
**IMPLEMENTATION OF THE PENTAHHELIX MODEL AS A FOUNDATION FOR
DEVELOPING TOURISM POTENTIAL IN MAJALENGKA REGENCY**

Oleh

Rizki Nurul Nugraha¹⁾, Nada Widya Candra Nurani²⁾^{1,2}**Universitas Nasional Jakarta****Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan Asal Negara Indonesia****E-mail: rizki.nurul@civitas.unas.ac.id****Abstract**

The concept of tourism development with the Pentahelix model is often found to analyze in the economic sector, in fact the Petahelix Model of Cooperation of Academics, Business, Community, Government and Media, which called ABCGM, is very important in tourism development because it covers all parties also because it can provide benefits and benefits for society and the environment there good integration so as to create activities, facilities, services, and quality tourism experience and value benefits. This research uses a descriptive qualitative approach. Where this research method uses literature studies, namely studies carried out by identifying, formulating, and setting goals and benefits using literature review studies. The purpose of this study is to find out how the Pentahelix model can be used to develop tourism potential in Majalengka Regency. The results can be seen if the Pentahelix model can be one of the strategies that if optimal its implementation will provide welfare for all parties.

Keywords : Development, Majalengka, Pentahelix, Potential, Tourism**PENDAHULUAN**

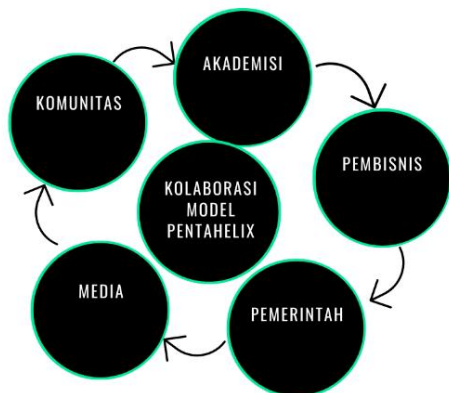
Dengan memaksimalkan segala kemungkinan yang terkait dengan bisnis pariwisata, maka diindikasikan mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Unsur-unsur yang terlibat dalam menciptakan destinasi pariwisata adalah infrastruktur, akomodasi, fasilitas dan layanan wisata, fasilitas dan layanan transit, serta elemen lainnya. Konsep pembangunan pariwisata terus berkembang dan dinamis, seiring dengan dinamika elemen-elemen yang mempengaruhinya seperti isu keberlanjutan, isu ekonomi global, dan isu-isu tersebut mempengaruhi pendekatan-pendekatan dan konsep pengembangan pariwisata pada negara-negara maju (Sulistiyadi, Eddyono, & Entas, 2021, p. 1). Keindahan alam, keindahan seni, dan keindahan budaya Indonesia menjadi daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Menurut (Suwena & Widyatmaja, 2017, p. 10) bagi Indonesia, industri pariwisata merupakan suatu komoditi

prospektif yang di pandang mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, sehingga tidak mengherankan apabila Indonesia menaruh perhatian khusus kepada industri pariwisata. Hal ini lebih diperkuat dengan adanya kenyataan bahwa Indonesia memiliki potensi alam dan kebudayaan yang cukup besar yang dapat dijadikan modal bagi pengembangan industri pariwisatanya. Salah satu tujuan pengembangan kepariwisataan di Indonesia adalah untuk meningkatkan pendapatan devisa khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya. Indonesia menawarkan peluang luar biasa bagi industri pariwisata. Perwujudan kreativitas manusia, proses hidup, seni budaya, situs sejarah, dan lokasi dengan daya tarik wisata adalah objek wisata.

Potensi wisata yang dapat dikembangkan adalah pariwisata di Kabupaten Majalengka. Dataran rendah dapat ditemukan di wilayah

Kabupaten Majalengka, khususnya di bagian utara dan timur. Beberapa dataran rendah ini memiliki iklim yang cukup kering dan angin kencang. Sedangkan wilayah selatan Majalengka merupakan wilayah dataran tinggi dengan iklim sedang. Banyak penelitian berpendapat bahwa desa wisata memiliki proposisi penjualan khusus bagi wisatawan yang mencari liburan pedesaan.

Ada berbagai metode dan strategi yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan potensi pariwisata di Indonesia. Pemerintah telah menggunakan kemitraan Model Pentahelix sebagai salah satu taktiknya untuk mempromosikan pariwisata. Dalam rangka mengatur dan menjamin kualitas kegiatan, fasilitas, dan pelayanan serta menciptakan pengalaman dan menghargai manfaat pariwisata dalam rangka memberikan manfaat dan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, model Pentahelix pertama kali diperkenalkan oleh menteri pariwisata, Arief Yahya. Kemudian dimasukkan ke dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan (BGCAM).



Gambar 1. Model Pentahelix.

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Dengan adanya pengembangan pariwisata model pentahelix tersebut diharapkan aktivitas pariwisata di Kabupaten Majalengka dalam mensejahterakan semua sektor. Dari penjelasan latar belakang tersebut maka dari itu yang

merupakan pokok permasalahan dalam penelitian ini bagaimana pariwisata Kabupaten Majalengka dari perspektif pentahelix, juga untuk bagaimana kolaborasi pengembangan pariwisata Kabupaten Majalengka dengan implementasi model pentahelix, guna mengetahui siapa saja dan apa saja peran dari aktor-aktor yang dapat terlibat pada pengembangan potensi pariwisata dengan model pentahelix ini. Untuk mendukung pelaksanaan analisis agar mendapat hasil yang optimal, maka penulis melakukan kajian secara literatur terhadap daerah-daerah yang sudah menerapkan pengembangan pariwisata model pentahelix juga kajian lainnya dengan pembahasan topik yang relevan dengan penelitian ini.

Industri pariwisata berkembang menjadi sektor yang erat kaitannya dengan ekonomi kegiatan. Industri pariwisata sendiri berpotensi memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat sekitar, sehingga bukan tidak mungkin untuk meningkatkan kualitas hidup bagi mereka yang terlibat langsung dalam kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata.

Potensi Wisata

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 dipaparkan bahwa kepariwisataan adalah perlindungan nilai-nilai agama, budaya komunal, strategis dan kualitas lingkungan, serta kepentingan negara, disediakan oleh pariwisata, yang merupakan komponen penting dari pembangunan nasional yang metedis, terencana, terintegrasi, berkelanjutan, dan bertanggung jawab. Dari pemahaman tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa potensi pariwisata merupakan hal yang memiliki potensi kuat untuk dikembangkan dan dapat memberikan timbal balik yang baik dari diadakannya aktifitas pariwisata itu sendiri.

Menurut (Pujaastawa & Nyoman, 2015) satu langkah penting terkait pengembangan kepariwisataan adalah studi identifikasi potensi daya tarik wisata. Hal ini menjadi penting karena perjalanan wisata ke suatu tempat pada dasarnya dipengaruhi oleh ketertarikan wisatawan terhadap sesuatu yang disebut daya tarik atau atraksi wisata. (Gaol, 2018) dalam hal

pembangunan ekonomi nasional, sektor pariwisata berorientasi pada kesejahteraan masyarakat dan negara. Pertumbuhan ekonomi ini dicapai melalui nilai tukar mata uang asing, peningkatan pendapatan pemerintah, stimulasi pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, dan tingkat pendapatan masyarakat yang semakin merata.

(Kotler et al., 2010) juga menyatakan bahwa destinasi wisata akan mendapatkan keunggulan kompetitif apabila organisasi yang terlibat dapat berbagi pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan sumber daya lainnya yang dapat mendukung proses pengembangan pariwisata. Sehingga model pentahelix ini menggali lima elemen yang membantu dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata, termasuk pemerintah sebagai pembuat kebijakan, akademisi sebagai transfer pengetahuan dan penelitian terkait, masyarakat atau masyarakat sebagai kekuatan sosial, pengusaha sebagai kekuatan dalam mekanisme pasar, dan media sebagai sarana untuk mempromosikan atraksi tersebut.

Pentahelix

Studi terkait pariwisata ini mengkaji penggunaan Model Pentahelix untuk Kerjasama dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Majalengka. Karena dalam situasi ini, peran pemerintah dan organisasi non-pemerintah adalah sebagai salah satu aktor yang melakukan perubahan dalam hal pembangunan dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup lingkungan, salah satunya di bidang pariwisata. Pemetaan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dimiliki oleh para pelaku atau pemangku kepentingan yang berkolaborasi dalam program tersebut, sehingga dalam temuan tersebut ditentukan pemangku kepentingan mana yang akan sangat berpengaruh dalam pengembangan suatu inovasi tertentu.

Penelitian ini juga menggunakan Teori Collaborative Governance Amason dan Nabach. Inti dari penelitian ini adalah para peneliti mengamati dan mendiskusikan secara lebih rinci keterlibatan pemerintah, komunitas

sadar wisata, dan para pelaku bisnis pariwisata dalam proses kolaboratif pengelolaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Majalengka, yang disesuaikan dengan proses kolaborasi Amason, yang meliputi dinamika kolaborasi, kegiatan kolaborasi, dan hasil akhir kolaborasi. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa proses kerja sama ketiga pemangku kepentingan tersebut terbilang baik, karena diawali dengan kegiatan pelatihan, manajemen, dan ratifikasi ketiga pemangku kepentingan yang terlibat.

Memfaatkan teknik Penta Helix atau ABCGM secara ekstensif pada penelitian ini, yang mana digunakan dalam relatif sedikit penelitian sebelumnya di bidang pariwisata yang digunakan untuk menilai keadaan perekonomian di suatu wilayah atau wilayah tertentu, selain adanya wisatawan yang memiliki dampak seiring dengan perkembangan pariwisata, begitu pula rumus ABCGM. Penta helix berganti nama menjadi ABCGM+ karena wisatawan juga merupakan pemain kunci dalam pengembangan pariwisata.

Donahue dan Zeckhauser mendefinisikan tata kelola kolaboratif sebagai platform untuk mencapai suatu tujuan. Dimana pemerintah bekerja sama dengan kelompok dan individu untuk mencapai tujuan public (Donahue & Zeckhauser, 2011:4). Dalam gagasan ini, enam kriteria ditekankan. Pertama, ada forum yang diselenggarakan oleh lembaga publik. Kedua, aktor nonpemerintah harus diundang untuk berpartisipasi dalam forum. Ketiga, peserta harus terlibat langsung dalam pembuatan kebijakan daripada sekadar "berkonsultasi" dengan pejabat pemerintah. Keempat, forum harus terstruktur secara formal, dan nada pertemuan harus konsisten. Kelima, kebijakan harus didasarkan pada konsensus. Dan, terakhir, kolaborasi dalam kebijakan publik atau manajemen public (Ansell & Gash, 2007:544).

Hal senada juga diungkapkan oleh (Holzer et al., 2012:349) yang menyatakan bahwa collaborative governance adalah kondisi di mana pemerintah dan sektor swasta bekerja

sama untuk mencapai tujuan bersama demi kesejahteraan masyarakat. Didukung juga pendapat dari (Edgell et al., 2013) yang mengungkapkan bahwa, pada dasarnya, kebijakan pariwisata adalah setiap tindakan pemerintah yang mempengaruhi pariwisata di bidang legislatif, administratif, dan yudikatif. Ini termasuk kegiatan seperti pemasaran, perencanaan, dan keberlanjutan. Bentuk kebijakan, menurut mereka, adalah berbagai pedoman (aturan), prinsip, dan prosedur yang disiapkan secara etis dan fokus pada suatu masalah dan mewakili harapan masyarakat (atau bangsa) dalam kaitannya dengan aspek perencanaan, pengembangan, produk, layanan, pemasaran, dan keberlanjutan.

METODE

Pendekatan kualitatif digunakan dalam desain penelitian ini. Pendekatan kualitatifnya bersifat umum, dan berubah-ubah atau berkembang berdasarkan situasi di lapangan. Seperti yang dijelaskan Sugiyono, (2011), metode ini juga dikenal sebagai metode interpretatif karena data penelitian terutama berkaitan dengan interpretasi data yang dikumpulkan di lapangan. Lebih lanjut, menurut Putra & Lisnawati (2012), desain penelitian kualitatif biasanya bersifat global, ambigu, tidak pasti, dan sangat fleksibel. Dapat disimpulkan, karena desain hanya digunakan sebagai asumsi untuk melakukan penelitian, maka desain untuk penelitian kualitatif fleksibel dan terbuka. Teknik penelitian, menurut Arikunto (2010), adalah pendekatan yang digunakan oleh para peneliti dalam mengumpulkan data studi mereka, tetapi Alwasilah (2009) menyatakan bahwa metode penelitian adalah instrumen atau cara untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penerpaan atau implementasi pengembangan pariwisata dengan model pantehelix. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif, karena pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif.

Studi Literatur

Dengan berbagai pertimbangan peneliti memutuskan penelitian ini untuk menggunakan teknik studi literature. Yang mana meneliti, memahami buku-buku, dokumen, jurnal atau sumber tertulis lainnya yang relevan dengan pembahasan yaitu pengembangan potensi pariwisata dengan implementasi model pantehelix. Dokumen dan *record* dibedakan menjadi dua menurut Guba dan Lincoln dalam (Alwasilah, 2009:155), *records* adalah setiap catatan tertulis yang dibuat oleh seseorang atau lembaga untuk membuktikan suatu peristiwa atau menyajikan perhitungan, sedangkan dokumen adalah materi yang ditulis atau difilmkan selain catatan yang secara tegas disiapkan atas permintaan peneliti.

Menurut Arikunto (2010:210), dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang menandakan hal-hal tertulis. Sukardi (2004:34) kemudian membahas berbagai dokumen atau sumber literatur, seperti jurnal, laporan penelitian, majalah ilmiah, surat kabar, buku terkait, hasil seminar, publikasi ilmiah yang tidak dipublikasikan, pembicara, dekrit, dan sebagainya. Maka dengan demikian setelah menentukan topik yang akan dibahas, kemudian mencari data-data yang relevan dengan topik pembahasan dan mendukung. Setelah pengumpulan data, peneliti membaca atau menafsirkan sumber data untuk mendapatkan informasi tentang subjek yang akan dijelaskan. Setelah diperoleh, data diatur dan disusun secara sistematis bagian ini dapat memuat rancangan penelitian/kajian atau desain penelitian/kajian, sasaran dan target penelitian/kajian (populasi dan sampel), teknik pengumpulan data, model penelitian/kajian, dan teknik analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata di Indonesia memang memiliki potensi yang tidak perlu diragukan, diimbangi dengan pesatnya perkembangan pariwisata Indonesia itu sendiri dan didukung

dengan pembangunan infrastruktur yang dapat dibidang sangat *massif* tentu memperlancar kegiatan pariwisata yang ada. Salah satu wilayah yang perlu dijadikan perhatian dalam pengembangan kegiatan dan potensi pariwisatanya adalah Kabupaten Majalengka. Masuk pada provinsi Jawa Barat, Kabupaten Majalengka mungkin tidak begitu populer dikalangan wisatawan. Sejatinya wilayah ini menyimpan keindahan dan pesona alam yang dapat dijadikan salah satu pilihan dalam berwisata.

Dengan dapat berkembangnya kegiatan pariwisata diharapkan dapat memberikan peran yang *significant* juga terhadap kesejahteraan banyak *sector* terutama bagi masyarakat sekitar. Sektor pariwisata juga menjadi salah satu tumpuan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Namun terlihat hasil analisa Pebriana et al., (2021) banyak destinasi wisata di Kabupaten Majalengka yang dikelola oleh masyarakat langsung oleh sebab itu masih kurang maksimal khususnya dari segi kesadaran masyarakat dalam pembayaran pajak. Sedangkan pendapatan daerah salah satunya bersumber dari pajak itu sendiri.

