

DEVELOPMENT TOURISM STRATEGY IN BURU PARK MASIGIT KAREUMBI MOUNTAIN

Nurul Syamsiah¹

Prodi Bahasa Jepang
STBA YAPARI-ABA Bandung
Inoel866@gmail.com

Yudi Satriadi²

Prodi Bahasa Inggris
STBA YAPARI-ABA Bandung
yudi@wpu-bandung.com

Adiarti Budi Kartini³

Prodi Bahasa Inggris
STBA YAPARI-ABA Bandung
adiartibudikartini@gmail.com

ABSTRACT

The Masigit Kareumbi area is known as the Gunung Masigit-Kareumbi Hunting Park (TBMK) is currently being reorganized to become a leading tourist area, especially the ecotourism area. This study aims to develop a strategy plan for the development of the Masigit Kareumbi Mountain area as an ecotourism area. The research method used in this study is a descriptive research method that is qualitative through data validity criteria. The data was collected by conducting observations, interviews and Focus Group Discussion with TBKM stakeholders, while the strategic plan for developing the Gunung Masigit Kareumbi area as an ecotourism area was prepared using the SWOT analysis method. Based on this study, it was concluded that TBMK has the potential to be developed into an ecotourism area, and based on the SWOT analysis the development strategy that must be carried out is to develop unique ecotourism activities, whose marketing is carried out by utilizing information and communication technology and improving facilities, infrastructure at tourist sites and increasing the professionalism of TBMK tourism area management.

Keywords : Strategic Plan, Masigit Kareumbi Mountain, Ecotourism

STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA TAMAN BURU GUNUNG MASIGIT KAREUMBI (TBMK)

ABSTRAK

Kawasan Masigit Kareumbi atau yang lebih dikenal dengan nama Taman Buru Gunung Masigit-Kareumbi (TBMK) saat ini sedang ditata kembali untuk dijadikan kawasan wisata unggulan khususnya kawasan ekowisata. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rencana strategi pengembangan kawasan Gunung Masigit Kareumbi sebagai kawasan ekowisata. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif melalui kriteria validitas data. Data dikumpulkan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan Fokus Grup Diskusi dengan pemangku kepentingan TBKM, sedangkan rencana strategis pengembangan kawasan Gunung Masigit Kareumbi sebagai kawasan ekowisata disusun dengan menggunakan metode analisis SWOT. Berdasarkan penelitian ini, disimpulkan bahwa TBMK memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kawasan ekowisata, dan berdasarkan analisa SWOT strategi pengembangan yang harus dilakukan adalah mengembangkan kegiatan ekowisata yang unik, yang pemasarannya dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dan melakukan peningkatan fasilitas, infra stuktur di lokasi wisata serta meningkatkan profesionalisme pengelolaan kawasan wisata TBMK.

Kata Kunci : Rencana Strategis, Gunung Masigit Keumbi, Ekowisata.

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia telah menyadari pentingnya kepariwisataan untuk ekonomi negara dan perlunya pengelolaan sektor pariwisata melalui perencanaan yang mantap dari segi kerangka pemerintahan dan perundangan, pengorganisasian sektor, dan pelayanan serta fasilitas penunjang. Kerangka perencanaan yang demikian memerlukan pengembangan dan pelaksanaan kebijaksanaan dan strategi pariwisata nasional yang mengacu kepada potensi dampak lingkungan, ekonomi, dan sosio-kultural, baik secara sektoral maupun regional. Terkait dengan hal tersebut, Pemerintah Indonesia menetapkan Undang-undang No. 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup yang disempurnakan menjadi Undang-undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Substansi pengelolaan lingkungan hidup menurut UU tersebut harus berasaskan pelestarian lingkungan yang serasi dan seimbang untuk menunjang

pembangunan berkelanjutan bagi peningkatan kesejahteraan manusia serta kesinambungan generasi.

Pengelolaan kepariwisataan Indonesia telah berubah ke arah pengelolaan yang diupayakan dengan daerah sebagai perwujudan otonomi daerah. Peluang awal ini merupakan kesempatan kepada daerah untuk dapat secara lebih bebas melahirkan strategi pengembangan yang bercirikan pada karakter sumber daya pariwisata. Seyogyanya hal ini dapat disesuaikan dengan perkembangan pasar kepariwisataan regional maupun internasional yang telah mengarah kepada pariwisata baru (*new tourism*).

