

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI CURUG ASEUPAN PARONGPONG

Apay Safari¹

apaysaf@yahoo.co.id

STIEPAR YAPARI BANDUNG

Anti Riyanti²

STIEPAR YAPARI BANDUNG

antiriyanti2018@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out the tourist attraction of the Aseupan Parongpong Waterfall. Be a travel recommendation by improving what infrastructure is needed, increasing visits and knowing the positive and negative impacts of tourism development of Aseupan Parongpong Waterfall. This study uses descriptive qualitative methods where this research is carried out naturally with natural results according to what was obtained at the time of the research. Data collection techniques were carried out by observation, documentation, and interviews and then validated by triangulation. After validation, it is reprocessed with a SWOT analysis where this analysis aims to determine the intended target market.

From the results of the research, the attractiveness of the Aseupan Parongpong waterfall is in a good category because tourists who visit want a beautiful natural atmosphere but for the satisfaction of tourists it is necessary to improve infrastructure and opening access roads to other waterfalls in the location so that it adds to the attraction. Other attractions are being worked on by the Pokdarwis to hold cultural performances around the location, so the attraction of Aseupan Parongpong Waterfall can be categorized as superior for increasing tourist visits. The development strategy that will be carried out by the manager is quite good which will improve the footpath infrastructure first, then the manager is proposing additional employees to maximize existing facilities so that the cleanliness of the location is more considered.

Keywords: *Strategy, Development, Tourist Attraction, Aseupan Parongpong Waterfall.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik wisata Curug Aseupan Parongpong menjadi rekomendasi berwisata dengan meningkatkan infrastuktur yang dibutuhkan, meningkatkan kunjungan dan mengetahui dampak positif negatif pengembangan wisata Curug Aseupan Parongpong. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana penelitian ini dilakukan secara alamiah dengan hasil natural sesuai apa yang didapat pada saat penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara kemudian divalidasi oleh

triangulasi. Setelah validasi diolah kembali dengan analisis SWOT dimana analisa ini untuk mengetahui sasaran pasar yang dituju.

Dari hasil penelitian daya tarik Curug Aseupan Parongpong dalam kategori baik karena wisatawan yang berkunjung menginginkan suasana alam yang asri namun bagi kepuasan para wisatawan perlu adanya peningkatan infrastuktur serta pembukaan akses jalan menuju curug lain yang berada di lokasi sehingga menambah daya tarik. Atraksi lainsedang diusahakan oleh pihak pokdarwis untuk mengadakan pagelaran budaya di sekitar lokasi maka daya tarik Curug Aseupan Parongpong dapat dikategorikan unggul bagi meningkatnya kunjungan wisata. Strategi pengembangan yang akan dilakukan pihak pengelola cukup baik dimana akan meningkatkan infrastuktur jalan setapak terlebih dahulu kemudian pihak pengelola sedang mengajukan penambahan karyawan untuk memaksimalkan fasilitas yang ada agar lebih diperhatikan kebersihan lokasi.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Daya Tarik Wisata, Curug Aseupan Parongpong

PENDAHULUAN

Pariwisata, secara sederhana, adalah aktivitas perjalanan atau liburan ke berbagai tempat yang bertujuan untuk bersenang-senang. Namun, lebih dari itu, pariwisata juga bisa menjadi sarana yang efektif untuk memanfaatkan sumber daya alam dan meningkatkan nilai ekonomi di suatu wilayah. Tempat wisata yang memiliki kekayaan alam dapat menarik pengunjung dari berbagai negara dan meningkatkan kesadaran akan keindahan alam serta kecintaan terhadap tanah air. Tidak hanya itu, pariwisata juga memiliki potensi untuk menghilangkan kejenuhan, membangkitkan kreativitas, dan meningkatkan produktivitas individu. Oleh karena itu, pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya di berbagai belahan dunia (Joseph, Edison, & Kartika, 2023).

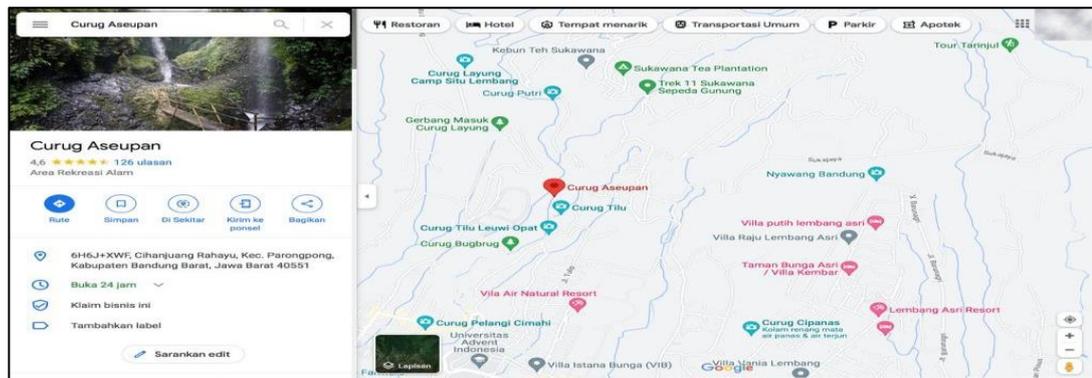
Daya tarik wisata merupakan salah satu faktor penarik yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan perjalanan untuk mempengaruhi wisatawan dalam melakukan perjalanan untuk memenuhi kebutuhan dan rasa ingin tahu tentang pengalaman baru yang belum pernah dirasakannya. Faktor inilah yang dijadikan sebagai arahan dalam pengembangannya (Karini, & Tuffahati (2023).

Salah satu upaya strategi pengembangan industri pariwisata dapat dilakukan dengan cara pengembangan atraksi wisata di suatu kawasan sebagai daya tarik wisata. Pengembangan atraksi wisata ini tentunya direncanakan dan dilakukan sesuai dengan potensi dan kemampuan daerah untuk menyusun rencana dan mengelola secara optimal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Suatu tempat atau kawasan wisata di suatu daerah baiknya memiliki beranekaragam atraksi, baik itu merupakan atraksi keindahan alam, keagungan manifestasi kebudayaan, pusat perekonomian, maupun atraksi lengkap yang secara keseluruhannya merupakan daya tarik kuat bagi para wisatawan dalam maupun luar negeri.

