

## Pengembangan *Storynomic Tourism* dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan di Desa Wisata Ciburial

Emron Edison, Titing Kartika\*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari Bandung

\*nengtiting\_kartika@yahoo.co.id

### Informasi Artikel

Received: 21 Juni 2024

Accepted: 18 Juli 2024

Published: 22 Juli 2024

### Keywords:

*tourism village, storynomics tourism, quality of tourism experience*

### Abstract

*Tourism village has a great potency to encourage the local economic growth which will provide tourist experiences. This research aims to explore the development of Storynomic Tourism as a strategy to improve the quality of tourist experiences in the Ciburial Tourism Village. The research method used is a qualitative approach. Data collection was carried out through participant observation, interviews with relevant stakeholders. The research results show that Ciburial Tourism Village has the potential for unique stories related to its history, culture and nature. By applying the Storynomics Tourism approach, this tourist destination can create a deeper tourist experience through narratives that connect interesting places. The development of Storynomics Tourism in Ciburial Tourism Village is expected to improve the quality of tourist experiences, stimulate tourist interest in visiting, and indirectly increase local economic income. This research makes a significant contribution in developing innovative and sustainable tourism development strategies at the village level. The implication of this research is providing the practical guidance for stakeholders in designing interesting and meaningful story-based tourism experiences in the Ciburial Tourism Village, and can be a reference for developing Storynomics Tourism in other tourist destinations.*

### Abstrak

Desa wisata memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang akan memberikan pengalaman wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengembangan *Storynomic Tourism* sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan di Desa Wisata Ciburial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan pemangku kepentingan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Ciburial memiliki potensi cerita yang kaya dan unik terkait dengan sejarah, budaya, dan alamnya. Dengan menerapkan pendekatan *Storynomic Tourism*, destinasi wisata ini dapat menciptakan pengalaman wisatawan yang lebih mendalam melalui narasi yang menghubungkan tempat-tempat menarik. Pengembangan *Storynomic Tourism* di Desa Wisata Ciburial diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, merangsang minat wisatawan untuk berkunjung, dan secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan ekonomi lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam mengembangkan strategi pengembangan pariwisata yang inovatif dan berkelanjutan di tingkat desa. Implikasi penelitian ini memberikan panduan praktis bagi para pemangku kepentingan dalam merancang pengalaman wisata yang berbasis cerita yang menarik dan bermakna di Desa Wisata Ciburial, serta dapat menjadi acuan bagi pengembangan *Storynomic Tourism* di destinasi wisata lainnya.

### Kata Kunci:

desa wisata, *storynomic tourism*, kualitas pengalaman wisatawan

## **PENDAHULUAN**

Desa wisata memiliki potensi besar dalam sebuah industri pariwisata saat ini, karena didalamnya terdapat daya tarik yang dapat dikembangkan baik secara alam maupun budaya. Namun demikian, untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan pengembangan strategi inovatif yang mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Salah satu pendekatan baru yang menjanjikan adalah pengembangan *Storynomic Tourism*, yang menggabungkan elemen cerita (*storytelling*) dengan aspek ekonomi (*economic*) dalam pengembangan destinasi wisata.

Konsep *Storynomic Tourism* adalah pendekatan menarik dalam industri pariwisata. Namun, saat ini masih sedikit objek wisata yang berhasil mengembangkan konsep ini dengan baik, termasuk di Desa Wisata Ciburial. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pokdarwis dan perangkat desa di Desa Wisata Ciburial, belum ada cerita desa wisata yang dikemas secara ringkas dan utuh yang bisa disajikan kepada wisatawan. Cerita yang terkonsep dan mudah dipahami oleh seluruh pemandu wisata sangat diperlukan.

Hal ini mendorong perlunya penelitian lebih mendalam untuk mengeksplorasi potensi pengembangan *Storynomic Tourism* dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan di Desa Wisata Ciburial. Desa ini dipilih sebagai studi kasus karena memiliki kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang menarik. Pada realitasnya, masih dibutuhkan upaya lebih lanjut untuk memperkuat pengalaman wisatawan melalui pendekatan inovatif. Dengan menggabungkan aspek naratif yang menarik dengan potensi ekonomi lokal, diharapkan destinasi wisata dapat

menciptakan pengalaman wisatawan yang lebih mendalam dan bermakna.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum Desa Wisata Ciburial meliputi: kekayaan alam, budaya, dan sejarah di Desa Wisata Ciburial serta mengembangkan model *Storynomic Tourism* di desa tersebut. Melalui cerita-cerita yang disampaikan, pengunjung dapat terlibat secara emosional dan lebih memahami keunikan dan nilai dari Desa Wisata Ciburial. Dengan demikian, diharapkan Desa Wisata Ciburial dapat mengoptimalkan potensinya dan menawarkan pengalaman wisata yang lebih berkualitas dan berkesan bagi para pengunjung.

Penelitian terkait *storynomics* dari tahun 2029 hingga tahun ini mengalami peningkatan (Valentino, 2023) yang dilakukan di berbagai konteks seperti destinasi wisata alam maupun budaya. Pendekatan *storynomics* ini menjadi penting karena berdampak pada sapek layanan dan pengelolaan.

Dalam sektor pariwisata, cerita tentang atraksi wisata dapat meningkatkan kualitas atraksi dan pengalaman wisata. Menggunakan pendekatan *storynomics*, cerita-cerita yang dipilih disusun dalam dua format: lengkap dan ringkas. Cerita-cerita ini disiapkan untuk kelompok sadar wisata dan bisa digunakan sebagai panduan tur. Artikel ini menyoroti manfaat timbal balik antara cerita rakyat dan atraksi wisata, baik dalam meningkatkan kualitas atraksi wisata melalui cerita rakyat maupun dalam melestarikan cerita rakyat melalui pariwisata dengan memperkenalkannya kepada masyarakat dan wisatawan (Sari et al., 2022).

Konsep wisata *storynomics tourism* adalah pendekatan komunikasi

pariwisata yang mengutamakan naratif, konten kreatif, dan kekuatan sejarah dan budaya (McKee, R; Gerace, 2018) Cerita rakyat jika dikemas dengan menarik maka akan bermanfaat secara ekonomi. Cerita rakyat tersebut telah berproses menjadi storynomics sehingga dapat dijadikan branding pariwisata (Anjarsari & Badollahi, 2022).

Menurut (Rageh, Melewar, & Woodside, 2013), menunjukkan bahwa pengalaman wisata berupa akumulasi fenomena psikologis seperti yang terlihat dari perspektif psikologi, yang meliputi harapan sebelum perjalanan, persepsi selama perjalanan, dan kenangan setelah perjalanan. Selain itu, Larsen menunjukkan harapan, persepsi, dan kenangan dari berbagai jenis proses. Dengan kata lain, setelah perjalanan, pengalaman wisatawan yang berdasar pada harapan, persepsi, dan kenangan, akan mempengaruhi harapan mereka untuk perjalanan berikutnya.

Terdapat beberapa hasil penelitian terkait dengan konsep storynomics tourism. Hasil penelitian Sari, Putra, Purnawan, & Suardiana (2022) menitikberatkan pada identifikasi folklore dan penerapan pendekatan storynomics dalam menyusun cerita-cerita terpilih, yang dibagi menjadi dua bentuk, yakni lengkap dan ringkas. Tujuannya adalah menyajikan cerita-cerita ini kepada kelompok kesadaran pariwisata sebagai panduan bagi para wisatawan, dengan harapan memberikan arahan mendalam kepada para pengunjung.

Sementara itu, penelitian Anjarsari & Badollahi (2022) mengungkapkan jika cerita rakyat disajikan dengan cara yang menarik akan memiliki potensi ekonomi. Meskipun demikian, upaya penerapan storynomics di Kampung Paropo belum dilakukan secara optimal. Penelitian ini menyoroiti bahwa wisatawan tidak

hanya tertarik pada aspek visual, melainkan juga menghargai cerita rakyat. Oleh karena itu, dalam pengembangan naskah storynomics tourism, penting untuk mengaitkannya dengan elemen lain seperti makanan khas, sejarah kesenian, dan faktor lain yang dapat berkontribusi pada perekonomian melalui sektor pariwisata. Selain itu, pendekatan storynomics juga memiliki potensi untuk meningkatkan kelestarian cerita rakyat.

Penelitian Dewi & Fitriani (2021) menunjukkan bahwa pendekatan storynomics dalam pemasaran Danau Sarangan menjanjikan, dengan legenda yang kuat menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan. Tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menyampaikan pesan dengan mengemasnya tidak hanya dalam mitos, melainkan juga memberikan nilai edukatif. Metode ekonomi cerita terbukti efektif, meningkatkan minat pengunjung, dan penerapannya diharapkan memberikan dampak positif pada pengembangan pariwisata serta meningkatkan daya tarik destinasi.

Hasil penelitian oleh Putra & Puspita (2020) menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sementara itu, penelitian oleh Fadiryana & Chan (2019) menegaskan bahwa pengalaman wisatawan memiliki dampak signifikan terhadap nilai yang dirasakan pada destinasi wisata.

Secara keseluruhan, temuan dari berbagai penelitian ini menyoroiti pentingnya penerapan pendekatan storynomics dalam mengelola cerita rakyat sebagai daya tarik utama destinasi pariwisata. Dengan mengaitkannya dengan aspek-aspek lain dan memberikan nilai edukatif, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik, tetapi juga

berpotensi positif dalam pengembangan ekonomi lokal dan kelestarian budaya.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pembangunan pariwisata di suatu wilayah dapat memberikan dampak yang positif, seperti meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, menciptakan peluang kerja dan prospek bisnis, meningkatkan pendapatan pemerintah dari pajak dan keuntungan bisnis yang dimiliki pemerintah, dan lain sebagainya. Sektor pariwisata telah menjadi prioritas pengembangan di beberapa negara, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki potensi besar dengan keindahan alamnya, warisan budayanya, dan masyarakat lokalnya. Oleh karena itu, pariwisata menjadi kegiatan potensial untuk industri pariwisata itu sendiri” (Sunerlan et al., 2023).

Pariwisata di Indonesia kini mengalami perkembangan pesat, dan pemerintah secara konsisten memfasilitasi dan mendorong pengembangan desa wisata. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, tetapi juga untuk memperkuat rantai ekonomi yang melibatkan berbagai sektor terkait. Oleh karena itu, kemajuan desa wisata menjadi sangat strategis dalam konteks pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Riyanti et al., 2024). Desa wisata adalah usaha yang dijalankan oleh penduduk desa setempat, atau melalui kerja sama dengan pihak lain, di mana di desa tersebut memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri, seperti keterpaduan antara atraksi, budaya dan lingkungan yang dikemas dengan baik. Pada akhirnya, desa wisata yang dikelola dengan baik dan unggul dapat berimplikasi pada kegiatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat

(Riana et al., 2022). Bahkan, Desa wisata merupakan wujud nyata dari pariwisata berkelanjutan, dan menjadi program unggulan Pemerintah melalui Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan dukungan Kementrian lainnya (Nainggolan & Rahayu, 2023).

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dipilih untuk menggali secara mendalam tentang kondisi, cerita, dan budaya yang mencirikan Desa Wisata Ciburial. Tujuannya adalah untuk mengembangkannya dengan baik, sehingga dapat menjadi cerita yang menarik bagi wisatawan di masa mendatang.

Penelitian ini melibatkan observasi, di mana peneliti secara langsung mengamati kondisi, aktivitas wisatawan, dan interaksi dengan lingkungan dan partisipan di Desa Wisata Ciburial diantaranya adalah ketua pokdarwis, tokoh masyarakat, wisatawan, dan pemandu wisata. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pengalaman wisatawan dan potensi cerita yang dapat dikembangkan.

Selanjutnya, penelitian melibatkan wawancara dengan wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata Ciburial. Wawancara ini dirancang untuk mendapatkan wawasan tentang persepsi, pengalaman, dan harapan wisatawan terhadap pengembangan Storynomic Tourism. Selain itu, wawancara juga akan dilakukan dengan pengelola pariwisata dan masyarakat lokal untuk memperoleh perspektif mereka mengenai potensi pengembangan cerita yang menarik.

FGD juga akan diadakan, melibatkan stakeholder terkait seperti wisatawan, pengelola pariwisata, dan masyarakat lokal. Tujuan FGD adalah

mengumpulkan data secara lebih terstruktur dan memperkuat temuan-temuan lapangan terkait penelitian ini.

Selanjutnya, data yang terkumpul dari observasi, wawancara, dan FGD akan diolah secara sistematis. Analisis data akan mencakup penggabungan informasi untuk mengembangkan konsep *Storynomic Tourism* yang sesuai dengan Desa Wisata Ciburial. Proses pengolahan data ini akan memberikan pemahaman lebih dalam terkait cerita-cerita yang menarik, nilai-nilai yang ingin disampaikan, dan cara pengemasan yang tepat.

Sebagai hasil akhir, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep *Storynomic Tourism* yang spesifik untuk Desa Wisata Ciburial. Konsep ini akan mengintegrasikan cerita-cerita yang ditemukan, memperkaya pengalaman wisatawan, dan memberikan nilai tambah bagi keberadaan Desa Wisata Ciburial sebagai tujuan wisata yang menarik. Dengan melalui langkah-langkah tersebut, penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang potensi *Storynomic Tourism* di Desa Wisata Ciburial dan menghasilkan konsep yang dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan di sana.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Desa Wisata Ciburial**

Desa Wisata Ciburial, yang terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, telah meraih status sebagai destinasi wisata melalui Keputusan Bupati Bandung Nomor 556.42/Kep. 71-Dispopar/2011. Keputusan ini menetapkan Desa Ciburial sebagai Desa Wisata di wilayah Kabupaten Bandung, yang terletak di Kecamatan Cimenyan. Geografis Desa Ciburial memaparkannya sebagai daerah yang berbatasan dengan beberapa wilayah, yakni Kecamatan Lembang di utara,

Desa Mekarsaluyu di timur, Kota Bandung di selatan, dan Kabupaten Bandung Barat di barat.

Desa Wisata Ciburial, yang memiliki pesona alam yang memikat, menggabungkan keindahan alam, warisan sejarah, dan keberagaman budaya. Keunikan desa ini tergambar dari harmonisasi antara pesona alam yang tercermin dari bukit-bukit di sekitarnya, menciptakan atmosfer yang sejuk dan menenangkan. Di samping itu, aspek seni dan budaya diwakili oleh sanggar seni seperti Galeri Selasar Sunaryo dan Galeri Sudjana Kerton, bersama dengan berbagai komunitas budaya seperti Batur Ulin, Komunitas Hong, Padepokan Parukuyan, Paguyuban Pamuda Sekebuluh, dan Sanggar Rhosantika, yang semuanya memberikan kontribusi signifikan pada kekayaan budaya desa.

Desa Ciburial juga dikenal dengan keberadaan pabrik tahu, peternakan lebah madu, dan kampung ternak sapi, yang turut menambah dimensi ekonomi dan keberlanjutan. Dalam konteks pengembangan desa wisata, dorongan dari pemerintah pusat terus mendorong pertumbuhan Desa Ciburial, menjadikannya sebagai bagian integral dari program nasional. Adanya empat kategori desa wisata, yakni rintisan, berkembang, maju, dan mandiri, yang ditetapkan oleh pemerintah, memberikan dukungan bagi pengembangan dan peningkatan potensi desa ini sebagai destinasi yang semakin berkualitas.

Meskipun pada awalnya pada tahun 2011 Desa Wisata Ciburial tidak memiliki kategori tertentu, Surat Keputusan Bupati tahun 2022 (556/Kep 770-Disbudpar/2022) menetapkannya sebagai desa wisata kategori maju. Meski demikian, terdapat kendala dalam optimalisasi integrasi objek dan produk wisata, sementara konsep *storynomic* yang dapat menggambarkan secara menyeluruh tentang semua potensi

wisata masih harus terbentuk. Tantangan ini menjadi hal yang perlu diatasi dalam upaya penyusunan panduan dan pemahaman bersama terhadap potensi Desa Wisata Ciburial.

Desa Ciburial ini memancarkan daya tariknya melalui ragam objek wisata yang dimilikinya, yang bisa diintegrasikan secara apik melalui peta wisata. Ini memberikan potensi untuk menciptakan perjalanan wisata dan penelitian yang mengesankan, memadukan keindahan alam, peternakan sapi, sanggar seni, usaha lebah madu, dan kerajinan bambu menjadi aset berharga bagi Desa Wisata Ciburial. Semua elemen ini bersatu dalam menciptakan pengalaman wisata yang holistik dan berkesan bagi pengunjung.

### ***Storynomics Tourism di Desa Wisata Ciburial***

Meskipun Desa Ciburial kaya akan kekayaan alam dan budayanya, hasil penelitian menunjukkan belum adanya cerita yang terkonsep secara sistematis. Oleh karena itu perlu dilakukan Langkah-langkah sebagai berikut: (1) Pemetaan cerita lokal; (2) Dokumentasi dan publikasi; (3) Pelatihan pemandu wisata; (4) Integrasi dengan produk wisata; (5) Pengembangan aplikasi mobile; (6) Kolaborasi dengan media dan influencer; (7) Event berbasis cerita; (8) Monitoring dan evaluasi.

Langkah pemetaan cerita lokal yaitu melakukan pemetaan cerita-cerita lokal yang ada di Desa Ciburial. Cerita-cerita ini dapat berupa legenda, sejarah desa, kisah tokoh-tokoh penting, atau tradisi unik yang hanya ada di desa ini. Pemetaan ini bisa dilakukan melalui wawancara mendalam dengan sesepuh desa, tokoh masyarakat, dan pelaku budaya. Dokumentasi dan publikasi adalah hasil pemetaan cerita perlu didokumentasikan dengan baik dalam bentuk buku, video, atau media lainnya. Dokumentasi ini kemudian dapat

dipublikasikan melalui berbagai platform, termasuk media sosial, website desa, dan brosur pariwisata.

Pelatihan pemandu wisata yaitu latih pemandu wisata lokal untuk menguasai cerita-cerita tersebut dan menyampaikannya kepada wisatawan dengan cara yang menarik dan informatif. Pemandu yang baik akan mampu menghidupkan cerita dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung. Integrasi dengan produk wisata yaitu integrasikan cerita-cerita tersebut dengan produk wisata yang ada, seperti tur alam, kunjungan ke sanggar seni, atau workshop kerajinan. Misalnya, cerita tentang asal-usul pabrik tahu dapat disampaikan saat tur ke pabrik tahu, atau legenda lokal bisa menjadi bagian dari pementasan seni di sanggar.

Pengembangan aplikasi mobile yaitu kembangkan aplikasi mobile yang berisi cerita-cerita lokal, peta wisata interaktif, dan informasi tentang objek wisata di Desa Ciburial. Aplikasi ini bisa menjadi panduan bagi wisatawan dan memperkaya pengalaman mereka selama berkunjung. Kolaborasi dengan media dan influencer yaitu dengan menjalin kerjasama dengan media massa dan influencer untuk mempromosikan cerita-cerita Desa Ciburial. Liputan media dan endorsement dari influencer dapat meningkatkan visibilitas desa sebagai destinasi wisata berbasis cerita.

Event berbasis cerita yaitu melenggarakan event-event berbasis cerita, seperti festival cerita rakyat, lomba mendongeng, atau teater rakyat. Event-event ini tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal. Monitoring dan evaluasi yaitu melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap implementasi Storynomics Tourism. Evaluasi ini penting untuk mengetahui efektivitas strategi yang diterapkan dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

Dengan mengimplementasikan konsep tersebut, Desa Wisata Ciburial dapat lebih optimal dalam mengembangkan potensi wisata berbasis cerita, sehingga memberikan pengalaman yang lebih kaya dan berkesan bagi wisatawan serta meningkatkan nilai ekonomi bagi masyarakat setempat.

Dalam pengembangan destinasi wisata, *Storynomics Tourism* menjadi langkah penting yang terus berkembang. *Storynomics* menekankan praktek bisnis berpusat pada cerita untuk mendorong hasil secara ekonomi. Dalam konteks pariwisata, *Storynomics Tourism* menggunakan narasi, konten kreatif, dan kekuatan budaya untuk memperkenalkan destinasi wisata. Oleh karena itu, penerapan *Storynomic Tourism* di Desa Ciburial dapat memberikan nilai ekonomi melalui cerita rakyat yang menarik dan berkesan. Narasi seperti cerita rakyat memiliki potensi untuk menarik perhatian wisatawan dalam membuat keputusan untuk berkunjung, memperkuat daya tarik destinasi pariwisata secara keseluruhan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, salah satu langkah pengembangan destinasi wisata yang berkembang saat ini adalah dengan *Storynomics Tourism* (Putu, N; Sukmadewi, R; Mpu & Singaraja, 2021). *Storynomics* memiliki arti sebuah praktek bisnis yang berpusat pada cerita yang dapat mendorong hasil fiskal (McKee, R; Gerace, 2018). *Storynomics tourism* merupakan salah satu cara pendekatan pariwisata untuk mengenalkan destinasi wisata dengan menggunakan narasi, konten kreatif, dan kekuatan budaya (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Demikian halnya dari sisi pengembangan destinasi pariwisata, narasi yang memiliki nilai ekonomi ini seperti cerita rakyat, yang dapat menarik

wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung (Kartika & Riana, 2020).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Desa Wisata Ciburial, di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, merupakan destinasi wisata yang telah diakui melalui Keputusan Bupati Bandung sebagai Desa Wisata. Terletak di Kecamatan Cimenyan, desa ini menawarkan pesona alam yang memukau dengan bukit-bukitnya yang hijau, sejuk, dan menenangkan, serta keberagaman budaya yang tercermin melalui berbagai sanggar seni dan komunitas budaya. Selain itu, aktivitas ekonomi seperti pabrik tahu, peternakan lebah madu, dan kampung ternak sapi juga menambah dimensi keberlanjutan desa ini. Meskipun telah mendapat pengakuan sebagai desa wisata kategori maju pada tahun 2022, tantangan utama yang dihadapi adalah optimalisasi integrasi objek dan produk wisata serta pengembangan konsep *Storynomic Tourism* yang belum terbentuk secara menyeluruh. Dengan memanfaatkan potensi alam, kebudayaan, dan ekonomi lokal, Desa Wisata Ciburial berupaya untuk menciptakan pengalaman wisata yang holistik dan berkesan bagi pengunjung, sambil mengembangkan narasi-narasi yang menarik untuk meningkatkan daya tarik destinasi secara keseluruhan.

Untuk meningkatkan potensi dan daya tarik Desa Wisata Ciburial, penting untuk mengembangkan konsep *Storynomic Tourism* dengan membangun narasi menarik yang menggambarkan sejarah, budaya, dan keunikan desa, melibatkan penduduk lokal untuk memastikan keaslian cerita. Optimalisasi integrasi objek dan produk wisata juga krusial; hal ini dapat dicapai dengan menciptakan paket wisata yang menggabungkan berbagai elemen seperti sanggar seni, pabrik tahu, dan peternakan lebah madu dalam satu rute

yang terkoordinasi. Perbaikan infrastruktur seperti jalan, papan petunjuk, dan fasilitas umum akan mendukung pengalaman wisata yang lebih nyaman dan lancar. Strategi promosi perlu diperluas dengan memanfaatkan media sosial, situs web, dan platform wisata untuk meningkatkan visibilitas, sementara konten promosi yang menonjolkan keindahan dan keunikan desa harus diprioritaskan. Selain itu, peningkatan keterlibatan komunitas lokal dengan melibatkan mereka sebagai pemandu wisata atau pengelola *homestay* dan memberikan pelatihan terkait layanan wisata akan meningkatkan kualitas interaksi dengan pengunjung. Terakhir, evaluasi berkala terhadap program dan aktivitas wisata serta implementasi praktik berkelanjutan sangat penting untuk menjaga kelestarian lingkungan dan mendukung kesejahteraan masyarakat lokal, sehingga Desa Wisata Ciburial dapat menghadirkan pengalaman wisata yang holistik, menarik, dan berkesan bagi setiap pengunjung.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anjarsari, H., & Badollahi, M. Z. (2022). Storynomics Tourism Sebagai Strategi Dalam Pengembangan Kampung Paropo Sebagai Desa Wisata Budaya. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Busines Event*, 4(1), 91–97.
- Dewi.I.K., & Fitriani, D.R. (2021). Storynomic as Marketing Strategy of Telaga Sarangan Magetan. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(6), 1384–1393. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i6.203>
- Kartika, T., & Riana, N. (2020). Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia). *Tourism and Sustainable Development Review*, 1(1), 33–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i1.8>
- Kemendikbud/Baparekraf RI. (2021). *Storynomics Tourism dari 5 Destinasi Super Prioritas*. <https://kemendikbud.go.id/hasil-pencarian/storynomics-tourism-dari-5-destinasi-super-prioritas>
- McKee, R; Gerace, T. (2018). *Storynomics, Story-Driven Marketing In Twelve* (9, Ed.).
- Nainggolan, H. C., & Rahayu, A. (2023). Pengemasan Paket Wisata di Desa Wisata Kampoeng Lama Kabupaten Deli Serdang. *Manajemen Dan Pariwisata*, 2(1), 104–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.260>
- Putu, N; Sukmadewi, R; Mpu, S. N., & Singaraja. (2021). Storynomics Tourism: Kualitas Wisata Desa Tenganan Pegringsingan. *Cultoure*, 2(2), 194–203.
- Riana, N., Edison, E., Maryani, E., Indrianty, S., Kartika, T., Agoes, A., Agustiani, I. N., Hidayat, T., Riyanti, A., & Fajri, K. (2022). *Membangun Pariwisata Berkelanjutan* (E. Maryani & E. Edison, Eds.). Deepublish.
- Riyanti, A., Edison, E., Agustiani, I. N., Kartika, T., Agoes, A., Safari, A., Sukriadi, E. H., & Astiana, R. (2024). *Menciptakan Harmoni Dalam Membangun Pariwisata* (T. Kartika & E. Edison, Eds.). CV. Jelajah Pustaka.
- Sari, I. A. L., Putra, I. N. D., Purnawan, N. L. R., & Suardiana, I. W. (2022). Storynomics Bali Aga: Pemanfaatan Cerita Rakyat Untuk Promosi Desa Wisata Sidetapa, Kabupaten Buleleng. *Jumpa*, 8(2), 721–740.



- Sunerman, S. A. K. N., Safari, A., & Riyanti, A. (2023). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan di Situ Bagendit. *Manajemen Dan Pariwisata*, 2(1), 116–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.261>
- Valentino, A (2023). Mapping Research Trend of Storynomics. *Art, Science, Culture and Technology Journal. ASCTIJ*, Vol. 1 No. 1, July Year, Pp 46-53