Imanuddin dalam websitenya mengatakan bahwa Kawasan Masigit-Kareumbi dikenal juga dengan nama Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi (TBMK) terletak sekitar 31 km di sebelah Barat Daya kota Bandung atau 12 km dari di sebelah Utara kota kecamatan Cicalengka searah dengan objek wisata Curug Cinulang. Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi ditunjuk menjadi taman buru dengan Surat Keputusan Menteri Pertanian No. 29/Kpts/Um/5/1976 pada tanggal 15 Mei 1976, dan ditetapkan menjadi taman buru dengan Surat keputusan Menteri Kehutanan No. 298/Kpts-II/98 pada tanggal 27 february 1998. Kawasan Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi ini memiliki luas 12.443,1 Ha. Terletak pada area yang menjadi kewenangan tiga kabupaten, yaitu Kabupaten Bandung, Kabupaten Sumedang dan Kabupaten Garut, dan merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang sebagian besar wilayahnya masih merupakan hutan hujan pegunungan tropika. Topografi kawasan umumnya berbukit sampai bergunung-gunung dengan puncak tertinggi gunung Karenceng dengan ketinggian 1.763 m dpl. Secara geografis kawasan Taman Buru Gunung Masigit-Kareumbi terletak antara 6° 51' 31" sampai 7° 00' 12" Lintang Selatan dan 107° 50' 30" sampai 108° 1' 30" Bujur Timur.

Tyas (Manajer Pengelola Taman Buru Masigit Kareumbi) mengatakan Asal nama Kawasan Masigit Kareumbi adalah dari Masigit yang diambil dari Pasir Masigit yang terletak di sebelah Timur kawasan. Sedangkan Kareumbi berasal dari gunung Kareumbi di sebelah Barat kawasan. Kareumbi juga diambil dari nama sebuah pohon, yaitu pohon Kareumbi (*Homalanthus populneus*) yang dahulu banyak terdapat di gunung tersebut.

Manajemen pengelolaan kawasan konservasi Masigit Kareumbi, telah menyusun rencana pengelolaan dan pengembangan kawasan ini. Enam program telah direncanakan dalam rencana jangka pendek dan menengah. Secara garis besar ke enam program tersebut adalah : Program Konservasi Sumber Daya Alam, Program Pemberdayaan Masyarakat, Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, Program-program Ekowisata dan Wisata Buru.

Program konservasi sumber daya alam yang dicanangkan oleh manajemen adalah pengayaan habitat dengan jenis-jenis tanaman asli, pembibitan, penanaman dan pemeliharaan tanaman endemik melalui pola adopsi pohon, pencegahan dan penindakan kerusakan ekosistem.

Program kedua adalah program pemberdayaan masyarakat, yang meliputi: kegiatan wanatani dan perhutanan sosial, pelibatan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan konservasi dan ekowisata di Kawasan Konservasi Masigit Kareumbi dan pengembangan potensi masyarakat berdasar potensi alam dan sosio budaya setempat.

Manajemen juga menggagas program ketiga yang menekankan pada penelitian dan pengembangan dengan menjadikan kawasan konservasi Masigit Kareumbi menjadi laboratorium alam untuk penelitian akademik, menjadikan tempat kajian praktis monitoring ekosistem pada jenis dan sebaran flora fauna yang ada di kawasan, menjadikan tempat penelitian bagi habitat rusa serta tempat penelitian dan kajian metode pengelolaan sumber daya alam untuk kawasan Taman Buru.

Program ke empat yang disusun pihak pengelola adalah program pendidikan dan pelatihan yang meliputi pendidikan praktis tentang lingkungan dan ekosistem, pelatihan manajemen di alam terbuka, pelatihan teknik hidup di alam bebas, pelatihan pencegahan dan penanggulangan kebakaran hutan, pelatihan penanggulangan bencana dan pelatihan etika, teknik dan aturan berburu.

Sedangkan yang menjadi program ke lima adalah program-program yang berkenaan dengan program ekowisata, seperti perjalanan wisata alam (*trekking*), pengamatan burung (*bird watching*), aktifitas Fotografi, perkemahan (*camping site*), bersepeda gunung dan rumah Pohon.

