

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambar Umum Objek

1.1.1 Perusahaan Buniayu Adventure & Training (BAT)

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ferry Saputra selaku Owner dari Buniayu Adventure & Training menjelaskan, bahwa CV. Buniayu Triartha atau Buniayu Adventure & Training (BAT) adalah kelompok *Professional Cave Guide* dengan *International Standard for Cave Rescue and Equipment*. Yang memiliki kualifikasi khusus dan sertifikasi resmi, baik di tingkat nasional maupun internasional. istilah ini tidak hanya menggambarkan profesi sebagai pemandu gua biasa, tetapi menekankan pada standar keahlian, keselamatan, dan konservasi lingkungan yang diakui secara formal. Bapak Ferry Saputra, menyatakan bahwa para pemandu wisatanya telah mengantongi sertifikat kompetensi yang dikeluarkan oleh BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi). Sertifikat ini menunjukkan bahwa mereka telah melewati proses uji kompetensi berdasarkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Nomor 22 Tahun 2024 dalam bidang pemanduan gua (skkni.kemnaker.go.id, 2025).

Buniayu Adventure & Training (BAT) merupakan anggota dari HIKESPI / FINSPAC (*Federation of Indonesian Speleological Activity*), anggota UIS (*Union International Speleological*). HIKESPI (Himpunan Kegiatan Speleology Indonesia) dan Untuk dunia Internasional FINSPAC (*Federation Of Indonesian Speleologycal Activities*) Di bentuk pada tanggal 22 Mei 1983 di Cilacap, dan merupakan anggota union internartional de speleologi (UIS) yang menjadi anggota UNESCO sejak tahun 1984 organisasi yang di bentuk berifat profesi dan keilmuan yang terdaftar dalam lembaga ilmu pengetahuan Indonesia (LIPI) dan berafiliasi dengan *Departemen of Speleologi Education International de Speleologi* (finspac.or.id, 2025). Buniayu Adventure & Training (BAT) didasari kecintaan pada sumber daya alam di Indonesia, khususnya wilayah *karst* yang terletak di wilayah kawasan wana wisata Buniayu, Kabupaten Sukabumi. Sejak Buniayu Adventure & Training berdiri, mereka berkomitmen untuk menjaga & melestarikan wilayah *karst* khususnya yang berada di kawasan Buniayu. Beranjak dari komitmen tersebut, Buniayu Adventure & Training (BAT) menyadari untuk melakukan itu semua diperlukan kesadaran yang tinggi dari banyak pihak terkait

dan juga masyarakat umum. Dengan cara mengenalkan dan berbagi informasi kepada khalayak, dengan harapan ke depannya ialah timbul kesadaran dan aksi untuk menjaga & melestarikan wilayah Karst.

Buniayu Adventure & Training (BAT) berdiri sejak tahun 1992. Pada tahun 2010 Buniayu Adventure & Training (BAT) terbentuk sebagai kelompok *Profesional Cave Guide & Training* dengan konsep *recreation, education, adventure* dan selalu mengajak wisatawan untuk “*Caving softly for the next caving*”, ungkapan tersebut mencerminkan ajakan untuk melakukan penelusuran gua secara hati-hati dan bertanggung jawab demi menjaga kelestarian alam. Slogan ini menekankan pentingnya konservasi, keselamatan, dan keberlanjutan, agar gua tetap terjaga dan dapat dinikmati oleh generasi berikutnya Buniayu Adventure & Training sangat menitik beratkan pada faktor keselamatan (*safety*) dengan menerapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) sesuai dengan standar HIKESPI/FINSPAC dan UIS. Buniayu Adventure & Training juga menerapkan *carrying capacity* sebagai upayanya untuk konservasi goa dan kawasan *karst/limestone*. Buniayu Adventure & Training (BAT) merupakan wisata yang mengusung konsep *SpeleoTourism* yang bukan hanya Ecotourism (kawasan hutan diatas goa). Selain itu, Buniayu Adventure & Training (BAT) memiliki program yaitu 3A yaitu, Aksesibilitas, Amenitas (*homestay*, rumah makan, pasar oleh-oleh), dan Atraksi.

1.1.2 Visi dan Misi Buniayu Adventure & Training (BAT)

1. Visi dari Buniayu Adventure & Training (BAT) adalah “Mengkoordinasikan dan membina seluruh kegiatan Wisata Gua di Indonesia dan mengembangkan kemampuan Sumber Daya Manusia yang memperhatikan fungsi tatanan sumber daya dan kualitas lingkungan dalam kegiatan Wisata Gua di Indonesia.”
2. Misi dari perusahaan Buniayu Adventure & Training (BAT) adalah:
 - Mengajak masyarakat secara serius dan berkesinambungan untuk berperan serta, memanfaatkan, mengembangkan kegiatan Wisata Goa dalam suasana persaudaraan dan persatuan.
 - Partisipasi aktif / peran serta secara nyata dalam memajukan dan mencerdaskan kehidupan bangsa yang mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri di daerah maupun secara Nasional menuju Internasional.

- Menjadi bagian ekosistem Pariwisata Indonesia khusus nya wisata petualangan menuju tujuan wisata dunia untuk devisa negara.
- Wisata berbasis kemasyaraktan / *Community Base Tourism* menuju Profesionalisme baik secara manajemen, pelayanan dan purna jual.
- Wisata petualangan minat umum maupun minat khusus yang berunsur Rekreasi dan edukasi luar ruang berdasarkan pengalaman.
- Sebagai upaya pelestarian dan konservasi gua dengan konsep wisata pendidikan berkelanjutan hingga bisa di nikmati generasi yang akan datang.
- Mengembangkan pengertian dan kesadaran akan perlunya gua dan lingkungan yang dilndungi, serta secara aktif berusaha untuk melestarikannya dengan konsep Speleoturism.

1.1.3 Logo Buniayu Adventure & Training (BAT)



Gambar 1. 1 Logo Buniayu Adventure & Training (BAT)
Sumber : Manajemen Buniayu (2024)

1.1.4 Kegiatan Buniayu Adventure & Training (BAT)





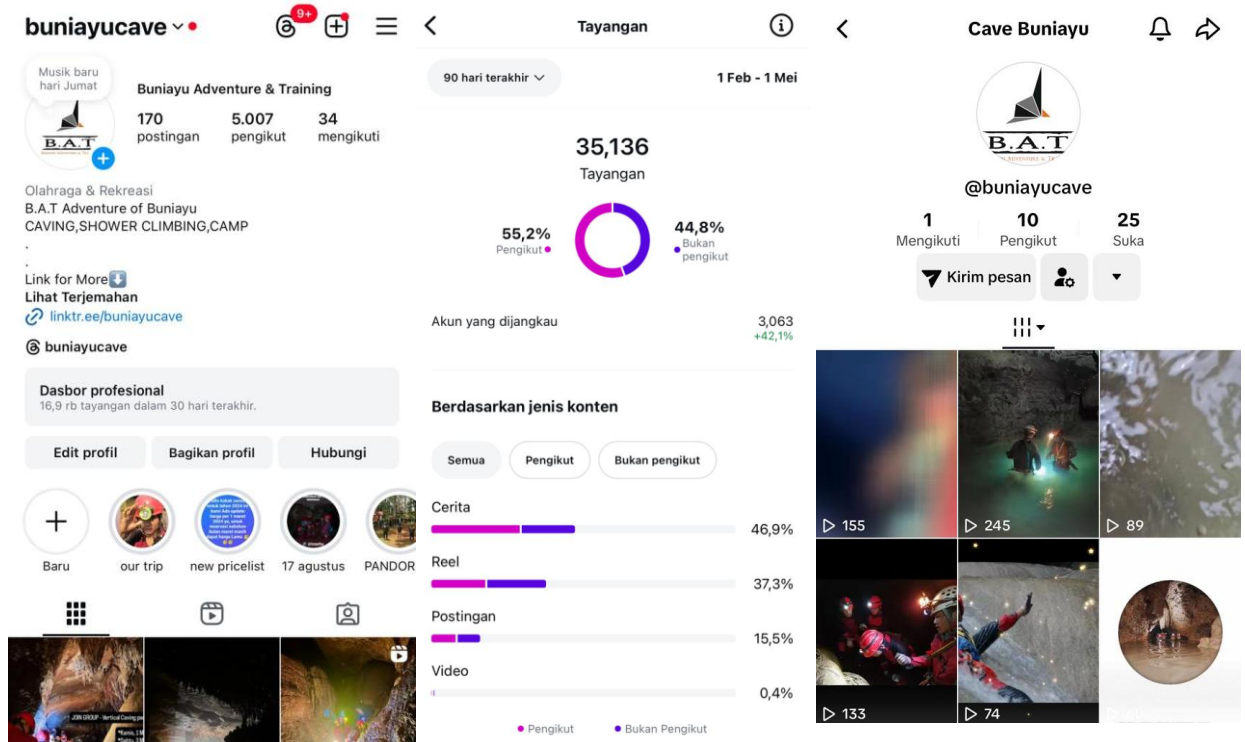
Gambar 1. 2 Kegiatan Buniayu Adventure & Training (BAT)
Sumber : Instagram @buniayucave