Pariwisata Kabupaten Majalengka Perspektif Pentahelix

Potensi pariwisata di Kabupaten Majalengka sendiri cukup potensial untuk dikembangkan dan dapat menjadi salah satu destinasi unggulan Jawa Barat dan mejadi sumber pendapatan daerah yang unggul. Pengembangan pariwisata ini tentunya tidak luput dari pengelolaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka demi meningkatkan pendapatan daerah selaku pemangku kepentingan yaitu dengan dibuatnya kebijakan strategi dan sasaran. Siagian, (2006) mengungkapkan Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi untuk mencapai tujuannya.

Mulgan (2009) mendefinisikan strategi pemerintah memiliki lima komponen atau

tahapan: tujuan, lingkungan, arah, tindakan, dan pembelajaran.

Hadirnya pihak swasta/*stakeholder* sebagai penyedia fasilitas penunjang kegiatan pariwisata seperti akomodasi yang lebih baik, nyaman dan membuat wisatawan merasa nyaman dan aman. Pengembangan pariwisata menjadi salah satu prioritas pemerintah di wilayah Kabupaten Majalengka. Pariwisata bisa menjadi salah satu sektor usaha yang membantu perekonomian. Banyaknya pengunjung pariwisata dapat mendorong perekonomian lokal Pebriana et al., (2021). Jika bersinergi tentunya pengembangan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Majalengka akan memberikan *multiplier effect* yang positif bagi semua pihak, diharapkan dengan berkembangnya kegiatan pariwisata ini, memberikan peluang juga bagi pelaku usaha atau swasta untuk dapat meningkatkan pembangunan fasilitas kepariwisataan yang berkelanjutan. Namun Suroija et al., (2021) mengungkapkan dari hasil analisisnya bahwa penerapan model Pentahelix akan berbeda satu sama lain karena masing-masing memiliki potensi dan peran yang berbeda-beda. Pengembangan model pentahelix yang dapat mensinergikan semua komponen membutuhkan pemahaman bersama antara komponen-komponen tersebut.

Kolaborasi Pentahelix Untuk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Majalengka Pemerintah

Departemen atau Institut Teknik Dearah, yang memiliki peran dalam urusan pariwisata, budaya, dan seni, perencanaan pengembangan pariwisata yang diatur dalam Rencana Strategis, penyedia akses dan infrastruktur yang terkait dengan pariwisata, memfasilitasi bidang industri dan perdagangan, memfasilitasi pertanian dan memfasilitasi bidang investasi dan pembangunan, dimana birokrasi pemerintah daerah yang diharapkan dapat terlibat dalam model pentahelix pengembangan pariwisata ini di Kabupaten Majalengka. Tidak lain tujuan alam pengembangan potensi-potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Majalengka ini adalah

untuk mensejahterakan bukan hanya masyarakat atau pemerintah namun dapat menjangkau keseluruhan sektor seperti yang telah disampaikan bahwa model pentahelix ini mencakup aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan pariwisata agar dapat maksimal. Pendapat Nurul Nugraha et al., (2021) upaya pengembangan dan pengelolaan sumber daya harus difokuskan pada pemenuhan tujuan ekonomi, sosial, dan estetika. Ini juga dapat menjaga integritas dan/atau keberlanjutan ekologi, keanekaragaman hayati, budaya, dan sistem kehidupan.

Berdasarkan hasil analisa penerapan pengembangan pariwisata, model pentahelix Khusniyah (2020) peran masing-masing aktor pemerintah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Disbudpar (Dinas Budaya dan Pariwisata): Budaya, Seni, Pengembangan Industri Pariwisata, dan Pemasaran (Promosi).
2. Perencanaan, Pengembangan, dan Pariwisata Bappeda, sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis Kota
3. Badan Perhubungan Menyediakan akses dan infrastruktur terkait pariwisata
4. Kantor Perdagangan memfasilitasi industri dan perdagangan.

Pemerintah sebagai pemegang kebijakan diharapkan dapat menjadi inisiasi pertama dalam kegiatan pengembangan dan pembangunan pariwisata. Seperti diungkapkan Kagungan et al., (2021) jika tanpa kebijakan yang baik, kegiatan pembangunan seperti pengembangan pariwisata akan gagal di negara modern saat ini. Alhasil, setiap profesional pariwisata, serta birokrat di pemerintahan dan pemerintah daerah, harus memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang pentingnya mengembangkan dan menerapkan kebijakan pariwisata yang sehat. Kunjungan wisatawan di Kabupaten Majalengka mungkin tidak akan setinggi kota lain di Jawa Barat seperti halnya Bandung. Untuk melihat jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Majalengka, dapat tersaji pada tabel berikut:

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Kabupaten Majalengka Tahun 2020-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2020	375.000
2021	472.906

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka, 2022 (telah diolah kembali)

Model Pengembangan tersebut tentunya harus diwujudkan secara sinergis dengan seluruh pihak, baik pemerintah, OPD terkait, masyarakat, pihak swasta hingga perguruan tinggi. Untuk mewujudkannya, diperlukan agar setiap program pengembangan mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat, mulai dari pendataan, pengkajian, pengerjaan proyek, pemanfaatan hingga pemeliharaan. Hal ini disampaikan juga berdasarkan hasil analisa (Setya Yunas, 2019) bahwa pembangunan akan lebih efektif dan efisien jika masyarakat didorong untuk berpartisipasi karena masyarakat akan merasa lebih bertanggung jawab atas kelangsungan hidup pembangunan jangka panjang dan akan percaya bahwa mereka memiliki andil dalam hasil pembangunan desa.