Program yang ke enam adalah Wisata Buru yang meliputi peninjauan ke tempat restorasi dan pengembangan habitat rusa, peninjauan ke penangkaran dan peliaran rusa dan serta melakukan monitoring populasi dan perburuan.

Untuk menentukan strategi yang tepat maka dibuatlah satu penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan jika Taman Buru Masigit-Kareumbi dikembangkan sebagai kawasan ekowisata dan mempelajari serta menggali potensi ekowisata yang dapat dikembangkan di kawasan Masigit-Kareumbi. Oleh karena itu, kawasan Gunung Masigit Kareumbi ini harus menjadi kawasan ekowisata unggulan, maka sebuah rencana strategis tentulah harus disusun.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan, diantaranya oleh Deni dalam Jurnal Ilmu Kehutanan Volume IV No. 1 tahun 2010. Dari hasil penelitian tersebut, didapat bahwa kawasan Taman Buru Masigit-Kareumbi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk ekowisata. potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan sebagai produk ekowisata adalah di Cibaringbin dan Nanggorak berupa keanekaragaman jenis flora, jenis burung, primata, gejala alam dalam bentuk air terjun serta fenomena alam berupa perpaduan antara ekowisata perkebunan teh dengan tipe ekowisata hutan yang masih asli alami merupakan modal dasar dalam mengembangkan wisata ekologi.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Sawitri B. Utami dalam Jurnal Manajemen Pelayanan Publik, Vol 1, No. 1 tahun 2017. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Kegiatan kolaborasi yang dilakukan dalam pengelolaan Kawasan Kareumbi tersebut sudah mengikuti tahapan-tahapan dalam kolaborasi bahkan sampai proses monitoring dan evaluasi. Namun hubungan ini melemah karena tugas dan peran masing-masing pihak tidak dapat dimengerti karena belum ada SOP (Standar Operasional Prosedur) yang menjadi dasar dalam pembagian tugas dan peran tiap stakeholder. Diperlukan aturan yang komprehensif dan turunan dari aturan tersebut tersusun SOP yang sangat jelas mengatur peran dan fungsi tiap *stakeholder* yang memiliki kepentingan dalam area Taman Buru Masjid Kareumbi.

Atraksi (objek dan daya tarik) merupakan komponen yang sangat vital karena atraksi merupakan faktor penyebab utama seorang wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Sebagaimana dikatakan oleh Gunn (1972: 24) dalam Pitana (2005: 102), “*the attraction represent the most important reasons for travel to destinations*”.

Berdasarkan uraian di atas, kawasan pariwisata sebagai lingkungan hidup binaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata lingkungan binaan, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait bidang tersebut tanpa merusak lingkungannya. Oleh karena itu, pariwisata yang sebaiknya dikembangkan terutama di kawasan pedesaan atau pegunungan adalah ekowisata.

Menurut Wight (dalam Ramly, 2007: 52), “ekowisata sebagai industri berkelanjutan memiliki ciri prinsip pokok sebagai berikut: 1) tidak mengalami degradasi sumber daya tetapi berkembang sesuai dengan bagaimana lingkungan itu bekerja; 2) dalam jangka panjang memberikan keuntungan pada sumber daya, komunitas lokal dan industri, sehingga menguntungkan untuk aspek konservasi, kegiatan ilmiah, aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi; 3) adanya keterlibatan pendidikan untuk semua unsur, baik komunitas lokal, pemerintahan, lembaga swadaya masyarakat (LSM), industri maupun wisatawan; 4) bertanggung jawab pada semua komponen nilai intrinsik sumber daya; 5) sumber daya memiliki keterbatasan sehingga perlu dikelola berbasis orientasi suplai; 6) mempromosikan pengertian dan keterlibatan kemitraan di antara manusia pelaku, baik yang berada di pemerintahan, organisasi pemerintahan, industri, ilmuwan maupun orang-orang lokal; 7) mempromosikan moral dan tanggung jawab etika”.