Kabupaten Bandung Barat merupakan wilayah otonomi hasil pemekaran Kabupaten Bandung, luas wilayah Kabupaten Bandung Barat yaitu 1.305,77 KM² dan terdiri dari 16 kecamatan yaitu kecamatan Padalarang, Ngamprah, Batujajar, Cipatat, Saguling, Lembang, Parongpong, Cisarua, Cihampelas, Cililin, Rongga, Cipongkor, Sindangkerta, Gununghalu, Cikalong wetan dan Cipendeuy.

Curug Aseupan Parongpong, adalah tempat wisata alam yang terletak di kawasan Ciwangun Parongpong Kabupaten Bandung. Curug Aseupan Parongpong cukup diketahui oleh masyarakat namun kondisi tersebut tidak diimbangi dengan akses yang memudahkan bagi pengunjung untuk mencapai lokasi curug, dengan sarana serta fasilitas yang tersedia di lokasi yang kurang diperhatikan, seperti jalan setapak yang belum seluruhnya dibangun sehingga cukup berbahaya dengan kondisi jalan yang curam, banyaknya bebatuan dan tanah merah yang mana jika terjadi hujan akan mengakibatkan jalan licin, selain itu tidak adanya pengaman seperti tiang penyanggah. Kurangnya fasilitas lainnya seperti; tempat sampah, kebersihan umum di sekitar lokasi yang kurang diperhatikan, rambu peringatan, denah lokasi, tempat peristirahatan, keamanan dan keselamatan lokasi wisata, toko souvenir dan akomodasi.

Curug Aseupan Parongpong memiliki potensi yang baik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan mengoptimalkan keindahan alamnya seperti banyaknya curug/ air terjun yang terdapat di sekitar, ada 4 leuwi dan 3 curug namun terdapat sarana serta fasilitas yang harus ditingkatkan. Penelitian ini untuk menganalisa; 1) daya tarik wisata dengan infrastruktur yang ada, 2) strategi pengembangan oleh pengelola Curug Aseupan Parongpong untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, 3) dampak positif dan negatif adanya pengembangan wisata. Berdasarkan analisis ini diharapkan dapat memenuhi kepuasan wisatawan, meningkatkan kunjungan dengan memberikan strategi cara mempromosikan objek wisata, sehingga menambah perekonomian masyarakat setempat dan memenuhi kepuasan wisatawan terhadap sarana dan fasilitas yang memadai.



Gambar 1. Peta Lokasi Curug Aseupan Parongpong

Tuohino & Konu (2019), menyatakan bahwa pengertian dari destinasi adalah area geografis sebagai lokasi yang dapat menarik wisatawan untuk tinggal secara sementara yang terdiri dari berbagai produk pariwisata, sehingga membutuhkan berbagai prasyarat untuk merealisasikannya. Kemudian Ridwan (2012) mengatakan, bahwa pengertian objek wisata merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Destinasi wisata adalah kawasan yang memiliki keunikan, keindahan, dan kekayaan alam atau budaya, yang dapat menarik para wisatawan untuk mengunjunginya.

Strategi

Strategi menurut Siagian (2019) dalam buku Manajemen Strategis, menyatakan Manajemen Strategi sebagai serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh pimpinan organisasi tertinggi untuk dipaksakan oleh seluruh perangkat organisasi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam melaksanakan strategi terdapat empat tahapan yang diperhatikan menurut menurut Suwandiyanto (2018) dalam buku Strategi Perusahaan yaitu:

- a. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/ perusahaan.
- b. Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak.
- c. Mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata.
- d. Berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas.

Pengembangan

Pengembangan diperlukan bagi sebuah obyek wisata untuk meningkatkan kualitas kawasan tersebut menurut Soemanto (2017), pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) merupakan penggerak utama sektor kepariwisataan membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari masyarakat dan pemerintah, kerjasama langsung dari kalangan usaha maupun dari pihak swasta. Pengembangan diperlukan bagi kepuasan wisatawan dengan berkembangnya suatu obyek wisata maka itu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, tetapi ketika ingin mengembangkan satu kawasan wisata maka banyak yang harus dilibatkan seperti masyarakat dan pengelola itu sendiri agar dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan, unsur yang diperhatikan ketika ingin mengembangkan suatu wisata adalah atraksi, amenities dan aksesibilitas.

Daya Tarik Wisata

Syarat daya tarik wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan diantaranya; *What to see* (apa yang dilihat), *What to do* (apa yang bisa dilakukan), *What to buy* (apa yang bisa dibeli), *What to arrived* (transportasi yang bisa digunakan), *What to stay* (penginapan yang tersedia). Wisatawan akan memilih suatu destinasi dengan mempertimbangkan daya tarik terlebih dahulu.

Lebih jelasnya Basiya dan Rozak (2012) mengemukakan, daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi tempat daya tarik, yaitu:

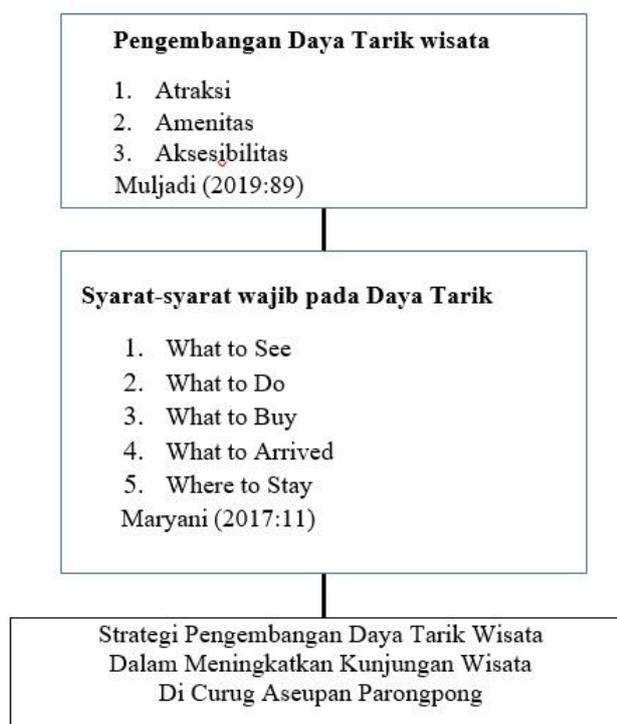
- a. Daya tarik wisata alam (*natural attraction*)
- b. Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*)
- c. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*)
- d. Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*)
- e. Pengaruh elemen-elemen daya tarik tempat tujuan wisata yang merupakan pilihan pengunjung.