Gambar 1.2 merupakan dokumentasi berbagai kegiatan wisata petualangan yang tersedia di Buniayu Adventure & Training (BAT), seperti penelusuran gua, berkemah, serta *shower climbing* (memanjat air terjun). Aktivitas-aktivitas ini mencerminkan konsep ekowisata yang mengedepankan keberlanjutan dan pemanfaatan lingkungan alam secara bertanggung jawab. Kegiatan wisata yang ditawarkan tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik bagi wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Masyarakat lokal dapat terlibat dalam berbagai aspek operasional, seperti menjadi pemandu wisata atau penyedia layanan pendukung. Hal ini mendukung prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berfokus pada kesejahteraan komunitas setempat serta pelestarian lingkungan.

BAT tidak hanya menawarkan aktivitas penelusuran gua (*caving*) dan *shower climbing*, tetapi juga turut berperan dalam pemberdayaan masyarakat. BAT melibatkan masyarakat setempat dalam kegiatan operasional, mulai dari pemandu wisata, penyedia *homestay*, hingga katering lokal. Selain itu, sebagian dari pendapatan wisata dialokasikan untuk mendukung kegiatan masyarakat seperti pembangunan fasilitas umum dan kegiatan keagamaan. Hal ini sejalan dengan prinsip *Community-Based Tourism* yang menekankan distribusi manfaat ekonomi

secara adil dan partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata (Suansri, 2003 dalam Siti Komariah & Utami, 2022).

1.1.5 Media Sosial Buniayu Adventure & Training (BAT)



Gambar 1. 3 Media Sosial Buniayu Adventure & Training (BAT)
Sumber : Instagram dan Tiktok @buniayucave

Gambar 1.3 menampilkan aktivitas pemasaran *digital* yang dilakukan oleh Buniayu Adventure & Training (BAT) melalui dua platform utama, yakni Instagram dan TikTok. Per Februari sampai Mei 2025, Buniayu Adventure & Training (BAT) mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi digital, dengan fokus utama pada platform Instagram dan TikTok. Akun resmi Instagram mereka, @buniayucave, telah memiliki 5.007 pengikut dan memuat 170 unggahan hingga bulan Mei 2025. Dalam deskripsi akun, BAT menyoroti layanan utamanya, yaitu kegiatan *caving*, *shower climbing*, dan *camping*. Akun ini juga menampilkan *highlight story* yang berisi dokumentasi perjalanan wisata, promosi terkini, serta agenda-agenda khusus seperti peringatan hari kemerdekaan dan penawaran paket wisata.

Selama periode 1 Februari hingga 1 Mei 2025, akun Instagram tersebut mencatat 35.136 total tayangan, dengan jangkauan terhadap 3.063 akun naik sebesar

42,1% dari periode sebelumnya. Dari total tayangan itu, 55,2% berasal dari pengikut dan 44,8% dari pengguna yang belum mengikuti akun tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah mampu menjangkau audiens baru. Jenis konten yang paling banyak dilihat adalah cerita (46,9%), kemudian reel (37,3%), disusul oleh postingan feed (15,5%), dan video (0,4%). Temuan ini memperlihatkan bahwa konten singkat dan interaktif, seperti story dan reel, paling efektif untuk menjangkau dan menarik perhatian audiens.

Di sisi lain, akun TikTok @buniayucave masih dalam tahap awal pengembangan, dengan jumlah pengikut sebanyak 10 akun, 25 jumlah suka, dan tayangan video yang bervariasi antara 74 hingga 245 kali per konten. Walaupun masih terbatas, kehadiran akun ini menunjukkan adanya upaya dari BAT untuk memperluas promosi ke platform video pendek yang populer di kalangan pengguna muda. Meski demikian, TikTok memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens lebih luas melalui konten video yang interaktif dan menarik. Pemanfaatan media sosial ini menunjukkan bahwa BAT telah menerapkan strategi pemasaran digital guna menarik wisatawan. Hal ini selaras dengan konsep pariwisata berbasis masyarakat, di mana teknologi digunakan sebagai sarana promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

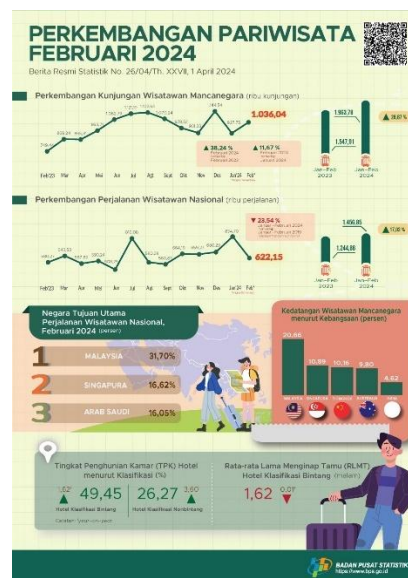
1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) telah mengalami pergeseran fokus kebijakan. Jika sebelumnya, pemerintah lebih menitikberatkan pada peningkatan angka kunjungan wisatawan di Indonesia, kini perhatian lebih diarahkan pada upaya mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism*. Pariwisata berkelanjutan merupakan bentuk pariwisata yang mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan manusia untuk kepentingan saat ini dan menjunjung tinggi komitmen dalam memelihara kepentingan masa depan secara adil Sutarya et al.,(2023) dalam jurnal Prasetyo & Nararais,(2023). Konsep *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang tidak hanya mementingkan pertumbuhan kunjungan wisatawan, tetapi juga memperhatikan dampak jangka panjangnya terhadap lingkungan, sosial, budaya, serta ekonomi masyarakat lokal maupun wisatawan itu sendiri. Menurut Fadisa & Koeswara, (2021) Pembangunan

kepariwisataan di Indonesia dilakukan secara terpadu melalui koordinasi lintas sektoral agar pembangunan pariwisata dapat mencapai keberhasilan yang maksimal. Keberhasilan pembangunan juga tergantung dari daya tarik wisata, restoran, transportasi, dan insutri cendra mata. Semua itu bertujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata diperlukannya sebuah strategi yang akan dilakukan serta Kerjasama antara masyarakat, pengusaha, pemerintah, pemerintah daerah seperti yang telah dijelaskan dalam pasal 11 Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Konsep pariwisata berkelanjutan semakin mendapat perhatian dalam pengembangan destinasi wisata di Indonesia, pelaksanaannya di tingkat desa wisata masih menghadapi berbagai kendala. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih terfokus pada dimensi lingkungan dan ekonomi secara umum, namun belum banyak yang membahas secara khusus bagaimana strategi pemasaran lokal dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan pariwisata yang berbasis pada partisipasi masyarakat (Community-Based Tourism).

Sektor pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor yang sangat terdampak pandemi Covid-19. Setelah melewati berbagai upaya pemulihan, saat ini industri pariwisata mulai menunjukkan perkembangan yang positif. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah wisatawan domestik dan internasional yang berkunjung ke Indonesia. (bps.go.id,2024)



Gambar 1. 4 Perkembangan Pariwisata Indonesia
 Sumber: Web Badan Pusat Statistik (2025)

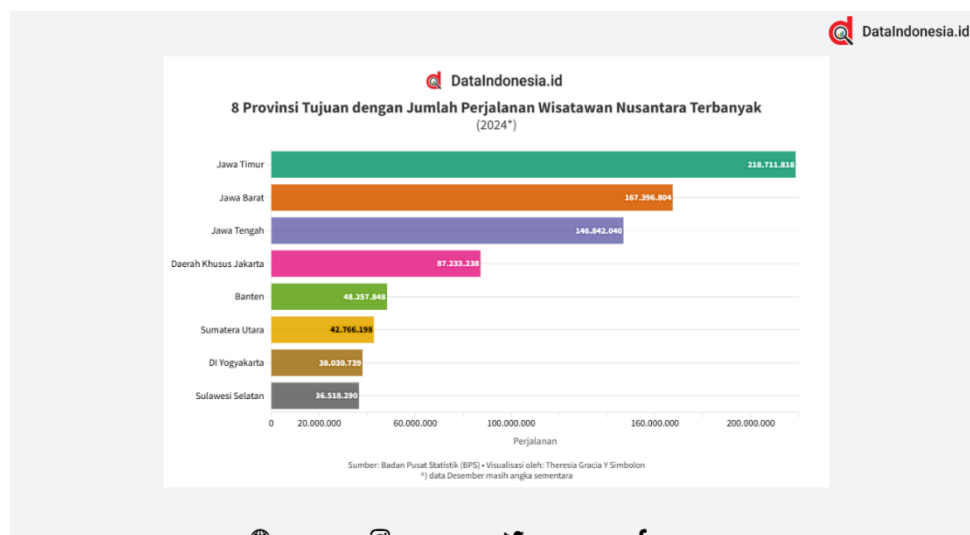
Infografis dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada gambar 1.4 mengenai

perkembangan pariwisata Indonesia pada bulan Februari 2024 menunjukkan tren positif dalam kunjungan wisatawan mancanegara. Selama bulan tersebut, tercatat sebanyak 1.036.404 kunjungan wisatawan asing, mengalami kenaikan sebesar 18,34% dibanding bulan sebelumnya, dan tumbuh signifikan 43,71% dibandingkan Februari tahun lalu. Hal ini mencerminkan tren pemulihan yang terus berlanjut dalam sektor pariwisata internasional pasca-pandemi.

Sementara itu, jumlah perjalanan wisatawan domestik menunjukkan tren penurunan. Pada Februari 2024, terdapat 622,15 juta perjalanan wisatawan nusantara, yang berarti turun sekitar 18,04% dibandingkan Januari 2024. Penurunan ini diperkirakan karena berakhirnya masa liburan akhir tahun yang biasanya memicu lonjakan perjalanan domestik.

Dalam hal asal wisatawan, Malaysia, Singapura, dan Arab Saudi tercatat sebagai tiga negara penyumbang wisatawan mancanegara terbesar ke Indonesia pada bulan tersebut, masing-masing berkontribusi sebesar 31,01%, 16,23%, dan 10,65%. Hal ini mencerminkan kedekatan geografis serta konektivitas yang kuat antara Indonesia dengan negara-negara tersebut. Bali, melalui Bandara Internasional Ngurah Rai, menjadi pintu masuk utama bagi wisatawan asing, diikuti oleh Bandara Soekarno-Hatta di Jakarta dan pelabuhan di Batam, memperkuat posisi Bali sebagai destinasi unggulan nasional.

Dari sisi akomodasi, tingkat penghunian kamar hotel berbintang mencapai 49,45%, sementara hotel non-bintang hanya mencatat 26,27%. Rata-rata lama tinggal tamu di hotel berbintang adalah 1,62 malam, menunjukkan bahwa kebanyakan wisatawan cenderung melakukan perjalanan singkat, baik untuk berlibur maupun urusan bisnis.



Gambar 1. 5 Data Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara
Sumber: DataIndonesia.id (2025)

Menurut gambar 1.5, Jawa Barat tercatat sebagai provinsi dengan jumlah perjalanan wisatawan nusantara tertinggi kedua pada tahun 2024, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang ditampilkan oleh DataIndonesia.id. Total kunjungan ke provinsi ini mencapai 167.396.906 perjalanan, menunjukkan betapa pentingnya posisi Jawa Barat dalam sektor pariwisata domestik. Jumlah ini hanya kalah dari Jawa Timur, yang menempati urutan pertama.

Popularitas Jawa Barat sebagai destinasi wisata tidak lepas dari kekayaan alamnya yang beragam, mulai dari pegunungan, danau, air terjun, hingga pantai. Kawasan wisata seperti Lembang, Puncak, Pangandaran, dan Sukabumi menjadi magnet utama bagi wisatawan lokal. Tak hanya itu, unsur budaya yang khas, kelezatan kuliner lokal, serta keberadaan kota-kota besar seperti Bandung dan Bogor turut memperkuat daya tarik provinsi ini.

Aksesibilitas juga menjadi salah satu keunggulan Jawa Barat. Jaringan transportasi yang baik, termasuk jalan tol, jalur kereta api, dan bandara, mempermudah wisatawan, terutama dari Jabodetabek, untuk berkunjung baik dalam perjalanan singkat maupun liburan akhir pekan. Dengan tingginya angka perjalanan ini, Jawa Barat memiliki peluang besar untuk terus mengembangkan sektor pariwisatanya, baik dari sisi infrastruktur, layanan wisata, hingga pelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Menurut Prayogo & Febrianita (2018: 1) dalam Ulya et al., (2023), pariwisata adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan hiburan. Pariwisata merupakan aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai sebuah sistem besar yang terdiri dari berbagai komponen, seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, dan budaya. Pariwisata tidak dapat dipandang dan dipahami hanya dari satu sisi, melainkan harus melihatnya sebagai satu kesatuan sistem yang saling mempengaruhi. Setiap komponen dalam sistem pariwisata memiliki hubungan timbal balik dan saling terkait, sehingga perubahan atau permasalahan pada salah satu komponen dapat berdampak pada komponen lainnya.

Menurut (Army, 2016: 4). Dalam jurnal (Siahaan et al., 2023) Pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan partisipatif. Pengertian pariwisata berbasis masyarakat adalah model pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal

dengan menyediakan cara-cara untuk mengelola dan mengembangkan pariwisata, sehingga bagi hasil antara masyarakat dan pemerintah akan dibagi rata. Salah satu tujuan dari pariwisata berbasis masyarakat adalah mencapai pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Masyarakat memiliki peran penting dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism/CBT*) merupakan konsep pengelolaan kepariwisataan yang mengedepankan partisipasi aktif masyarakat. Konsep ini tidak hanya menekankan pada distribusi manfaat ekonomi yang adil, tetapi juga pada pelestarian lingkungan dan penguatan identitas budaya lokal. Dalam konteks penelitian ini, penerapan prinsip CBT tercermin secara nyata pada strategi operasional CV. Buniayu Triartha di Desa Buniayu. Perusahaan tersebut melibatkan masyarakat lokal dalam berbagai aspek kegiatan pariwisata, seperti menjadi pemandu wisata, penyedia *homestay*, pengelola makanan lokal, serta penerima manfaat langsung dari pembagian hasil pendapatan wisata. Dengan demikian, definisi dan prinsip CBT tidak hanya bersifat teoritis, tetapi secara langsung relevan dan menjadi fondasi utama dari pendekatan pemasaran yang diimplementasikan oleh objek penelitian.