Pernyataan di atas sejalan dengan pernyataan Jamieson dan Noble (dalam Ramly, 2007: 56) yang menuliskan beberapa prinsip penting pembangunan pariwisata berkelanjutan: 1) Pariwisata tersebut mempunyai prakarsa untuk membantu masyarakat agar dapat mempertahankan pengawasan terhadap perkembangan pariwisata tersebut; 2) Pariwisata ini mampu menyediakan tenaga kerja yang berkualitas, kepada dan dari masyarakat setempat dan ada pertalian yang erat (yang harus dijaga) antara usaha local dan pariwisata; 3) Terdapat peraturan tentang perilaku yang disusun untuk wisatawan pada semua tingkatan (nasional, regional, dan setempat) yang didasarkan pada standar kesepakatan internasional. Pedoman tentang operasi pariwisata, taksiran penilaian dampak pariwisata,

pengawasan dari dampak kumulatif pariwisata, dan ambang batas perubahan yang dapat diterima merupakan contoh peraturan yang harus disusun; 4) Terdapat program-program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan serta menjaga warisan budaya dan sumber daya alam yang ada.

Cameron dan Quinn (1999:10) mengartikan perencanaan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Perencanaan strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki organisasi ataupun perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Perencanaan Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan.

Dari pendapat di atas, maka perencanaan strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif.

Suatu perencanaan strategi hendaknya mampu memberi informasi kepada pembacanya yang sekaligus berarti mudah diperbaharui oleh setiap anggota manajemen puncak dan setiap karyawan organisasi. Maka oleh Donelly (1996:109) dikemukakan enam informasi yang tidak boleh dilupakan dalam suatu perencanaan strategi, yaitu :

- a. Apa - apa yang akan dilaksanakan
- b. Mengapa demikian, suatu uraian tentang alasan yang akan dipakai dalam menentukan apa diatas
- c. Siapa yang akan bertanggungjawab untuk atau mengoperasionalkan strategi
- d. Berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mensukseskan strategi
- e. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk operasional strategi tersebut
- f. Hasil apa yang akan diperoleh dari strategi tersebut

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, perencanaan strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena perencanaan strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Menurut Grant (1999:21) perencanaan strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

- a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu

- bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.
- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan
 - c. Strategi sebagai target konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan. Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan.

Analisis SWOT untuk Perencanaan Strategis

Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana mengetahui apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan. Agar perencanaan strategi perusahaan atau organisasi disusun secara efektif, maka diperlukan adanya informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berkaitan dengan kondisi dan situasi perusahaan atau organisasi tersebut.

Salah satu metode untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan atau organisasi adalah analisis SWOT. Menurut Griffin (2004:228), analisis SWOT adalah evaluasi atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal suatu organisasi yang dilakukan secara berhati-hati, dan juga evaluasi atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan. Dalam analisis SWOT, strategik terbaik untuk mencapai misi suatu organisasi adalah dengan a. mengeksploitasi peluang dan kekuatan suatu organisasi, dan pada saat yang sama b. menetralkan ancamannya, dan c. menghindari atau memperbaiki kelemahannya.

Sedangkan menurut Freddy Rangkuti (2013: 19), analisis SWOT diartikan sebagai : “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”.

INTERNAL	<i>Strenght</i>/Kekuatan	<i>Weakness</i>/Kelemahan
EKTERNAL	Dituliskan beberapa peluang yang mungkin dihadapi	Dituliskan beberapa peluang yang mungkin dihadapi

<p>Opportunity/Peluang: Dituliskan beberapa peluang yang mungkin dihadapi</p>	<p>Strategi SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>Strategi WO Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p>Threat/Ancaman Dituliskan beberapa peluang yang mungkin dihadapi</p>	<p>Strategi ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman</p>	<p>Strategi WT Strategi yang meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman</p>

Sumber: Rangkuti (1997:31)

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif melalui kriteria validitas data. Surachmad (1970: 123) dalam bukunya “Dasar dan Teknik Research” menyatakan bahwa metode deskriptif memiliki ciri-ciri: 1) memuaskan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah aktual, 2) data dikumpulkan, mula-mula disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisis, karena itu metode ini disebut juga metode analisis.