Wisatawan adalah pelaku sebuah kegiatan wisata. Sihite (Marpaung, 2002) menjelaskan, bahwa wisatawan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Wisatawan Domestik, yaitu para pengunjung yang melakukan perjalanan ke suatu tempat, diluar tempat tinggalnya tetapi masih dalam Negara yang ditempatinya, dengan berbagai tujuan dan waktu minimal 24 jam.
2. Wisatawan Mancanegara, yaitu para pengunjung yang datang ke suatu Negara diluar negaranya sendiri dengan berbagai tujuan dengan waktu minimal 24 jam.

Wisatawan menurut Norval dalam Yuliani (2013), adalah setiap orang yang datang di suatu negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja secara teratur, dan membelanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. Kemudian menurut Norval dalam Suwena & Widyatmaja (2017), Wisatawan adalah setiap orang yang datang dari suatu negara asing, yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di tempat yang ia tinggali selama sementara waktu, dimana ia mencari uang di tempat lain.

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dari teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Destinasi wisata yang akan dianalisa pada penelitian ini adalah objek wisata Curug Aseupan Parongpong Kabupaten Bandung Barat dengan menggunakan teori strategi pengembangan destinasi wisata dan daya tarik wisata.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan kualitatif, menurut Mukhtar (2013) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Penelitian ini menjelaskan bagaimana keadaan sarana serta fasilitas yang ada pada Curug Aseupan Parongpong, sesuai dengan kondisi objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

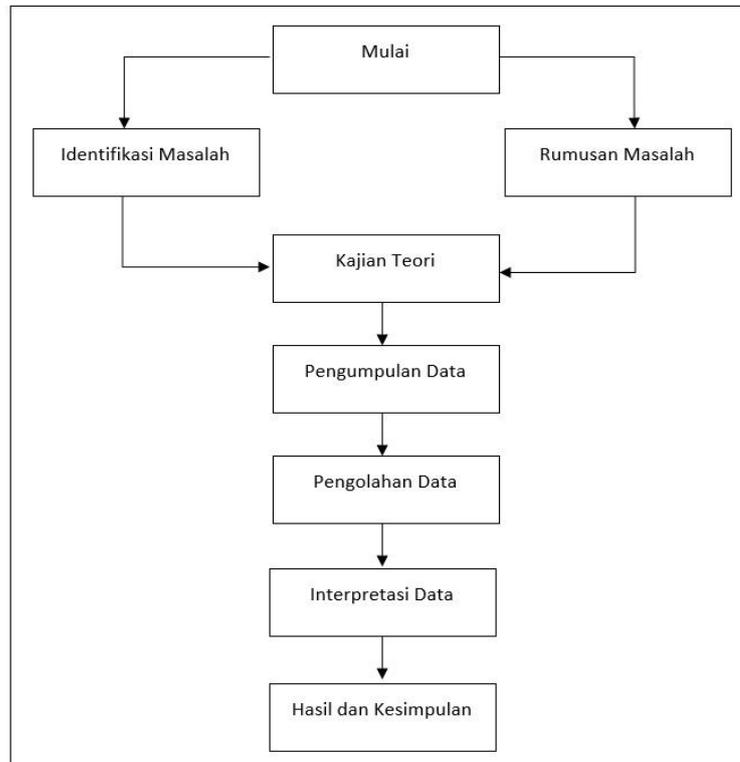
Ada beberapa sifat dari metode kualitatif menurut Raco (2010), metode kualitatif memiliki beberapa sifat khususnya, yaitu penekanan pada lingkungan yang alamiah

(*naturalistic setting*), induktif (*inductive*), fleksibel (*flexible*), pengalaman langsung (*direct experience*), kedalaman (*indepth*), proses, menangkap arti (*verstehen*), keseluruhan (*wholeness*), partisipasi aktif dari partisipan dan penafsiran.

Dengan kualitatif terfokus pada alamiah (*natural*) maka jenis penelitian ini menonjolkan pada proses yang dilakukan karena perlu proses menyelidiki, menemukan, menggambarkan dan menjelaskan suatu objek yang diteliti dengan hasil tanpa manipulasi dan sumber data yang asli.

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau *naturalistic* karena dilakukan pada kondisi yang alamiah.



Gambar 3. Desain Penelitian

2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi diperlukan bagi penelitian ini ditujukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2015) suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel & Fokus	Dimensi	Indikator	Sumber
1	Daya tarik	<i>What to see</i>	1. Keunikan daya tarik 2. Suasana alami 3. Air terjun yang menjadi daya tarik utama	Observasi dan Wawancara
		<i>What to do</i>	1. Menyantap makanan dengan pemandangan air terjun	Pengelola dan Wisatawan

No	Variabel & Fokus	Dimensi	Indikator	Sumber
	Wisata Maryani (2017:11)		2. Berswafoto di kawasan curug	
		<i>What to buy</i>	1. Souvenir tersedia pada warung	
		<i>What to arrive</i>	1. Hanya bisa menggunakan transportasi pribadi	
		<i>What to stay</i>	1. Tersedia <i>camping ground</i> di sekitar curug	

3. Sumber Data

Sumber data digunakan untuk melengkapi data penelitian, dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder:

- a. Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh penulis dari sumber pertama secara langsung tanpa melalui perantara atau orang lain baik didapat secara individu atau kelompok, menjadikan data primer ini untuk menjawab pertanyaan pada penelitian, penulis melakukan metode survey dan observasi untuk memperoleh data dimana survey akan dilakukan dengan cara mewawancarai secara lisan kepada para pengunjung serta pengelola obyek wisata Curug Aseupan Parongpong, kemudian melakukan metode observasi yang dilakukan di lokasi dengan mempertimbangkan data yang didapat sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan untuk meneliti sarana serta fasilitas apa saja yang dibutuhkan oleh para wisatawan hal ini dilakukan secara terbuka dengan hasil kenyataan yang ada.
- b. Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang didapat dari media perantara maupun penelitian sebelumnya yang dilakukan di lokasi Curug Aseupan Parongpong. Data sekunder ini berupa bukti, catatan, atau laporan yang telah tersusun dalam satu arsip. Penulis mendapatkan data ini bisa berupa pada penelitian terdahulu atau data di Curug Aseupan Parongpong yang disimpan oleh pengelola wisata curug untuk pendukung pada penelitian.

4. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Dalam teknik pengumpulan dan pengolahan data berikut sesuai dengan metode yang diambil bahwa penulis menggunakan metode kualitatif yang dilihat dari cara pengumpulan data melalui wawancara, angket observasi, dokumentasi dan triangulasi.

a. Observasi

Penelitian dengan cara pendekatan kualitatif banyak metode yang dapat digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data. Observasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi lokasi yang akan diteliti dan menentukan karakteristik yang ada disana.

Menurut Supriyati (2011), observasi merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data penelitian dengan sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural. Dalam penelitian ini penulis mengobservasi kondisi kawasan atau fenomena yang terdapat di sekitar Curug sebagai bahan utama dalam merumuskan suatu strategi pengembangan

kawasan objek Curug Aseupan Parangpong untuk menambah tingkat kunjungan, dengan pelakunya wisatawan yang berkunjung dan pengelolaan Curug sebagai strategi pengembangan.

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi atau dokumenter dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan foto atau video untuk bukti atau pendukung ketika melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2012), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga akan semakin realistis apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada.

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan media foto dan tulisan berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Karena hasil atau bukti realistis menunjang kepada metode penelitian yang dipakai.

c. Wawancara

Sugiyono (2017), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan, ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit.

1) Pedoman Wawancara

Dalam pengumpulan suatu data, salah satu rangkaian yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara kepada pengelola serta wisatawan yang ada di kawasan Curug Aseupan Parangpong.

2) Triangulasi

Triangulasi merupakan cara untuk melakukan validitas dimana triangulasi digunakan untuk metode kualitatif, dengan cara menggabungkan hasil penelitian yang digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan bisa dipertanggung jawabkan. Menurut Sugiyono (2012), menyatakan triangulasi teknik, berarti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipasif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Moleong (2016), mengungkapkan bahwa triangulasi data adalah cara yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memeriksa valid atau tidaknya data. Di luar data, validitas data digunakan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Siagian (2019), merupakan salah satu instrumen analisis apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa "SWOT" merupakan akronim kata-kata *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan dan strategi serta kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategi Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada.

Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer adalah menggunakan analisis SWOT.

a. Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi analisis SWOT, faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor Strategi Internal (IFAS)

Berikut merupakan langkah-langkah menentukan IFAS, Rangkuti (2015):

- a) Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom 1. Susun 5 faktor dari kekuatan dan 5 faktor dari kelemahan (Rangkuti, 2001)
- b) Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2 skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total =1,00 (Diklat Spama, 2000). Faktor- faktor itu diberi bobot didasarkan pengaruh posisi strategis
- c) Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 10 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut variabel yang dianalisis. Variabel yang bersifat positif semua variabel yang masuk kategori kekuatan.
- d) Kalikan bobot dengan rating (nilai) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (menonjol) sampai dengan 1.0 (lemah).
- e) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor bobot faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana variabel yang dianalisis bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

2) Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Berikut merupakan langkah-langkah penentuan sebagai berikut:

- a) Masukkan faktor- faktor peluang dan ancaman pada tabel EFAS
- b) Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total =1,00
- c) Kalikan bobot dengan rating (nilai) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (menonjol) sampai dengan 1.0 (lemah)
- d) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor bobot faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana variabel yang dianalisis bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

b. Matriks SWOT

Matriks SWOT menurut David (2004:288), matriks *Threats, Oppurtunities, Weakness, Strenght* (TWOS) merupakan perangkat pencocokan penting yang membantu mengembangkan empat tipe strategi; Strategi SO (*Strenght-Oppurtunities*), Strategi WO (*Weakness-Oppurtunities*), Strategi ST

(*Strength-Threat*), dan Strategi WT(*Weakness-Threat*). Matriks Tows atau SWOT adalah yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. (Rangkuti, 2013)

Tabel 2. Matriks SWOT

IFAS E FAS	STRENGTHS (S) □ Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) □ 0,30 Tentukan 510 kelemahan internal
OPPORTUNITIES(O) □ Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) □ Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) □ Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) □ Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) □ Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) □ Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Kabupaten Bandung Barat

Batas wilayah administrasi Bandung Barat adalah;

Sebelah barat : berbatasan dengan Kabupaten Cianjur

Sebelah utara : berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang

Sebelah timur : berbatasan dengan Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi

Sebelah selatan : berbatasan dengan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Cianjur

Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan hasil pemekaran daerah Kabupaten Bandung yang disahkan berdasar Undang Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2007 Tentang Pembentukan Kabupaten Bandung Barat Di Provinsi Jawa Barat. KBB menjadi wilayah otonom ke-26 di Provinsi Jawa Barat yang mewarisi sekitar 1,4 juta penduduk dari 42,9% wilayah lama Kabupaten Bandung.

Secara administratif, Kabupaten Bandung Barat mempunyai luas 1.305,77 km² atau 3,75% dari luas wilayah Provinsi Jawa Barat yang terbagi dalam 16 kecamatan dan 165 desa. Destinasi wisata Kabupaten Bandung Barat didominasi dengan bagian utara KBB seperti Kecamatan Lembang, Padalarang, Cipatat.

2. Gambaran Curug Aseupan Parongpong

Curug Aseupan, sebuah tempat wisata alam yang terletak di kawasan Ciwangun Parongpong Kabupaten Bandung Barat berbatasan langsung dengan kebun pinus, dilewati oleh aliran sungai yang menuju Curug Cimahi dari hulu danau Situ Lembang. Dengan luas kawasan 5 hektar, Curug Aseupan memiliki ketinggian sekitar 25 meter dengan lebar 30 meter, memiliki 1 buah air terjun yang menjadi ciri khas dengan air terjun lainnya.