Akademisi

Pada sector apapun sumber daya manusia yang bik dan kompetitif tentu akan sangat menunjang berjalannya bisnis itu sendiri. Begitu pula pada sector pariwisata, akademisi dapat memberikan perspektif dan analisis berdasarkan data di lapangan tentang tingkat perkembangan, serta formula terbaik untuk memajukan pariwisata melalui berbagai penelitian, analisis, dan pengembangan sumber daya manusia. Sumber daya manusia di industri pariwisata berfungsi sebagai kekuatan pendorong keberlanjutan industri serta menentukan daya saing industri pariwisata. Peran akademisi pada hasil analisa (Aribowo et al., 2018) diungkapkan bahwa kebijakan pengembangan sumber daya manusia pada sector pariwisata

dimana akademik ditujukan untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas dan profesionalisme sumber daya manusia berbasis kompetensi.

Akademis menjadi gerbang utama bagi keberlanjutan kegiatan pariwisata, karena kolaborasi diperlukan dalam pengembangan pariwisata, seperti pengembangan kurikulum pariwisata dan proses pengajaran, bekerja sama dengan pelaku usaha pariwisata, pemerintah sebagai regulator, media sebagai "corong" berita pariwisata, dan masyarakat sebagai "penikmat" pariwisata. Masukan dari pihak lain dengan pengalaman yang berbeda di lapangan sangat berguna dalam menetapkan dan menyusun kurikulum pariwisata, sehingga lulusan pendidikan pariwisata dapat langsung "mendengarkan" ketika bekerja di industri pariwisata. Di negeri lain bahkan ada pusat penelitian pariwisata, dibuktikan juga di beberapa negara seperti Hongkong, Korea Selatan, dan Thailand peran akademik sangat signifikan dalam perannya pada pengembangan pariwisata (Aribowo et al., 2018).

Peran akademisi juga diungkapkan berdasarkan hasil analisa (S Halibas et al., 2017) yang mana akademisi, sebagai pelaku kebijakan, memiliki keahlian dan merupakan lembaga penelitian yang berperan dalam pelaksanaan kebijakan. Universitas dan lembaga penelitian memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata dengan membantu membentuk masyarakat berbasis pengetahuan.

Kemampuan akademisi diharapkan dapat membentuk masyarakat dengan menyediakan tenaga kerja terampil yang dibutuhkan untuk pengembangan, pengetahuan dan ekonomi. Mempersiapkan siswa untuk berpikir kritis, mengembangkan bakat, dan menghasilkan pengetahuan dan keterampilan yang inovatif, wirausaha, dan giat. Serta dapat membuat terobosan baru dalam pengembangan pariwisata pada khususnya, apalagi dengan dukungan perkembangan teknologi tentunya dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk menjalankan kolaborasi dan kemitraan yang

membuahkan hasil antara akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas, dan media massa, lembaga pendidikan dan universitas menjadi salah satu tombak yang mendukung, di Kabupaten Majalengka sendiri ada beberapa institusi pariwisata yang tersedia bagi generasi penerus untuk bisa mempelajari Pendidikan kepariwisataan, diantaranya SMK Pariwisata PGRI Majalengka, STAI PUI Majalengka, Universitas Majalengka dan perguruan serta lembaga pendidikan lainnya.

Stakeholder atau Bisnis

Dalam proses pengembangan pariwisata, dunia usaha atau swasta memegang peranan penting dalam penyelenggaraan usaha di sektor pariwisata yang mengedepankan bisnis, profesionalisme, etika bertanggung jawab, dan keberlanjutan. Dunia usaha bertindak menguntungkan, dengan kelestarian lingkungan sebagai faktor penting dalam industri pariwisata. Melimpahnya tempat wisata di Kabupaten Majalengka memberikan kesempatan bagi anggota masyarakat untuk menggerakkan perekonomian daerah dengan menjadi pengusaha/pengusaha. Bisnis pariwisata ramai, dan dipengaruhi oleh peran media sosial dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada. Alhasil, masyarakat akan memiliki lebih banyak kesempatan untuk berbisnis di industri pariwisata. Layanan yang diberikan kepada konsumen, seperti tempat wisata sebagai produk utama yang ditawarkan, transportasi (penyedia tiket tour & travel flight, penyedia sewa kendaraan/transportasi), pemandu wisata (pemilik usaha dapat menyewa masyarakat di sekitar objek wisata untuk menjadi pemandu wisata), akomodasi atau penginapan, dan bisnis kuliner, serta layanan atau produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, adalah contoh produk bisnis yang dapat dikembangkan dalam hal ini. Mengutip pendapat (Aulia & Dewi, 2022) bahwa Indonesia terkenal sebagai negara kepulauan dengan berbagai suku dan budaya, sehingga menghasilkan adat istiadat dan budaya yang berbeda di setiap daerah. Selain itu,

keragaman wilayah yang berbeda dari setiap budaya dan suku di Indonesia menjadikannya tujuan wisata paling populer. Indonesia terkenal dengan pulau-pulau dan budayanya, tetapi juga memiliki kekayaan keindahan alam, termasuk maritim, hutan, pegunungan, dan beragam flora dan fauna. Dalam mengembangkan potensi-potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Majalengka tentu tidak bisa hanya sekedar pengembangannya saja namun perlu memikirkan bagaimana pengelolaannya dapat berkelanjutan, menurut (Asnawi et al., 2020) citra merupakan faktor penting dalam meningkatkan pariwisata dan persaingan antar destinasi karena berpengaruh pada menjaga pangsa pasar wisatawan, promosi, serta sensitivitas harga dan pelayanan antara berulang dan kunjungan wisatawan pertama. Sehingga menjaga citra baik dari destinasi maupun daya tarik dari pariwisata Kabupaten Majalengka bukan sekedar tanggung jawab dari pemerintah ataupun masyarakat sekitar namun pihak swasta atau pelaku bisnis pariwisata adalah bagian penting dalam hal ini.

Pada tabel dibawah dapat kita lihat ada beberapa dari setidaknya 197 daya tarik wisata di Kabupaten Majalengka yang tentunya jika dikembangkan dapat menjadi salah satu unggulan destinasi wisata di Jawa Barat.

Tabel 2. Daya Tarik Wisata di Kabupaten Majalengka, 2021

Objek Wisata	Jenis	Alamat
(1)	(2)	(3)
1. Gunung Sela	Alam	Kec. Argapura
2. Curug Cicangkrung	Alam	Desa Apuy, Kec. Argapura
3. Bukper Panten	Alam	Desa Arlingga, Kec. Argapura
4. Curug Sawyer	Alam	Desa Arlingga, Kec. Argapura
5. Bukit Pendakian Ciremai	Alam	Desa Argamukti, Kec. Argapura
6. Kuliner Susu Murni	Buana	Desa Giri

	ata n	mulya, Kec. Banjaran
7. Kalua Jeruk, Emping Jagung	Buata n	Desa Sangiang, Kec. Banjaran
8. Kuliner Papais Baliung	Buata n	Desa Sunia Baru, Kec. Banjaran
9. Sangraja	Buata n	Kel.Cigasong, Kec. Cigasong
10. Wisata Belanja Jeans	Buata n	Kel.Cigasong, Kec. Cigasong
11. Puncak Jugul	Buata n	Desa Cinta Asih, Kec. Cingambul
12. Makam Leluhur Kabupaten Maja/Bupati Pertama	Buda ya	Desa Gunung Wangi, Kec. Argapura
13. Makam Nyiratu Pamerat Sari	Buda ya	Desa Sukasari Kaler, Kec. Argapura
14. Makam Buyut Israh	Buda ya	Desa Sukasari Kidul, Kec. Argapura
15. Makam Keramat Arya Saring Singan	Buda ya	Desa Banjaran, Kec. Banjaran
16. Makam Cipager Pakih Ibrahim	Buda ya	Desa Cimeong, Kec. Banjaran
17. Makam Keramat Sunan Wanaperih	Buda ya	Desa Kagok, Kec. Banjaran
18. Kesenian Pencak Silat	Buda ya	Desa Sangiang, Kec. Banjaran

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka 2022 (telah diolah kembali).

Sektor berikut adalah yang terlibat atau diharapkan berperan dalam model pengembangan penta heliks ini: (1) PHRI memberikan ide gagasan dan masukan

kepada leading sector dan mengelola hotel dan restoran; (2) ASITA memberikan ide gagasan dan masukan kepada leading sector, dan Koordinator biro perjalanan dan travel (Khusniyah, 2020).

Komunitas

Dalam hal ini, komunitas terdiri dari orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan pengembangan potensi dari pariwisata itu sendiri. Membantu masyarakat dalam seluruh proses dan merampingkan adopsi ekonomi proses dengan bertindak sebagai perantara atau penghubung antara pemangku kepentingan. Kelompok Sadar Wisata yang mengkhususkan pada organisasi pariwisata atau masyarakat setempat, biasa disebut Pokdarwis. Pokdarwis, adalah kelompok swadaya yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan pengembangan kegiatan pariwisata di wilayah tersebut dan mendukung keberhasilan pengembangan pariwisata nasional (Fadly & Ismail, 2019).

Komunitas juga dapat membantu mempromosikan produk atau jasa pariwisata. Komunitas pada dasarnya adalah entitas pemangku kepentingan pariwisata yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan keberadaan anggotanya. Bentuk atau wujud dari pihak komunitas ini bisa berbagai macam mulai dari LSM (Lembaga swadaya masyarakat), kelompok-kelompok masyarakat sadar wisata, berdasarkan minat dan bakat, atau sekedar sekelompok kecil dari mereka yang menyukai jelajah dan mempromosikan pariwisata itu sendiri. Masyarakat sendiri merupakan salah satu kunci dalam pengembangan pariwisata. Peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata di daerah, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Konsep yang cukup familiar digunakan adalah pengembangan pariwisata CBT atau konsep *Community Based Tourism*, dimana mencoba memaparkan jika peran masyarakat dalam pariwisata yang diposisikan sebagai aktor utama melalui pemberdayaan,

sehingga prioritas manfaat pariwisata dimaksudkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat setempat semaksimal mungkin hal ini diungkap dari hasil analisa (Maturbongs & Lekatompessy, 2020).

Mengutip hasil analisa Mierdhani et al., (2022) mengungkapkan jika wisata berbasis masyarakat adalah pariwisata yang mempertimbangkan dan mengedepankan kelestarian lingkungan, sosial, dan budaya, serta diatur dan dimiliki oleh masyarakat. Pariwisata Berbasis Masyarakat diharapkan dapat berkontribusi pada kelangsungan hidup jangka panjang sektor pariwisata Indonesia.

Kemudian didukungnya perkembangan teknologi secara digital yang terjadi, maka Blogger, komunitas fotografi, *influencer* dan aktivis pariwisata lainnya digunakan untuk mempromosikan tujuan dan acara pariwisata daerah.

Pendapat Merdika Mansur et al., (2020) mengungkapkan pula bahwa masyarakat setempat harus dibuat lebih sadar dan diikutsertakan dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan. Produk yang ditawarkan adalah lokasi dan objek wisata, termasuk masyarakat setempat, yang juga diharapkan memiliki daya tarik melalui faktor atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan lingkungan. Selanjutnya, ada komunitas atau media massa dalam lingkup komunitas yang membantu mempromosikan lokasi dan tempat wisata. Dalam hal ini, pemerintah mengharapkan pajak dan devisa untuk sepenuhnya menjalankan misi trifungsional regulasi pariwisata, layanan selektif, dan pembinaan.

Media Massa

Munculnya media promosi yang baru dan terus berkembang dari waktu ke waktu tentu dapat memberikan kemudahan dalam berinteraksi secara digital, tidak hanya itu media digital saat ini lebih cenderung *dominant* digunakan baik dalam bidang pariwisata ataupun sector lain. Karena media khususnya internet saat ini dapat dikatakan menjadi salah satu yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan

keputusan/pembelian. Seperti di paparkan dalam hasil analisa Nugraha (2018) internet advertising, rich media advertising, sebagai jenis perkembangan periklanan internet, dapat memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Media Massa menjadi salah satu pemain dalam pengembangan pariwisata. Media massa sebagai alat sosialisasi dan komunikasi kebijakan, serta saluran antara pemerintah dan masyarakat. Dengan adanya bencana dunia Covid-19 pun memunculkan trend baru seperti *virtual tourism* menjadi salah satu alternatif untuk terus beroperasi dan berwisata dimasa pandemic. Hal tersebut dapat dan bisa terjadi dikarenakan adanya dukungan teknologi yang memadahi. Kemudian penggunaan media seperti Instagram, TikTok, YouTube dan media social lainnya yang dapat meng-*influence* wisatawan untuk dating ke destinasi wisata baik yang baru ataupun yang dalam proses pengembangan tengah marak digunakan dapat menjadi strategi dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Majalengka.

Dalam industri pariwisata, kemampuan media massa untuk menyebarkan informasi tanpa terkendala dimensi ruang dan waktu sehingga mudah digunakan. Sektor ini terus mempromosikan tempat-tempat wisata yang akan menarik minat para penikmat pariwisata, baik itu wisata alam, wisata budaya, wisata spiritual, atau jenis pariwisata lainnya. Dengan kemudahan siapa pun, kapan saja, dapat mengakses media sosial, orang-orang mulai meninggalkan metode promosi tradisional seperti media cetak dan elektronik demi penggunaan media sosial yang lebih efektif dan lebih rendah budget.

Berdasarkan hasil pada analisa Liga Suryadana et al., (2018) banyak orang melihat peluang bagi pertumbuhan internet untuk melakukan bisnis sebagai akibat dari perkembangan ini. Menurut data BPS, 77,81 persen penggunaan internet dilakukan untuk mencari informasi barang yang mereka butuhkan atau inginkan. Lebih tinggi dari akses

internet secara keseluruhan, yakni hanya sekitar 61,23 persen. Sebagai hasil dari perkembangan tersebut, Indonesia telah menjadi target bagi para pengembang bisnis online dunia. Sehingga sektor media massa merupakan salah satu factor yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata khususnya menggunakan model pengembangan pentahelix ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada pembahasan dapat dilihat jika dengan adanya kolaborasi antara berbagai pihak yang berperan diantaranya pemerintah, komunitas, swasta, akademisi dan media massa dapat memberikan timbal balik yang positif dalam konsep pengembangan potensi pariwisata salah satunya Kabupaten Majalengka. Pengembangan potensi pariwisata dengan model pentahelix ini sudah mulai banyak digunakan pada berbagai wilayah seperti Jawa Timur, Papua dan lainnya. Berdasarkan Analisa pada pembahasan juga dapat dilihat jika masing-masing actor memiliki bagian untuk andil dalam proses pengembangan pariwisata Kabupaten Majalengka.

Kehadiran pariwisata di Kabupaten Majalengka selama ini sudah memberikan dampak positif, antara lain penciptaan lapangan kerja baru dan pelestarian kawasan budaya tradisional yang masih asri. Tentu saja, itu membutuhkan perhatian khusus karena mengamati kurangnya kesadaran kolektif di antara berbagai aktor, serta sikap ketidaktahuan, atau selalu menunggu arahan, dan kurangnya komunikasi antar aktor. Ketidakkampuan pendanaan dan pengelolaan, serta kreativitas sumber daya manusia (SDM) yang terampil dalam menekuni pembuatan produk industri pariwisata lokal, khususnya di industri kerajinan dan oleh-oleh, semuanya berkontribusi pada tingkat kolaborasi penteladanan kabupaten Majalengka yang kurang optimal dalam pengembangan pariwisata.

Diharapkan, kolaborasi model pentahelix dengan akademisi, swasta, masyarakat,

pemerintah, dan media sangat penting untuk masa depan pariwisata. Diharapkan akan ada kesepakatan atau regulasi khusus untuk mengatur komponen-komponen tersebut agar dapat bekerja sama secara resmi dalam mengupayakan kolaborasi model pentahelix untuk pengembangan potensi wisata Kabupaten Majalengka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ansell, C., & Gash, A. (2007). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- [2] Aribowo, H., Wirapraja, A., & Putra, Y. D. (2018). IMPLEMENTASI KOLABORASIMODEL PENTAHHELIX DALAM RANGKA MENGEMBANGKAN POTENSI PARIWISATA DI JAWA TIMUR SERTA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DOMESTIK. *Jurnal Membis:Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 31–38.
- [3] Asnawi, A., Octrina, F., & Asri, J. D. (2020). Penguatan Citra Destinasi Melalui Pemasaran Kota, Event Wisata dan Pemasaran Media Sosial. *Jurnal ALTASIA*, 2(1), 10–19. www.kemenpar.go.id
- [4] Aulia, A., & Dewi, L. (2022). Impact Of Tourism Development In Urug Traditional Village. *Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 2(2), 265–272. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/67>
- [5] Donahue, J. D., & Zeckhauser, R. J. (2011). *Collaborative Governance: provate roles for public goals in turbulent times*. Princenton University Press.
- [6] Edgell, D. L., Swanson, J., Allen, M. D., Smith, G., Edgell, D. L., Sr, & Swanson, J. R. (2013). *Tourism Policy and Planning* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203113332>
- [7] Fadly, M., & Ismail, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Dalam Pengembangan Wisata Halal di Kabupaten Solok. *Jurnal ALTASIA*, 1(1), 1–11.
- [8] Gaol, H. L. (2018). Peranan kebijakan pemerintah kabupaten Semarang dalam pengembangan pariwisata di kawasan Bandungan / Harris Lumban Gaol, S.Sos., M.M. (1st ed.). Deepublish Publisher.
- [9] Holzer, Marc, & et al. (2012). *An Analysis of Collaborative Governance Models the Context of Shared Services*. Information Age Publishing.
- [10] Kagungan, D., Duadji, N., & Meutia, I. F. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Kebijakan Pengembangan Industri Pariwisata Di Kabupaten Pesawaran. LPPM-UNILA Institutional Repository.
- [11] Khusniyah. (2020). MPLEMENTASI MODEL PENTAHHELIXSEBAGAI LANDASAN PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI KABUPATEN KEDIRI (Studi Literatur). *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I Tahun*.
- [12] Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism, Fifth Edition I 3 Marketing for Hospitality and Tourism, Fifth Edition*. Pearson Higher Education, Inc.Pearson Prentice Hall.
- [13] Liga Suryadana, M., Nurul Nugraha, R., & Tinggi Pariwisata Bandung, S. (2018). EFFECT OF APPLICATION OF RICH MEDIA ADVERTISING ON PURCHASE DECISIONS (STUDY OF TRAVEL COMPANIES). *Bisnis & Entrepreneurship*, 12(2), 135–146.
- [14] Maturbongs, E. E., & Lekatompessy, R. L. (2020). Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Merauke. In

- Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi (Vol. 3, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- [15] Merdika Mansur, D., Sule, E. T., Kartini, D., Oesman, Y. M., & Chamidah, N. (2020). Eksploratory Faktor Analisis Pengembangan Layanan Pariwisata Digital Penelitian Kualitatif dengan Metode Theme Analytic. *Jurnal ALTASIA*, 2(1), 36–48.
- [16] Mierdhani, I. R., Dewi, L., & Mularsari, A. (2022). Community Participation in Recovering Cultural Tourism in Betawi Cultural Village Setu Babakan. *Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer Reviewed-International Journal*, 2(2). <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis>
- [17] Mulgan, G. (2009). *The art of public strategy: mobilizing power and knowledge for the common good*. Oxford University Press.
- [18] Nugraha, N. R. (2018). PENGARUH RICH MEDIA ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET BULAN MADU BALI KEROBOKAN-SEMINYAK-PETITENGET DI BULANMADU.COM. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 63(1).
- [19] Nurul Nugraha, R., Dewi, L., Purnama, N., Alica Putri, A., & Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P. (2021). PENGEMBANGAN KAMPUNG ADAT PRIIJING SEBAGAI DESA WISATA (REBRANDING) DESA TEBARA KABUPATEN SUMBA BARAT Development Praijing Traditional Village as a Rebranding Village of Tebara Village, West Sumba Regency. In *Turn Journal* (Vol. 1, Issue 2).
- [20] Pebriana, F., Mulyawan, R., & Sutrisno, B. (2021). STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka Tahun 2019). *Janitra (Jurnal Administrasi Pemerintahan)*, 1(1), 11–22.
- [21] Pujaastawa, I., & Nyoman, I. (2015). PEDOMAN IDENTIFIKASI POTENSI DAYA TARIK WISATA. Bali, Denpasar, Indonesia: Pustaka Larasan.
- [22] S Halibas, A., Ocier Sibayan, R., & Lyn Maata, R. (2017). The Penta Helix Model of Innovation in Oman: An HEI Perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 12, 159–174. <https://doi.org/10.28945/3735>
- [23] Setya Yunas, N. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>
- [24] Siagian, S. P. (2006). *Manajemen sumber daya manusia* (Cet. 13). Bumi aksara.
- [25] Sulistyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2021). INDIKATOR PERENCANAAN PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN. Bandar Lampung: AURA CV. Anugrah Utama Raharja.
- [26] Suroija, N., Asrori, M., & Nugroho, B. S. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA DENGAN MODEL PENTAHALIX PADA KARANG JAHE BEACH KAB REMBANG. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- [27] Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (Revisi ed.). (S. Trisila, Ed.) Bali: Pustaka Larasan.