Data diperoleh dari informasi pihak pengelola Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi dan melakukan studi pustaka. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan kunjungan ke kawasan wisata Gunung Masigit Kareumbi. Di sana dilakukan observasi dan wawancara dengan *stake holder*, pihak pengelola kawasan, masyarakat yang tinggal di kawasan dan dengan aparat pemerintah yang ada di wilayah kawasan wisata Gunung Masigit Kareumbi ini. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis data inilah dapat terungkap bagaimana potensi pengembangan kawasan wisata gunung Kareumbi-Masigit sebagai kawasan ekowisata. Setelah itu dilakukan penyusunan rencana strategis pengembangan kawasan Gunung Masigit Kareumbi bila dikembangkan sebagai kawasan ekowisata akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT.

Selanjutnya, dari hasil analisis data ini kemudian dibuat tabel SWOT, yang memaparkan tentang kondisi faktor internal yaitu Kekuatan dan Kelemahan serta kondisi faktor eksternal yaitu Peluang dan Ancaman, pengembangan Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi sebagai kawasan ekowisata.

Berdasarkan tabel SWOT ini kemudian disusun rencana strategi pengembangan Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi sebagai kawasan ekowisata. Rencana strategi yang disusun akan terdiri dari strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, strategi W-T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT Pengembangan Kawasan Ekowisata Gunung Masigit Kareumbi

Berdasarkan hasil kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara pada stakeholder kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi, analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan/ *Strenght*

- a. Lokasi berada ditempat yang strategis.
Kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi letaknya tidak terlalu jauh dari kota Bandung sebagai ibukota propinsi dan mudah dijangkau karena jalan menuju lokasi yang cukup memadai.
- b. Memiliki cukup banyak objek dan daya tarik ekowisata.
Dengan wilayah yang cukup luas, Kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi memiliki cukup banyak objek dan daya tarik ekowista, dimana setiap objek dan daya tarik wisata yang ada masing-masing memiliki sesuatu yang khas
- c. Satu-satunya kawasan Ekowisata yang memiliki taman buru di Pulau Jawa.
- d. Partisipasi masyarakat di sekitar objek wisata dalam pengembangan kawasan ekowisata cukup tinggi.
- e. Dikelola oleh orang-orang yang memiliki kecintaan terhadap keindahan alam dan memiliki dedikasi terhadap kelestarian lingkungan hidup.

2. Kelemahan

- a. Sebagai kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi belum memiliki fasilitas dan infratraktur yang memadai
- b. Strategi promosi dan pemasaran yang masih belum tertata dan terencana dengan baik
- c. Personil pengelola umumnya tidak memiliki kompetensi dan tak memiliki pengalaman profesional dalam mengelola sebuah kawasan ekowisata yang luas
- d. Pengelola (Manajemen) tidak memiliki dana yang memadai untuk melakukan investasi dalam upaya pengembangan kawasan ekowisata.
- e. Lokasi terlalu dekat dengan pemukiman warga sehingga kegiatan ekowisata seringkali terganggu oleh aktivitas warga yang bermukim disekitar kawasan ekowisata ini.

3. Peluang

- a. Pertumbuhan ekonomi yang positif pada 5 tahun terakhir yang menyebabkan pendapatan penduduk meningkat
- b. Munculnya gaya hidup “Cinta Lingkungan” dan berkembangnya kegiatan-kegiatan di alam bebas
- c. Akses jalan menuju lokasi yang semakin lama semakin baik
- d. Semakin dikenalnya kawasan ini sebagai kawasan ekowisata oleh baik oleh wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara
- e. Berkembangnya teknologi Informasi dan komunikasi yang dapat digunakan sebagai media untuk melakukan pemasaran dan promosi.

4. Ancaman

- a. Munculnya kawasan ekowisata sejenis yang dikelola dengan lebih profesional
- b. Kerusakan dan degradasi lingkungan baik secara alamiah maupun karena aktivitas manusia
- c. Berakhirnya kemitraan maupun MOU kerjasama pengelolaan kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi ini
- d. Berubahnya peruntukan kawasan dari kawasan konservasi menjadi kawasan non konservasi.

B. Rencana Strategis Pengembangan Kawasan Ekowisata Gunung Masigit Kareumbi

Setelah analisis swot dilakukan dan kondisi lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan teridentifikasi, demikian juga setelah lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman juga teridentifikasi, maka disusunlah rencana strategis dengan menggunakan table SWOT.

Rencana Strategi yang disusun terdiri atas strategi,

1. Strategi S-O yaitu Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
2. Strategi S-T yaitu Strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.
3. Strategi W-O yaitu Strategi meminimalkan kelemahan yang dimiliki agar tetap dapat memanfaatkan peluang.
4. Strategi W-T yaitu Strategi kelemahan sekaligus menghindari ancaman agar tetap bertahan.

Berikut adalah tabel dari rencana strategis yang telah disusun untuk pengembangan kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi :

Tabel 1. Perencanaan strategi pengembangan Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi sebagai kawasan eko wisata

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan/STRENGTH</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokasi berada ditempat yang strategis. ▪ Memiliki cukup banyak objek dan daya tarik ekowisata. ▪ Satu-satunya kawasan Ekowisata yang memiliki taman buru di Pulau Jawa. ▪ Partisipasi masyarakat di sekitar objek wisata dalam pengembangan kawasan ekowisata cukup tinggi. ▪ Dikelola oleh orang-orang yang memiliki kecintaan terhadap keindahan alam dan memiliki dedikasi terhadap kelestarian lingkungan hidup. 	<p>Kelemahan/WEAKNES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sebagai kawasan ekowisata Gunung Masigit Kareumbi belum memiliki fasilitas dan infrastruktur yang memadai ▪ Startegi promosi dan pemasaran yang masih belum tertata dan terencana dengan baik ▪ Personil pengelola umumnya tidak memiliki kompetensi dan tak memiliki pengalaman profesional dalam mengelola sebuah kawasan ekowisata yang luas ▪ Pengelola (Manajemen) tidak memiliki dana yang memadai untuk melakukan investasi dalam upaya pengembangan kawasan ekowisata. ▪ Lokasi terlalu dekat dengan pemukiman warga sehingga kegiatan ekowisata seringkali ini terganggu
<p>Peluang/OPPORTUNITY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan ekonomi yang sehingga pendapatan penduduk meningkat • Munculnya gaya hidup “Cinta Lingkungan” dan kegiatan-kegiatan di alam bebas • Akses jalan menuju lokasi yang semakin baik 	<p>STRATEGI S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kembangkan Produk atau kegiatan ekowisata yang unik yang berbeda dengan tempat yang lain • Lakukan promosi dan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi Informasi dan komunikasi 	<p>STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kerjasama antar stake holder dalam pengembangan ekowisata baik dalam kegiatan maupun promosi • Jalin kerjasama dengan dengan stake holder dalam melengkapi sarana dan prasaran wisata

<ul style="list-style-type: none"> • Semakin dikenalnya kawasan ini sebagai kawasan ekowisata • Berkembangnya teknologi Informasi dan komunikasi dapat digunakan sebagai media untuk melakukan pemasaran dan promosi. 		
<p>Ancaman /TRHEAT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Munculnya ekowisata sejenis yang dikelola dengan lebih profesional • Kerusakan dan degradasi lingkungan • Berakhirnya MOU kerjasama pengelolaan kawasan ekowisata • Berubahnya peruntukan kawasan 	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkatkan Profesionalisme dalam pengelolaan • Libatkan partisipasi warga untuk ikut menjaga kelestarian lingkungan • Prioritaskan promosikan daya tarik atraksi wisata berburu • Lakukan kerjasama yang lebih luas agar MOU pengelolaan dan peruntukan kawasan tidak berubah 	<p>STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkatkan fasilitas dan infrastruktur hingga memadai • Lakukan promosi dengan lebih terencana dan terukur • Tingkatkan profesionalisme dalam pengelolaan kawasan • Galang modal agar dapat melakukan investasi dalam pengembangan kawasan

Berdasarkan tabel di atas, maka rencana strategis yang dapat diterapkan untuk pengembangan kawasan wisata Gunung Masigit Kareumbi sebagai kawasan ekowisata adalah :

1. Strategi S-O
 - a. Kembangkan Produk atau kegiatan ekowisata yang unik yang berbeda dengan tempat yang lain
 - b. Lakukan promosi dan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi Informasi dan komunikasi
2. Strategi W-O
 - a. Kerjasama antar *stake holder* dalam pengembangan ekowisata baik dalam kegiatan maupun promosi
 - b. Jalin kerjasama dengan dengan *stake holder* dalam melengkapi sarana dan prasarana wisata
 - c.
3. Strategi S-T
 - a. Tingkatkan Profesionalisme dalam pengelolaan
 - b. Libatkan partisipasi warga untuk ikut menjaga kelestarian lingkungan

