

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA KEBUN KINA BUKIT TUNGGUL DI KABUPATEN BANDUNG

Rizal Achmad Fauzi

*Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
Universitas Pendidikan Indonesia.*

**E-mail: fauzirizalahmad@yahoo.com*

ABSTRAK

Kebun Kina Bukit Tunggul memiliki beberapa atraksi wisata dengan tema agrowisata namun juga memiliki konsep ekowisata. Namun dengan sumber daya yang tersedia, menunjukkan turunnya jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan. Diperlukan strategi untuk meningkatkan jumlah wisatawan sesuai kebutuhan dan kondisi kawasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksternal dari Bukit Tunggul, Kondisi internal, faktor penghambat dan untuk menyusun strategi pengembangan Bukit Tunggul melalui faktor internal dan eksternal. Namun dalam pengembangan wisata yang bertema alam, kita perlu mempertimbangkan aspek aspek lingkungan tanpa mengurangi kualitas wisata. Pengembangan daya tarik wisata memiliki beberapa indikator seperti atraksi, fasilitas dan aksesibilitas dengan dimensi dimensi yang berbeda sesuai kesesuaian indikator terhadap kawasan. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dimana peneliti lebih mengarah pada penangkapan masalah dan keadaan untuk diakumulasikan menuju strategi untuk pengembangan daya tarik Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul. Pengumpulan data melalui wawancara dan kuisisioner serta observasi sebagai penilaian penulis terhadap sebuah fenomena yang terjadi dan berpengaruh. Melalui rekapitulasi hasil kuisisioner dengan skala likert dan garis kontinum, hasil tersebut digunakan untuk pembobotan di matriks IFE dan EFE untuk mengurangi kekurangan metode SWOT mengenai subjektifitas. Dari hasil tersebut ditemukan bahwa posisi Bukit Tunggul dalam kuadran SWOT berada di Kuadran 1 yang artinya masih dapat berkembang dengan strategi progresif.

Kata Kunci: pengembangan daya tarik wisata, strategi, kebun kina, Bukit Tunggul

TOURIST ATTRACTION DEVELOPMENT STRATEGY IN KEBUN KINA BUKIT TUNGGUL

ABSTRACT

This area has several tourist attractions with the theme of the agrotourism, but also have the concept of ecotourism. But with the resources available, shows a significant fall in the number of tourists. Needed a strategy to raise the number of tourists returns according to needs and conditions of the area. This research aimed to find the external condition of the Bukit Tunggul, Internal conditions, Restricting Factors and to find a strategy for through internal and external factors of tourist Bukit Tunggul. However, in the development of a tourism-themed nature, we need to consider the environmental aspect aspect without compromising the quality of the tours. The development of the tourist attraction has some indicators such as attractions, facilities and accessibility with different dimension in accordance compliance indicators towards the region. In this study, qualitative descriptive method is used where researchers more leads to arrest of issues and circumstances for accumulated towards a strategy for the development of

the tourist attraction of Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul . Data collection through interview and questionnaire as well as observasi as the author's judgment against a phenomenon that is happening and the effect on the Stump. The result was on Quadrant I on Progressive Strategy.

Keywords: *Development of Tourist Attraction, Strategy, Kebun Kina Bukit Tunggul*

PENDAHULUAN

Munculnya pariwisata adalah adanya kebutuhan atau keinginan akan sebuah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dengan berbagai motivasi. Motivasi wisata ini datang dari keadaan ekonomi atau lingkungan masyarakat tersebut dan sesuai perkembangan dari keadaan lingkungan tersebut. Jawa Barat merupakan tanah yang mempunyai daya tarik objek wisata disetiap sudut kota dan kabupaten. Daya tarik yang biasanya sering dijual kepada wisatawan adalah jenis wisata alam. Secara geografis, Jawa Barat memang kaya akan daya tarik wisata alam dengan banyaknya gunung, pantai, danau dan lain lain. Tidak heran apabila banyak sekali objek wisata yang berkembang cukup pesat dan menjadi objek wisata favorit bagi wisatawan baik domestik maupun wisatawan asing.

Kabupaten Bandung sebagai salah satu wilayah di Jawa Barat yang mempunyai ragam tempat wisata alam. Beberapa objek wisata alam di Kabupaten Bandung antara lain Gunung Tangkuban Perahu, Kawah Putih, Prasasti Curug Dago, Sumber Air Panas Cimanggu, Situ Patengang, Sumber Air Panas Ciwalini, Perkemahan Ranca Upas, Taman Juanda, dan lain lain. Sayangnya pada website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Kawasan Agrowisata Bukit Tunggul belum dimasukkan sebagai salah satu tempat wisata di Jawa barat.

Bukit Tunggul adalah sebuah tempat wisata yang dimiliki PT. Perkebunan Nusantara VIII (PTPN VIII) dengan nama lengkap Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul dan terdapat pabrik kina di kawasan tersebut. Kebun Bukittunggul merupakan gabungan seluruh areal komoditi kina yang dikelola PTPN VIII (Persero) yang tersebar di 5 (Lima) kebun

Eks. Kebun Kertamanah, Puncak Gedeh, Cikembang, Bungamelur dan Cibitu. Berlokasi di Kabupaten Bandung dan Sukabumi dengan luas areal TM : 2.268,68 Ha dari jumlah areal konsesi 3.656,77 Ha. Kawasan Wisata Bukit Tunggul sendiri memiliki luas 750 Ha. Tepatnya, lokasi ini berada di belakang lokasi Wisata Maribaya, Lembang.

Di kawasan tersebut terdapat beberapa atraksi wisata alam maupun buatan. Di Bukit Tunggul ini tersedia fasilitas primer seperti Wisata Edukasi Pengolahan Kina, Camping Ground, Situ Sangkuriang, Curug Batu Sangkur, Curug Batu Bedegul, Vila, Gedung Serba Guna, *Out Bound, Gathering, Outing, Fun Game/Team Building, Catering*, Penangkaran Hewan dan lain lain.

Hal yang menarik dari curug ini adalah curug ini adalah curug buatan namun ketinggian dan kondisi alam yang mendukung sehingga curug ini terlihat asli. Terdapat juga penangkaran rusa totol dan terdapat 5 ekor rusa karena kandang yang cenderung kecil. Untuk wisata alam terdapat dua situ. Yang pertama adalah Situ Sangkuriang dan yang kedua dekat Curug Batu Sangkur. Situ Sangkuriang ini selain sebagai objek wisata juga berfungsi sebagai DAM.

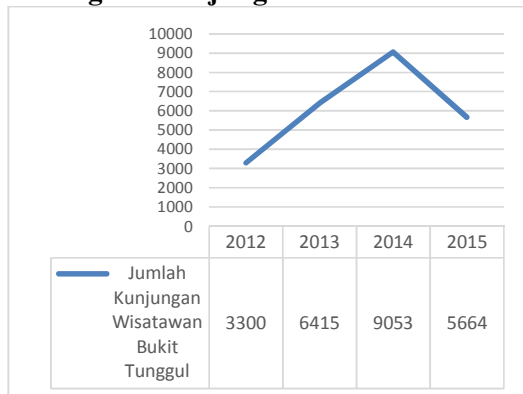
Tabel 1. Atraksi dan Kegiatan Yang Dapat Dilakukan di Bukit Tunggul

Atraksi dan kegiatan yang dapat dilakukan di Bukit Tunggul
Wisata edukasi pengolahan kina
Situ Sangkuriang
Curug Batu Sangkur
Curug Batu Bedegul
<i>Out Bond, Gathering, Outing</i>
Penangkaran Rusa Totol
Aktivitas (<i>Fun game</i>) di <i>Camping Ground</i>

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2016)

Dilihat dari segala atraksi seharusnya kawasan Bukit Tunggul ini telah menjadi kawasan wisata yang dikenal khalayak luas. Namun apabila kita melihat realita ini, Bukit Tunggul kurang dikenal bahkan di kawasan Bandung sendiri baik kota maupun kabupaten. Selain itu, menurut pengelola sejak akhir 2014 terjadi penurunan jumlah wisatawan yang sangat signifikan.

Grafik 1.1.
Tingkat Kunjungan Wisatawan



Sumber : Ervi Permana (Koordinator Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul)

Menurut Ervi Permana sebagai Koordinator yang bertugas sebagai pengurus kegiatan Agrowisata di Bukit Tunggul, hal ini dikarenakan beberapa fasilitas yang tidak berkembang selama 4 tahun sehingga wisatawan yang mulai jenuh.

Media (<http://www.bedanews.com/jalan-menuju-bukit-tunggul-rusak-parah>) menyebutkan "Pantauan lapangan menunjukkan, lokasi kampung warga yang berjarak sekitar 11 kilometer dari Ujungberung dan sekitar 17 kilometer dari Lembang ini, sejak Desa Ciporeat hingga lokasi PT Pekebunan Nusantara VIII ini dalam kondisi rusak parah". Akses jalan menuju Kawasan Bukit Tunggul yang berbatu dan terlampaui rusak saat sudah dekat menuju kawasan ini mungkin menjadi faktor penghambat Jika kita ke Kawasan Wisata Bukit Tunggul melewati dago ataupun lembang, setelah melewati sebuah pos bertuliskan Bukit Tunggul kita akan melewati jalanan

menanjak dan berbatu. Mungkin ini menjadi faktor orang malas ke kawasan ini dan tak kunjung diperbaiki oleh PTPN VIII.

Namun masalah masalah tersebut bukan berarti bahwa kawasan tersebut tidak bisa kembali di masa jayanya dulu. Strategi pengembangan kawasan wisata ini dapat menjadi jalan agar kawasan ini data kembali menaikkan jumlah kunjungan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Peneliti mengambil metode penelitian yaitu kuantitatif. Penelitian dengan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2012:7) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (scientific) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.

Berdasarkan penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul di Kabupaten Bandung. Berlokasi di Kabupaten Bandung dengan luas areal wisata 750 Ha dari jumlah areal konsesi 3.656,77 Ha. lokasi ini berada di belakang lokasi Wisata Maribaya, Lembang. Daerah ini memiliki Suhu 22-23 derajat celcius serta berada diketinggian 1.400 diatas permukaan laut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bukit Tunggul adalah sebuah tempat wisata yang dimiliki PT. Perkebunan Nusantara VIII (PTPN VIII) dengan nama lengkap Wisata Kebun Kina

Bukit Tunggul dan terdapat pabrik kina di kawasan tersebut. Kebun Bukittunggul merupakan gabungan seluruh areal komoditi Kina yang dikelola PTPN VIII (Persero) yang tersebar di 5 (Lima) kebun Eks. Kebun Kertamanah, Puncak Gedeh, Cikembang, Bungamelur dan Cibitu. Berlokasi di Kabupaten Bandung dan Sukabumi dengan luas areal TM : 2.268,68 Ha dari jumlah areal konsesi 3.656,77 Ha. Kawasan Wisata Bukit Tunggul sendiri memiliki luas 750 Ha. Tepatnya, lokasi ini berada di belakang lokasi Wisata Maribaya, Lembang.

Lokasi wisata ini mempunyai tema agrowisata namun dalam perjalanannya lebih dekat dengan tema alam karena kegiatan wisata di lokasi ini lebih cenderung mengoptimalkan potensi alamnya dibanding kegiatan agrowisatanya. Terdapat berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di lokasi wisata ini. Namun seiring waktu, lokasi wisata ini mengalami penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2014-2015. Terdapat beberapa indikator yang menjadi penyebab penurunan jumlah wisatawan ini.

Di Bukit Tunggul ini terdapat kegiatan yang dapat dilakukan atau sekedar dinikmati wisatawan. Terdapat beberapa atraksi wisata alam maupun buatan. Diantaranya yang dapat dinikmati/dilakukan wisatawan seperti Wisata Edukasi Pengolahan kina, Camping Ground, Situ Sangkuriang, Curug Batu Sangkur, Curug Batu Bedegul, Vila, Gedung Serba Guna, Out Bound, Outing, Fun Game/Team Building, Catering, Penangkaran Hewan dan lain lain. terdapat beberapa atraksi wisata alam maupun buatan.

Memasuki lokasi wisata kebun kina Bukit Tunggul hanya dikenakan tiket Rp. 5000,- namun untuk fasilitas seperti wisata pabrik kina dan Outbond dikenakan biaya tambahan.

Untuk menuju lokasi Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul terdapat beberapa rute yang dapat ditempuh. Akses dapat ditempuh

melalui jalur Lembang. Lokasi Wisata ini juga dapat ditempuh melalui jalur Maribaya melalui Cibodas menuju kawasan PTPN VIII. Lalu yang terakhir melalui jalur Ujung Berung. Setelah sampai di alun alun Ujung Berung lalu dilanjutkan kearah atas menuju Bukit Tunggul.

Apabila melalui jalur Lembang dan Dago, jalan yang ditempuh cukup lama dan setelah mendekati Bukit Tunggul, akan melalui jalan yang sedikit rusak. Setelah melewati Tugu Bukit Tunggul pun kita akan melewati jalan mendaki dan berbatu. Kerusakan ini dimungkinkan karena kendaraan berat yang membawa hasil bumi dari Kebun Kina.

Kekurangan menuju lokasi wisata ini selain medan yang sedikit sulit ditempuh juga tidak adanya kendaraan umum yang langsung ke Bukit Tunggul. Kurangnya media penunjuk arah menuju Bukit Tunggul juga menjadi kekurangan dari aksesibilitas ke Bukit Tunggul. Kita hanya akan melihat papan penunjuk arah menuju Bukit Tunggul setelah memasuki kawasan PTPN VIII. Apabila melalui jalur lembang maka orang akan lebih tertarik ke lokasi wisata lain karena sudah memiliki papan penunjuk arah menuju lokasi jauh dari lokasi wisata tersebut.

Fasilitas di lokasi wisata ini belum cukup menunjang wisatawan. Lokasi tiap daya tarik yang cukup jauh membuat fasilitas tidak bisa ditempatkan dalam satu lokasi sehingga perawatan fasilitas menjadi sulit terlebih dengan sumber daya manusia yang terbatas. Fasilitas seperti toilet dan tempat makan menjadi sorotan di lokasi wisata ini. Toilet terlihat tidak terurus dengan perawatan seadanya dan bahkan terdapat toilet yang rusak sehingga harus menuju pemukiman warga

Tempat makan baik berupa jajanan pun jauh dari beberapa lokasi tertentu dan hanya berada di pemukiman warga. Hal ini dapat menurunkan motivasi wisatawan untuk berkunjung kembali ke lokasi wisata ini.

Bukit Tunggul adalah sebuah tempat wisata yang dimiliki PT. Perkebunan Nusantara VIII (PTPN VIII) dengan nama lengkap Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul dan terdapat pabrik kina di kawasan tersebut. Kebun Bukittunggul merupakan gabungan seluruh areal komoditi Kina yang dikelola PTPN VIII (Persero) yang tersebar di 5 (Lima) kebun Eks. Kebun Kertamanah, Puncak Gedeh, Cikembang, Bungamelur dan Cibitu. Berlokasi di Kabupaten Bandung dan Sukabumi dengan luas areal TM : 2.268,68 Ha dari jumlah areal konsesi 3.656,77 Ha. Kawasan Wisata Bukit Tunggul sendiri memiliki luas 750 Ha. Tepatnya, lokasi ini berada di belakang lokasi Wisata Maribaya, Lembang.

Lokasi wisata ini mempunyai tema agrowisata namun dalam perjalanannya lebih dekat dengan tema alam karena kegiatan wisata di lokasi ini lebih cenderung mengoptimalkan potensi alamnya dibanding kegiatan agrowisatanya. Terdapat berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di lokasi wisata ini. Namun seiring waktu, lokasi wisata ini mengalami penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2014-2015. Terdapat beberapa indikator yang menjadi penyebab penurunan jumlah wisatawan ini.

Di Bukit Tunggul ini terdapat kegiatan yang dapat dilakukan atau sekedar dinikmati wisatawan. Terdapat beberapa atraksi wisata alam maupun buatan. Diantaranya yang dapat dinikmati/dilakukan wisatawan seperti Wisata Edukasi Pengolahan kina, Camping Ground, Situ Sangkuriang, Curug Batu Sangkur, Curug Batu Bedegul, Vila, Gedung Serba Guna, Out Bound, Outing, Fun Game/Team Building, Catering, Penangkaran Hewan dan lain lain. terdapat beberapa atraksi wisata alam maupun buatan.

Memasuki lokasi wisata kebun kina Bukit Tunggul hanya dikenakan tiket Rp. 5000,- namun untuk fasilitas seperti wisata

pabrik kina dan Outbond dikenakan biaya tambahan.

Untuk menuju lokasi Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul terdapat beberapa rute yang dapat ditempuh. Akses dapat ditempuh melalui jalur Lembang. Lokasi Wisata ini juga dapat ditempuh melalui jalur Maribaya melalui Cibodas menuju kawasan PTPN VIII. Lalu yang terakhir melalui jalur Ujung Berung. Setelah sampai di alun alun Ujung Berung lalu dilanjutkan kearah atas menuju Bukit Tunggul.

Apabila melalui jalur Lembang dan Dago, jalan yang ditempuh cukup lama dan setelah mendekati Bukit Tunggul, akan melalui jalan yang sedikit rusak. Setelah melewati Tugu Bukit Tunggul pun kita akan melewati jalan mendaki dan berbatu. Kerusakan ini dimungkinkan karena kendaraan berat yang membawa hasil bumi dari Kebun Kina.

Kekurangan menuju lokasi wisata ini selain medan yang sedikit sulit ditempuh juga tidak adanya kendaraan umum yang langsung ke Bukit Tunggul. Kurangnya media penunjuk arah menuju Bukit Tunggul juga menjadi kekurangan dari aksesibilitas ke Bukit Tunggul. Kita hanya akan melihat papan penunjuk arah menuju Bukit Tunggul setelah memasuki kawasan PTPN VIII. Apabila melalui jalur lembang maka orang akan lebih tertarik ke lokasi wisata lain karena sudah memiliki papan penunjuk arah menuju lokasi jauh dari lokasi wisata tersebut.

Fasilitas di lokasi wisata ini belum cukup menunjang wisatawan. Lokasi tiap daya tarik yang cukup jauh membuat fasilitas tidak bisa ditempatkan dalam satu lokasi sehingga perawatan fasilitas menjadi sulit terlebih dengan sumber daya manusia yang terbatas. Fasilitas seperti toilet dan tempat makan menjadi sorotan di lokasi wisata ini. Toilet terlihat tidak terurus dengan perawatan seadanya dan bahkan terdapat toilet yang rusak sehingga harus menuju pemukiman warga

Tempat makan baik berupa jajanan pun jauh dari beberapa lokasi tertentu dan hanya berada di pemukiman warga. Hal ini dapat menurunkan motivasi wisatawan untuk berkunjung kembali ke lokasi wisata ini.

ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL

A. Faktor Internal

1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam sebuah perusahaan yang didalamnya termasuk jumlah sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan, latar belakang pendidikan, usia karyawan serta pengalaman dalam bekerja.

Jumlah sumber daya manusia yang terdaftar dalam kepengurusan Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul berjumlah 15 orang. Jumlah ini bisa dikatakan sedikit mengingat banyaknya atraksi wisata yang ada di Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul dan luas lokasi wisata sebesar 750 Ha. Setelah melalui tahap wawancara, peneliti dapat mengetahui berbagai indikator di sumber daya manusia. Rata rata usia karyawan yang bekerja di Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul berusia 40. Untuk latar belakang pendidikan rata rata hanya sampai SLTA namun memiliki pengalaman bekerja rata rata berkisar 20 tahun.

Latar belakang pendidikan karyawan menentukan tingkat kinerja dalam bidang yang dialami.

Usia karyawan menentukan produktifitas karyawan dalam bekerja serta inovasi yang dapat diberikan pada Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul

Pengalaman dalam bekerja menentukan tingkat kinerja secara profesional.

2. Pemasaran

Strategi pemasaran sangat menentukan pengembangan perusahaan serta lokasi wisata untuk dikenal di khalayak luas sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Pemasaran sejauh ini belum banyak dilakukan. Melalui psikografi wisatawan, jumlah wisatawan mengalami penurunan pada tahun 2015. Strategi pemasaran yang dilakukan sejauh ini hanya membuat brosur yang hanya dikeluarkan beberapa kali. Pada tahun 2016 ini, pengelola sedang mengupayakan kerjasama dengan pihak travel dan mulai membuat akun media sosial.

3. Finansial Perusahaan

Dengan menurunnya jumlah wisatawan pada tahun 2015, finansial pun ikut merosot. dengan merosotnya jumlah wisatawan, pengembangan yang dilakukan untuk penyediaan kebutuhan wisatawan pun ikut tersendat namun masih dapat menyokong kebutuhan pengelola untuk memasarkan Wisata Bukit Tunggul

4. Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki pengelola untuk karyawannya sudah terbilang cukup untuk mengakomodir karyawannya dalam menjalankan pekerjaannya. Fasilitas seperti komputer, *printer*, *scanner*, internet, alat tulis kantor semua sudah dipenuhi. Selain itu fasilitas seperti gedung, toilet, listrik juga sudah dapat dipenuhi oleh perusahaan.

B. FAKTOR EKSTERNAL

Faktor eksternal berdasarkan operasional variabel dalam penelitian ini adalah kebijakan pemerintah, tren wisata, persaingan lokasi wisata di sekitar Bukit Tunggul, kebijakan *stakeholder*, risiko bencana alam dan wisatawan.

1. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah Kabupaten Bandung dalam peningkatan wisata di Kabupaten Bandung cukup baik. Penyediaan *database* bagi lokasi wisata serta penganggaran dana untuk pengembangan wisata terdapat dalam program kerja Kabupaten Bandung sejak

tahun 2013. Namun jumlah yang dianggarkan terbilang sedikit mengingat banyaknya lokasi wisata di Kabupaten Bandung.

2. Tren Wisata

Tren Wisata alam yang berkembang di Kabupaten Bandung dan sekitarnya sedang berkembang pesat. Ini dibuktikan dengan jumlah munculnya lokasi wisata baru di sekitar Kabupaten Bandung dan sekitarnya. Hal ini dapat menjadi peluang Wisata Bukit Tunggul untuk dikunjungi tapi *tren* selalu berubah ubah dan tren wisata alam yang berlangsung dapat menjadi jenuh di mata wisatawan.

Dengan banyaknya Lokasi wisata di Kabupaten Bandung dan sekitarnya hal ini dapat menjadi ancaman bagi Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul karena letak lokasi wisata ini dari jalur wisata Lembang akan melewati banyak lokasi wisata lain sehingga dapat memungkinkan wisatawan tidak menjamah Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul. Namun, dilain pihak, wisatawan yang sudah pernah mengunjungi lokasi wisata disekitar Bukit Tunggul dapat menimbulkan peluang dimana wisatawan akan mencari lokasi wisata yang belum dikunjungi.

Kebijakan dengan *stakeholder* dalam hal ini bersangkutan dengan seluruh kegiatan yang berlangsung di Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul. Dalam hal ini *Stakeholder* yaitu PTPN VIII telah memberikan lokasi, honor karyawan, tempat tinggal karyawan serta fasilitas di kantor pengelola. Namun, di sisi lain, hasil dari kegiatan wisata diambil seluruhnya yang lalu diputar kembali ke pengelola Bukit Tunggul namun hanya beberapa persennya saja sehingga pengembangan wisata terpendat.

3. Kebijakan Stakeholder

Kebijakan dengan *stakeholder* dalam hal ini bersangkutan dengan seluruh kegiatan yang berlangsung di Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul. Dalam hal ini *Stakeholder* yaitu PTPN VIII telah

memberikan lokasi, honor karyawan, tempat tinggal karyawan serta fasilitas di kantor pengelola. Namun, di sisi lain, hasil dari kegiatan wisata diambil seluruhnya yang lalu diputar kembali ke pengelola Bukit Tunggul namun hanya beberapa persennya saja sehingga pengembangan wisata terpendat.

4. Kondisi Alam

Bukit Tunggul yang berada di lokasi yang dikelilingi tebing dapat menimbulkan bencana. Bencana yang dapat ditimbulkan seperti longsor. Dilain pihak kondisi alam ini memberikan gambaran unik pada lokasi wisata.

5. Wisatawan

Berikut adalah kondisi wisatawan yang berkunjung ke Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul melalui hasil kuisioner.

Analisis SWOT.

1. Matriks IFE

Tabel. 2 Matirks IFE

internal	bobot	Relative	ratin	score
g				
strength				
1	Latar Belakang Sumber Daya Manusia	0.08	1	0.081
2	Pengalaman Sumber Daya Manusia	0.13	4	0.544
3	Strategi marketing melalui kerjasama travel	0.08	1	0.081
4	Pengelolaan keuangan	0.08	2	0.162
5	Pemenuhan kebutuhan fasilitas kantor	0.08	3	0.243
6	Budaya bekerja secara gotong royong/kerjasama	0.10	3	0.324
	Total	0.56		1.435
		8		
weakness				
1	Usia produktif dan kreatif sumber daya manusia	0.081		0.162
2	Jumlah sumber daya manusia	0.054		0.108
3	Strategi marketing melalui media online	0.054		0.162
4	Uang yang di tranformasikan untuk kebutuhan wisata	0.054		0.108
5	Jumlah fasiiilitas kanto	0.081		0.243
6	inovasi dalam bekerja	0.108		0.216
	Total	0.432		0.999

Total bobot x score	1.000	2.434
faktor internal		

Sumber: Diolah Peneliti, 2016

2. Matriks EFE

Tabel 3. Matriks EFE

eksternal	bo	Relat	rating	score
opportunity	bot	ive		
1 Kebijakan Pemerintah dalam pengembangan wisata Kabupaten Bandung Barat	3	0.10	3	0.309
2 Tren Wisata	5	0.17	3	0.516
3 Kebijakan Stakeholder mengenai pemenuhan kebutuhan pengelola Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul	3	0.10	2	0.206
4 Kondisi lingkungan sebagai salah satu daya tarik	3	0.10	3	0.309
5 Repeater guest	3	0.10	3	0.309
Total	17	0.58		1.649
Threat	bo	Rel	R	S
	bot	ative	ating	core
1 Kebijakan pemerintah dalam pembangunan akses wisata	3	0.10	3	0.309
2 Persaingan Lokasi Wisata	2	0.07	2	0.140
3 Kebijakan Stakeholder mengenai Finansial	2	0.07	1	0.070
4 Kondisi lingkungan rawan bencana	3	0.10	2	0.206
5 Jumlah segmen wisatawan	2	0.07	2	0.140
Total	12	0.41		1.495
botx	2	1.000		3.
tuk	9			144
sternal				

Sumber: Diolah Peneliti, 2016

Posisi ini menandakan kawasan yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya wisata Bukit Tunggul dalam kondisi baik sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan pengembangan dan meraih kemajuan secara maksimal. Strategi yang

dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang atau menggunakan kekuatan dari Wisata Bukit Tunggul. Kelemahan yang dimiliki akan diatasi dengan memanfaatkan peluang yang ada dan merubahnya menjadi kekuatan serta menghindari ancaman yang berada di luar area Wisata Bukit Tunggul.

1) Strategi kekuatan-Peluang (Strength-Opportunity)

a) Memanfaatkan kebijakan pemerintah dalam pengembangan wisata dengan memaksimalkan latar belakang pendidikan dan pengalaman sumber daya manusia.(S1,S2, O1).

Strategi yang bisa dilakukan adalah dengan pengalamanan karyawan yang sangat baik, maka karyawan dapat membuat proposal mengenai kerjasama dengan pemerintah untuk memasukkan Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul ke dalam database wisata dan segala program pemerintah yang berhubungan dengan wisata di Kabupaten Bandung. Latar belakang pendidikan yang dalam kategori cukup memungkinkan karyawan untuk melakukan hal hal dalam pembuatan proposal.

b) Memaksimalkan tren wisata alam yang sedang berkembang melalui kerjasama travel dengan menonjolkan kondisi alam sebagai daya tarik wisata.(S3,O2,O4)

Kerjasama dengan travel dapat dilakukan dengan mengajukan paket wisata untuk dijual kepada wisatawan. Paket wisata yang berisi segala aktivitas dan kondisi alam yang dapat dinikmati di Wisata Bukit Tunggul. Tentu saja paket wisata tersebut juga berisi pembagian hasil antara pihak travel dan Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul itu sendiri.

c) Terus menstabilkan finansial kantor dan menjaga operasional kantor yang telah disediakan Stakeholder dengan maintenance berkala. (S4,S5,O3)

d) Menjaga daya tarik wisata dengan budaya gotong royong. Artinya, karyawan dapat fleksibel untuk mengurus bidang

Rizal Ahmad Fauzi: Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul di Kabupaten Bandung

lainnya dan menjaga repeater guset dalam kenyamanan berwisata.(S6,O4,O5)

Strategi ini dapat dilaksanakan dengan kerjasama antara karyawan di Wisata Bukit Tunggul dan juga dapat menyertakan masyarakat yang tinggal di dalam area Bukit Tunggul. Hal yang dapat dilakukan adalah memperbaiki objek yang berkaitan dengan Daya Tarik Wisata (atraksi, fasilitas, akses) yang dalam kondisi kurang baik dan juga dalam perawatan.

2) Strategi Kekuatan - Ancaman(Strength-Threat)

a) Mengajukan proposal untuk memperbaiki akses ke Bukit Tunggul pada pihak yang berwenang. (S1,S2,T1)

Kegiatan yang dapat dilakukan untuk melaksanakan hal tersebut dilakukan karyawan Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul pada pihak yang berwenang (baik Stakeholder maupun pemerintah) dalam perbaikan akses ke Wisata Bukit Tunggul melalui proposal yang dibuat pengelola dan karyawan Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul.

b) Ikut dalam persaingan wisata di sekitar Wisata Bukit Tunggul dengan kerjasama Travel. (S3,S4,T2,T5)

Membuat proposal kerjasama dengan travel yang berpotensi mendatangkan wisatawan. Dengan naiknya jumlah wisatawan maka Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul dapat bersaing dengan lokasi wisata lainnya melalui jumlah wisatawan sebagai lokasi wisata yang dapat dibandingkan dengan lokasi wisata lainnya.

c) Meminta pembagian keuntungan yang berimbang dalam hasil dari Wisata Bukit Tunggul terhadap pihak stakeholder untuk memajukan dan merawat daya tarik wisata di Wisata Bukit Tunggul. (S4,S5,T3)

Untuk melaksanakan strategi ini, hal yang dapat dilakukan adalah membuat proposal dengan stakeholder mengenai pembagian keuntungan yang sedikit berpihak pada pengelola sehingga pengelola dapat mentransformasikan pendapatan untuk

kebutuhan wisata seperti perawatan dan pembuatan aktivitas baru ataupun pembuatan fasilitas yang penting.

d) Menanggulangi resiko bencana alam dengan bekerja sama baik dengan stakeholder maupun masyarakat sekitar untuk tidak mengeksploitasi area area yang rawan bencana. (S6,T4)

Kondisi alam yang bertebing dapat berpotensi longsor. Pengelola dapat memberi masukan pada pihak stakeholder mengenai kawasan kawasan yang berpotensi bencana dan mengganggu aktivitas wisata untuk tidak dieksploitasi.

3) Strategi Kelemahan-Peluang (Weakness-Opportunity)

a) Mengajukan penambahan jumlah sumber daya manusia yang berlatar belakang wisata. (W1,W2,O3)

Hal yang dapat dilakukan untuk melaksanakan strategi ini adalah dengan mengajukan penambahan karyawan yang berlatar belakang pendidikan wisata untuk kualitas wisata baik dalam pelayanan ataupun kelanjutan dari pengembangan Wisata Bukit Tunggul yang sesuai dengan kondisi alam Bukit Tunggul ataupun visinya.

b) Setelah mengajukan jumlah sumber daya manusia, pengelola juga hendaknya menambah jumlah fasilitas kantor .(W5,O3)

Dengan penambahan jumlah sumber daya manusia maka fasilitas kantor seperti komputer pun harus ditambah agar kerja semakin tepat waktu dan tepat guna baik mengajukannya kepada stakeholder maupun dari keuntungan pendapatan dari Wisata Bukit Tunggul

c) pemasaran melalui metode “Word To Mouth” baik secara verbal ataupun yang dilakukan melalui media sosial yang digunakan repeater guest. (W3,O5).

Hal yang dapat dilakukan untuk melaksanakan strategi ini dengan memberi potongan harga untuk beberapa aktivitas wisata apabila membawa kerabat untuk berkunjung. Juga secara persuasif membuat wisatawan untuk promo Wisata

Kebun Kina Bukit Tunggul melalui media sosial mereka.

d) memanfaatkan kondisi alam dengan menambah spot untuk mengabadikan gambar bagi wisatawan untuk diunggah ke media social dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada. (W3,W4,W6,O2,O4)

Untuk melaksanakan strategi sebelumnya, strategi ini dapat dilakukan untuk membuat spot berfoto yang bernuansa alam dengan menggunakan sumber daya yang ada yang di buat artistic untuk menarik perhatian wisatawan untuk berfoto.

e) mengembangkan lokasi wisata secara fisik dan menaikkan jumlah masyarakat sadar wisata. (W1,W2,W4,W6,O1,O3)

untuk melaksanakan strategi ini, pengelola dapat menambah aktivitas serta atraksi dengan bergotong royong dan melibatkan masyarakat dalam kawasan Bukit Tunggul dan menaikkan kesadaran masyarakat akan potensi wisata di Bukit Tunggul. Masyarakat dapat membuat cindramata yang dapat dijual di Bukit Tunggul.

4) Strategi Kelemahan-Ancaman(Weakness-threat)

a) Meminta pemerintah memperbaiki akses menuju Bukit Tunggul untuk menaikkan minat berkunjung (W6,T1,T5) Strategi ini dapat dilakukan dengan mengajukan Proposal untuk pemerintah setempat untuk perbaikan akses ke Bukit Tunggul.

b) Bersaing dengan lokasi wisata lain melalui pelayanan wisata dengan menambah jumlah sumber daya manusia. (W1,W2,T2)

Menaikkan kualitas pelayanan berwisata dengan menambah jumlah sumber daya manusia untuk menjalankan aktivitas atau kontrol kegiatan wisata di Bukit Tunggul.

c) Kebijakan stakeholder mengenai pembagian hasil untuk menambah jumlah uang yang dapat ditransformasikan untuk kebutuhan wisata untuk kenyamanan wisatawan (W3, W4,W5, T3,T4)

Mengajukan proposal pada pihak stakeholder mengenai pembagian hasil dari keuntungan kegiatan wisata untuk ditransformasikan pada kepentingan kegiatan wisata dan pengelola dapat melakukan pemngembangan secara mandiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab bab sebelumnya mengenai strategi pengembangan daya tarik wisata kebun kina Bukit Tunggul di Kabupaten Bandung, peneliti dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, kondisi daya tarik wisata melalui kuisioner yang telah dipaparkan di BAB IV, faktor faktor yang menjadi kekuatan adalah bahwa kondisi atraksi yang masih dalam tingkat yang baik, kondisi fisik, kesesuaian kondisi lingkungan dan zonasi dalam tingkat yang baik, potensi wisata alam yang masih dapat dikembangkan dikarenakan ketersediaan lahan yang luas dan belum dioptimalkan secara maksimal. Keterlibatan masyarakat didalam area lokasi wisata yang mendukung apabila pengelola melakukan program swadaya. Sedangkan kelemahan di lokasi wisata ini adalah aksesibilitas menuju kawasan dalam tingkat yang buruk, kegiatan promosi kurang gencar dilakukan, rasio jumlah karyawan dan beban pekerjaan kurang seimbang dan manfaat serta kemudahan aksesibilitas antar wisata yang kurang optimal.

Untuk faktor internal terdapat dua faktor yaitu kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness). Untuk kekuatan (strength), latar belakang pendidikan sumber daya manusia rata rata adalah keluaran SMA/Sederajat dan berada dalam tingkatan cukup. Pengalaman SDM rata rata sudah 20 tahun bekerja di Bukit Tunggul. Berada dalam kategori sangat baik. Artinya sudah dengan baik mengenal areal Bukit Tunggul. Kerjasama dengan travel sudah beberapa kali dilakukan.

Rizal Ahmad Fauzi: Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul di Kabupaten Bandung

Berada dalam tingkatan cukup. Pengelolaan keuangan berada dalam tingkatan cukup. Pemenuhan fasilitas kantor berada dalam tingkatan cukup berbanding dengan kebutuhannya. Budaya kerja gotong royong berada dalam tingkatan cukup.

Untuk kelemahan (weakness), Usia produktif bekerja dan kreatif sumber daya manusia masih terbilang cukup. Jumlah sumber daya manusia masih dalam kategori kurang. Dengan areal yang cukup luas, tempat wisata ini seharusnya memiliki sumber daya manusia yang lebih banyak. Beban kerja pada karyawan pun menjadi masalah dalam faktor internal ini. Strategi marketing di media onlinepun masih dalam kategori kurang. Hal ini diketahui dari observasi dimana pengelola baru memasarkannya melalui media sosial namun kurang dilirik masyarakat luas. Uang yang ditransformasikan untuk pemenuhan kebutuhan wisata pun masih terbilang kurang. Beberapa fasilitas yang kurang layak dapat diketahui juga melalui hasil kuisioner mengenai fasilitas. Jumlah fasilitas kantor masih dalam kategori cukup berhubung dengan sumber daya manusianya yang sedikit. Inovasi dalam bekerja terbilang dalam kategori baik. Mulai dibuatnya beberapa ketentuan wisata terutama dalam hal atraksi sudah dimulai tahun belakangan ini.

Untuk faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunity) dan ancaman (threat). Untuk peluang (opportunity) terdiri dari beberapa faktor yaitu, Kebijakan pemerintah dalam pengembangan wisata dalam kategori cukup. Walaupun tidak menggembor gemborkan secara luas, namun fasilitas penyediaan database cukup untuk pemasaran suatu lokasi wisata. Tren wisata dalam kategori baik. Banyaknya lokasi wisata yang berkembang terutama wisata alam menjadi sinyal bagus bagi industri wisata baru untuk bersaing dan mendapatkan target segmen wisatawan. Pemenuhan kebutuhan wisata dari stake holder dalam kategori baik. Fasilitas dan

atraksi yang disediakan dibuat oleh stake holder. Tanpa bantuan stakeholder, Wisata Bukit Tunggul tak akan berjalan dengan pesat pada awal perkembangannya. Kondisi alam sebagai daya tarik wisata dalam kategori baik. Kondisi lingkungan yang masih asri menjadi daya tarik wisata pendukung dari Wisata Bukit Tunggul. Repeater guest berada dalam kategori baik. Dapat dilihat dari hasil rekapitulasi kuisioner wisatawan bahwa pengunjung kebanyakan adalah pengunjung yang setidaknya sudah ke lokasi wisata ini lebih dari sekali.

Sedangkan ancaman (threat), terdiri dari beberapa faktor yaitu Kebijakan pemerintah dalam pembangunan akses wisata dalam kategori cukup walaupun ada beberapa jalan yang belum diperbaiki. Persaingan lokasi wisata dalam kategori yang buruk/kurang menguntungkan bagi wisata Bukit Tunggul. Banyaknya lokasi yang muncul baik sudah lama ataupun baru dengan pemasaran yang luar biasa menjadi ancaman yang cukup buruk bagi Bukit Tunggul. Kebijakan dengan stakeholder mengenai finansialun dalam kategori buruk karena sebagian besar/ hamper seluruhnya keuntungan diambil stake holder sehingga uang yang dialokasikan untuk pemenuhan kebutuhan wisata seperti perawatan, inovasi atraksi pun menjadi sangat minim. Resiko bencana alam dalam kategori cukup. Wilayah sekitar bukit tunggul seperti lembang beberapa kali terkena bencana longsor ataupun banjir. Namun bagi Bukit Tunggul sendiri bencana yang terasa hanya seperti luapan air sungai apabila hujan besar dan mengganggu akses menuju Bukit Tunggul. Kurangnya segmen wisatawan dalam kategori buruk. Segmen wisatawan yang mendominasi berasal dari masyarakat sekitar, mengindikasikan bahwa jenis segmen wisatawan minim dan juga mengindikasikan kurangnya promosi. Dengan kuadran SWOT, dapat ditentukan bahwa Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul berada dalam kuadran 1 yaitu diskala 0,44:0,15. Nilai yang tidak mencapai nilai

1 menyimpulkan bahwa kondisi internal masih dalam kondisi yang baik meskipun terdapat kekurangan kekurangan yang harus diperbaiki ataupun dikembangkan Hambatan dalam pengembangan wisata di Bukit Tunggul seperti kebijakan dengan Stakeholder, kesulitan akses bagi kendaraan pribadi serta kendaraan umum, persaingan wisata di Kabupaten Bandung, menjadi hambatan yang cukup besar bagi pengelolaan wisata di Bukit Tunggul. Faktor tersulit adalah kebijakan dengan stakeholder yang kurang menguntungkan bagi pengelola terutama dalam hal finansial

Strategi yang ideal dikembangkan di Bukit Tunggul melalui strategi kekuatan – peluang (Strength-Opportunity) adalah memanfaatkan kebijakan pemerintah dalam pengembangan wisata dengan memaksimalkan latar belakang pendidikan dan pengalaman sumber daya manusia, memaksimalkan tren wisata alam yang sedang berkembang melalui kerjasama travel dengan menonjolkan kondisi alam sebagai daya tarik wisata, terus menstabilkan finansial kantor dan menjaga operasional kantor yang telah disediakan Stakeholder dengan maintenance berkala, menjaga daya tarik wisata dengan budaya gotong royong. Artinya, karyawan dapat fleksibel untuk mengurus bidang lainnya dan menjaga repeater guset dalam kenyamanan berwisata.

Selanjutnya, strategi Kekuatan-Ancaman (Strength-Threat) adalah mengajukan proposal untuk memperbaiki akses ke Bukit Tunggul pada pihak yang berwenang, ikut dalam persaingan wisata di sekitar Wisata Bukit Tunggul dengan kerjasama Travel, meminta pembagian keuntungan yang berimbang dalam hasil dari Wisata Bukit Tunggul terhadap pihak stakeholder untuk memajukan dan merawat daya tarik wisata di Wisata Bukit Tunggul, menanggulangi resiko bencana alam dengan bekerja sama baik dengan stakeholder maupun masyarakat sekitar

untuk tidak mengeksploitasi area area yang rawan bencana.

Strategi Kelemahan – Peluang (Weakness-Opportunity) adalah mengajukan penambahan jumlah sumber daya manusia yang berlatar belakang wisata, setelah mengajukan jumlah sumber daya manusia, pengelola juga hendaknya menambah jumlah fasilitas kantor, pemasaran melalui metode “Word To Mouth” baik secara verbal ataupun yang dilakukan melalui media sosial yang digunakan repeater guest, memanfaatkan kondisi alam dengan menambah spot untuk mengabadikan gambar bagi wisatawan untuk diunggah ke media sosial dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada, mengembangkan lokasi wisata secara fisik dan menaikkan jumlah masyarakat sadar wisata.

Terakhir, Strategi Kelemahan – Ancaman (Weakness-Threat) adalah meminta pemerintah memperbaiki akses menuju Bukit Tunggul untuk menaikkan minat berkunjung, bersaing dengan lokasi wisata lain melalui pelayanan wisata dengan menambah jumlah sumber daya manusia, Kebijakan stakeholder mengenai pembagian hasil untuk menambah jumlah uang yang dapat ditransformasikan untuk kebutuhan wisata untuk kenyamanan wisatawan

Strategi yang dipaparkan adalah hasil dari kuadran SWOT yang menghasilkan strategi progresif berdasarkan posisi Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul yang berada dalam di kuadran 1. Strategi progresif adalah strategi yang sangat dimungkinkan untuk terus melakukan pengembangan dan meraih kemajuan secara maksimal

REKOMENDASI

Rekomendasi dari penulis bagi pengelola adalah terus menjaga kondisi internal perusahaan baik finansial maupun karyawan untuk menjaga jalannya Wisata Bukit Tunggul. Terus melakukan perawatan atraksi dan fasilitas wisata yang

dirasa kurang bagi kenyamanan wisatawan.

Diharapkan bagi pengelola untuk mau dan mampu mengaplikasikan strategi yang telah dipaparkan untuk mengembangkan Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul. Pengelola perlu melibatkan semua pihak yang berkepentingan mengeluarkan kebijakan mengenai wisata di area baik secara internal maupun eksternal yang mempunyai keterlibatan langsung dengan keberlangsungan jalannya wisata baik didalam maupun sekitar Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul. Pihak pengelola harus bisa menjadi mediator antara *stakeholder* dan pihak luar seperti instansi pemerintah.

Kepentingan yang bisa sepenuhnya dilakukan pengelola adalah memberdayakan sumber daya manusia untuk mengikuti seminar seminar wisata agar dapat mempelajari bagaimana suatu lokasi wisata dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Green, L. W. (Health Education Planning, A Diagnostic Approach). 1992. California: Mayfield Publishing Company.
- Pearce & Robinson. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Wilson & Sapanuchart. (1993). *Metode Penelitian*. Jakarta: Gahlia Indonesia.
- yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

-This Page Left to be Blank -