

Strategi Pengembangan Objek Wisata Tahura di Kota Bandung

Tahura Tourism Object Development Strategy in the City of Bandung

¹Ari Nurdianshah, ²Westi Riani, ³Ade Yunita Mafruhah

^{1,2}Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹nurdianshahari@gmail.com, ²westiriani@gmail.com, ²dnita90@gmail.com

Abstract. Tahura Djuanda is one of the leading natural attractions in Bandung. Djuanda Tahura attractions contribute to high PAD. The number of tourists visiting Tahura Djuanda in 2017-2018 has decreased. Therefore an effective strategy is needed in the development of tourist attractions in Djuanda Tahura. This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the development of tourism in Duraanda Tahura in Bandung City and to find out how the strategy for tourism development in Duraanda Tahura in Bandung. The analytical method used in this study is the SWOT analysis. As for the strengths and weaknesses, they are attractions, promotions, prices, facilities, and accessibility. While the factors of opportunity and threat are competitor aspects, environmental damage aspects, and aspects of the role of government. The strategies that can be carried out in the development of Djuanda Tahura tourism are the alternative S-O S-O (Strength-Opportunity) Strategy that is formulated to Build and improve Djuanda Tahura tourism infrastructure, develop and improve the accessibility of Djuanda Tahura tourism and Develop Djuanda Tahura tourism attractions..

Keywords: SWOT, Strategy, Tahura Djuanda.

Abstrak. Tahura Djuanda merupakan salah satu objek wisata alam unggulan Kota Bandung. Objek wisata Tahura Djuanda memberikan kontribusi terhadap PAD tinggi. Jumlah kunjungan wisatawan Tahura Djuanda pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan. Oleh karena itu diperlukan strategi yang efektif dalam pengembangan objek wisata Tahura Djuanda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata Tahura Djuanda di Kota Bandung serta untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan wisata Tahura Djuanda di Kota Bandung. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Adapun yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan yakni aspek atraksi, aspek promosi, aspek harga, aspek fasilitas, dan aspek aksesibilitas. Sedangkan yang menjadi faktor peluang dan ancaman yakni aspek pesaing, aspek kerusakan lingkungan, dan aspek peran pemerintah. Strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata Tahura Djuanda adalah Strategi S-O (Strength-Opportunity) alternatif S-O yang dirumuskan adalah memperbaiki sarana dan membangun prasarana wisata Tahura Djuanda, membangun dan meningkatkan aksesibilitas wisata Tahura Djuanda dan Mengembangkan atraksi wisata Tahura Djuanda.

Kata Kunci: SWOT, Strategi, Tahura Djuanda.

A. Pendahuluan

Kota Bandung menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengunjung terbanyak diantara kota lainnya di Provinsi Jawa Barat. Jumlah pengunjung di Kota Bandung mencapai 10.472.498 pengunjung pada tahun 2018 (Disparbud Jabar, 2018).

Sebagai Ibu Kota Jawa Barat, Bandung terkenal dengan salah satu pusat mode di asia tenggara dengan sebutan Paris Van Java-nya, wisata kuliner yang beragam dan memanjakan lidah serta memiliki anekaragam daya

tarik baik secara fisik maupun budayanya.

Kota Bandung tidak hanya terkenal dengan pusat mode dan wisata kulinernya, tetapi Kota Bandung memiliki wisata alam. Salah satunya Objek Wisata Taman Hutan Raya (Tahura) Djuanda. Objek wisata Tahura Djuanda memiliki Daya tarik pemandangan yang masih asri, flora dan fauna, atraksi wisata, dan suasana alam. Wisata Tahura Djuanda memiliki potensi dalam peningkatan pendapatan daerah yang menjadi salah satu aset wisata alam Kota Bandung.

Perkembangan jumlah pengunjung Objek Wisata Tahura Djuanda mengalami fluktuatif, dimana tahun 2014 hingga tahun 2016 terus mengalami peningkatan sebesar 85,22 persen. Adapun pada tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan, dimana pada tahun 2017 jumlah penerimaan retribusi sebesar 3.730.056.000 miliar rupiah menyumbang terhadap PAD Kota Bandung sebesar 0,14 persen dan mengalami penurunan di tahun 2018 menjadi 3.564.715.000 miliar rupiah dengan menyumbang terhadap PAD sebesar 0,10 persen (Balai Pengelolaan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, diolah 2018).

Penataan ulang objek wisata Tahura Djuanda sudah seharusnya dilakukan agar jumlah pengunjung mengalami peningkatan dengan harapan memberikan efek pada kenaikan PAD dan pendapatan masyarakat yang tinggal di wilayah Tahura Djuanda. Berdasarkan hal ini, maka diperlukan strategi pengembangan yang efektif dengan memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dan mempertimbangkan pengaruh eksternalnya.

B. Landasan Teori

Strategi ialah kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Adapun kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati terhadap persaingan, peraturan tingkat inflasi, siklus bisnis, keunggulan, dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman (Rangkuti, 2015).

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan

teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada atau menghasilkan teknologi baru.

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggaraan pariwisata. Orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata disebut pengusaha pariwisata. Usaha pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan kegiatan wisata sehingga tanpa keberadaannya, pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik. Adanya usaha pariwisata tertentu juga didukung oleh usaha-usaha lain karena industri pariwisata adalah industri yang multisektor (Ismayanti, 2010).

Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam (pesona alam). Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata (Pradikta, 2013).

Menurut Yoeti (2008), pariwisata merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara, karena mendorong perkembangan beberapa sektor perekonomian nasional, misalnya :

1. Peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya prasarana dan

sarana demi pengembangan pariwisata, sehingga memungkinkan orang-orang melakukan aktivitas ekonominya dari suatu tempat ke tempat lainnya, baik dalam satu wilayah negara tertentu, maupun dalam kawasan internasional sekali pun.

2. Meningkatkan industri-industri baru yang erat kaitannya dengan pariwisata seperti misalnya: *Transportation, Accommodation (Hotel, Motel, Holiday Village, Camping Sites, dll)* yang juga akhirnya menciptakan permintaan baru seperti: *Tourist Transportation, Hotel Equipment (Lift, Escalator, Cbina ware, Linens, Furniture, dll)*.
3. Meningkatkan hasil pertanian dan perternakan untuk kebutuhan hotel dan restoran, seperti sayur, buah-buahan, bunga, telur, daging, dan lain-lain karena semakin banyak-nya orang-orang melakukan perjalanan wisata.
4. Meningkatkan permintaan terhadap: *Handicrafts, Souvenir Goods, Art Painting, dll*.
5. Memperluas barang-barang lokal untuk lebih dikenal oleh dunia internasional termasuk makanan dan minuman, seperti: Ukiran Jepara, Patung Bali, Keramik Kasongan Yogyakarta, Batik Pekalongan, Sulaman Tasikmalaya, Dodol Garut, Kerajinan Pandai Sikek, atau Sate Madura.

Suatu organisasi tidak bisa terlepas dari lingkungannya, baik itu lingkungan internal maupun eksternal. Lingkungan organisasi baik internal maupun eksternal bisa saja menjadi faktor pendukung suatu organisasi, akan tetapi juga bisa menjadi faktor

penghambat suatu organisasi. Adapun tujuan dari analisis lingkungan strategis adalah untuk mengetahui pengaruh-pengaruh kunci serta pemilihan strategi apa yang sesuai dengan tantangan yang datangnya dari lingkungan (Tangkilisan, 2015).

Menurut Salusu (2000), tentang matriks SWOT menggunakan beberapa strategi, yaitu:

1. Strategi S-O, yaitu memanfaatkan peluang yang ada dengan keunggulan organisasi (*comparative advantage comparative*).
2. Strategi S-T, yaitu memobilisasi beberapa keunggulan untuk mencapai sasaran (*mobilization*).
3. Strategi W-O, yaitu memilih faktor mana yang dipacu dan faktor mana yang ditunda (*investmen/divestmen*).
4. Strategi W-T, yaitu perlu kehati-hatian atau kewaspadaan dalam mencapai sasaran (*damage control*).

Tabel 1. Kekuatan Kelemahan

	Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber: Rangkuti, 2015

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang ada di dalam organisasi. Hasil yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap faktor internal dijelaskan sebagai berikut.

1. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Atraksi

Atraksi/Daya Tarik wisata yang berada di Kawasan Wisata Tahura Djuanda berupa Wisata *Outbound* Dan Petualangan, Tempat Bersejarah (Goa Jepang dan Goa Belanda), Wisata Curug Omas, Wisata Tebing Keraton dan Wisata Penangkaran Rusa.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, atraksi yang menjadi unggulan dalam objek wisata Tahura Djuanda yaitu atraksi Goa Belanda dan Jepang, serta atraksi wisata *outbond* dan petualangan, keunggulan dari kedua atraksi wisata ini dikarenakan memiliki nuansa hutan konservasi yang masih terjaga kelestariannya dan udara yang sejuk di selimuti pohon-pohon tinggi.

2. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Promosi

Aspek promosi wisata Tahura Djuanda meliputi promosi melalui media cetak, promosi melalui media sosial, promosi melalui penyelenggaraan event tahunan, promosi kunjungan ke sekolah-sekolah di Kabupaten/Kota, dan promosi melalui penyelenggaraan pentas seni dan budaya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan dan meningkatkan kunjungan objek wisata yaitu promosi melalui media sosial dan memaparkan objek wisata Tahura Djuanda ke sekolah-sekolah dengan tahapan awal mengundang guru-guru sekolah serta melakukan kerjasama ke Dinas Pendidikan di Kabupaten/Kota. Tujuan dari promosi ini untuk memberikan edukasi bahwa Tahura Djuanda merupakan salah satu kawasan hutan konservasi yang memiliki jenis-jenis flora dan fauna

yang langka atau untuk pembelajaran lingkungan hidup melalui praktik kepada siswa-siswi yang ada di Jawa Barat.

3. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Harga

Aspek harga wisata Tahura Djuanda meliputi biaya transportasi, harga tiket masuk, harga penyewaan fasilitas, harga tiket masuk wahana, dan harga makanan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, pengelola tidak mengatur batasan harga untuk pelaku usaha yang ada di dalam Kawasan Tahura Djuanda. Dalam aspek harga ini, pengelola hanya mengatur harga tiket masuk dengan memberikan kebijakan diskon 15 persen jika jumlah kunjungan wisatawan (rombongan) lebih dari 100 orang yang dilengkapi dengan surat mengenai keringan biaya yang disampaikan sehari sebelum waktu kunjungan. Sedangkan untuk wisatawan yang masih pelajar, diberikan potongan harga sebesar 40 persen.

4. Anggapan Responden Terhadap Aspek Fasilitas

Aspek Fasilitas wisata Tahura Djuanda meliputi area bermain anak, gazebo dan *shelter*, lahan parkir, panggung terbuka, lapangan tenis.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, dari aspek fasilitas yang sering digunakan yaitu tempat bermain anak-anak dan gazebo. Sedangkan untuk lapangan lebih dipergunakan bagi wisatawan dengan jumlah yang banyak (rombongan) dikarenakan fasilitas lapangan ini dikenakan biaya sewa. Lapangan tenis sendiri jarang digunakan sesuai fungsinya, melainkan dijadikan sebagai lapangan untuk wisatawan rombongan jika fasilitas yang lainnya sudah

digunakan oleh wisatawan lain (pilihan terakhir). Untuk pemeliharaan setiap fasilitas dilakukan rutin setiap tahun dan apabila dilakukan penambahan infrastruktur, disesuaikan dengan anggaran yang tersedia. Selain dari dana APBD untuk mengembangkan fasilitas di kawasan Tahura Djuanda, Pihak Tahura Djuanda juga melakukan kemitraan melalui paguyuban Mitra Konservasi Tahura Djuanda.

5. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Aksesibilitas

Aspek Aksesibilitas Tahura Djuanda meliputi kondisi jalan bagus, papan penunjuk jalan, lokasi yang strategis, transportasi umum, dan jalan mudah ditempuh.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, dari aspek aksesibilitas selama dua tahun terakhir yang menjadi kendala aksesibilitas Tahura Djuanda yaitu kemacetan dikarenakan ruas jalan menuju Tahura Djuanda merupakan jalur mobilisasi dengan warga sekitar, sehingga wisatawan banyak menghabiskan waktu diperjalanan menuju Tahura Djuanda dibanding lamanya waktu yang dihabiskan di objek wisata tersebut. Serta pengelola tidak menyediakan fasilitas transportasi umum bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Tahura Djuanda.

Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Hasil yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap faktor eksternal dijelaskan sebagai berikut.

1. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Pesaing

Aspek Pesaing Tahura Djuanda meliputi adanya wisata buatan, adanya

wisata seni dan budaya, adanya wisata museum, adanya wisata pusat *fashion*, dan adanya wisata kuliner *puncut*.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, pesaing yang ada di sekitar kawasan Tahura sendiri adalah wisata Dago *Dreampark*, *The lodge* Maribaya, dan wisata kuliner (*Puncut*). Pihak Tahura Djuanda sendiri sedang berupaya meningkatkan kunjungan wisatawan dengan melakukan promosi-promosi dan meningkatkan sarana prasarana yang sudah ada menjadi lebih menarik dan mempunyai ciri khas tersendiri dari objek wisata lain.

2. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kerusakan Lingkungan

Aspek Kerusakan Lingkungan Tahura Djuanda meliputi rawan bencana longsong, rawan bencana pohon tumbang, tercemar oleh limbah rumah tangga, limbah peternakan, dan polusi udara dan air.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, upaya yang dilakukan untuk mengurangi kerusakan lingkungan dengan tindakan preventif seperti pemasangan papan himbuan untuk tidak melakukan vandalisme, sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, serta membentuk Organisasi keamanan Masyarakat Mitra Polhut (polisi hutan) dengan memperkerjakan masyarakat sebagai keamanan kawasan Tahura Djuanda demi keamanan wisatawan dan keamanan flora fauna yang ada. Selain itu, pengelola selalu memberi himbuan kepada wisatawan untuk tidak berkumpul dibawah pohon ketika terjadi hujan.

3. Tanggapan Responden Terhadap Aspek Peran Pemerintah

Aspek Peran Pemerintah Tahura Djuanda meliputi Pemda Jabar

langsung mengelola, Pemda Jabar bertanggung jawab dalam pengembangan, pemda jabar melibatkan masyarakat sekitar, dan memberikan modal usaha kepada pedagang.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola Tahura Djuanda melalui wawancara, pemerintah melalui pengelola melakukan pemberdayaan kepada masyarakat melalui pelatihan pengolahan kompos, pemandu wisata, budidaya lebah madu, budidaya jamur kayu, kerajinan tangan, penangkaran burung, dan budidaya bunga anggrek. Selain itu, pengelola juga memberikan akses untuk melakukan usaha berdagang, pemandu wisata, ojek, jasa senter, dan pengelolaan parkir kepada masyarakat asli yang ada di lingkungan kawasan Tahura, melibatkan masyarakat dalam pengamanan dan

Tabel 2. Strategi Kekuatan pengembangan obyek wisata alam Tahura Djuanda

Kekuatan (<i>Strength-S</i>)
1. Memiliki potensi sumber daya hayati berupa kekayaan flora, fauna dan atraksi wisata area <i>Outbound</i> Dan Petualangan, Tempat Bersejarah, wisata Curug Omas, Wisata Tebing Keraton.
2. Adanya Promosi Melalui Media Sosial (FB, Twitter, Instagram, Dll), ekspos ke sekolah-sekolah, event tahunan, dan penyelenggaraan pentas seni dan budaya.
3. Kondisi Jalan Menuju Lokasi Bagus (Sudah Beraspal), terdapat papan penunjuk, lokasi yang strategis, kawasan mudah ditempuh.
4. Harga Tiket Masuk, harga penyewaan fasilitas, harga masuk wahana, harga makanan sangat terjangkau dan tidak terlalu mahal.
5. Terdapat Area Bermain Anak, lahan parkir, panggung terbuka di Kawasan Tahura Djuanda.

perlindungan kawasan Tahura Djuanda dengan melakukan patroli kawasan Tahura Djuanda (Masyarakat Mitra Polhut), pembentukan Paguyuban Warga Pedagang (PWP), kerjasama pemanfaatan dan peningkatan sarana prasarana dengan masyarakat sekitar.

Strategi pengembangan obyek wisata alam Tahura Djuanda dengan analisis dapat dilihat pada tabel 1.

Kekuatan tersebut merupakan faktor pendorong dalam pengembangan obyek wisata alam Tahura Djuanda.

Tabel 3. Strategi Kelemahan pengembangan obyek wisata alam Tahura Djuanda

Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
1. Kurang efektifnya Media Cetak (Majalah, Koran) dikarenakan melihat perilaku masyarakat banyak yang menggunakan teknologi seperti <i>smartphone</i> / melalui media sosial.
2. Moda transportasi langsung kedalam kawasan Tahura Djuanda tidak tersedia (angkot).
3. Fasilitas pendukung aktivitas wisata Tahura Djuanda belum optimal.
4. Masih terbatasnya sumber daya manusia bidang kepariwisataan.

Kelemahan tersebut bisa diatasi dengan merumuskan strategi pengelolaan oleh Pemda Jabar dengan melibatkan masyarakat.

Dalam penyusunan strategi pengembangan Obyek Wisata Taman Hutan Raya Djuanda peneliti melakukan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut dapat digambarkan dalam matrik SWOT. Selanjutnya setelah mengindikasikan apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman wisata Tahura Djuanda dapat dilakukan analisis SWOT.

Tabel 4. Peluang Strategi Kekuatan pengembangan obyek wisata alam Tahura Djuanda

Peluang (<i>Opportunities-O</i>)
1. Dukungan masyarakat sekitar kawasan Tahura Djuanda yang cenderung menanggapi pariwisata Tahura Djuanda secara positif.
2. Kawasan Tahura Djuanda tidak tercemar oleh polusi udara dan air.
3. Pemda Jabar bertanggung jawab untuk mengelola kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.
4. Pemda Jabar bertanggung jawab dalam Pengembangan kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.
5. Pemda Jabar melibatkan masyarakat sekitar sebagai tenaga pengamanan dan perlindungan di kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.
6. Pemda memberdayakan masyarakat melalui pelatihan (Pengolahan Kompos, Pemandu Wisata, Budidaya Bunga Anggrek).
7. Pemda Jabar memberikan bantuan modal usaha kepada paguyuban warga pedagang.

Tabel 5. Ancaman pengembangan obyek wisata alam Tahura Djuanda

Ancaman (<i>Threats-T</i>)
1. Adanya Objek Wisata Buatan (Farm House Lembang, Dusun Bambu, Floating Market).
2. Adanya Wisata Kuliner (Puncut).
3. Adanya Pusat <i>Fashion</i> (Rumah Mode, The Secret Factory Outlet, The Summit).
4. Adanya wisata seni dan budaya (saung angklung Udjo, taman budaya Jawa Barat dll).
5. Adanya Wisata Museum (Museum Konferensi Asia Afrika (KAA), Museum Pos, Museum Geologi).
6. Kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Rawan Bencana Longsor.

Strategi yang dilakukan dalam pengembangan objek wisata Tahura Djuanda sesuai analisis SWOT adalah dengan dengan menghasilkan empat alternatif strategi yaitu alternatif Strategi SO (ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), alternatif strategi WO (ciptakan strategi yang yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), alternatif strategi ST (ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman) dan alternatif strategi WT (ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman).

Strategi SO (Strength and Opportunities)

Strategi SO yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*Strenght*) untuk memanfaatkan Peluang (*Oportunities*), alternatif dari srategi SO adalah:

1. Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana wisata Tahura Djuanda.

Strategi yang dilakukan adalah perbaikan jembatan maribaya, pembangunan tangga di tebing keraton, penataan jooging *track* Goa Belanda-Goa Jepang, pembangunan jalan khusus penyandang disabilitas menuju objek wisata Goa Jepang. Selain membangun dan mengadakan sarana prasarana objek wisata, memperbaiki dan memelihara sarana dan prasarana yang sudah ada juga sangat penting, tanpa perawatan sarana dan prasarana tentu tidak akan menarik pengunjung. Pemeliharaan dilakukan untuk mempertahankan keindahan sarana yang sudah rusak sehingga bisa difungsikan lagi tanpa harus membuat yang baru