Curug Tilu, Curug Aseupan, Curug Citulang dan Curug Cilakik adalah air terjun yang bisa ditemukan di Ciwangun Parompong, Lembang. Lokasinya terletak tidak jauh dari Curug Cimahi, kurang lebih 2 km.



Gambar 4. Curug Aseupan

3. Karakteristik Informan

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui sumber informasi yang penulis dapatkan selama penelitian, penulis mendapatkan informan dari dua sumber yaitu 1 pengelola dan 9 wisatawan.

4. Hasil Penelitian

Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka tentang Curug Aseupan Parongpong;

a. Hasil Observasi

Curug Aseupan Parongpong saat ini sedang menurun pengunjung. Untuk hasil observasi penulis menemukan beberapa sarana serta fasilitas dalam kondisi kurang baik seperti jalan setapak yang sedikit curam dan licin. Ketika memasuki lokasi, kondisi jalan setapak cukup baik namun setelah 450 meter jalan setapak sudah mulai rusak hingga ke lokasi curug, dengan jalanan yang terjal cukup berbahaya ketika kondisi basah, tiang penyangga pun kurang diperhatikan ketika melewati anak tangga menuju akses masuk lokasi. Dari pintu gerbang jaraknya sekitar 400 meter.

Fasilitas-fasilitas yang tersedia di Curug Aseupan Parongpong cukup menunjang bagi para wisatawan namun kurangnya perhatian dari pihak pengelola membuat fasilitas yang ada terbengkalai. Terdapat 4 gazebo, 8 shelter, 3 mushola, 7 kamar mandi, ada juga pos pantau yang sudah tidak terpakai, untuk pusat informasi terdapat pada pembelian tiket ketika masuk karena kurangnya jumlah pengelola yang ada, untuk infrastruktur banyaknya pembangunan yang tidak dilanjutkan membuat bangunan tersebut menjadi rusak. Sedangkan untuk unit kesehatan di Curug Aseupan Parongpong belum tersedia namun ketika terjadi kecelakaan terhadap wisatawan pihak pengelola yang bertanggung jawab untuk membawa ke Puskesmas setempat. Warung yang tersedia di sekitar lokasi cukup banyak sepanjang jalan menuju curug, banyak warung untuk membeli minum atau sekedar beristirahat. Jika para wisatawan merasa kecapean karena perjalanan yang cukup jauh wisatawan dapat beristirahat di sekitar saung.

Untuk wisatawan yang ingin mengunjungi curug lainnya pengelola menyarankan untuk memakai jasa pemandu karena akses jalan yang belum dibuka

serta ketika terjadi kecelakaan diluar tanggung jawab pihak pengelola, jarak diantara satu curug dengan lainnya sekitar 1 km. Hasil observasi untuk daya tarik curug cukup bagus bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam karena belum banyaknya pembangunan yang dilakukan di lokasi serta adanya curug lain di sekitar lokasi dapat menambah daya tarik. Apabila pihak pengelola telah melakukan sosialisasi dengan pokdarwis sekitar maka bisa diadakan pertunjukan budaya di lokasi curug untuk menambah daya tarik minat wisatawan.

Untuk strategi pengembangan, pihak pengelola sedang melakukan permohonan kepada Disparbud agar pihak pengelola dapat melakukan promosi sendiri sehingga dapat memperbarui setiap saat tentang keadaan Curug Aseupan Parongpong. Akses jalan setapak pihak pengelola memberi informasi akan adanya perbaikan dalam waktu dekat serta menambah rambu peringatan dan denah lokasi curug untuk keselamatan bagi wisatawan.

b. Hasil Studi Dokumentasi

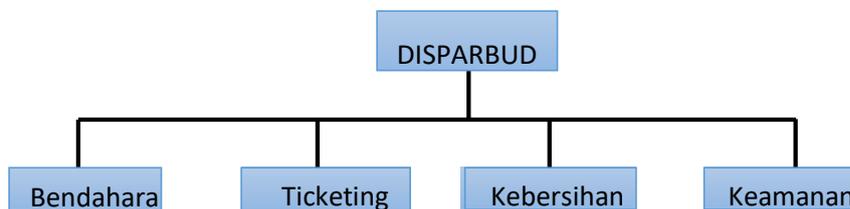
Berdasarkan data yang diberikan oleh pengelola curug, pengunjung menurun drastis yang sebelumnya mampu 100 wisatawan perhari sekarang hanya 40 wisatawan perhari.

Tabel 3. Jumlah Wisatawan 2020-2022

Tahun	Jumlah wisatawan	Keterangan
2020	10.000	Jumlah wisatawan Domestik & Mancanegara
2021	16.000	Jumlah wisatawan Domestik & Mancanegara
2022	14.700	Jumlah wisatawan Domestik & Mancanegara

Sumber: Pengelola Curug Aseupan Parongpong, 2022

Pihak pengelola curug untuk karyawan yang ada hanya terdapat 4 pengelola yang resmi sedangkan 1 orang petugas kebersihan merupakan warga sekitar yang mana tugasnya membersihkan kawasan swafoto di lokasi curug.



Sumber: Pengelola Curug Aseupan Parongpong, 2022

c. Hasil Wawancara

Untuk pengumpulan data melalui hasil wawancara akan menampilkan 2 jenis tabel yang berbeda, 1 tabel untuk hasil wawancara dengan pengelola Curug Aseupan Parongpong dan 1 tabel untuk wisatawan/ pihak warga yang ada di lokasi curug. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola dapat dipahami bahwa strategi pembangunan dan daya tarik Curug Aseupan Parongpong cukup menarik bagi para wisatawan namun atraksi pagelaran budaya lokal belum resmi atau belum dijalankan karena untuk melakukan suatu acara itu berhubungan dengan kesadaran para warga

sekitar sedangkan pengelola hanya menyediakan tempat. Untuk unit kesehatan memang belum ada namun bila terjadi kecelakaan terhadap wisatawan pihak pengelola bertanggung jawab dan itu telah menjadi masukan untuk menambah fasilitas di lokasi. Fasilitas lainnya pihak pengelola sudah mengusulkan untuk menambah *playground* karena banyaknya wisatawan yang membawa keluarga. Keadaan jalan setapak disana menjadi perhatian utama karena bahaya bila terjadi hujan dapat mengakibatkan jalan yang licin dan memungkinkan adanya kecelakaan bagi wisatawan yang hendak mengunjungi lokasi. Dari hasil wawancara mendapatkan informasi bahwa Curug Aseupan Parongpong akan menaikkan tiket, menambah/ memperbaiki jalan dan fasilitas yang ada.

Untuk daya tarik pihak pengelola menawarkan keindahan alam yang masih natural dan kondisi lokasi swafoto curug yang sudah dibangun, serta wisatawan dapat menyantap kuliner dengan pemandangan hutan ataupun sungai yang asri. Untuk kebutuhan souvenir, saat ini sedang tidak beroperasi karena menurunnya tingkat kunjungan. Kebutuhan penginapan pun tersedia *camping ground* yang bisa dilakukan dengan negosiasi kepada pokdarwis sekitar.

d. Validitas Triangulasi

Untuk menguji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi dimana mengambil poin penting dalam dua variabel untuk menemukan hasil yang sesuai dengan apa yang telah dipaparkan pada metode pengumpulan data. Untuk validitas ini menggunakan tabel yang telah disusun;

Tabel 4. Validitas dengan Triangulasi

Variabel Hasil /Dokumentasi	Wawancara	Observasi	Interpretasi
Strategi	Hasil wawancara; Pengembangan yang diambil diutamakan pada perbaikan jalan serta peningkatan fasilitas bagi kenyamanan wisatawan	Hasil observasi; Sesuai dengan yang dibutuhkan oleh wisatawan karena jalan setapak yang belum dibangun serta banyaknya fasilitas yang tidak terurus dan belum adanya unit kesehatan	Hasil dari 3 metode; sudah diuraikan bahwa strategi yang diambil adalah peningkatan jalan setapak agar diperhatikan dan mengutamakan kebersihan di sekitar lokasi. Menambah unit kesehatan atau rambu peringatan bagi wisatawan
Daya Tarik Wisata	Untuk daya tarik perlu adanya kesadaran warga sekitar untuk mengadakan pagelaran di kawasan curug serta membuka akses jalan ke lokasi curug lainnya.	Daya tarik dari hasil observasi memaksimalkan spot foto yang telah dibangun seperti kebersihan shelter dan perawatan pada lokasi swafoto di lokasi dan meresmikan curug yang ada di lokasi	Pengelola sebaiknya melakukan pengarahannya kepada masyarakat warga sekitar agar lebih giat melaksanakan kegiatan adat karena menjadi tambahan dari suatu Objek Wisata, meresmikan akses ke lokasi curug lain dan <i>camping ground</i> yang akan meningkatkan jumlah kunjungan ke Curug Aseupan

Hasil dari validasi untuk strategi pengembangan dari pihak pengelola menginginkan peningkatan pada jalan setapak terlebih dahulu karena ini menjadi faktor utama yang harus diperhatikan. Kemudian peningkatan terhadap kebersihan daerah lokasi menjadi strategi yang diambil dan unit kesehatan. Sedangkan untuk daya tarik wisatawan tertarik dengan curug Aseupan karena keindahan alamnya, apabila akses menuju curug lainnya telah dibuat maka akan menambah daya tarik wisata alam, peningkatan pada daya tarik lainnya memaksimalkan fasilitas yang ada serta membuat atraksi yang melibatkan pokdarwis sekitar sebagai contoh membuat pertunjukan budaya.

Hasil dari strategi tersebut, bahwa permasalahan promosi, pihak pengelola belum mendapat izin sehingga sarana serta fasilitas yang ada belum dimaksimalkan dengan baik dan perbaikan jalan menjadi perhatian karena dengan harga tergolong murah sudah memasuki semua segmentasi. Namun bagi anak usia dini dan lanjut usia tidak dapat menikmati apa yang ada sekarang karena masalah aksesibilitas tersebut.

A. Kondisi Daya Tarik Wisata di Curug Aseupan Parongpong

Kondisi internal digambarkan sebagai berikut:

1. Memiliki fasilitas penunjang yang memadai
Dalam menciptakan tempat wisata yang baik dan menarik maka sangat diperlukan fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang keberlangsungan wisatawan dalam berwisata, pihak pengelola Curug Aseupan Parongpong Lembang yang dikelola oleh pihak Perhutani terus mengupayakan membuat fasilitas penunjang seperti *camping ground* dan *outbond*, juga membuat beberapa fasilitas sarana yang baik dan layak digunakan seperti, mushola, warung makan, toilet dan toko souvenir
2. Memiliki akses jalan yang cukup memadai
Seiring berjalannya waktu pihak pengelola Curug Aseupan Parongpong Lembang terus berupaya membangun jalan yang memadai, walaupun dalam kenyataannya masih memiliki jalan yang kurang baik namun akses jalan sudah dapat dilalui, baik oleh kendaraan roda dua maupun roda empat
3. Memiliki keamanan dan tingkat keselamatan yang cukup baik
Dalam menciptakan keamanan dan tingkat keselamatan, pihak pengelola juga bekerja sama dengan pihak Jasa Raharja mengenai asuransi yang berguna untuk memberi rasa aman dalam berwisata terhadap para wisatawan.
4. Namun memiliki kelemahan
Kelemahan yang ada adalah kompetensi karyawan yang lemah, kurang iklan di media sosial, lokasi yang kurang strategis.

B. Strategi Pengembangan oleh Pengelola Curug Aseupan Parongpong untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

1. Faktor internal dan eksternal di Curug Aseupan Parongpong

Perencanaan strategi dalam menggunakan dan memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunity*) serta meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*), dianalisis melalui instrumen yang dirancang dalam penelitian SWOT. Kemudian membandingkan antara faktor internal dan faktor eksternal untuk menghasilkan sebuah strategi yang efisien.

a. Aspek internal Curug Aseupan Parongpong Lembang

Aspek internal terdiri dari variabel di dalam lingkungan suatu organisasi, pada aspek internal terdapat kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh terhadap

kegiatan operasional. Berikut adalah hasil dari observasi, wawancara secara langsung:

Tabel 5. Hasil Pembobotan Analisis Faktor Internal (IFE)

No	Uraian Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki fasilitas penunjang seperti <i>camping ground</i> dan <i>outbond</i> , juga membuat beberapa fasilitas sarana yang baik dan layak digunakan seperti mushola, warung makan, toilet dan toko souvenir	0,15	3	0,45
2	Memiliki keamanan dan tingkat keselamatan yang cukup baik	0,10	3	0,30
3	Dalam menciptakan keamanan dan tingkat keselamatan pihak pengelola juga bekerja sama dengan pihak Jasa Raharja mengenai asuransi yang berguna untuk memberi rasa aman dalam berwisata terhadap para wisatawan	0,15	3	0,45
4	Memiliki akses jalan yang cukup memadai Seiring berjalannya waktu pihak pengelola curug Asepun terus berupaya membangun jalan yang memadai, walaupun dalam kenyataannya masih memiliki jalan yang kurang baik namun akses jalan sudah dapat dilalui baik itu oleh kendaraan roda dua maupun roda empat.	0,10	1	0,19
5	Memiliki sumber alam yang baik			
Total				1,30
No	Uraian <i>Weakness</i> (kelemahan)	Bobot	Rating	Skor
1	Karyawan kurang memiliki kompetensi	0,20	2	0,40
2	Kurangnya iklan di sosial media	0,15	2	0,30
3	Posisi lokasi Curug Asepun yang kurang strategis	0,15	2	0,30
Total		1,00		1,00

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022

Hasil *scoring* dan *rating* pada tabel di atas matriks IFAS untuk Curug Asepun Parongpong menghasilkan total 1,3 untuk faktor kekuatan dan 1 untuk faktor kelemahan, sehingga didapat selisih: $1,30 - 1,00 = 0,30$

b. Aspek eksternal di Curug Asepun Parongpong

Aspek eksternal adalah aspek yang terdiri dari variabel yang di luar lingkungan suatu perusahaan atau organisasi suatu perusahaan, di dalam aspek eksternal terdapat peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi kegiatan operasional dan bentuk organisasi atau perusahaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pembobotan Analisis Faktor Eksternal (EFE)

No	Uraian Peluang (<i>Oppurtunity</i>)	Bobot	Rating	Skor
1.	Mempunyai lahan yang cukup luas untuk menyelenggarakan kegiatan	0.15	3	0,45
2.	Berada di kawasan yang dekat dengan objek wisata di Kawasan Kabupaten Bandung Barat	0.10	2	0,20
3	Menerapkan protokol Kesehatan di kawasan wisata Curug Asepun	0.15	3	0,45

4	Harga tiket termasuk terjangkau di dalam kawasan wisata	0.10	2	0.20
Total				1,30
No	Uraian Peluang (Oppurtunity)			
1.	Harga tiket yang ditawarkan sejenis dengan pesaing wisata lain	0.10	2	0,20
2.	Media promosi yang digunakan kurang dapat menarik minat wisatawan atau tamu baik pribadi atau grup	0.10	2	0,20
3	Kurangnya inovasi dalam jasa <i>tour guide</i>	0.10	2	0.20
4	Belum menerapkan CHSE	0.10	2	0.20
5	Terdapat satwa liar yang ada di lingkungan wisata Curug Asepun	0.10	2	0,42
Total		1,00		1,00

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2022

Hasil *skoring* dan *rating* pada tabel di atas matriks EFAS untuk Curug Asepun Parongpong, menghasilkan total 1,30 untuk faktor peluang dan 1 untuk faktor ancaman, sehingga didapat selisih: $1,30 - 1,00 = 0,30$

2. Positioning Kuadran SWOT

Berdasarkan matriks IFE dan EFE yang dituangkan pada analisis SWOT, maka posisi Curug Asepun terletak pada kuadran I yang termasuk ke dalam tahap progresif. Total nilai skor internal lebih rendah dari pada total nilai skor faktor eksternal. Berikut adalah titik *positioning* kuadran Curug Asepun Parongpong.



Berdasarkan Matrik IFE dapat diketahui bahwa posisi sumbu x dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \text{Total kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

$$X = 1,30 - 1,00$$

$$X = 0,30$$

Sedangkan untuk Matrik EFE dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \text{Total peluang} - \text{Total Ancaman}$$

$$Y = 1,30 - 1,00$$

Y= 0,30

Berdasarkan *positioning* kuadran di atas menunjukkan bahwa strategi di Curug Aseupan Parongpong berada pada posisi yang menguntungkan karena berada pada titik kuadran I. Curug Aseupan memiliki kekuatan dan peluang yang cukup baik sehingga dapat memanfaatkan aspek-aspek tersebut secara efisien dan maksimal.

<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai lahan yang cukup luas untuk menyelenggarakan kegiatan 2. Berada di kawasan yang dekat dengan tempat wisata 3. Menerapkan protokol kesehatan di Kawasan Wisata curug 4. Harga tiket masuk terjangkau sebagai Kawasan Wisata. 	<p>STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan fasilitas yang ada 2. Menjadikan lahan yang kosong sebagai fasilitas penunjang (S1 O1) 3. Menerapkan keamanan juga menerapkan protokol kesehatan (S3,O3) 	<p>STRATEGI (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kompetensi karyawan di bidang jasa dan promosi (W1,O2) 2. Meningkatkan promosi dan membuat iklan menarik (W2,O2) 3. Memperbaiki akses jalan dan memperhatikan harga tiket masuk (W3,O4)
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga tiket yang ditawarkan sejenis dengan pesaing wisata lain 2. Media promosi yang digunakan kurang dapat menarik minat wisatawan/ tamu baik pribadi atau grup 3. Kurangnya inovasi dalam jasa <i>tour guide</i> 4. Belum menerapkan CHSE 5. Terdapat satwa liar yang ada di lingkungan wisata Curug Aseupan 	<p>STRATEGI (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan keamanan dan menerapkan CHSE (S3,T4) 2. Membuat fasilitas berupa penangkaran hewan liar (S1,T5) 3. Memperbaiki akses jalan dan memiliki <i>tour guide</i> (S4,T3) 	<p>STRATEGI (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>training program</i> untuk <i>tour guide</i> (W1,T3) 2. Menerapkan CHSE serta mempromosikannya (w2,t4)
	<p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki fasilitas penunjang seperti <i>camping ground</i> dan <i>outbond</i>, juga membuat beberapa fasilitas sarana yang baik dan layak digunakan seperti, mushola, warung makan ,toilet dan toko souvenir 2. Memiliki keamanan dan tingkat keselamatan yang cukup baik 3. Dalam menciptakan keamanan dan tingkat keselamatan pihak 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan kurang memiliki kompetensi 2. Kurangnya iklan di sosial media 3. Posisi lokasi Curug Aseupan yang kurang strategis

	<p>pengelola juga bekerja sama dengan pihak Jasa Raharja mengenai asuransi yang berguna untuk memberi rasa aman dalam berwisata terhadap para wisatawan.</p> <p>4. Memiliki akses jalan yang cukup memadai. Seiring berjalannya waktu pihak pengelola curug terus berupaya membangun jalan yang memadai, walaupun dalam kenyataannya masih memiliki jalan yang kurang baik namun akses jalan sudah dapat dilalui baik itu oleh kendaraan roda dua maupun roda empat. Memiliki sumber alam yang baik.</p>	
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai lahan yang cukup luas untuk menyelenggarakan kegiatan 2. Berada di kawasan yang dekat dengan tempat wisata 3. Menerapkan protokol kesehatan di Kawasan Wisata curug 4. Harga tiket masuk terjangkau sebagai Kawasan Wisata. 	<p>STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan fasilitas yang ada 2. Menjadikan lahan yang kosong sebagai fasilitas penunjang (S1,O1) 3. Menerapkan keamanan juga menerapkan protokol kesehatan (S3,O3) 	<p>STRATEGI (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kompetensi karyawan di bidang jasa dan promosi (W1,O2) 2. Meningkatkan promosi dan membuat iklan menarik (W2,O2) 3. Memperbaiki akses jalan dan memperhatikan harga tiket masuk (W3,O4)
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga tiket yang ditawarkan sejenis dengan pesaing wisata lain 2. Media promosi yang digunakan kurang dapat menarik minat wisatawan/ tamu baik pribadi atau grup 3. Kurangnya inovasi dalam jasa <i>tour guide</i> 4. Belum menerapkan CHSE 5. Terdapat satwa liar yang ada di lingkungan wisata Curug Aseupan 	<p>STRATEGI (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan keamanan dan menerapkan CHSE (S3,T4) 2. Membuat fasilitas berupa penangkaran hewan liar (S1,T5) 3. Memperbaiki akses jalan dan memiliki <i>tour guide</i> (S4,T3) 	<p>STRATEGI (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>training program</i> untuk <i>tour guide</i> (W1,T3) 2. Menerapkan CHSE serta mempromosikannya (w2,t4)
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai lahan yang cukup luas untuk 	<p>STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan fasilitas yang ada 	<p>STRATEGI (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kompetensi karyawan

<p>menyelenggarakan kegiatan</p> <p>2. Berada di kawasan yang dekat dengan tempat wisata</p> <p>3. Menerapkan protokol kesehatan di Kawasan Wisata curug</p> <p>4. Harga tiket masuk terjangkau sebagai Kawasan Wisata.</p>	<p>2. Menjadikan lahan yang kosong sebagai fasilitas penunjang (S1 O1)</p> <p>3. Menerapkan keamanan juga menerapkan protokol kesehatan (S3,O3)</p>	<p>di bidang jasa dan promosi (W1,O2)</p> <p>2. Meningkatkan promosi dan membuat iklan menarik (W2,O2)</p> <p>3. Memperbaiki akses jalan dan memperhatikan harga tiket masuk (W3,O4)</p>
---	---	--

SIMPULAN

Dari hasil analisis menggunakan Matriks SWOT maka pengelola perlu melakukan strategi pengembangan daya tarik wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Curug Aseupan Parongpong, seperti:

Strategi S-O : Meningkatkan fasilitas yang ada, menjadikan lahan yang kosong sebagai fasilitas penunjang dan juga menerapkan keamanan dan protokol Kesehatan.

Strategi W-O: Meningkatkan kompetensi karyawan di bidang jasa dan promosi, meningkatkan promosi dan membuat iklan menarik dan memperbaiki akses jalan dan memperhatikan harga tiket masuk.

Strategi S-T: Menciptakan keamanan dan menerapkan CHSE, membuat fasilitas berupa penangkaran hewan liar dan Memperbaiki akses jalan dan memiliki *tour guide*.

Strategi W-T: Membuat *training program* untuk *tour guide* dan menerapkan CHSE serta mempromosikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basiya, R., dan Rozak, H. A. (2012). *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah*, Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata Vol. XI No. 2, Oktober, 1-12
- David, F. R. (2004). *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Joseph, F. S., Edison, E., Kartika, T. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Science Center sebagai Wisata Edukasi di Kabupaten Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 2(1), 68-76. DOI: <https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.257>
- Karini, R. S. R. A., Tuffahati, Z. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata dan Harga Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan di Situ Cangkuang. *Manajemen dan Pariwisata*, 2(1), 53-67. DOI: <https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.254>
- Moleong. L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Marpaung, Happy. (2002). *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.

- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan: Referensi (GP Press Group).
- Muljadi, Wisnawa, I, M B. Prayogi, P.A. dan Supata, I.K. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: DEE PUBLISH Cv Budi Utama.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, PT Gramedia Widia Sarana
- Rangkuti, Freddy. (2001). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Teknik Membelah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ridwan Mohamad. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Medan: PT SOFMEDIA
- Siagian dan Evri Novianto. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: DEEPUBLISH Cv Budi Utama
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan. (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta
- Supriyati. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat press.
- Suwandiyanto dan Rusdi.L.H. (2018). *Strategi Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Suwena. I.K. & Widyatmaja. I. G.N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Tuohino, A., & Konu, H. (2014). *Local Stakeholder's Views'About Destination Management: Who Are Leading Tourism Development?*, *Tourism Review Of AIEST-International Association Of Scientific Experts In Tourism*, 69(3), 202-215. Doi:<http://dx.doi.org/10.1108/TR-06-2013-0033>
- Yuliani, Mega. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung dan menikmati wisata di delta fishing. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 2 2013: 1-1*