahu dan tempe ini adalah dengan menggali potensi pariwisatanya melalui wisata gastronomi. Wisata gastronomi adalah cara lain dalam menikmati objek wisata sekaligus juga melestarikan

kebudayaan melalui upaya pelestarian kebudayaan di bidang makanan dan minuman atau biasa disebut wisata kuliner (Brillat-Savarin, 1994). Hal ini sangat tepat untuk pengembangan pariwisata di Desa Cisambeng. Sentra produksi tahu dan tempe akan memberikan pengalaman baru bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, keterlibatan wisatawan dalam produksi produk kuliner tersebut akan memberikan *memorable tourism experience*. Selain itu, pengembangan ini dapat menaikkan taraf hidup masyarakat lokal di desa Cisambeng.

Warga desa Cisambeng sudah mulai memiliki *tourism awareness* kaitannya dengan wisata gastronomi. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan perbaikan sarana dan prasarana dalam produksi tahu, tempe dan oncom menjadi lebih ramah wisatawan. Dalam mendukung suatu daerah agar dapat menjadi kota gastronomi diperlukan kolaborasi antar pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang disebut *Nona helix* (sembilan mata air). *Nona helix* terdiri dari pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok, pakar, pemerhati, penikmat, lembaga swadaya masyarakat (*NGO, NonGovernment Organization*) dan teknologi informasi (Turgarini, 2021. hlm. 432-435). Di bantu dengan berbagai lapisan masyarakat dan pemangku kepentingan. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan dan kegunaan penelitian yang dilakukan ini yaitu untuk mengetahui komponen gastronomi yang ada di Desa Cisambeng, sebagai potensi wisata gastronomi yang dapat dikembangkan melalui proses digitalisasi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

METODOLOGI

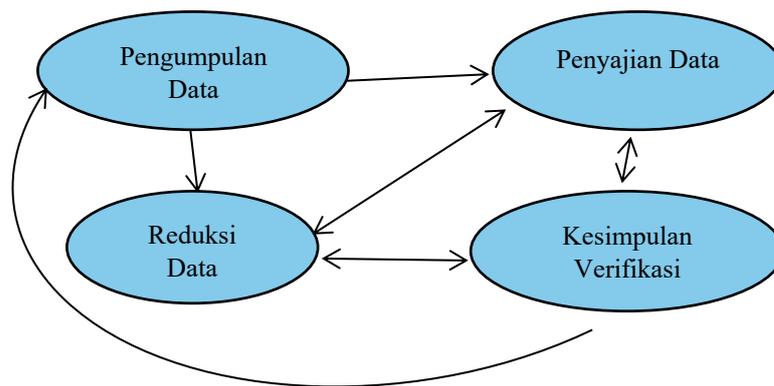
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif tidak membutuhkan data tetapi melalui penelitian yang dilakukan secara mendalam. Menurut Siyoto dan Sodik (2015, hlm. 27-28) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian naturalistik karna jenis penelitian yang dilakukan berada pada kondisi alamiah dan menekankan pada aspek pemahaman yang mendalam terhadap suatu masalah.

1. Teknik Pengumpulan Data dilakukan melalui:

- a. *Observasi*. Penulis melakukan pengamatan terhadap tempat penelitian mengenai fenomena-fenomena yang berhubungan langsung dengan data yang akan digunakan.
- b. *Wawancara*. Penulis melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci (*key informan*) untuk menggali informasi terkait dengan penelitian. Informan kunci terdiri dari Dinas Pariwisata Majalengka, Desa Cisambeng
- c. *Literatur*. Dalam penelitian ini didukung oleh literatur-literatur sehingga dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

2. Teknik Analisis Data:

Menurut Rahmadi (2011, hlm. 93) dalam melakukan analisis data, seorang peneliti melakukan penyusunan secara sistematis terhadap informasi atau data yang telah diperoleh dan terkumpul berdasarkan catatan hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan lain-lain dengan melakukan klasifikasi dan melakukan pencarian hubungan antar data. Hal seperti ini dilakukan guna menumbuhkan pemahaman peneliti berkaitan dengan obyek yang diteliti sebagai invensi baru bagi orang lain. Menurut Miles dan Huberman (dalam Hardani dkk, 2020, hlm. 160-162) bahwa proses analisis data dibagi dalam tiga alur kegiatan ketiga alur tersebut adalah (1) reduksi data (*data reduction*); (2) penyajian data (*data display*); dan (3) penarikan kesimpulan



Gambar 1. Proses Analisis Data

3. Operasional Variabel/Fokus Penelitian

Tabel 1 Operasional Variabel/Fokus Penelitian

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
Komponen Gastronomi	(Soeroso & Turgarini, 2020, hlm. 196-197) mendefinisikan gastronomi sebagai sebuah seni dan ilmu bahkan lintas etnis, bangsa, ras, kelompok, agama, gender dan menghargai budaya dengan mempelajari bagaimana mengonsumsi makanan dan minuman dan menyesuaikannya dengan situasi dan kondisi.	Memasak Bahan baku Mencicipi Menghidangkan Mempelajari Pengalaman makan yang unik Nutrisi Sejarah, filosofi, aspek sosial budaya Etika	Memasak Bahan baku Mencicipi Menghidangkan Mempelajari Pengalaman makan yang unik Nutrisi Sejarah, filosofi, aspek sosial budaya Etika ata diperoleh dari : Wawancara Studi, dokumentasi Observasi eliputi : Akademisi Pengusaha Jurnalis Budayawan Pemerintah
Pelestarian	Pelestarian diartikan sebagai upaya memberikan makna baru bagi warisan budaya yang dikelola dengan	Perlindungan Pengembangan Pemanfaatan	Perlindungan Pengembangan Pemanfaatan Data diperoleh dari wawancara

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
	prinsip pelestarian yaitu, perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan (Ardiwidjaja, 2018, hlm. 2 dan 24)		Meliputi: a. Pemerintah b. Praktisi
Nona helix	<i>Nona helix</i> ibarat mata air yang diperlukan makhluk hidup tidak boleh surut, karena saling berkaitan sebagai kesatuan gastronomi, ketiadaan salah satu unsur dapat membuat ketimpangan konstelasi gastronomi (Turgarini, 2021, hlm. 432-435)	<i>Nona helix</i> terdiri dari: Pengusaha Pemerintah Pekerja Pemasok Pakar Pemerhati Penikmat Lembaga Swadaya Masyarakat Teknologi Informasi	Data diperoleh melalui wawancara
Daya Tarik Wisata	Daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan (Utama, I. G. B. R., 2017)	Daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yaitu memiliki: 1. Daya tarik 2. <i>Accessibility</i> (kemudahan) 3. <i>Amenities</i> (Amenitas & fasilitas) 4. <i>Ancillary Service</i> (Jasa Pendukung Wisata)	Pada penelitian ini peneliti akan menganalisis potensi daya tarik wisata desa Cisambeng. Adapun aspek yang diteliti adalah: 1. Atraksi/ daya tarik 2. <i>Accessibility</i> (kemudahan) 3. <i>Amenities</i> (Amenitas & fasilitas) 4. <i>Ancillary Service</i> (Jasa Pendukung Wisata)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Profil Desa Cisambeng

Desa Cisambeng merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Majalengka, desa ini terletak di Kecamatan Palasah Kabupaten Majalengka Jawa Barat. Desa Cisambeng mempunyai jumlah penduduk sekitar 4.546 orang. Secara geografis Desa Cisambeng berbatasan dengan

beberapa desa dari beberapa kecamatan, diantaranya yaitu :

- a. Sebelah Utara desa : Berbatasan dengan desa Leuwiliang Kecamatan Ligung
- b. Sebelah Selatan desa : Berbatasan dengan desa Palasah Kecamatan Palasah
- c. Sebelah Timur desa : Berbatasan dengan desa Majasuka Kecamatan Sumber Jaya
- d. Sebelah Barat desa : Berbatasan dengan desa Tegal Aren Kecamatan Ligung Desa Cisambeng memiliki luas sebesar 250.876 Ha/ m² yang membentang sebagai tanah daratan, sebagian besar tanah digunakan untuk lahan persawahan yaitu 152.849 Ha/ m² sisanya digunakan untuk pemukiman 90.227 Ha/ m², untuk tanah kuburan 2 Ha/ m², untuk perkantoran seluas 1,6 Ha/ m² dan untuk prasarana umum lainnya seluas 4,2 Ha/ m²

2. Kondisi Perekonomian Desa Cisambeng

Perekonomian masyarakat di Desa Cisambeng termasuk sebagai perekonomian yang aktif, karena masyarakat di Desa Cisambeng tidak hanya mengkonsumsi akan tetapi mereka memproduksi dan mendistribusikan barang hasil produksinya yaitu tahu. Memproduksi tahu telah menjadi salah satu bagian yang penting dalam roda perekonomian masyarakat di Desa Cisambeng, karena dari hasil produksi tahulah mayoritas masyarakat Cisambeng mencari pundi-pundi rupiah. Hampir sebagian besar masyarakat terjun dalam *home industry* tahu ini, baik sebagai pemilik *home industry* tahu, sebagai pekerja di pabrik tahu, pedagang atau *reseller* maupun pemasok tahu untuk para *reseller*. Masyarakat Desa Cisambeng mungkin lebih identik dengan pengusaha tahu, akan tetapi disamping itu ada banyak pula masyarakat yang memiliki pekerja

3. Destinasi Wisata Gastronomi di Desa Cisambeng

Desa Cisambeng terletak di Kecamatan Palasah Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. Desa Cisambeng terkenal dengan produksi Tahu, Tempe dan Oncomnya. Hal ini yang menjadikan Desa Cisambeng sebagai salah satu destinasi wisata gastronomi yang menawarkan para wisatawan untuk belajar bagaimana untuk mengolah Tahu, Tempe, dan Oncom secara tradisional dan memberikan edukasi seputar sejarah tahu di Desa Cisambeng serta berbaur dengan warga sekitardan mencoba belajar mengolah serta menyantap berbagai olahan makanan khas Desa Cisambeng dan khas Kabupaten Majalengka. Banyak olahan makanan khas Desa Cisambeng Kecamatan Palasah Kabupaten Majalengka dengan bahan utama Tahu, Tempe dan Oncom, serta olahan makanan lainnya yang khas dari Kabupaten Majalengka. Diantaranya :Tahu Cisambeng , Oncom Gondrong, Tempe Cisambeng, Opak Cisambeng, Pudding Tahu, Brownies Tempe, Tumis Hampas Kecap, Pedesan Entog, Tumis Dage dan Kecap Segitiga

4. Peran *nona helix* dalam upaya pengembangan potensi wisata gastronomi di desa Cisambeng

Helix merupakan sinergi sembilan pemangku kepentingan yang didapat dari pemikiran ulang dan rekayasa ulang produk pangan untuk mendukung Bandung sebagai Kota Gastronomi Konsep Nona Helix berfokus pada gastronomi kewirausahaan yang didasarkan pada kreativitas wirausaha (Turgarini, 2021). Berikut ini penjelasan dari setiap pemangku kepentingan menurut Turgarini :

- a. Pelaku usaha ataupun pedagang termasuk asosiasi usaha
Jenis usaha yang ada di Desa Cisambeng berupa UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Hal ini juga baru di kembangkan di awal 2020. Bebrapa UMKM yang sudah tersedia di desa Cisambeng yaitu olahan kedelai karena Desa ini salah satu desa penghasil dari kedelai. Hasil olahan yang menjadi wisata gastronomi yaitu olahan Tahu, tempe, oncom, kecap manis dan olahan ampas dari kedelai.

- b. Pemerintah/Dinas Kebudayaan Pariwisata
Sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing-masing. Sehingga adanya dukungan untuk pengembangan gastronomi wisata di Desa Cisambeng
- c. Pemasok/Industri pariwisata
Semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
- Pelaku Langsung, yaitu usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain.
 - Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya
- d. Pakar dan Akademisi
Peran pakar dan akademisi sebetulnya tidak jauh berbeda dalam perannya. Dalam penelitian ini sebagai pengembang untuk produk yang dihasilkan berupa inovasi produk atau pun pengemasan yang lebih menarik agar wisata gastronomi di Desa Cisambeng ini lebih maju dan berkualitas.
- e. Penikmat atau Wisatawan
Konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata. Penting hal menarik para wisatawan untuk meningkatkan minat wisatawan asing mau pun lokal sebagai pendukung dan pengembang wisata gastronomi yang ada di Desa Cisambeng.
- f. NGO (Non Government Organization)/LSM
Merupakan organisasi nonpemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata. Di Desa Cisambeng ini bekerja sama dengan karang taruna sebagai salah satu pengembang wisata gastronomi yang ada di Desa tersebut.
- g. Pendukung Jasa Wisata; adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu.
- h. Masyarakat Lokal; adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan.

Desa Cisambeng merupakan salah satu destinasi wisata gastronomi unggulan provinsi Jawa Barat dengan kondisi daya tarik wisata yang ikut andil dalam perkembangan dan peningkatan struktur perekonomian daerah dan mempercepat pertumbuhan usaha pariwisata didalamnya. Untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk wisata gastronomi tersebut diperlukan sebuah upaya terus-menerus guna mengembangkan dan pemeliharaan obyek wisata. Pengembangan obyek wisata ini selain menjadi keperluan sektor pariwisata itu sendiri tentunya terintegrasi dengan pembangunan daerah pada umumnya yang bersifat lintas sektoral. Pada akhirnya diupayakan terus pengembangannya guna meraih semaksimal mungkin peluang-peluang yang dimiliki Kabupaten Cianjur untuk lebih mengembangkan pariwisata.

5. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Treath)

Berikut akan dilampirkan strategi pengembangan wisata gastronomi di Desa Cisambeng Kecamatan Palasah Kabupaten Majalengka dalam bentuk analisis SWOT sebagai evaluasi untuk mempertimbangkan tindakan yang akan dilakukan dalam melakukan strategi pengembangan yang optimal.

a. Faktor Internal

Kekuatan (strength)

- 1) Ketika berwisata di Desa Cisambeng, wisatawan disuguhkan sebuah atraksi wisata yaitu Cooking Class, dimana wisatawan bersama dengan warga sekitar belajar dan ikut serta dalam mengolah masakan khas Desa Cisambeng. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri terhadap wisatawan yang ingin mencoba membuat olahan khas Desa Cisambeng.
- 2) Ketika berwisata di Desa Cisambeng, wisatawan di ajak untuk mengunjungi sebuah pabrik pengolahan Tahu yang masih menggunakan peralatan tradisional. Hal ini menjadi salah satu daya tarik yang ditawarkan karena wisatawan bisa melihat teknik pengolahan Tahu secara Tradisional
- 3) Pengunjung juga diajak mengunjungi salah satu Lab Tahu yang di ciptakan komunitas Pabrik Tau. Disana wisatawan diajarkan mengenai sejarah Tahudi Desa Cisambeng. Serta diajak untuk membuat Tahu menggunakan peralatan yang modern.

Kelemahan (weakness)

- 1) Pemasaran masih belum maksimal dikarenakan kepengurusan masih belum terorganisir.
- 2) Fasilitas yang ditawarkan masih seadanya dikarenakan wisata Desa Cisambeng masih tergolong Baru.

b. Faktor Eksternal

Peluang (opportunities)

- 1) Terdapat peluang besar dikarenakan banyaknya destinasi wisata alam yang ada disekitar Desa Cisambeng .
- 2) Dekat dengan gerbang tol Sumberjaya yang memudahkan bagi wisatawan luar kota untuk mengunjungi Desa Cisambeng.

Ancaman (threats)

- 1) Banyaknya pesaing dikarenakan banyaknya Desa Wisata yang ada di Kabupaten Majalengka
- 2) Sudah banyaknya tempat penginapan seperti hotel yang menyebabkan wisatawan lebih memilih menginap di hotel daripada menginap di Desa Cisambeng.

Adapun tabel analisis SWOT untuk menjawab kebutuhan Stakeholder sebagai berikut :

Tabel 2 Analisis SWOT Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Desa Cisambeng.

	STRENGHT	WEAKNESS
IFAS \ EFAS	1. Di adakannya atraksi wisata Cooking Class	1. Kepengurusan di Desa Cisambeng belum terorganisir

	<ol style="list-style-type: none"> Mengunjungi Pabrik Pengolahan Tahu tradisional Komunitas Pabrik Tau membuat laboratorium Tahu untuk hal edukasi terhadap wisatawan 	<ol style="list-style-type: none"> Pemasaran yang belum optimal Fasilitas yang ditawarkan belum maksimal
<p>OPPORTUNITY</p> <ol style="list-style-type: none"> Banyaknya wisata alam disekitar Desa Cisambeng Aksesibilitas terbantu dengan adanya gerbang tol Sumberjaya 	<p>S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Paket yang ditawarkan menarik bagi wisatawan Harga paket yang ditawarkan sebanding dengan pengalaman yang didapat 	<p>W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Bekerjasama dengan pemerintah Desa Cisambeng Pormosi via website dan sosial media <p>Mengadakan kegiatan rutin yang di selenggarakan oleh pihak Desa Cisambeng</p>
<p>THREAD</p> <ol style="list-style-type: none"> Banyaknya pesaing Desa Wisata si Kabupaten Majalengka Banyaknya hotel menjadi ancaman bagi Desa Cisambeng karena wisatawan memilih menginap di hotel 	<p>S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Kontrak dengan penyedia jasa wisata, pembagian komisi dan manajemen mutu diterapkan untuk menekan biaya operasional. Membuat paket wisata yang menarik Creative marketing, agar dapat merebut pangsa pasar 	<p>W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Mematuhi regulasi pemerintah dengan menerapkan standar kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Bekerja sama dengan para pelaku usaha Pelatihan SDM

6. Hasil Wawancara

Dengan semakin berkembangnya macam-macam aneka tahu yang ada, semakin bertambah pula jumlah orang yang mencoba untuk memproduksi tahu, seperti halnya di desa Cisambeng. Perkembangan home industry tahu disana sangatlah baik dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan karena semakin bertambahnya tingkat konsumsi masyarakat akan tahu. Perkembangan ini ditinjau dari semakin banyaknya masyarakat yang memproduksi tahu, semakin bertambahnya jumlah home industry tahu hingga semakin meningkatnya perekonomian masyarakat. Home Industry tahu yang berada di Desa Cisambeng berjumlah sekitar 87 pabrik yang terdiri dari 62 pabrik besar dan 25 pabrik kecil. Pabrik yang tergolong besar biasanya memiliki sekitar 4 sampai 6 orang karyawan yang setiap harinya memproduksi

tahu, biasanya hasil tahu yang diperoleh dijual oleh para reseller dan sisanya dijual sendiri, sedangkan pabrik kecil yaitu pabrik tahu yang proses pembuatan tahunya dilakukan oleh sendiri dan dipasarkan oleh sendiri juga.

Tabel 3. Home Industry Tahu di Desa Cisambeng

Tahun	Pabrik Tahu Skala Besar	Pabrik Tahu Skala Kecil
2013	58 Pabrik	20 Pabrik
2014	59 Pabrik	22 Pabrik
2015	62 Pabrik	25 Pabrik

*Sumber :
Profil
Desa*

Cisambeng

Bila kita lihat dari tabel diatas, dapat kita simpulkan bahwa perkembangan pabrik tahu di Desa Cisambeng dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan. Hal ini terjadi karena beberapa pemilik pabrik tahu skala kecil meningkatkan usahanya dengan mendirikan pabrik tahu skala besar, pada tahun 2015 ini ada sekitar 3 home industry tahu yang biasanya memproduksi tahu dan memasarkan tahu sendiri kini mengembangkan usahanya dengan mendirikan pabrik tahu yang lebih besar dan mempunyai beberapa orang pegawai untuk membantunya dalam memproduksi tahu.

Pabrik tahu skala kecil pun bertambah dari tahun ketahun, dari tahun 2013 sampai tahun 2018 bertambah 5 pabrik karena orang yang biasanya menjadi reseller dengan mengambil tahu kepada pabrik orang lain kini mencoba untuk memproduksi tahu sendiri dan memasarkannya.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan data dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Strategi Pengembangan Wisata Gastronomi Desa Cisambeng Kecamatan Palasah Kabupaten Majelngka dapat disimpulkan bahwa Desa Cisambeng terkenal dengan produksi Tahu, Tempe dan Oncomnya. Hal ini yang menjadikan Desa Cisambeng sebagai salah satu destinasi wisata gastronomi yang menawarkan para wisatawan untuk belajar bagaimana untuk mengolah Tahu, Tempe, dan Oncom secara tradisional dan memberikan edukasi seputar sejarah tahu di Desa Cisambeng serta berbaur dengan warga sekitar dan mencoba belajar mengolah serta menyantap berbagai olahan makanan khas Desa Cisambeng dan khas Kabupaten Majalengka.

Pengembangan wisata gastronomi di Desa Cisambeng melalui digitalisasi membawa dampak positif yang signifikan, menciptakan peluang baru, dan meningkatkan daya tarik destinasi tersebut. Berikut adalah beberapa kesimpulan terkait digitalisasi dalam pengembangan wisata gastronomi di Desa Cisambeng:

1. Meningkatkan Aksesibilitas dan Pemasaran: Digitalisasi memungkinkan Desa Cisambeng untuk meningkatkan aksesibilitas informasi mengenai warisan kuliner dan pengalaman gastronomi yang ditawarkan. Pemasaran online dapat mencapai audiens yang lebih luas, menarik wisatawan potensial, dan meningkatkan visibilitas desa di platform digital.
2. Peningkatan Pengalaman Pelanggan: Integrasi teknologi digital, seperti menu digital, aplikasi pemesanan online, dan penggunaan QR code, dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Wisatawan dapat dengan mudah menemukan informasi, mereservasi tempat, dan mengeksplorasi berbagai hidangan dengan bantuan teknologi.
3. Pemberdayaan Komunitas Lokal: Digitalisasi memberdayakan pelaku usaha kuliner dan produsen lokal di Desa Cisambeng. Mereka dapat memanfaatkan platform online untuk

memasarkan produk mereka, berpartisipasi dalam inisiatif pemasaran bersama, dan meningkatkan daya saing bisnis kuliner mereka.

4. Pengembangan Kemitraan Bisnis: Adopsi teknologi digital membuka peluang untuk mengembangkan kemitraan bisnis, baik dengan bisnis lokal maupun platform online. Kemitraan semacam ini dapat meningkatkan distribusi produk kuliner lokal dan memperluas jangkauan pasar.
5. Data dan Analisis: Penggunaan alat analisis data membantu Desa Cisambeng memahami perilaku wisatawan, tren konsumen, dan preferensi kuliner. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk mengambil keputusan strategis yang lebih baik dalam mengelola dan mengembangkan wisata gastronomi.
6. Keberlanjutan Lingkungan: Teknologi digital dapat digunakan untuk mempromosikan praktik keberlanjutan dalam wisata gastronomi. Misalnya, informasi mengenai bahan-bahan lokal dan metode pertanian berkelanjutan dapat diperkenalkan kepada pengunjung melalui platform digital.
7. Perluasan Pendidikan dan Promosi Budaya: Digitalisasi memberikan peluang untuk mengedukasi wisatawan tentang budaya lokal, sejarah kuliner, dan keterampilan tradisional melalui konten digital seperti video, blog, atau platform media sosial.
8. Kemampuan Adaptasi Terhadap Tren Pasar: Dengan menggunakan teknologi digital, Desa Cisambeng dapat lebih cepat beradaptasi dengan tren pasar dan permintaan konsumen baru. Pembaruan menu, promosi khusus, atau program loyalitas dapat diimplementasikan dengan lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiten Deputi Pengembangan Deputi (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*.
- Bhudiharty, S. (2019). Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Gastronomi Di Kawasan Petak Sembilan Glodok, Jakarta Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(2), 106–113. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v1i2.20>
- Harmigi, A. (2018). Potensi Daya Tarik Desa Wisata Rantau Bais Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *JOM FISIP*, 5(1), 1–15.
- J. A. Brillat-Savarin. (2004). *The Physiology of Taste*. Harmondsworth: Penguin.
- Maryani. 1991. *Pengantar Geografi pariwisata*. IKIP Bandung
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S.R. (2018). *Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang*. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>
- Maryani, E. (2019). *Geografi Pariwisata*. Ombak.
- Murdijati-Gardjito. (2013). *Bumbu, Penyedap, dan Penyerta Masakan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Muria, G., Dawe, K., & Mayasari, I. (2018). Dampak Pelatihan Gizi Dan Gastronomi Terhadap Kualitas Local Food Industry Di Desa Wisata Religi Kudus , Provinsi Jawa Tengah (Pariwisata Konsep Community Based Tourism (Cbt)). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(1), 55–64.
- Ningsih, C., & Turgarini, D. (2020). Preservation and Development of Kampung Nikmat As Tourist Destination for Sunda Gastronomy Cultural Heritage. *Tourism Scientific Journal*, 5(juni 2020), 266–276. <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/tsj.v5i2.97>
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 72–82.
- Putra, M. K. (2021). Identitas Gastronomi dan Perspektif Pariwisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(1), 95–110.

- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Diambil dari <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Soeroso, A., & Turgarini, D. (2020). Culinary Versus Gastronomy. *E-Journal of Tourism*, 7(2), 193–204. <https://doi.org/10.24922/eot.v7i2.60537>
- Turgarini, D. (2013). *Inventorikan, lestarikan, manfaatkan dan kembangkan Gastronomi Unggulan Jawa Barat*. Diunduh tanggal 4 Mei 2022 dari: <http://mik.upi.edu/>
- Turgarini, D. (2021). The Salapan Cinyusu (Nona Helix) as a “creativepreneurship” support model for gastronomy tourism in Bandung city. *Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research*, 429–437. <https://doi.org/10.1201/9781003095484-62>
- Turgarini, Dewi. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. Universitas Gajah Mada.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.
- Wijayanti, A., & Damanik, J. (2019). Analysis of the tourist experience of management of a heritage tourism product : case study of the Sultan Palace of Yogyakarta , Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 166–177.