- dan bisa dimanfaatkan dalam jangka waktu yang panjang.
2. Membangun dan meningkatkan aksesibilitas wisata Tahura Djuanda.
Aksesibilitas merupakan prasarana yang paling penting dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah, karena dengan akses jalan yang baik akan memberikan rasa nyaman kepada wisatawan untuk melaluinya tanpa ada rasa khawatir akan terjadinya kecelakaan. Berdasarkan hasil *interview* dan survei lapangan menunjukkan bahwa jalan menuju objek wisata Tahura Djuanda bagus dan beraspal, tetapi ruas jalan mendekati objek wisata Tahura Djuanda semakin menyempit, tentu faktor ini menjadi salah satu kelemahan bagi objek wisata Tahura Djuanda. Untuk itu diperlukan pengembangan pelebaran jalan menuju objek wisata Tahura Djuanda dengan melakukan kerjasama ke Dinas PU Kota Bandung terkait dalam pelebaran jalan guna mempermudah wisatawan berkunjung.
 3. Mengembangkan atraksi wisata yang dimiliki Tahura Djuanda.
Atraksi wisata yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka ditempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberi kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Atraksi wisata Tahura Djuanda selain yang disediakan oleh alam perlu dibangun atraksi pendamping pariwisata agar suasana dan keadaan objek wisata tidak

membosankan. Adapun strategi yang dilakukan adalah membangun spot-spot untuk *selfie*, membangun pusat-pusat pembelanjaan *souvenir*.

Strategi W-O (Weakness-Opportunity)

Strategi kelemahan – peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :

1. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan wisata Tahura Djuanda, sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek wisata.
Strategi yang dilakukan adalah meningkatkan aspek promosi wisata Tahura Djuanda melalui kerjasama ke Dinas Pendidikan di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat. Selain itu, memaksimalkan promosi melalui media sosial tentunya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisata menuju Tahura Djuanda. Hal ini dilihat dengan kondisi masyarakat yang banyak mendapatkan informasi melalui media *online*/sosial, dan bekerjasama ke Dinas Pariwisata Budaya Jawa Barat untuk melakukan kegiatan *event-event* seni dan budaya di kawasan Tahura Djuanda.
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas prasarana transportasi di kawasan objek wisata Tahura Djuanda. Guna mendorong pertumbuhan daya saing objek wisata yang tujuannya agar dapat memenuhi kebutuhan para wisatawan dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Meningkatkan kualitas tenaga kerja profesional dalam pengelolaan objek wisata.

3. Pengembangan SDM sangat penting dilakukan agar daerah yang akan membangun pariwisata dapat menyediakan sendiri kebutuhan akan tenaga kerja pariwisata yang terlatih, sehingga menyerap tenaga kerja lokal. Strategi ini dengan melakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada para pegawai wisata objek Tahura Djuanda. Salah satu hal yang dapat dilakukan yaitu memberikan pelatihan-pelatihan berkaitan dengan pariwisata Tahura Djuanda, serta menjalin kemitraan dengan institusi pendidikan yang berkaitan dengan pariwisata.

Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Strategi kekuatan – ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif S-T yang dapat dirumuskan adalah :

1. Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata Tahura Djuanda untuk menghadapi pesaing antar objek wisata dengan mempertahankan dan pemeliharaan objek wisata yang sudah ada secara berkesinambungan sehingga siap menghadapi persaingan antar objek wisata.
2. Penambahan fasilitas pendukung berupa pemasangan papan himbauan dan larangan di Kawasan Tahura Djuanda guna memberikan keamanan bagi wisatawan. Strategi yang dilakukan adalah meningkatkan kerjasama paguyuban Masyarakat Mitra Polhut (polisi hutan) dengan memperkerjakan masyarakat dalam hal pengamanan dan perlindungan bagi kenyamanan wisatawan dan memasang papan himbauan

guna menjaga keamanan wisatawan.

Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi kelemahan-ancaman adalah strategi *defensive* untuk meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan adalah :

1. Memperbaiki program pengembangan objek wisata Tahura Djuanda dengan inovasi yang baru sehingga siap menghadapi pesaing antar objek wisata. Strategi yang dilakukan adalah pembangunan area *Food Court* dalam rangka penataan pedagang didalam Kawasan Tahura Djuanda.
2. Meningkatkan kualitas SDM objek wisata Tahura Djuanda agar memiliki pengetahuan berkaitan dengan kerusakan lingkungan dan alam sehingga SDM yang mumpuni dapat mencegah terjadinya kerusakan lingkungan yang sudah dan yang akan berlangsung. Serta mengikut sertakan masyarakat setempat dalam pelatihan mengenai kelestarian lingkungan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Faktor kekuatan terdiri dari adanya atraksi wisata tempat bersejarah (Goa Belanda, Goa Jepang dan Prasasti Thailang), adanya atraksi wisata tebing keraton, promosi melalui media sosial, promosi melalui kunjungan ke setiap sekolah-sekolah di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, harga makanan di kawasan Tahura Djuanda murah, harga tiket

masuk sangat terjangkau, tersedianya area bermain anak yang bernuansa alam, terdapat panggung terbuka, lokasi strategis, dan kondisi jalan baik (sudah beraspal).

2. Faktor kelemahan terdiri dari kondisi jalan yang rusak menuju atraksi wisata penangkaran rusa, kurang efektif promosi melalui media cetak, jumlah fasilitas pendukung gazebo dan *shelter* belum mencukupi, kurang efektif adanya fasilitas lapang tenis, dan kurang tersedia transportasi umum menuju kawasan Tahura Djuanda.
3. Faktor peluang terdiri dari objek wisata Tahura Djuanda dikelola langsung oleh Pemda Jabar, Pemda Jabar melibatkan masyarakat dalam pengamanan dan perlindungan di Kawasan Tahura Djuanda, Pemda Jabar memberdayakan masyarakat melalui pelatihan.
4. Faktor ancaman terdiri dari adanya pesaing objek wisata di sekitar tahura djuanda (*Dago Dreampark*, *The Logde Maribaya*, dan *Kuliner Punclut*), kawasan Tahura rawan bencana longsor, serta kurang kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga lingkungan.
5. Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal, maka strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan objek wisata Tahura Djuanda adalah Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Alternatif S-O yang dirumuskan adalah Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana wisata

Tahura Djuanda, membangun dan meningkatkan aksesibilitas wisata Tahura Djuanda dan Mengembangkan atraksi wisata Tahura Djuanda.

E. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola, potensi daya tarik yang dimiliki oleh wisata Tahura Djuanda perlu lebih diperhatikan. Terutama daya tarik wisata Goa Belanda dan Jepang, karena wisatawan yang datang mayoritas dikarenakan keberadaan daya tarik ini. Serta penambahan fasilitas pendukung disekitar kawasan Tahura Djuanda, dalam hal ini yang perlu ditingkatkan adalah jumlah toilet, tempat sampah, penambahan gazebo dan *shelter*, serta memperhatikan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas sarana dan prasarana yang sudah tersedia dikawasan Tahura Djuanda, dalam hal ini yang perlu di perhatikan adalah gazebo dan *shelter*, area bermain anak, serta kondisi jalan sekitar kawasan juga sangat penting untuk diperhatikan.
2. Bagi Pemerintah Kota Bandung, perlu adanya perbaikan aksesibilitas jalan terkait ruas jalan mendekati objek wisata Tahura Djuanda semakin menyempit, serta bekerjasama dengan pihak lain untuk membuat *event-event* seni dan budaya yang diselenggarakan secara berkala dan terus menerus di lokasi wisata Tahura Djuanda, tujuannya agar masyarakat mengetahui keindahan alam dan kelestarian flora fauna yang dimiliki wisata Tahura Djuanda.

3. Bagi masyarakat setempat, perlu menjaga dan melestarikan sumber daya alam yang dimiliki objek wisata Tahura Djuanda yang merupakan potensi atau modal utama yang dapat menarik kedatangan wisatawan, serta masyarakat ikut menjaga kebersihan dan kelestarian kawasan wisata Tahura Djuanda, karena kelestarian dan kebersihan lingkungan merupakan kunci utama dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata Tahura Djuanda.

Tangkilisan, H. N. (2015). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Daftar Pustaka

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. (2018).
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Republik, I. (n.d.). Undang-Undang No. 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Lembaran Negara RI Tahun 2002, No. 4219 Sekretariat Negara. Jakarta.
- Oka, A. Y. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.
- Pradikta. (2013). Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunung Rowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Salusu, J. (2006). *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo.