

Model Kemitraan untuk Memperkuat Promosi Pariwisata Berkelanjutan di Destinasi Situs Gunung Padang, Jawa Barat, Indonesia

Fangky A. Sorongan^{1*}, Mercurius Broto Legowo², Deden Prayitno³, Raka Fahlevi⁴, Haniza Mahad⁵, Trần Trương Thanh Trang⁶

¹Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia

^{2,3,4} Information System Study Program, Faculty of Information Technology, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia

⁵ Accounting Department, Universiti Teknologi MARA, Johor, Malaysia

⁶ Accounting Department, Faculty of Economics and Business, University of Economics and Finance, Ho Chi Minh City, Vietnam

* E-mail korespondensi: rakafahlevi24@perbanas.id

ABSTRACT

Situs Gunung Padang di Jawa Barat merupakan destinasi wisata budaya dan sejarah yang memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, promosi destinasi ini masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain keterbatasan infrastruktur, pemanfaatan teknologi digital dalam promosi yang belum optimal, serta kurangnya sinergi yang kuat di antara para pemangku kepentingan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Internasional ini bertujuan untuk mengembangkan model kemitraan yang efektif melalui pendekatan model Penta Helix, sehingga dapat memperkuat promosi Situs Gunung Padang di Jawa Barat, Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen yang melibatkan pejabat pemerintah daerah, pengelola situs, masyarakat lokal, akademisi, serta pelaku industri pariwisata. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa model kemitraan berbasis Penta Helix (pemerintah, akademisi, sektor bisnis, komunitas, dan media) dapat meningkatkan sinergi dalam strategi promosi destinasi Situs Gunung Padang di Jawa Barat. Melalui kegiatan kolaboratif ini, promosi digital dapat dioptimalkan dan paket wisata terpadu dapat dikembangkan. Pada saat yang sama, keterlibatan masyarakat lokal juga dapat ditingkatkan untuk mendukung keberlanjutan destinasi. Penerapan model kemitraan yang inklusif ini secara efektif memperkuat daya saing Situs Gunung Padang sebagai destinasi wisata unggulan di Jawa Barat.

Kata kunci:

Situs Gunung Padang
Pariwisata Berkelanjutan
Kemitraan
Penta-Helix Model

Diterima: 14 Juli 2025

Disetujui: 1 Desember 2025

Diterbitkan: 1 Desember 2025

Penerbit:

Perbanas Institute



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian suatu negara (Wandini et al., 2024). Pengembangan sektor ini berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan berbagai usaha

ekonomi di wilayah sekitar destinasi wisata. Promosi pariwisata merupakan serangkaian strategi komunikasi yang dirancang untuk membangun kesadaran, menumbuhkan minat, dan mendorong wisatawan agar berkunjung ke suatu destinasi. Strategi ini mencakup kegiatan seperti destination branding, pemasaran digital, dan penyebaran informasi melalui media massa. Lebih dari sekadar kegiatan penjualan, promosi pariwisata modern berfokus pada pembangunan citra yang kuat serta penyampaian pengalaman unik bagi calon wisatawan. Pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, situs web, dan tur virtual, menjadi hal yang sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta menciptakan narasi yang menarik.

Di Indonesia, sektor pariwisata budaya dan sejarah memiliki peran yang strategis. Pariwisata berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Fenomena ini terbukti relevan dan signifikan dalam konteks Provinsi Jawa Barat pada tahun 2023 (Wandini et al., 2024). Jawa Barat, sebagai salah satu provinsi terpadat dan paling menonjol di Indonesia, memiliki potensi pariwisata yang besar karena kekayaan alam, budaya, sejarah, dan kulinernya yang beragam. Situs Gunung Padang di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, saat ini sedang mengalami perkembangan pesat sebagai destinasi wisata. Destinasi wisata ini menonjol karena memiliki potensi yang luar biasa.

Situs megalitik Gunung Padang yang terletak di Desa Karyamukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, merupakan situs peninggalan megalitik terbesar di Asia Tenggara, dengan luas mencapai 3.132,15 meter persegi. Situs ini terletak pada koordinat 6°57' LS dan 107°01' BT, sekitar 50 kilometer di barat daya Kota Cianjur, Jawa Barat, dan berbentuk piramida berundak yang terdiri dari lima teras (Ramadina, 2013). Gunung Padang, yang dianggap sebagai piramida berundak dan diklaim sebagai piramida tertua di dunia, merupakan situs megalitik yang unik. Susunan batuan andesit basaltiknya serta panorama alam di sekitarnya menarik perhatian wisatawan dari berbagai penjuru dunia (Edi Hermawan & Hilman, 2016).



Gambar 1. Destinasi Situs Gunung Padang

Source: Observasi 2025

Situs Gunung Padang memiliki potensi besar sebagai aset wisata sejarah dan spiritual yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Situs Gunung Padang menarik perhatian wisatawan dan ilmuwan karena struktur batunya yang diperkirakan berasal dari tahun 8000 SM (Marshanda et al., 2023). Berdasarkan penelitian ilmiah terbaru yang disampaikan oleh Nanang Sukmana, Koordinator Relawan Penjaga Gunung Padang, ketika Tim Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat melakukan observasi lapangan, situs ini diduga lebih tua dari Piramida Mesir. Dengan luas mencapai 30 hektare, situs ini diyakini merupakan tempat pemujaan kuno yang memiliki nilai sejarah yang sangat penting. Upaya pelestarian Situs Gunung Padang memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, akademisi, dan pihak lain yang peduli terhadap keberadaannya (Edi Hermawan & Hilman, 2016).

Namun demikian, situs ini merupakan aset cagar budaya di Cianjur yang memiliki sejarah menarik dan potensi luar biasa; bahkan saat ini situs ini sedang dalam proses menuju pengakuan sebagai warisan budaya dunia (Hamzah et al., 2021). Di balik potensi tersebut, terdapat berbagai tantangan yang memerlukan perhatian serius dari pemerintah agar situs warisan budaya ini dapat terus menjalankan fungsinya secara optimal — yakni tetap terawat dengan baik sekaligus menjadi destinasi wisata yang memberikan kepuasan maksimal bagi wisatawan serta mendorong pengembangannya. Hasil analisis awal menunjukkan adanya beberapa tantangan utama yang menghambat pengembangan Situs Gunung Padang, antara lain keterbatasan infrastruktur pendukung, pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, serta lemahnya sinergi di antara para pemangku kepentingan.

Meskipun Desa Wisata Situs Gunung Padang telah dinobatkan sebagai salah satu dari 50 desa wisata terbaik oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2021/2022, promosi digital yang dilakukan oleh pihak pengelola masih belum merata dan terbatas hanya pada penggunaan media sosial seperti Facebook (Akhirson et al., 2023). Keterbatasan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih terintegrasi serta kemitraan kolaboratif untuk memperkuat upaya promosi destinasi wisata ini.

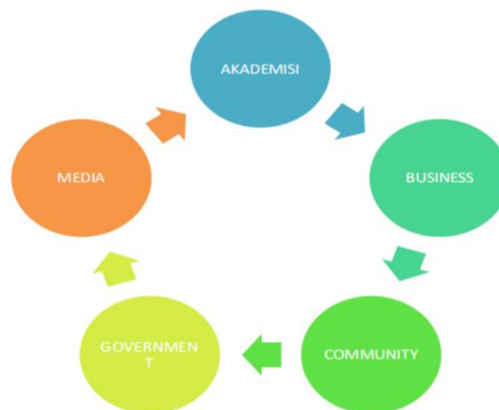
Model kemitraan dan pemberdayaan berasal dari kata “partnership” yang berakar dari kata partner, yang berarti *rekan, pasangan, sekutu*, atau *pendamping*. Sementara itu, kemitraan diartikan sebagai suatu bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk bekerja sama guna memperkuat kemampuan dalam suatu bidang usaha atau tujuan tertentu, serta mencapai hasil yang lebih baik (Daraba et al., 2020). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 mendefinisikan kemitraan sebagai kerja sama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, yang disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau besar, berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan (Priyono, 2018).

Kemitraan yang diterapkan dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata harus memiliki konsep yang jelas serta memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sekitar (Kurniawan et al., 2013). Lebih lanjut, terdapat tiga prinsip utama yang harus dipahami dalam membangun kemitraan yang efektif, yaitu: Prinsip Kesetaraan, di mana semua pihak memiliki kedudukan yang sejajar; Prinsip Keterbukaan, yang mendorong transparansi dalam setiap proses; dan

Prinsip Saling Menguntungkan, di mana kemitraan harus memberikan manfaat positif bagi seluruh pihak yang terlibat (Priyono, 2018). Dalam konteks pariwisata, kemitraan yang kuat dapat mendorong produktivitas dan pembangunan berkelanjutan di tingkat daerah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, model kemitraan melalui pendekatan berbasis Pentahelix menjadi solusi strategis yang relevan. Model Pentahelix mencakup sinergi antara lima elemen utama: pemerintah, akademisi, sektor bisnis, komunitas, dan media (Septadiani et al., 2022). Model Pentahelix merupakan kerangka kerja kolaboratif yang melibatkan lima pemangku kepentingan utama dalam pengembangan suatu sektor, termasuk pariwisata. Lebih lanjut, menurut Rochaeni et al. (2022), peningkatan jumlah pengunjung juga merupakan komponen penting dalam upaya pengembangan pariwisata melalui model Pentahelix.

Salah satu strategi pengembangan sektor pariwisata yang telah diterapkan adalah penerapan konsep Pentahelix, yang pertama kali digagas oleh Menteri Pariwisata Arif Yahya dan kemudian dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang *Pedoman Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*. Septadiani et al. (2022) menjelaskan bahwa model Pentahelix bertujuan untuk mendorong industri dan sistem pariwisata dengan meningkatkan peran pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media agar dapat menghasilkan nilai sosial serta manfaat lingkungan dari kegiatan pariwisata. Menurut Septadiani (2022), kelima aktor ini dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2. Model Pentahelix sebagai Model Kemitraan dalam Penelitian Ini

Source: Rochaeni et al. (2022)

- 1) **Pemerintah:** Berperan sebagai regulator, pembuat kebijakan, dan pengendali yang menyediakan kerangka hukum, infrastruktur, serta dukungan finansial.
- 2) **Akademisi:** Berperan sebagai konseptualis dan sumber pengetahuan. Mereka memberikan penelitian, gagasan, dan inovasi baru yang relevan untuk pengembangan pariwisata yang kompetitif dan berkelanjutan.
- 3) **Sektor Bisnis:** Berperan sebagai fasilitator yang menciptakan nilai tambah melalui kegiatan usaha, seperti pengembangan produk wisata, investasi, dan penyediaan layanan..
- 4) **Komunitas:** Berperan sebagai akselerator dan penggerak utama. Masyarakat lokal berinisiatif dan bertindak sebagai penghubung antar pemangku kepentingan, sekaligus

penjaga budaya lokal dan lingkungan alam di wilayahnya.

- 5) **Media:** Berperan sebagai penyebar informasi yang mempublikasikan informasi pariwisata, membangun citra, serta melaksanakan kampanye promosi.

Secara singkat, Maharani et al. (2020) juga menyatakan bahwa untuk mewujudkan pengembangan pariwisata berkelanjutan, diperlukan kolaborasi yang sinergis antara lima komponen utama, yaitu: pemerintah sebagai regulator dan fasilitator, akademisi sebagai sumber pengetahuan dan inovasi, sektor swasta sebagai pendukung investasi dan pengembangan bisnis, komunitas atau asosiasi sebagai perwakilan kepentingan masyarakat, serta media sebagai sarana komunikasi dan promosi. Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep pengembangan pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial-budaya dan lingkungan. Prinsip ini menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi serta pelestarian sumber daya budaya dan alam. Pengelolaan dan pengembangan pariwisata memerlukan koordinasi dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha pariwisata, komunitas, akademisi, dan media untuk mengoptimalkan potensi pariwisata. Bentuk kerja sama ini dikenal dengan model kemitraan Pentahelix (Aribowo et al., 2018).

Penelitian ini melakukan analisis komparatif terhadap penerapan model kemitraan Pentahelix pada berbagai studi kasus di Indonesia, guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai penerapannya.

Kasus Desa Wisata Nglanggeran, Gunungkidul, Yogyakarta (Sumarni et al., 2020): Penerapan model di Nglanggeran dikenal sebagai model bottom-up. Inisiatif awal muncul dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang memiliki semangat tinggi dalam pengelolaan destinasi dan pelestarian lingkungan. Kesiapan dan keseriusan komunitas inilah yang kemudian membangun kepercayaan serta menarik dukungan dari pihak lain, termasuk pemerintah yang menyediakan fasilitas dan hibah, akademisi yang memberikan pendampingan, serta sektor bisnis yang menyalurkan dana CSR. Model Nglanggeran menunjukkan bahwa kolaborasi yang berhasil dapat berawal dari inisiatif kuat di tingkat akar rumput (grassroots).

Kasus Desa Wisata Lerep, Ungaran Barat, Jawa Tengah (Esariti et al., 2023): Sebaliknya, penerapan di Desa Wisata Lerep menunjukkan **pendekatan top-down**, di mana pemerintah menjadi aktor yang paling dominan. Pemerintah berperan sebagai penggagas, pembuat kebijakan, serta penghubung utama dengan pihak ketiga. Kemitraan ini telah menghasilkan berbagai dampak positif, seperti penciptaan lapangan kerja dan pelestarian budaya. Namun, penelitian ini juga menyoroti adanya tantangan, seperti konflik antar pemangku kepentingan dan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap pihak eksternal.

Kasus Desa Wisata Perlang, Bangka Belitung (Maulana et al., 2023): Penerapan model Pentahelix di Desa Perlang dinilai telah berjalan **secara optimal**. Kolaborasi antar aktor telah terjalin dengan baik, dan masing-masing pihak mampu memaksimalkan perannya. Akademisi berperan sebagai konseptualis melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), sektor bisnis berperan sebagai fasilitator yang meningkatkan nilai ekonomi,

masyarakat berperan sebagai akselerator, pemerintah berperan sebagai regulator, dan media berperan sebagai penyebar informasi dalam kegiatan publikasi.

Kasus Air Terjun Malela, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat (Suherni et al., 2022):

Penelitian di Curug Malela mengungkapkan bahwa kolaborasi antar aktor Pentahelix belum berjalan secara optimal. Meskipun akademisi memiliki pengetahuan terkait potensi pariwisata, peran mereka belum aktif karena kurangnya inisiatif kolaborasi yang diprakarsai oleh pemerintah. Hal ini menunjukkan pentingnya peran inisiatif pemerintah dalam melibatkan seluruh pemangku kepentingan.

Studi kasus tersebut memberikan pelajaran penting bahwa keberhasilan model Pentahelix sangat bergantung pada keseimbangan peran dan inisiatif dari masing-masing aktor. Model Nglanggeran, yang bertumpu pada inisiatif masyarakat, menunjukkan kekuatan pendekatan bottom-up. Sementara itu, Lerep memperlihatkan bahwa pendekatan top-down yang didominasi pemerintah berpotensi menimbulkan tantangan baru. Pengalaman ini sangat relevan dengan kondisi Situs Gunung Padang, yang saat ini sedang menghadapi inisiatif besar dari pemerintah dalam proyek restorasi tahun 2025. Diperlukan perencanaan yang matang untuk menggabungkan kekuatan inisiatif pemerintah dengan pemberdayaan masyarakat lokal, sehingga tercipta model hibrida yang sinergis dan berkelanjutan.

Sebagai bentuk komitmen terhadap pelestarian budaya dan pengembangan ilmu pengetahuan, Institut Perbanas menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Internasional di Situs Megalitik Gunung Padang. Dalam kegiatan PKM yang didukung oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) ini, para mahasiswa Institut Perbanas menyampaikan berbagai gagasan strategis untuk pengembangan kawasan tersebut. Fokus utama kegiatan meliputi peningkatan kesejahteraan masyarakat, optimalisasi potensi desa wisata, pemanfaatan wakaf produktif, serta penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

“Kami berfokus pada upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengoptimalkan desa wisata, memanfaatkan wakaf, dan mengembangkan strategi ekonomi kreatif berkelanjutan,” ujar Hardy Hermawan, mahasiswa peserta Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Patria Laksamana, Direktur Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Perbanas, menyampaikan harapannya agar program ini menjadi awal kontribusi jangka panjang institusi dalam pelestarian situs sekaligus pemberdayaan masyarakat sekitar.

Perwakilan desa setempat pun menyambut baik inisiatif ini. Muhammad Samsul, perwakilan masyarakat desa, menyatakan apresiasinya atas dukungan dari Perbanas dan BRI. “Kami berkomitmen untuk terus mengembangkan Gunung Padang demi kesejahteraan warga,” ujarnya. Menariknya, kegiatan ini juga dihadiri oleh delapan mahasiswa internasional dari Malaysia dan Vietnam yang tengah menjalani program pertukaran studi di Institut Perbanas. Mereka belajar langsung mengenai sejarah dan legenda Gunung Padang serta berkomitmen untuk memperkenalkan situs ini ke komunitas akademik internasional.

Kegiatan ini menjadi bukti nyata adanya sinergi antara perguruan tinggi, dunia usaha, dan masyarakat dalam melestarikan warisan budaya sekaligus mendorong pembangunan lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Internasional ini

bertujuan untuk mengembangkan model kemitraan guna memperkuat promosi pariwisata berkelanjutan bagi destinasi Situs Gunung Padang di Jawa Barat. Adapun sasaran kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam mempromosikan Destinasi Situs Gunung Padang.
2. Menganalisis peran aktor Penta-helix dalam memperkuat promosi.
3. Mengembangkan model kemitraan yang inklusif untuk mendukung daya saing destinasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, temuan ini akan berkontribusi pada literatur yang sudah ada mengenai kemitraan dan promosi destinasi pariwisata di Indonesia. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis berbasis kemitraan bagi para pemangku kepentingan serta mendukung pemerintah daerah dalam perencanaan pariwisata berkelanjutan.

II. METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Internasional ini dihadiri oleh perwakilan dari tiga universitas, yaitu dosen dan mahasiswa dari Universiti Teknologi Mara, Johor, Malaysia, beberapa mahasiswa dari University of Economic and Finance, Ho Chi Minh City, Vietnam, serta dosen, mahasiswa Program Doktor, dan mahasiswa program sarjana dari Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia. Acara yang diselenggarakan pada tanggal 18 September 2025 ini diorganisir oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Perbanas Institute Jakarta, Indonesia, dengan dukungan penuh dari Bank Rakyat Indonesia (BRI).



Gambar 3. Tim PKM Internasional untuk Destinasi Situs Gunung Padang

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Creswell & Creswell, 2023), penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen, yang melibatkan pejabat pemerintah daerah, pengelola situs, masyarakat lokal, akademisi, serta perwakilan dari industri pariwisata.

Analisis data dilakukan secara khusus untuk mengembangkan model kemitraan dengan menggunakan Model Pentahelix. Model kemitraan yang diusulkan untuk Situs Gunung Padang harus mengutamakan kemitraan yang sinergis dan terintegrasi. Model ini tidak hanya bergantung pada inisiatif satu pihak, tetapi juga menyeimbangkan kekuatan dari setiap aktor, sehingga dapat mencapai keberhasilan dalam promosi destinasi Situs Gunung Padang.

III. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan target yang telah ditetapkan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Internasional ini, hasil kegiatan dan pembahasannya adalah sebagai berikut:

Hasil

(1) Hasil Identifikasi Peluang dan Tantangan dalam Promosi Destinasi Situs Gunung Padang

Situs Gunung Padang terletak di Desa Karya Mukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, pada ketinggian 885 meter di atas permukaan laut. Destinasi ini dikenal karena formasi punden berundak yang unik serta batuan andesit basaltik, menjadikannya salah satu situs arkeologi terpenting di Indonesia. Potensi wisata yang ditawarkan mencakup aspek arkeologis, historis, dan spiritual, yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman edukatif dan bermakna.

Meskipun memiliki daya tarik yang kuat, promosi destinasi ini masih menghadapi beberapa tantangan signifikan. Pertama, aksesibilitas menuju lokasi masih terbatas, sehingga menghambat kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Kedua, destinasi ini belum memiliki branding yang kuat dan terkoordinasi untuk mengkomunikasikan nilai uniknya secara efektif. Ketiga, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi masih minim dan belum merata.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Septadiani et al. (2022), pengelola objek wisata Gunung Padang sejauh ini masih mengandalkan Facebook sebagai media utama promosi digital, yang menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman dan pelatihan sumber daya manusia dalam mengelola pemasaran digital.

(2) Hasil Analisis Peran Aktor Pentahelix dalam Penguatan Promosi Destinasi Situs Gunung Padang

Model kemitraan dan sinergi antara aktor pentahelix menjadi kunci untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Saat ini, setiap aktor telah menjalankan perannya masing-masing, meskipun dengan tingkat kontribusi yang berbeda-beda.

Pemerintah:

Pemerintah berperan sebagai pembuat kebijakan, penyedia infrastruktur, dan promotor resmi. Peran ini kini semakin diperkuat dengan adanya inisiatif besar dari Kementerian Kebudayaan. Pada tahun 2025, Kementerian Kebudayaan bersama Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) berencana memulai proyek restorasi dan rekonstruksi bertahap di Situs Gunung Padang (Farida, 2025). Proyek ini menggunakan skema pendanaan *public-private partnership* (kemitraan publik-swasta), yang menunjukkan peran proaktif pemerintah dalam menarik

investasi dan kerja sama dengan pihak swasta.

Akademisi:

Peran akademisi sebagai peneliti dan pendidik terintegrasi langsung dengan inisiatif pemerintah. Sebagai bagian dari proyek restorasi, telah dibentuk tim kajian yang terdiri dari 80 ahli dari berbagai disiplin ilmu, termasuk arkeologi, geologi, dan arsitektur. Tim ini melibatkan pakar dari universitas ternama seperti Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Universitas Padjadjaran, dan Universitas Trisakti, yang akan melakukan penelitian mendalam sebelum proses rekonstruksi dimulai (Tempo, 2025). Penelitian ini, yang berada di bawah tanggung jawab BRIN, akan menjadi dasar pelaksanaan restorasi sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah.

Bisnis:

Sektor bisnis berkontribusi melalui penyediaan paket wisata, investasi, serta layanan transportasi dan akomodasi. Skema kemitraan publik-swasta dalam restorasi situs membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk terlibat dalam skala yang lebih luas, tidak hanya dalam aspek komersial tetapi juga dalam pelestarian situs (Venda, 2025).

Komunitas:

Masyarakat lokal berperan sebagai tulang punggung operasional di lapangan, bertindak sebagai pemandu wisata serta pengelola usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Nafila, 2013). Keterlibatan mereka sangat penting untuk memastikan bahwa kegiatan pariwisata memberikan dampak ekonomi langsung bagi warga sekitar.

Media:

Aktor media berperan dalam publikasi dan kampanye promosi, terutama melalui media digital. Namun, promosi digital yang dilakukan masih belum optimal dan cenderung terfragmentasi (Akhirson et al., 2023).

Meskipun hasil awal studi menunjukkan lemahnya sinergi antaraktor, inisiatif rekonstruksi dan restorasi situs pada tahun 2025 telah menciptakan momentum baru dalam dinamika kolaborasi. Intervensi besar dari pemerintah dan akademisi (BRIN) telah mengubah lanskap kerja sama, menjadikan mereka aktor dominan dalam mendorong perubahan. Peran yang sebelumnya bersifat parsial kini menjadi lebih terstruktur dan komprehensif. Hal ini menjadi peluang penting untuk menyatukan seluruh aktor dalam narasi promosi yang terpadu dan berkelanjutan.

(3) Hasil Pengembangan Model Kemitraan Pentahelix untuk Promosi Situs Gunung Padang

Berdasarkan analisis peran aktor dan pembelajaran dari berbagai studi kasus lainnya, model kemitraan (Priyono, 2018) yang diusulkan untuk Situs Gunung Padang harus memprioritaskan kemitraan yang sinergis dan terintegrasi. Peran dan kontribusi aktor Pentahelix dalam promosi Situs Gunung Padang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Peran dan Kontribusi Aktor Pentahelix dalam Promosi Situs Gunung Padang

Aktor	Peran Ideal (Teoretis)	Kontribusi yang Teridentifikasi Saat Ini	Kontribusi Potensial di Masa Depan
Pemerintah	Regulator & Pengendali	Pembuat kebijakan, penyedia infrastruktur, promotor resmi. Penggagas proyek restorasi tahun 2025.	Membuat kebijakan promosi yang kolaboratif dan inklusif. Berperan sebagai katalis utama dalam koordinasi lintas sektor.
Akademisi	Konseptor & Peneliti	Melaksanakan penelitian dan pendidikan. Terlibat dalam tim studi restorasi bersama BRIN.	Mengintegrasikan temuan penelitian ilmiah ke dalam narasi promosi. Memberikan pelatihan SDM berbasis kompetensi.
Bisnis	Enabler & Investor	Menyediakan paket wisata, transportasi, dan akomodasi.	Berinvestasi melalui kemitraan publik-swasta untuk restorasi. Mengembangkan produk dan layanan pariwisata yang terintegrasi dengan narasi situs.
Komunitas	Akselerator & Penggerak Kegiatan	Bertindak sebagai pemandu lokal dan pengelola UMKM.	Menjadi “duta pariwisata” aktif dalam promosi digital dan dari mulut ke mulut (<i>Word of Mouth/WoM</i>). Mengembangkan inisiatif dari bawah (bottom-up) untuk menyeimbangkan inisiatif pemerintah.
Media	Publikator & Penyebar Informasi	Publikasi informasi dan promosi digital melalui media sosial.	Mengoptimalkan promosi digital di berbagai platform. Menciptakan kampanye promosi yang terkoordinasi dan terintegrasi dengan proyek restorasi.

Source: Data Processing Results (2025)

Diskusi:

Penerapan model kemitraan (Priyono, 2018) untuk memperkuat promosi destinasi Situs Gunung Padang dengan menggunakan model Pentahelix tentu akan berbeda dengan destinasi wisata lainnya. Perbandingan penerapan model Pentahelix: Studi Kasus Gunung

Padang vs. Destinasi Lain dapat ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Perbandingan Penerapan Model Pentahelix: Studi Kasus Gunung Padang vs. Destinasi Lain

Case study	Jenis Inisiatif	Peran Aktor Dominan	Tantangan Utama	Hasil/Kontribusi Utama
Nglanggeran. Gunungkidul Regency (Sumarni et al., 2020)	Dari bawah (Bottom-up)	Komunitas Lokal (Pokdarwis)	Awalnya, komunikasi dengan pihak eksternal belum intensif.	Meningkatkan daya tarik, memperoleh kepercayaan dari investor dan donator.
Lerep, Ungaran Barat Regency (Esariti et al., 2023)	Dari Atas (Top-down)	Pemerintah	Berpotensi menimbulkan konflik dan ketergantungan masyarakat terhadap pihak ketiga.	Penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.
Perlang Tourist Village, Bangka Belitung (Maulana et al., 2023)	Dari Atas (Top-down)	Kolaborasi Aktor	Upaya untuk memperkuat kemitraan antara para aktor yang terlibat	Pemerintah mendorong upaya kemitraan untuk bersama-sama memperkuat perekonomian lokal.
Malela Waterfall, West Bandung Regency, West Java (Suherni et al., 2022)	Dari Atas (Top-down)	Pemerintah	Kemitraan belum optimal karena kurangnya inisiatif dari pihak pemerintah.	Pentingnya inisiatif pemerintah untuk melibatkan seluruh pemangku kepentingan.
Gunung Padang, Cianjur Regency (This study.,2025)	Hibrida (saat ini Top-down dari pemerintah)	Pemerintah & Akademisi	Sinergi yang lemah dan promosi digital yang belum merata.	Kesempatan besar untuk sinergi terintegrasi melalui momentum restorasi situs tahun 2025.

Source: Data Processing Results (2025)

Model kemitraan yang efektif untuk Situs Gunung Padang harus menggabungkan kekuatan inisiatif pemerintah secara top-down dengan pemberdayaan masyarakat lokal secara bottom-up.

Integrasi Pemasaran Digital:

Promosi digital perlu diintegrasikan lebih luas, tidak hanya terbatas pada Facebook (Akhirson et al., 2023). Strategi ini mencakup pembuatan konten digital yang menarik, seperti video promosi profesional, *virtual tour*, dan optimisasi website secara menyeluruh. Kampanye media sosial harus dikoordinasikan antara pemerintah, media, dan masyarakat untuk membangun narasi yang konsisten dan menarik.

Branding Destinasi Berbasis Sejarah dan Budaya:

Branding untuk Situs Gunung Padang harus menonjolkan keunikan nilai sejarah, arkeologi, dan budaya (Hamzah et al., 2021). Narasi promosi dapat menyoroti “perjalanan pelestarian situs” melalui proyek restorasi, menarik wisatawan yang memiliki minat khusus terhadap sejarah dan konservasi.

Pemberdayaan Masyarakat Lokal:

Seperti yang ditunjukkan oleh keberhasilan Nglanggeran (Sumarni et al., 2020), masyarakat lokal harus diberdayakan sebagai “duta pariwisata” utama. Pengembangan kapasitas melalui pelatihan dalam manajemen pariwisata, komunikasi, dan pengelolaan UMKM sangat penting agar mereka dapat mengelola kegiatan pariwisata secara profesional dan mandiri.

Strategi Keberlanjutan:

Promosi harus terkait erat dengan upaya pelestarian dan pengembangan ekonomi lokal (Yuliawan et al., 2025). Model ini memastikan bahwa manfaat pariwisata tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memberikan dampak positif nyata bagi masyarakat, seperti peningkatan pendapatan dan pelestarian budaya.

IV. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Singkatnya, Pengabdian kepada Masyarakat ini menekankan pengembangan model kemitraan melalui penerapan model Pentahelix untuk memperkuat promosi destinasi wisata Gunung Padang di Jawa Barat.

Model kemitraan berbasis Pentahelix merupakan strategi yang efektif untuk memperkuat promosi Situs Gunung Padang. Meskipun sinergi antar-pemangku kepentingan masih menghadapi berbagai tantangan, inisiatif besar dari pemerintah dan akademisi dalam proyek rekonstruksi dan restorasi tahun 2025 menciptakan momentum penting yang dapat menyatukan seluruh aktor dalam kolaborasi yang lebih kuat.

Dengan bekerja bersama—pemerintah sebagai penggagas pembangunan, akademisi sebagai konseptor penelitian, pelaku bisnis sebagai *enabler*, komunitas sebagai akselerator, dan media sebagai publikator—promosi Situs Gunung Padang dapat menjadi lebih terintegrasi, berkelanjutan, dan kompetitif baik di tingkat nasional maupun global.

Rekomendasi

Untuk implementasi model kemitraan secara efektif, maka kegiatan ini memberikan beberapa rekomendasi kebijakan:

1. **Pemerintah:** Perlu dikembangkan kebijakan promosi yang kolaboratif dan inklusif. Pemerintah harus memastikan bahwa proyek restorasi tidak hanya fokus pada aspek fisik situs, tetapi juga menjadi platform untuk pemberdayaan masyarakat lokal dan pelaku usaha.
2. **Akademisi dan BRIN:** Diharapkan untuk terus melakukan penelitian multidisiplin dan menyebarkan hasilnya kepada publik serta pemangku kepentingan. Informasi yang valid dan berbasis data dari hasil penelitian akan menjadi dasar untuk promosi berbasis edukasi.
3. **Komunitas:** Kapasitas masyarakat lokal perlu diperkuat agar dapat berfungsi sebagai “duta pariwisata” yang kompeten (PokDarWis atau Kelompok Sadar Wisata). Inisiatif dari bawah (bottom-up) dari komunitas harus didorong untuk menjaga keseimbangan dengan inisiatif top-down dari pemerintah.
4. **Pelaku Bisnis dan Sektor Swasta:** Diharapkan CSR (Corporate Social Responsibility) dari berbagai perusahaan dapat berperan lebih aktif melalui skema kemitraan publik-swasta untuk berinvestasi dalam infrastruktur dan mengembangkan paket wisata terintegrasi, termasuk promosi digital.
5. **Media:** Perlu mengoptimalkan promosi digital di luar platform yang ada saat ini dan menciptakan kampanye yang terintegrasi dengan narasi pelestarian situs, sehingga dapat menarik minat audiens global.

V. CATATAN TERIMAKASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat – Institut Perbanas Jakarta atas inisiasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Internasional ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Bank Rakyat Indonesia (BRI) atas dukungan kuatnya terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Internasional ini.

DAFTAR HADIR PESERTA

Daftar hadir peserta atau Daftar Tim PKM Internasional ini, ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Daftar Tim PKM-Internasional

No	Nama Peserta	Afiliasi	Email
1	Fangky Antoneus Sorongan, ST, MM, CAP (Dosen)	Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia	f.sorongan@perbanas.id
2	Ir. Mercurius Broto Legowo, M.Kom (Dosen)	Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi,	mercurius@perbanas.id

			Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia	
3	Deden Prayitno, MM. M.Kom (Dosen)		Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia	deden@perbanas.id
4	Raka Pahlevi (Mahasiswa)		Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia	raka.fahlevi24@perbanas.id
5	Trần Trương Thanh Trang (Mahasiswa)		Accounting Department, Faculty of Economics and Business, University of Economics and Finance, Ho Chi Minh City, Vietnam	
6	Haniza Mahad (Mahasiswa)		Accounting Department, Universiti Teknologi MARA, Johor, Malaysia	

REFERENSI

- Akhirson, A., Dana Jaya, I., Kowanda, D., & Fandini, H. I. (2023). Analisis Digital Marketing (Facebook) Sebagai Sarana Promosi Objek Wisata Situs Gunung Padang. *UG Journal*, 17(5), 40–50.
- Aribowo, H., Wirapraja, A., & Putra, Y. D. (2018). Implementasi Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Pariwisata Di Jawa Timur Serta Meningkatkan Perekonomian Domestik. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. In SAGE Publications, Inc. (Sixth Edition). SAGE Publications Asia- Pacific Pte. Ltd. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Daraba, D., Sari Indah Murwani, S. I., Dione, F., & Salam, R. (2020). Pola Prinsip Kemitraan Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 56–62.
- Edi Hermawan, H., & Hilman, C. (2016). Gunung Padang Cianjur : Pelestarian Situs Megalitikum Terbesar Warisan Dunia (Gunung Padang Cianjur : Preservation Of The Largest Megalithic And World Heritage). In *Jurnal Surya : Seri Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 2).
- Esariti, L., Shofa Nida, R., Ratnasari Rakhmatullah, A., Damayanti, M., Risdianto Manullang, O., & Bayu Anggara, D. (2023). Optimalisasi Pengembangan Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang Berbasis Kearifan Lokal. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 7(1), 107–117. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.7.1.107-117>

- Farida, I. (2025). Kementerian Kebudayaan dan BRIN Siap Pugar Situs Gunung Padang, Menyerupai Bentuk Aslinya. In kosadata.com. <https://www.kosadata.com/jejakota.com/read/kementerian-kebudayaan-dan-brin-siap-pugar-situs-gunung-padang-menyerupai-bentuk-aslinya>
- Hamzah, F., Hermawan, H., & Srinatami, D. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Situs Cagar Budaya Gunung Padang Sebagai Destinasi Wisata Budaya. *Media Wisata*, 19(1). <https://doi.org/10.36275/mws>
- Kurniawan, F., Zauhar, S., & Hermawan. (2013). Kemitraan Pengelolaan Sektor Pariwisata. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(1), 47–55.
- Maharani, M., Marcelina, V., Firyad, R., Yeheskiel, R., & Fadli, Muhamad Safar, Fakrudin, Hafidz, Weishaguna, W. (2020). Penguatan Peran Pentahelix Dalam Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus: Desa Wisata Pakualam). *Jurnal Wilayah Dan Kota*, 07(01), 27–34. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/wilayahkota/article/view/4747>
- Marshanda, D., Schiffer, L. R., & Apriyanti, R. (2023). Gerbang sebagai Pembentuk Identitas Kawasan Wisata Situs Gunung Padang. *SADE Journal*, 38(1), 38–43.
- Maulana, M., Hanafi, S. M., & Azwar, B. (2023). Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Perlang Kabupaten Bangka Tengah, Bangka Belitung. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(2 Desember), 97–107. <https://doi.org/10.14421/jmes.2022.012-08>
- Nafila, O. (2013). Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang Oktaniza Nafila (Vol. 24, Issue 1).
- Priyono, E. A. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kemitraan Peternakan. *Diponegoro Private Law Review*, 2(1), 154–160.
- Ramadina, S. P. (2013). Analisis Perupaian Situs Megalitik Gunung Padang di Cianjur, Jawa Barat. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 4(1), 51–66. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2013.4.1.7>
- Septadiani, W. P., Pribadi, O. S. I. ., & Rosnarti, D. (2022). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Prosiding Seminar Intelektual Muda*, 12(3), 22–31.
- Suhermi, S., Dharta, Y., & Kusumaningrum, R. (2022). Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Curug Malela Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 219–226. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1284>
- Sumarni, Patria, R., & Pujiati, H. R. (2020). Implementasi Pentahelik dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 1(2), 28–39.
- Tempo. (2025). Rekonstruksi Situs Gunung Padang Siap Dimulai, Begini Tahapannya. In Tempo.co.id. <https://www.tempo.co/sains/rekonstruksi-situs-gunung-padang-siap-dimulai-begini-tahapannya--2060489>
- Venda, C. (2025). Ada Efisiensi, Penelitian Gunung Padang Akan Pakai Skema Public Private Partnership. In Hypeabis.id. <https://hypeabis.id/read/46496/ada-efisiensi-penelitian-gunung-padang-akan-pakai-skema-public-private-partnership>

-
- Wandini, R. S., Salsabila, L. I., Wandari, C. A., & Saputra, R. (2024). Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Meningkatkan Perekonomian Di Jawa Barat. . . Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner, 8(7), 235–243.
- Yuliawan, R., Ekowati, D., Sudarnice, & Sangadji, S. S. (2025). Sustainable Tourism from an Entrepreneurship Perspective: Systematic Literature Review. International Journal of Sustainable Development and Planning, 20(6), 2483–2496. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.200617>