Pemerintah Indonesia, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, memiliki beberapa program pariwisata untuk mendukung dan mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia salah satunya adalah Program di Jawa Barat. Pemerintah Jawa Barat memiliki program pengembangan pariwisata yang dinamakan Desa Wisata. Menurut Asep Parantika dkk, “The Development of Thematic Tourist Village of Mulyaharja Bogor Based on Community Empowerment Approach”, *TRJ Tourism Research Journal*, Vol. 4 No. 2, 2020 dalam jurnal Khairunnisa et al., (2024) Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang memiliki sejumlah keunikan untuk menarik wisatawan. Memberikan suasana yang akurat merepresentasikan kehidupan pedesaan dari segi sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, dan kehidupan sehari-hari, serta memiliki arsitektur dan aktivitas khas serta, memiliki potensi untuk mengembangkan komponen pariwisata yang berbeda. Desa Wisata memiliki banyak manfaat seperti meningkatkan pendapatan masyarakat desa, melestarikan lingkungan dan budaya. Pada dasarnya Desa Wisata merupakan salah satu alternatif untuk mengakomodasi kebutuhan wisatawan yang memiliki minat khusus. Selama ini, desa wisata telah banyak diminati oleh wisatawan yang sebagian besar berdomisili di daerah perkotaan Hal ini dikarenakan terdapat banyak daya tarik wisata di kawasan pedesaan yang memiliki kekuatan untuk menarik kunjungan

wisatawan, baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

Desa wisata menjadi salah satu opsi yang dipertimbangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang memiliki ketertarikan pada destinasi dengan karakteristik khas pedesaan. Segmen pariwisata yang sedang menjadi salah satu fokus dan program Kemenparekraf adalah pengembangan desa wisata. Kemenparekraf berkomitmen mendorong implementasi pariwisata berbasis masyarakat melalui pengembangan desa wisata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, memberantas kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan (Kemenparekraf, 2022). Desa Wisata memiliki tujuan untuk meningkatkan perekonomian desa melalui pelibatan masyarakat desa secara langsung dalam mendorong pertumbuhan sektor pariwisata Jawa Barat. Strategi pengembangan Desa Wisata menitikberatkan pada keunggulan pariwisata Jawa Barat mulai dari wisata bahari (laut), jabali (pegunungan), religi (keagamaan), hingga seni dan budaya. Pemdapro Jabar mengajak Asosiasi Desa Wisata (Asidewi) sebagai mitra dalam mengembangkan dan mempromosikan Desa Wisata di Jawa Barat. (jabarprov.go.id; 2024).

Salah satu desa di Jawa Barat yang memiliki potensi untuk menjadi Desa Wisata adalah Desa Buniayu, yang mana pada tahun 2022 masuk dalam kategori 500 besar ADWI (Atraksi Desa Wisata Indonesia).



KABUPATEN / KOTA	DESA WISATA
KABUPATEN CIAMIS	DESA WISATA SUMBERIAYA
KABUPATEN CIANJUR	DESA WISATA SITUS GUNUNG PADANG
KABUPATEN CIREBON	DESA WISATA KOTA TUA JAMBLANG
KABUPATEN CIREBON	DESA WISATA GOA MACAN
KABUPATEN INDRAMAYU	DESA WISATA CANGKINGAN
KABUPATEN MAJALENGKA	DESA WISATA BANTARAGUNG
KABUPATEN PANGANDARAN	DESA WISATA CISANGKAL
KABUPATEN PURWAKARTA	DESA WISATA KAMPUNG BOJONG HONJE
KABUPATEN SUBANG	DESA WISATA CIBEUSI
KABUPATEN SUBANG	DESA WISATA EDUKASI CISAAT
KABUPATEN SUKABUMI	DESA WISATA BUNIAYU
KABUPATEN SUKABUMI	DESA WISATA HANJELU
KABUPATEN TASIKMALAYA	DESA WISATA TARAJU
KABUPATEN TASIKMALAYA	DESA WISATA BOJONGSARI DESA SERIBU CURUG
KABUPATEN TASIKMALAYA	DESA WISATA CIDUGALEUN
KOTA BOGOR	DESA WISATA MULYAHARIA

Gambar 1. 6 Kategori ADWI (Atraksi Desa Wisata Indonesia)

Sumber : Youtube JadestaIndonesia (2024)

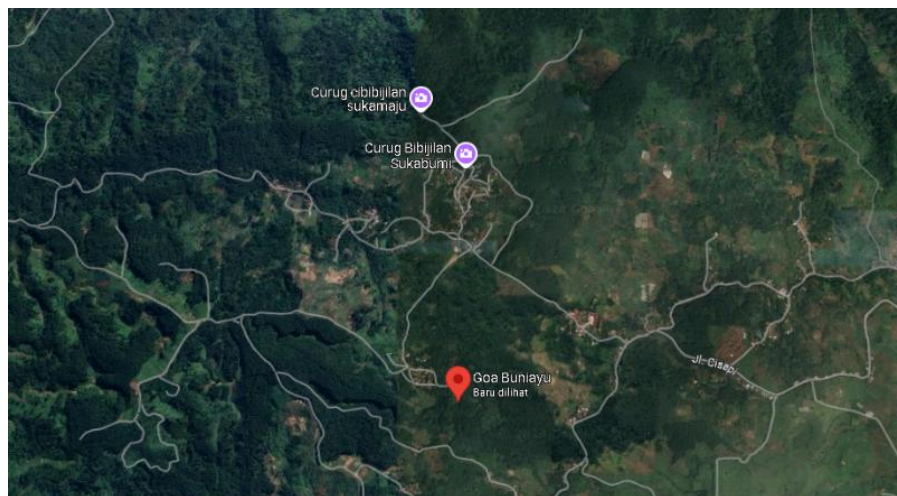
Pada gambar 1.5 menunjukkan daftar desa wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat, yang masuk ke dalam kategori ADWI 2022. Tabel yang terdapat dalam gambar mengindikasikan bahwa setiap kabupaten atau kota memiliki satu atau lebih desa wisata yang menarik bagi para wisatawan. Beberapa contoh desa wisata yang

tercantum dalam daftar tersebut meliputi Desa Wisata Sumberjaya di Kabupaten Ciamis, Desa Wisata Situs Gunung Padang di Kabupaten Cianjur, dan Desa Wisata Buniayu di Kabupaten Sukabumi. Desa-desanya ini menawarkan berbagai potensi wisata, mulai dari wisata alam, budaya, hingga edukasi.

ADWI 2022 merupakan ajang penilaian untuk desa wisata di Indonesia yang dilaksanakan pada 1 November 2022. Akan tetapi, saat ini Desa Buniayu tidak dapat melanjutkan program Desa Wisata yang disebabkan oleh kurangnya dukungan dari masyarakat setempat, masyarakat desa Buniayu belum mendapatkan edukasi yang cukup terkait program Desa Wisata. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan kesiapan masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata. Dalam penelitian ini, aspek tersebut menjadi landasan penting untuk mengevaluasi bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Buniayu Triartha tidak hanya bertujuan menarik wisatawan, tetapi juga mendorong kesadaran dan keterlibatan masyarakat lokal sebagai kunci keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Keterkaitan ini memperkuat urgensi penelitian dalam menjawab tantangan implementasi konsep CBT secara berkelanjutan di tengah program nasional seperti ADWI. Perlu adanya upaya kolaboratif antara pemerintah, pengelola, dan masyarakat setempat. Penting untuk meningkatkan edukasi dan pelatihan bagi masyarakat mengenai manajemen desa wisata, membentuk kader pengelola desa wisata, serta meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi (Harini & Nurulita, 2022). Masyarakat di desa masih kurang memahami potensi wisata yang dimiliki oleh desanya. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat memahami cara mengelola dan mengembangkan potensi wisata agar memberikan dampak positif bagi ekonomi dan kesejahteraan mereka. Hal ini disebabkan oleh latar belakang pendidikan dan pola pikir masyarakat yang masih terfokus pada pekerjaan sebagai petani atau buruh, tanpa berupaya untuk mengembangkan potensi wisata di lingkungannya (Damayanti Mutia & Edy Mulyono, 2024). Dengan ini menunjukkan bahwa perlunya penguatan partisipasi dan pemahaman masyarakat Desa Buniayu terkait potensi dan pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat. Pemberdayaan masyarakat serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia di Desa Buniayu menjadi kunci dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat.

Desa Buniayu (Desa Kertaangsana) terletak di wilayah selatan Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat, tepatnya dalam kawasan hutan produksi yang

dikelola oleh Perum Perhutani. Luas wilayah desa ini mencapai ± 1.244 hektare, dan berada di ketinggian sekitar 700 meter di atas permukaan laut (mdpl). Secara geografis, desa ini terletak di kawasan dataran tinggi berhutan lebat yang mendukung ekosistem karst, dengan lingkungan geologis yang unik dan kaya akan potensi wisata alam. Wilayah ini memiliki iklim tropis basah tipe B menurut klasifikasi Oldeman, dengan curah hujan tahunan rata-rata 2.805 mm yang tersebar selama ± 144 hari hujan per tahun. Suhu udara berkisar antara 20–30°C, dan kelembaban udara mencapai 85–89%, (perhutani.co.id; 2025).



*Gambar 1. 7 Peta Desa Buniayu
Sumber : GoogleMaps (2024)*

Berdasarkan gambar peta satelit 1.7, Goa Buniayu berada di posisi tengah-timur wilayah, dengan dua air terjun terkenal di dekatnya, yaitu Curug Bibijilan dan Curug Cibijilan, yang masing-masing berjarak sekitar 1–2 kilometer ke arah utara dari titik lokasi gua. Gambar tersebut, apabila ditinjau menggunakan estimasi skala peta Google Maps, menunjukkan bahwa 1 sentimeter pada peta kira-kira mewakili jarak 500 meter di medan sebenarnya, tergantung pada tingkat pembesaran (zoom) yang digunakan. Akses menuju kawasan ini dapat dilakukan melalui jalur utama dari Kota Sukabumi, yaitu Jl. Lingkar Selatan Kota Sukabumi, dengan jarak ± 27 kilometer yang dapat ditempuh dalam waktu sekitar 45 menit menggunakan kendaraan bermotor. Jalur menuju lokasi sebagian besar telah beraspal meski melalui wilayah berbukit dan jalan desa yang berkelok.

Kawasan Desa Buniayu merupakan daerah karst yang kaya akan berbagai atraksi wisata, seperti hutan pinus, ratusan lubang gua (mikro dan makro), serta air

terjun karst yang bertingkat dan indah. Untuk atraksi wisata, kawasan ini memiliki hutan pinus yang dapat dikembangkan untuk *orienteering*, *trail running*, *trail biking*, *motor cross*, dan area perkemahan. Di dalam hutan pinus terdapat ratusan lubang gua, di mana tiga di antaranya telah dikembangkan untuk petualangan wisata, yaitu *Vertical Cave* (1.500 meter, untuk wisata minat khusus), *Landak Cave* (400 meter, untuk wisata tingkat menengah), dan *Buniayu Cave* (200 meter, untuk pengenalan gua). Selain itu, kawasan air terjun di Desa Buniayu juga dapat dikembangkan, seperti *Bibijilan Waterfalls* (untuk umum) dan *Dadali Waterfalls* (untuk wisata minat khusus *shower climbing*). Kawasan ini juga masih dilindungi, sehingga masih terdapat satwa liar seperti lutung dan surili, serta berbagai jenis burung. Untuk akomodasi, pihak pengelola memanfaatkan rumah-rumah warga tanpa melakukan perubahan, agar pengunjung dapat merasakan kehidupan desa secara langsung, seperti menikmati kebun, hewan ternak, dan kendaraan khas pengangkut getah pinus. Selain itu, kuliner yang disajikan juga merupakan masakan lokal khas warga Desa Buniayu (jabar.jadesta.com,2024).

Dalam konteks pertumbuhan wisata nasional, Sukabumi menjadi bagian penting dalam strategi peningkatan jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satunya adalah Gua Buniayu yang terletak di Cipicung, Desa KertaAngsana, Kabupaten Sukabumi yang dikenal sebagai destinasi wisata petualangan yang menawarkan aktivitas *caving* atau penelusuran gua. Aktivitas ini tergolong dalam olahraga ekstrem (travel.detik.com, 2024). Kegiatan ini merupakan bagian dari speleologi, yaitu studi mengenai goa. Selain *Caving*, wisatawan di Gua Buniayu dapat menikmati *Shower climbing*, sebuah aktivitas memanjat air terjun yang menantang. *Shower climbing* tersebut terletak di kawasan sekitar Gua Buniayu. Kedua aktivitas ini (*caving* dan *shower climbing*) tergolong dalam wisata ekstrem karena wisatawan harus menyusuri sungai bawah tanah yang gelap, berjalan diantara formasi gua, dan mendaki air terjun dengan resiko yang memerlukan pemandu ahli untuk memastikan keamanan. Pengelola Buniayu Adventure & Training (BAT) menyatakan bahwa Buniayu Adventure & Training (BAT) merupakan kelompok *Professional Cave Guide* yang telah memiliki sertifikat Kompetensi Cave Guide dari BNSP dengan SKKNI Kemnaker Nomor 22 Tahun 2024 (skkni.kemnaker.go.id.2025). Buniayu Adventure & Training (BAT) menjadi penyelenggara kegiatan petualangan di Buniayu dan menawarkan berbagai aktivitas seperti *caving* dan *shower climbing*.

Buniayu Adventure & Training (BAT) melibatkan masyarakat lokal dalam

mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism/CBT*) di Desa Buniayu, pihak pengelola Buniayu Adventure & Training (BAT) menjalin kemitraan yang erat dengan masyarakat lokal. BAT dan masyarakat lokal juga berbagi keuntungan, yang mana Perhutani memberikan diskon tiket *caving vertical* sebesar Rp. 30.000 per pengunjung, yang kemudian tidak seluruhnya diambil oleh pengelola. Sebagian dari diskon tersebut, yakni Rp. 5.000 per wisatawan, disalurkan ke kas desa, kas Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), RT, RW, serta masjid setempat. Dengan pembagian keuntungan ini, masyarakat merasakan manfaat langsung dari keberadaan pariwisata, seperti untuk keperluan majelis taklim, pengajian, dan pembelian sound system masjid. Selain itu, warga dilibatkan secara aktif, misalnya rumah-rumah warga yang dapat dijadikan *homestay*, pemuda menjadi pemandu wisata, dan ibu-ibu terlibat dalam penyediaan makanan. Komitmen BAT untuk membagi pekerjaan dan penghasilan dengan masyarakat sekitar merupakan wujud nyata dari penerapan konsep pariwisata berbasis masyarakat di Desa Buniayu.

Buniayu Adventure & Training (BAT) menawarkan fasilitas yang sangat mendukung aktivitas wisatawan selama mengunjungi objek wisata. Pada Buniayu Adventure & Training (BAT) ini terdapat dua fasilitas, yaitu fasilitas utama dan fasilitas utama pendukung. Untuk fasilitas utama BAT menyediakan pos jaga atau loket, toilet, mushola, area parkir, saung, dan *camping ground*. Dan fasilitas pendukung, BAT menyediakan makanan dan *welcome drink* yang diproduksi oleh masyarakat Desa Buniayu, rumah masyarakat sekitar yang dapat dijadikan *homestay*, tenda dan perlengkapannya, peralatan pertolongan pertama, peralatan *caving* dan *shower climbing* yang sudah memiliki standar Alat Pelindung Diri (APD) K3, *Professional guide* berlisensi BNSP, asuransi, dan sertifikat apresiasi.

Sebagai manajemen kawasan, Buniayu Adventure & Training (BAT) menetapkan harga tiket masuk ke Gua Buniayu dalam berbentuk paket wisata. Yang terdiri dari:

- a. Paket *Camping* dan *Homestay*



Office :
Jl. Siliwangi No. 71
Sukabumi 43113
West Java - Indonesia
Phone. 0266-6254881

QONITA
Marketing Executive
Hp/ WA : 0857 9507 9072

ARRIE
Marketing Executive
Hp/ WA : 0812 1897 5343



PACKAGE	CODE	LOCATION	STAY IN DAY	RATE/ PERSON (Rp)	FACILITIES & DESCRIPTION	OPERATIONAL HOUR
CAMPING						
CAMP STANDARD (Min 10 Pax)	C1	BUNIAJU HILL CAMP AREA	2D1N	345.000	Dome Tent, Dining Tent, Sleeping bag, Mattress, Electrically charger, Camp fire 2 Times Meals, Gas stove & Pan Traditional drink Bandrek, Corn BBQ	08.00 - 11.00
CAMP STAR (Min 10 Pax)	C2	BUNIAJU HILL CAMP AREA	2D1N	450.000	Dome Tent, Dining Tent, Bed, Pillow Blanket, Electrically charger, Camp fire 2 Times Meals, Gas stove & Pan, Traditional drink Bandrek, Corn BBQ	08.00 - 11.00
HOMESTAY						
HOMESTAY (Min 5 Pax)	HS	HOME RESIDENTS CIPICUNG	2D1N	215.000	Welcome drink, Bed, Pillow, Blanket, Electrically charger, Gas Stove & Pan 2 Times Meals, Tea & Coffee	09.00 - 15.00

* Price is Valid from March, 1st 2024

Member of:



buniyucave



B. A. T - Buniayu Adventure & Training



buniyucave@gmail.com



Gambar 1. 8 Paket Camping dan Homestay Buniayu Adventure & Training (BAT)
Sumber: Manajemen Buniayu Adventure & Training (BAT)

Gambar 1.7 tersebut merupakan daftar harga paket wisata yang ditawarkan oleh Buniayu Adventure & Training (B.A.T) dengan menyediakan berbagai pilihan paket wisata alam di Sukabumi, Jawa Barat, yang mencakup pengalaman menginap dengan konsep berkemah maupun homestay. Buniayu Adventure & Training (B.A.T) menawarkan tiga pilihan paket wisata alam di Sukabumi, Jawa Barat dengan variasi akomodasi yang berbeda. Untuk pengalaman berkemah, tersedia dua paket di Buniayu Hill Camp Area dengan durasi dua hari satu malam dan minimal sepuluh peserta. Paket Camp Standard seharga Rp 345.000 per orang menyediakan fasilitas tenda dome, tenda makan, sleeping bag, kasur, charging, api unggun, dua kali makan, peralatan masak, serta minuman bandrek dan jagung bakar. Sementara Paket Camp Star ditawarkan dengan harga Rp 450.000 per orang dengan tambahan fasilitas berupa tempat tidur, bantal, dan selimut. Kedua paket camping ini beroperasi dari pukul 08.00 hingga 11.00.

Alternatif lainnya adalah Paket Homestay yang berlokasi di Home Residents Cipicung dengan harga Rp 215.000 per orang. Paket ini menawarkan pengalaman menginap di lingkungan pedesaan selama dua hari satu malam dengan minimal lima peserta. Fasilitas yang disediakan meliputi tempat tidur, bantal, selimut, charging, peralatan masak, dua kali makan, serta minuman teh dan kopi. Berbeda dengan paket

camping, layanan homestay beroperasi dari pukul 09.00 hingga 15.00. Seluruh harga paket wisata ini berlaku mulai 1 Maret 2024

b. Paket Caving Horisontal dan Vertical



B.A.T
BUNIAYU ADVENTURE & TRAINING

Office :
Jl. Siliwangi No.71
Sukabumi 43113
West Java - Indonesia
Phone. 0266-6254881

QONITA
Marketing Executive
Hp/ WA : 0857 9507 9072

ARRIE
Marketing Executive
Hp/ WA : 0812 1897 5343



PACKAGE	CODE	CAVE LOCATION	LOCATION		DISTANCE		RATE/ PERSON (Rp)	FACILITIES & DESCRIPTION	OPERATIONAL HOUR
			PUT IN	TAKE OUT	METER	HOUR			
CAVING HORIZONTAL									
Underground Museum 1 Day Trip (Min 10 Pax)	U1	Cipicung Cave HORIZONTAL	Gate 1	Gate 1	200	1	205.000	Exploring Horizontal Cave Professional Guide License BNSP, Rescue Team, Insurance, Certificate Helmet, Boot, Gloves, Snack & Drink.	08.00 - 15.00
Darkness Sensation 1 Day Trip (Min 10 Pax)	U2	Landak Cave HORIZONTAL	Gate 1	Gate 2	400	2	255.000	Exploring Horizontal Cave Professional Guide License BNSP, Rescue Team, Insurance, Certificate Helmet, Boot, Gloves, Snack & Drink.	08.00 - 14.00
CAVING VERTICAL									
Vertical Hole 1 Day Trip (Min 5 Pax)	K1	Cipicung Cave VERTICAL & BIBIJILAN	Gate 3	Gate 4	1500	4	560.000	Exploring Vertical Cave, 1 times Meal , snack & Drink Professional Guide License BNSP, Rescue Team, Insurance, Certificate Helmet, Boot, Wearpack, Gloves.	09.00 - 11.00

*** Price is Valid from March, 1st 2024**

 buniyucave
  B. A. T - Buniayu Adventure & Training
  buniyucave@gmail.com

Member of:
 



Gambar 1. 9 Paket Camping dan Homestay Buniayu Advanture & Training (BAT)
Sumber: Manajemen Buniayu Adventure & Training (BAT)

Pada gambar 1.8 menjelaskan bahwa Buniayu Adventure & Training (B.A.T) menyediakan berbagai paket wisata bawah tanah yang mencakup eksplorasi gua horizontal dan vertikal di wilayah Cipicung dan Landak, Sukabumi, Jawa Barat. Buniayu Adventure & Training (B.A.T) menawarkan tiga paket wisata bawah tanah di kawasan Cipicung dan Landak, Sukabumi, Jawa Barat. Dua paket pertama merupakan eksplorasi gua horizontal yaitu Underground Museum (U1) dan Darkness Sensation (U2). Paket Underground Museum di Cipicung Cave menawarkan jalur eksplorasi 200 meter selama satu jam dengan harga Rp 205.000 per orang untuk minimal 10 peserta. Kegiatan berlangsung dari pukul 08.00 hingga 15.00. Sementara paket Darkness Sensation di Landak Cave memiliki jalur lebih panjang yaitu 400 meter dengan harga Rp 255.000 per orang dan beroperasi dari pukul 08.00 hingga 14.00. Kedua paket ini dilengkapi fasilitas pemandu bersertifikat BNSP, tim penyelamat, asuransi, sertifikat, dan perlengkapan keselamatan.

Paket ketiga adalah Vertical Hole (K1) yang menawarkan pengalaman ekstrem menjelajahi gua vertikal di Cipicung Cave dan Curug Bibijilan. Dengan rute sepanjang 1.500 meter dan durasi empat jam, paket ini dibanderol Rp 560.000 per orang untuk minimal lima peserta. Fasilitas yang didapat meliputi perlengkapan keselamatan lengkap termasuk wearpack, satu kali makan, camilan, dan minuman. Kegiatan berlangsung dari pukul 09.00 hingga 11.00.

c. Paket *Shower climbing*



B.A.T
Buniayu Adventure & Training

Office:
Jl. Siliwangi No.71
Sukabumi 43113
West Java - Indonesia
Phone. 0266-6254881

QONITA
Marketing Executive
Hp/ WA : 0857 9507 9072

ARRIE
Marketing Executive
Hp/ WA : 0812 1897 5343



PACKAGE	CODE	LOCATION	DISTANCE		RATE/ PERSON (Rp)	FACILITIES & DESCRIPTION	OPERATIONAL HOUR
			METER	HOUR			
SHOWER CLIMBING							
TARO Explorer 1 Day Trip (Min 10 Pax)	SC 4	BIBIJILAN WATERFALL	1 KM	2	395.000	Climbing 4 waterfalls , Welcome drink, 1x Meal, Snack, mineral water & Hot Chocolate, Professional Guide License BNSP, Rescue Team, Insurance, Certificate Helmet, Boot, Gloves, Harness. livefest	08.00 - 12.00
LAURENTSIA 1 Day Trip (Min 10 Pax)	SC 7	DADALI WATERFALL	2 KM	3	585.000	Climbing 7 waterfalls , Welcome drink, 1x Meal, Snack, mineral water & Hot Chocolate, Professional Guide License BNSP, Rescue Team, Insurance, Certificate Helmet, Boot, Gloves, Harness. livefest	08.00 - 11.00
NATALIA 1 Day Trip (Min 10 Pax)	SC 14	B.A.T WATERFALL	4 KM	5	750.000	Climbing 14 waterfalls , Welcome drink, 1x Meal, Snack, mineral water & Hot Chocolate, Professional Guide License BNSP, Rescue Team, Insurance, Certificate Helmet, Boot, Gloves, Harness. livefest Wearpack	09.00 - 11.00

*** Price is Valid from March, 1st 2024**

Member of:

 buniayucave
 B. A. T - Buniayu Adventure & Training
 buniayucave@gmail.com





Gambar 1. 10 Paket Shower climbing Buniayu Adventure & Training (BAT)
Sumber : Manajemen Buniayu Adventure & Training (BAT)

Pada gambar 1.10 Buniayu Adventure & Training (B.A.T) menawarkan pengalaman petualangan melalui paket wisata *Shower climbing*, yaitu aktivitas mendaki air terjun di beberapa lokasi menarik di Sukabumi, Jawa Barat. Terdapat tiga pilihan paket dengan tingkat kesulitan berbeda yang bisa dipilih sesuai preferensi peserta. Paket pertama adalah Taro Explorer (SC4) yang berlokasi di Bibijilan Waterfall, menawarkan rute sepanjang 1 km dengan durasi sekitar 2 jam untuk mendaki 4 air terjun. Paket ini dibanderol Rp 395.000 per orang dengan minimal 10 peserta dan mencakup berbagai fasilitas seperti minuman selamat datang, makan sekali, camilan, air mineral, hot chocolate, serta pendampingan pemandu bersertifikat BNSP, tim penyelamat, asuransi, sertifikat, dan perlengkapan keselamatan lengkap. Aktivitas ini berlangsung pukul 08.00-12.00.

Untuk tantangan lebih tinggi, tersedia Paket Laurentsia (SC7) di Dadali

Waterfall dengan rute 2 km selama 3 jam untuk menaklukkan 7 air terjun. Dengan harga Rp 585.000 per orang (minimal 10 peserta), paket ini menyediakan fasilitas serupa termasuk peralatan keselamatan dan berlangsung pukul 08.00-11.00. Bagi yang menginginkan petualangan paling ekstrem, Paket Natalia (SC14) di B.A.T Waterfall menawarkan pendakian 14 air terjun sepanjang 4 km selama 5 jam. Dengan tarif Rp 750.000 per orang (minimal 10 peserta), paket ini memberikan fasilitas terlengkap termasuk wearpack tambahan dan beroperasi pukul 09.00-11.00. Semua paket didukung tim profesional dan peralatan keselamatan dengan standar Alat Perlindungan Diri (APD) K3 ketinggian untuk memastikan pengalaman petualangan yang aman.

Penetapan harga ini didasarkan pada pendekatan nilai (*value-based pricing*), di mana harga disesuaikan dengan manfaat dan pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan, bukan hanya biaya operasional. Selain sebagai instrumen komersial, harga yang ditetapkan juga berperan dalam mendukung pemberdayaan masyarakat lokal. Sebagian dari pendapatan yang diperoleh dialokasikan untuk kepentingan komunitas, seperti kontribusi kepada Pokdarwis, lingkungan RT/RW, masjid, dan kegiatan sosial lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwa strategi harga juga berfungsi sebagai alat distribusi manfaat ekonomi secara menyeluruh bagi masyarakat setempat.

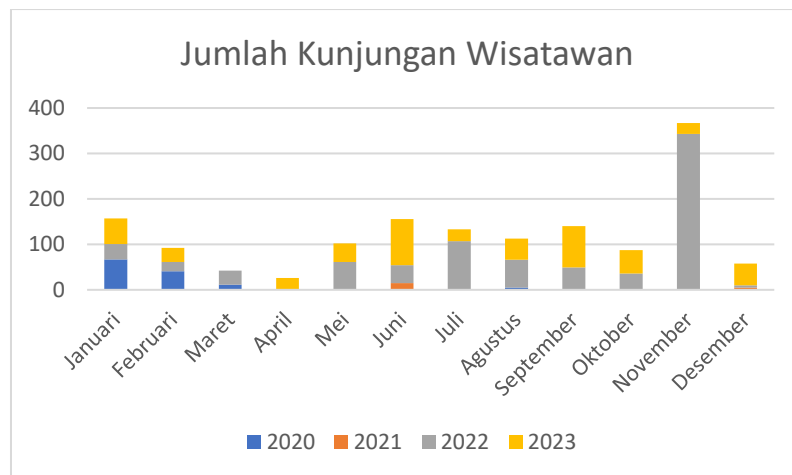
Dalam kerangka pariwisata berkelanjutan, strategi harga BAT mendukung prinsip *triple bottom line*, yaitu memperhatikan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara bersamaan. Penawaran harga yang wajar dan layanan yang memperkuat edukasi serta konservasi lingkungan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, sekaligus memastikan bahwa pariwisata yang dikembangkan tetap memberi manfaat jangka panjang bagi komunitas dan lingkungan sekitarnya.

Gua Buniayu memiliki beberapa daya tarik utama yang menjadikannya destinasi wisata gua yang menarik, antara lain keindahan formasi stalagmit dan stalaktit berusia ribuan tahun yang cantik dan artistik. Terdapat beragam bentuk formasi gua, sungai bawah tanah sepanjang 1,5 km yang memasuki kedalaman gua, cocok untuk aktivitas *caving*, keindahan ekosistem flora dan fauna gua yang menarik untuk dikaji, terdapat kelelawar, cacing tanah dan hewan lainnya, juga dapat menikmati wisata berbasis edukasi. Tujuan utama dari pengembangan destinasi pariwisata adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan pariwisata secara keseluruhan, serta memudahkan pergerakan wisatawan di dalam dan antar destinasi

pariwisata (Maryani, 2019) dalam (Prasetyo & Nararais, 2023). Selain Gua, *Shower climbing* juga merupakan destinasi wisata yang menarik. Pengunjung dapat mendaki 14 tebing vertikal dengan air terjun yang mengalir di sepanjang jalur pendakian dengan berbagai tingkat kesulitan. Aktivitas ini memberikan pengalaman unik bagi pengunjung, karena mereka dapat merasakan sensasi seolah-olah sedang mandi di bawah air terjun alami. *Shower climbing* di Gua Buniayu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mencari tantangan dan sensasi baru dalam berwisata. Selain itu, aktivitas ini juga sejalan dengan konsep pariwisata berbasis alam (*ecotourism*) yang dikembangkan di Desa Buniayu. Pengunjung dapat menikmati keindahan alam secara langsung sambil melakukan aktivitas petualangan yang menantang.

Dalam memberikan layanan pariwisata di Gua Buniayu, Buniayu Adventure & Training (BAT) tidak hanya menawarkan fasilitas dan keindahan alam nya. Tetapi, BAT sangat menekankan pada kualitas pelayanan yang maksimal. BAT tidak ingin merendahkan ataupun memanjakan pengunjung, melainkan berupaya untuk membangun hubungan yang dekat dan nyaman sejak awal pertemuan. Setiap pemandu atau *guide* BAT diarahkan untuk bersikap layaknya teman, saudara, adik, ataupun kakak bagi para tamu, karena para pemandu sendiri telah lebih dulu mengeksplorasi gua tersebut. Upaya membangun kedekatan ini ternyata membuahkan hasil, dengan banyak pengunjung menyatakan bahwa layanan BAT berbeda dan memberikan rasa nyaman serta aman selama berwisata.

Selama masa pandemi Covid-19 Buniayu Adventure & Training (BAT) mengalami penurunan pengunjung yang cukup signifikan. Pada tahun 2020, pengunjung per tahun mencapai 124 pengunjung. Akan tetapi, sejak masa pandemi dimulai pada Juni 2021, jumlah pengunjung menurun drastis menjadi hanya 24 pengunjung dalam satu tahun. Aktivitas outdoor yang menjadi ciri khas BAT harus dibatasi dan disesuaikan dengan protokol kesehatan, sehingga banyak program yang terpaksa dibatalkan.



*Gambar 1. 11 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Buniayu
Sumber : Manajemen Buniayu Adventure & Training (BAT)*

Pada gambar 1.10 menjelaskan bahwa pada 2022, pengunjung BAT per tahun sudah meningkat menjadi 786 pengunjung. Dan pada tahun 2023, pengunjung per tahunnya 566 pengunjung. Peningkatan ini menandakan tren positif pemulihan bisnis BAT. Fasilitas dan aktivitas outdoor sudah dapat diakses kembali oleh pengunjung dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak signifikan terhadap industri pariwisata, termasuk Buniayu Adventure & Training (BAT), yang mengalami penurunan drastis jumlah pengunjung pada tahun 2020 dan 2021. Namun, dengan mulai pulihnya industri pariwisata pasca-pandemi, strategi pemasaran menjadi faktor kunci dalam menarik kembali wisatawan. Salah satu perubahan utama dalam pemasaran pariwisata adalah peralihan dari metode promosi tradisional ke strategi pemasaran digital. Teknologi digital memungkinkan penyedia jasa wisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform media sosial, website interaktif, dan kampanye pemasaran berbasis data. Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut memiliki dampak pada aspek kegiatan masyarakat, kegiatan masyarakat akan selalu terhubung melalui teknologi. Kehadiran internet telah membawa perubahan dalam komunikasi masyarakat (Irawan & Dharma Mangruwa, 2024). Perkembangan teknologi digital telah mengubah lingkup pemasaran di berbagai industri, termasuk industri pariwisata. Industri pariwisata saat ini dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku dan preferensi konsumen yang semakin berkembang. Menurut (Raji et al., 2024) dalam (Made et al., 2024) Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah banyak aspek

kehidupan, termasuk cara orang berinteraksi, berbelanja, dan mengakses informasi.

Di sektor pariwisata, perubahan ini sangat nyata dalam cara promosi destinasi wisata dilakukan. Sebelumnya, promosi destinasi wisata sangat bergantung pada metode-metode tradisional seperti iklan cetak, televisi, dan pameran pariwisata. Namun, dengan munculnya internet dan teknologi digital, metode promosi tradisional ini mulai digantikan oleh strategi pemasaran digital. Pemasaran digital menggunakan teknologi digital berbasis internet untuk menangani produk atau layanan. Kontak dengan pelanggan dapat dilakukan melalui telepon seluler, komputer, tablet, atau perangkat elektronik lainnya. Dalam perkembangan ini, pelaku industri pariwisata harus mampu memanfaatkan berbagai strategi digital *marketing* untuk menjangkau dan menarik minat konsumen. Dengan mengadopsi strategi digital *marketing* yang efektif, pelaku industri pariwisata dapat meningkatkan visibilitas merek, memperluas jangkauan konsumen, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan.

Selain fokus pada penyediaan fasilitas dan aktivitas petualangan, Buniayu Adventure & Training (BAT) juga menerapkan strategi marketing yang komprehensif untuk menarik minat wisatawan seperti melakukan berbagai kegiatan promosi untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat wisatawan. Strategi promosi yang dilakukan meliputi pemasaran digital seperti pada Instagram (@buniayucave) TikTok (@buniayucave), kerjasama dengan agen perjalanan yaitu PT.Tripacker Indonesia Group dan Explorer.Id, pameran pariwisata seperti Deep and Extreme Indonesia dan Outdoor Adventure Exhibiton (OutFest), Indonesia Outdoor Festival, dan pemasaran *Word-of-Mouth* yang dapat membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan, dan menarik minat calon wisatawan untuk mengunjungi Buniayu. Strategi pemasaran menjadi hal penting dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Buniayu.

Dalam mengelola *marketing*, pengelola Buniayu Adventure & Training (BAT) mengatakan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran berbasis masyarakat yang dijalankan oleh CV. Buniayu Triartha, terdapat berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi pengembangan pariwisata, baik yang berasal dari dalam organisasi maupun dari faktor eksternal di luar kendali perusahaan. Secara internal, kendala utama terletak pada belum optimalnya penerapan strategi pemasaran digital, khususnya dalam hal kolaborasi dengan influencer. Meskipun pendekatan ini dinilai mampu meningkatkan visibilitas destinasi dan menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas, pihak pengelola masih menunjukkan sikap hati-hati. Hal ini disebabkan

oleh keterbatasan anggaran serta kekhawatiran terhadap risiko yang mungkin timbul dari penggunaan jasa promosi berbasis personal branding di media sosial.

Di luar aspek internal, tantangan juga muncul dari aspek eksternal yang berkaitan dengan sistem birokrasi dan koordinasi antar-lembaga. Kawasan wisata Gua Buniayu berada di bawah pengelolaan Perhutani yang dinaungi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, bukan oleh Kementerian Pariwisata maupun dinas pariwisata daerah. Kondisi ini menyebabkan kurangnya dukungan promosi secara resmi dari sektor pariwisata pemerintah, sehingga pemasaran destinasi menjadi sepenuhnya bergantung pada upaya mandiri dari pihak pengelola. Selain itu, belum adanya perjanjian kerja sama operasional (KSO) yang sah antara BAT dan Perhutani Sukabumi turut memperumit pengelolaan kawasan. Perhutani setempat cenderung mempertahankan kewenangan penuh karena mempertimbangkan aspek pemasukan, dan enggan menyerahkan sebagian peran kepada Perhutani Jawa Barat. Akibatnya, bentuk kerja sama yang terjalin lebih bersifat administratif dan komersial ketimbang bersifat strategis dan kolaboratif.

Oleh karena itu, dengan mengacu pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat Oleh CV. Buniayu Triartha di Buniayu, Desa Kertaangsana, Kabupaten Sukabumi”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah ditulis, maka penulis dapat merumuskan masalah dengan bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Buniayu Adventure & Training (BAT) dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat di Desa Buniayu, serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan jumlah wisatawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Buniayu Adventure & Training (BAT) dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat di Buniayu. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi pemasaran tersebut dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

1.5 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang dapat dihasilkan dari penelitian ini, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis :

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pariwisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism*) dan pariwisata berkelanjutan.
2. Memperkaya kajian akademik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan wisatawan dan determinan lama tinggal di destinasi wisata Gua Buniayu.

1.5.2 Manfaat Bagi Penelitian :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai konsep pariwisata berbasis masyarakat dan pariwisata berkelanjutan.
2. Memberikan pengalaman berharga bagi peneliti dalam melakukan penelitian lapangan dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan di destinasi pariwisata.
3. Mengasah kemampuan peneliti dalam merancang strategi pemasaran pariwisata yang sesuai dengan kondisi dan karakteristik masyarakat lokal.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan										
		Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025	Jul 2025	Agt 2025
1.	Penyusunan Proposal Skripsi											
2.	Desk Evaluation											
3.	Pengumpulan Data											
4.	Analisis Data (Bab 4 & 5)											
5.	Sidang											

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian
sumber : Data Penulis

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan difokuskan agar dapat memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan serta penyusunan penelitian. Sistematika Penulisan berisi gambaran penulisan pada penelitian ini serta informasi terkait arah penulisan pada penelitian ini. Sistematika pada penelitian dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi gambaran penelitian secara umum mulai dari gambaran umum objek, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, tahapan penelitian, kerangka pemikiran, hubungan antar variabel, hipotesis penelitian dan ruang lingkup serta objek penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, operasional variabel serta skala pengukuran, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti, berupa analisa tentang pengolahan data yang telah dilakukan dengan mengaitkan pada teori yang dijelaskan pada Bab II.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari keseluruhan hasil pembahasan penelitian dan memberikan saran yang direkomendasikan terhadap pihak-pihak terkait.