- c. Prioritaskan promosikan daya tarik atraksi wisata berburu dan melakukan kerjasama yang lebih luas agar MOU pengelolaan dan peruntukan kawasan tidak berubah
4. Strategi W –T
 - a. Tingkatkan fasilitas dan infrastruktur hingga memadai
 - b. Lakukan promosi dengan lebih terencana dan terukur
 - c. Tingkatkan profesionalisme dalam pengelolaan kawasan
 - d. Galang modal agar dapat melakukan investasi dalam pengembangan kawasan

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Taman Buru Gunung Kareumbi-Masigit ini adalah :

1. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan terhadap faktor internal dan faktor eksternal dari kawasan wisata gunung Masigit Kareumbi, maka keunggulan kawasan wisata Gunung Kareumbi – Masigit sebagai objek wisata adalah berada di tempat yang strategis, memiliki cukup banyak objek dan daya tarik wisata serta merupakan satu-satunya kawasan Ekowisata yang memiliki taman buru di Pulau Jawa.
2. Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi kawasan ekowisata. Strategis untuk pengembangan Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi adalah mengembangkan kegiatan ekowisata yang unik yang pemasarannya dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.
3. Di samping itu, strategi yang juga harus dilaksanakan untuk pengembangan Kawasan Wisata Gunung Masigit Kareumbi adalah Peningkatan fasilitas dan infra stuktur serta peningkatan profesionalisme pengelolaan

DAFTAR PUSTAKA

- Cameron and Quinn. (1999). *“Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework.* Reading Mass: Addison Wesley.
- Darsoprajitno, Soewarno. (2002). *Ekologi Pariwisata. Tata Laksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Pariwisata.* Bandung: Angkasa.
- Deni. (2010). Kajian Awal terhadap Potensi Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Jawa Barat untuk Pengembangan Ekowisata. *Jurnal Ilmu Kehutanan Volume IV Nomor I.*
- Djajasudarma, T. Fatimah. (1993). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian.* Bandung: Eresco.

- Donnelly, Gibson. (1996). *Organisasi, Prilaku, Struktur, Proses*. Jakarta: Erlangga
- Erlangga Ramly, Nadjamuddin. (2007). *Pariwisata Berwawasan Lingkungan. Belajar dari Kawasan Wisata Ancol*. Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu.
- Grant, Robert M. (1999). *Analisis Strategi Kontemporer, Konsep, Teknik, Aplikasi. Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Ricky W. (2004). *Manajemen Edisi Ketujuh*. Jakarta : Erlangga
- Imanuddin, Abdul Malik. 2015. *Taman Buru Masigit Kareumbi*, diakses dari <http://sumedangtandang.com/direktori/detail/taman-buru-masigit-kareumbi-tbmk.htm>, pada tanggal 2 November 2018
- Pendit, S Nyoman. (1994). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pitana, I Gede. dan Putu G. Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata. Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Porter, Micheal E. (1993). *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti, Sastrayuda G. dan Afriza L. (2018). *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.
- Soemarwoto, Otto. (1983). *Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan.
- Spillane, James J. (1987). *Pariwisata Indonesia. Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- _____, (1994). *Pariwisata Indonesia. Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

- Stephanie, K. Marrus. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press
- Sudaryanto. (2005). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Jogjakarta: Duta wacana University Press.
- Surachmad, Winarno. (1970). *Dasar dan Teknik Research: Pengantar Metodologi Ilmiah*. Bandung: Tarsito.
- Syam, Nina W. (2010). *Pariwisata di Indonesia. Studi Eksperimen di TAHURA Juanda dan Pantai Carita Banten*. Bandung: News Publishing.
- Tarigan, Henry Guntur. (1983). *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa
- Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Utami, Sawitri B dan Ramadhan Pancasilawan. (2017). Kolaborasi dalam Pengelolaan Kawasan Konservasi Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik, Vol1, No. 1*
- Wardiyanto dan Baiquni, M. (2011). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: Lubuk Agung
- Yoeti, Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa