

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA *SCIENCE*
CENTER SEBAGAI WISATAEDUKASI
DI KABUPATEN BANDUNG**

**(*SCIENCE CENTER TOURISM ATTRACTION DEVELOPMENT
STRATEGY AS EDUCATIONTOURISM
IN KABUPATEN BANDUNG*)**

First Son Joseph¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
Firstsonjosepharitonang16@gmail.com

Emron Edison²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
emron.bdg@gmail.com

Titing Kartika³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
nengtiting_kartika@yahoo.co.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the tourism attraction and development strategy in the science center of Bandung Regency. This research was conducted using a qualitative descriptive approach and SWOT analysis. Data collection was carried out through observation, interviews, and documentation. The results of the study showed that the tourism attractions in the science center were quite diverse, ranging from photo spots to interactive exhibits. However, additional tourism attractions need to be added to attract more tourists. Regarding the development strategy of tourism attractions in the science center, it is necessary to observe the environment (internal and external factors) and develop strategies through the SWOT matrix to produce alternative strategies translated into short-term goals, such as: Intensive promotion, Collaborating with other institutions, Promoting the existing educational and cultural attractions, Adding new attractions, Preparing or training tour guides who understand the exhibits, Adding several new spots of attraction, Considering natural factors for tourists' safety, Providing professional guides, medium-term goals such as providing various souvenirs, and long-term goals.

Keywords: Attractiveness, Development Strategy

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui daya tarik wisata dan strategi pengembangan di science center kabupaten Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata di *science center* cukup beragam, mulai dari spot foto dan juga spot alat peraga. Namun demikian perlu penambahan atraksi wisata lainnya guna menarik minat wisatawan. Mengenai strategi pengembangan daya tarik wisata di science centre perlu melakukan pengamatan lingkungan (faktor internal dan eksternal) dan menyusun strategi melalui matriks SWOT sehingga menghasilkan strategi-strategi alternatif yang diterjemahkan ke dalam tujuan jangka pendek, seperti: Melakukan promosi yang intens, Menjalin kerjasama dengan instansi lain, Mempromosikan daya tarik edukasi dan keragaman yang ada, Menambah daya tarik yang bisa disajikan, Mempersiapkan atau melatih *tour guide* yang memahami terkait daya tarik alat peraga, Menambah beberapa spot daya tarik, Memperhitungkan faktor alam demi menjaga keselamatan wisatawan, Perlu menyediakan *guide* yang *professional*, jangka menengah seperti menyediakan berbagai cenderamata dan jangka panjang.

Kata kunci: Daya Tarik, Strategi Pengembangan

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.

Pemerintah saat ini semakin menyadari betapa pentingnya kegiatan pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Hal ini tentu saja berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal. Oleh karena itu, pemerintah daerah kini berlomba-lomba untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada di wilayah mereka, terlebih jika daerah tersebut kaya akan keindahan alam dan keragaman budaya.

Provinsi Jawa Barat, karena wilayah tersebut memiliki kekayaan alam, keragaman adat istiadat, dan budaya yang menarik serta peninggalan sejarah yang berpotensi besar untuk dikunjungi (Husna & Agustiani, 2022). Termasuk juga daya tarik wisata edukasi yang terletak di Soreang, Kabupaten Bandung yaitu: Science Center yang merupakan destinasi wisata edukasi. Potensi kawasan ini telah disadari dan dapat berkembang menjadi kawasan yang menarik karena menyajikan sisi ilmu pengetahuan yang menarik

serta menjadi destinasi wisata edukasi. Namun belum banyak orang mengenal keberadaan Science Center ini.

Tabel 1
Data Kunjungan Destinasi Wisata Science Center

Tahun	Data Pengunjung	Persentase Total	Pertumbuhan Total
2019	6.390	56 %	-
2020	(Covid-19)	0%	-
2021	(Covid-19)	0%	-
2022	5.000	44%	-27,8 %

Sumber : Wawancara mengenai Data Pengunjung Destinasi Wisata Science Center

Jika melihat data pada Tabel 1 untuk Tahun 2019 dan 2022 (di luar masa Covid-19) jumlah kunjungan masih belum signifikan. Oleh karena itu penulis tertarik mengambil tema: “Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Science Center Sebagai WisataEdukasi Di Kabupaten Bandung”.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguraikan Daya Tarik Wisata Di Destinasi Wisata Science Center dan mengetahui Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Science Center

Kajian Teori

Secara umum, pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain selain tempat tinggalnya dengan melakukan perencanaan sebelumnya, tujuannya untuk rekreasi atau untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi. Atau pariwisata dapat diartikan juga sebagai suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi lalu kembali ke tempat semula (Luturlean, Sukmadi, Kalsum, Maulina, & Arifin, 2019)

Hampir semua orang kini merasa perlu untuk melakukan perjalanan wisata setidaknya sekali dalam setahun. Keputusan untuk melakukan perjalanan tersebut dipengaruhi oleh kualitas layanan dan atraksi yang ditawarkan oleh destinasi wisata yang akan dikunjungi. Kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Jika layanan yang diberikan memuaskan, wisatawan akan merasa senang dan berpotensi untuk kembali mengunjungi tempat tersebut. Dengan semakin baiknya kualitas layanan yang disajikan, maka semakin banyak pula wisatawan yang tertarik untuk berkunjung dan berpotensi untuk kembali di kemudian hari (Alyani, Fajri, & Riyanti, 2022).

Perjalanan wisata dapat mengarah ke berbagai destinasi, seperti destinasi alam, destinasi budaya dan kearifan lokal, sejarah, wisata minat khusus seperti arung jeram atau memanjat tebing, serta petualangan di alam bebas. Namun, semakin banyak pula orang yang tertarik dengan konsep wisata edukasi.

Konsep wisata edukasi adalah gabungan antara kegiatan wisata dengan kegiatan pembelajaran. Pariwisata Edukasi atau Edu-Tourism merujuk pada program di mana peserta wisata melakukan perjalanan ke suatu tempat dalam sebuah kelompok dengan

tujuan utama untuk belajar secara langsung terkait dengan lokasi yang mereka kunjungi. Tujuan dari konsep ini adalah untuk menggabungkan pengalaman wisata dengan pembelajaran yang bermanfaat bagi peserta wisata tersebut Rodger (1998) dalam (Priyanto, Syarifuddin, & Martina, 2018).

Menurut Suryadana & Octavia dalam (Conterius, Bire, & Nasar, 2021), Dalam menjalankan kegiatan pariwisata, seorang wisatawan biasanya memberikan persepsi terhadap komponen "4A" yang terdapat dalam objek wisata, yang meliputi: (1) atraksi, yaitu objek wisata yang berada di suatu tempat atau daerah, (2) amenitas, yaitu fasilitas yang mendukung kegiatan pariwisata di destinasi wisata, (3) aksesibilitas, yang mengacu pada kemudahan pergerakan atau akses bagi wisatawan, mulai dari kemudahan akses ke objek wisata hingga kemudahan dalam mencari objek wisata, dan (4) layanan tambahan, yaitu layanan yang mendukung kegiatan pariwisata, seperti adanya kelompok kesadaran pariwisata atau institusi swasta untuk mengelola pengembangan pariwisata di suatu destinasi wisata, adanya pusat informasi pariwisata yang menyediakan informasi kepada wisatawan dalam bentuk brosur, buku, peta dan pemandu wisata yang kompeten.

Menurut Pitana dalam (Daranca, 2016) berpendapat bahwa dalam pengembangan pariwisata, terdapat beberapa persyaratan teknis yang harus dipenuhi untuk menentukan tujuan atau objek wisata yang layak dikembangkan. Persyaratan teknis tersebut meliputi keberadaan objek wisata dan daya tarik wisata yang beragam, aksesibilitas yang memadai, amenitas yang memadai, serta organisasi yang baik.

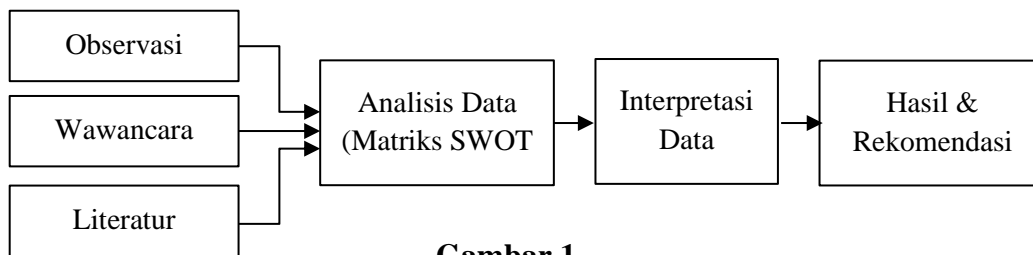
METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif tujuannya adalah untuk mengetahui pengembangan daya tarik destinasi wisata *Science Center* Kabupaten Bandung sebagai wisata edukasi. Dimana wisatainya berbasis wisata edukasi yang bertujuan untuk melakukan berbagai macam aktivitas pendidikan oleh wisatawan atau masyarakat sekitar. melalui observasi, wawancara dan literatur-literatur.

Teknik Pengumpulan Data dilakukan melalui

- a. *Observasi*. Penulis melakukan pengamatan terhadap tempat penelitian mengenai fenomena-fenomena yang berhubungan langsung dengan data yang akan digunakan.
- b. *Wawancara*. Penulis melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci (*key informan*) untuk menggali informasi terkait dengan penelitian. Informan kunci terdiri dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung, Pihak Koordinator Pengelolaan Science Center Kab Bandung.
- c. *Literatur*. Dalam penelitian ini didukung oleh literatur-literatur sehingga dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.
- d. Selanjutnya diolah menggunakan Matriks SWOT

Desain Penelitian



Gambar 1
Desain Penelitian

Informan Kunci

Informan kunci (key informan) dalam Penelitian ini dijelaskan dalam Tabel di bawah ini:

Tabel 2
Informasi Kunci (Key Informan)

No	Informan Kunci	Informasi Yang Di Dapat
1	Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung	<ul style="list-style-type: none"> • Tentang Potensi wisata • Tentang Wisata edukasi
2	Pihak Koordinator Pengelolaan Science Center Kabupaten Bandung	<ul style="list-style-type: none"> • Tentang Potensi wisata • Tentang kondisi dan klasifikasi ditinjau dari aspek kebutuhan <i>edukasi-edukasi</i> yang dibutuhkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Tarik Wisata Science Center

1. **Keragaman Daya Tarik Wisata.** Science Center Kabupaten Bandung menawarkan keragaman daya tarik wisata yang tidak hanya terbatas pada bangunan megah dan cantik, tetapi juga kaya akan wisata edukasi dan daya tarik wisata minat khusus. Berwisata di Science Center akan memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan tempat wisata edukasi lainnya, terutama jika dilakukan selama kegiatan belajar seperti *studi tour* atau penelitian, karena di sana pengunjung akan merasakan kegiatan yang sangat memegang nilai-nilai edukasi. Selain itu, kondisi Science Center yang aman dan nyaman dengan pelayanan yang baik bagi setiap wisatawan akan membuat kunjungan untuk berwisata edukasi menjadi lebih menyenangkan.
2. **Aksesibilitas.** Destinasi wisata Science Center terdapat di Jl. Al-Fathu, Pamekaran, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang memiliki aksesibilitas yang baik. Jika ingin melakukan perjalanan menuju destinasi Wisata tersebut, dapat ditempuh dengan jarak 24 km dan waktu 32 menit dari pusat Kota Bandung dengan rute yang paling sering dilewati, yaitu rute Jalan Tol Soroja. Papan petunjuk arah telah disediakan untuk memudahkan wisatawan berkunjung. Selain itu, untuk wisatawan dapat menggunakan bus pariwisata atau

menggunakan kendaraan pribadi.

3. **Amenitas.** Pengunjung dikenakan tarif tiket masuk di loket pembayaran, untuk anak Rp3.000, dewasa Rp5.000, dan bioskop 4D Rp15.000. Tarif tiket masuk tersebut masih terjangkau bagi semua kalangan. Setelah mendapatkan tiket masuk, pengunjung menuju:
 - a. Lantai pertama: sekretariat, resepsionis, dan Museum tentang Sejarah seperti Kearsipan, Tokoh-tokoh Sejarah Indonesia, Kesenian Tradisional Sunda, Makanan Tradisional Sunda, Rumah Tradisional Sunda, dan Sejarah Kabupaten Bandung dan Bupati Bandung Masa ke Masa.
 - b. Lantai kedua: Lab Bahasa, Perpustakaan Digital, dan Peragaan Kimia.
 - c. Lantai tiga: Bioskop 4 Dimensi atau sering juga disebut dengan 4DCinema. Ini konten yang paling utama di *Science Center*. Juga ada tata surya. Di setiap ujung tangga ada foto tokoh - tokoh penemuan. Ada juga fasilitas penunjang seperti toilet pria wanita dan ada jugakantin.

Hasil wawancara dengan Kasubag UPTD pengelolaan kawasan pemajuan kebudayaan, mengatakan permasalahan yang terjadi sebagai berikut: (a) Terkendala di alat peraga yang kurang dan belum optimal.; (b) belum adanya *guide* khusus untuk *Science Center*; (c) Varian lingkup area wisata masih terbatas; (d) Promosi yang belum optimal; (e) Belum ada produk (cendramata) yang dijual sebagai kenang-kenangan; (f) Untuk pelayanan sudah baik, ramah dan melayani; (g) Lahan parkir yang luas, gazebo, toilet, papan informasi, kotak kritik dan saran, dan juga terdapat kantin/warung makan yang menjual makanan.

4. **Organisasi.** Hasil penelitian menunjukkan organisasi *Science Center* dikelola oleh Disbudpar Kabupaten Bandung. Sehingga *Science Center* adalah salah satu gedung yang berada di kawasan pemajuan kebudayaan dan pengelolaannya di bawah UPTD pengelolaan kawasan pemajuan kebudayaan, UPTD sendiri dipimpin oleh kepala UPTD dan kasubag TU.

Strategi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dapat diketahui kekuaran, kelemahan, peluang dan ancaman yang dijabarkan dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Faktor Strategis (Critical Factors)

Faktor Strategis
<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keragaman daya tarik 2. Memiliki bangunan yang bagus dan megah 3. Memiliki nilai-nilai berbasis edukasi 4. Memiliki akses yang baik. 5. Harga tiket kompetitif

<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terkendala di alat peraga sebagai daya tarik yang kurang banyak jumlahnya dan belum berjalan secara optimal 2. Segi Sumber Daya Manusia (SDM) terutama <i>Guide</i> yang khusus untuk <i>Science Center</i> belum ada. 3. Varian lingkup area wisata masih terbatas 4. Kurangnya Promosi 5. Belum ada produk (cenderamata) yang dijual sebagai kenang-kenangan
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak Kompetitor destinasi wisata berbasis wisata edukasi di Kabupaten Bandung 2. Adanya potensi bencana alam seperti gempa bumi
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak peminat kaum pelajar yang berwisata berbasis edukasi 2. Meningkatnya tren wisata berbasis wisata edukasi kekinian 3. Berada di pusat kota Soreang Kabupaten Bandung 4. Memiliki keterkaitan dengan Disbudpar Kab Bandung

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah menerjemahkannya ke dalam Matriks SWOT. Dalam matriks ini, hasil analisis akan dijabarkan sebagai berikut

Strategi S-O

Memanfaatkan peluang yang ada dan mengoptimalkan kekuatan perusahaan. Untuk itu, dapat dilakukan dengan melakukan promosi yang intensif dan menjalin kerja sama dengan instansi lain. Dengan melakukan promosi yang intensif, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran dan popularitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada target pasar yang lebih luas. Selain itu, dengan menjalin kerja sama dengan instansi lain, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Strategi S-O

Memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk itu, dapat dilakukan dengan menambah daya tarik yang bisa disajikan dan mempersiapkan/melatih tour guide yang memahami terkait daya tarik alat peraga. Dengan menambah daya tarik yang bisa disajikan, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah fasilitas atau aktivitas baru yang menarik minat pelanggan.

Selain itu, dengan mempersiapkan/melatih tour guide yang memahami terkait daya tarik alat peraga, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan dalam mengunjungi destinasi wisata. Tour guide yang kompeten dapat

memberikan penjelasan yang jelas dan menarik mengenai alat peraga atau fasilitas yang ada, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Strategi S-T

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya dengan mengenalkan daya tarik edukasi dan keragaman yang ada serta menonjolkan khas yang dimiliki, sebagaimana disarankan oleh Strategi S-O. Namun, dalam Strategi S-T ini, pengenalan lebih difokuskan pada segmen-segmen yang berkaitan dengan edukasi.

Strategi W-T

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, perusahaan perlu melakukan beberapa hal berikut:

1. Menyediakan berbagai cenderamata menarik sebagai cara untuk menarik minat pengunjung.
2. Menambah beberapa spot daya tarik yang menarik perhatian pengunjung.
3. Menyediakan tour guide yang profesional untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengunjung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, Science Center menawarkan pengalaman wisata edukasi yang unik dan menarik bagi pengunjung. Science Center memiliki beragam atraksi dan aktivitas, seperti spot foto yang unik dan berbagai alat peraga yang dapat digunakan untuk belajar. Namun, ada kebutuhan untuk menambah atraksi lainnya, perlu adanya *tour guide* dan lain sebagainya.

Untuk meningkatkan daya tarik Science Center, perlu dilakukan analisis lingkungan yang mencakup faktor internal dan eksternal selanjutnya diolah menggunakan Matriks SWOT. Dari hasil analisis melalui matriks SWOT perlu strategi alternatif, antara lain: melakukan promosi yang intens, menjalin kerjasama dengan instansi lain, mempromosikan daya tarik edukasi dan keragaman yang ada, menambah daya tarik yang bisa disajikan, menambah beberapa spot daya tarik, memperhitungkan faktor alam untuk menjaga keselamatan wisatawan, dan menyediakan *tour guide* yang profesional.

Dengan melakukan strategi-strategi tersebut, diharapkan Science Center dapat meningkatkan daya tariknya dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyani, A. F., Fajri, K., & Riyanti, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Desa Wisata Alamendah*. 1(2), 260–269. <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/jmp.v1i2.215>
- Conterius, A. L. F., Bire, R. B., & Nasar, A. (2021). Tourist Motivation and Perception of Three Favorite Tourist Attractions in Kupang Regency. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020)*, 544, 76–81. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210424.016>
- Daranca, U. (2016). *Upaya Peningkatan Wisata di Jakarta melalui Museum: Strategi*

Pengembangan Museum Nasional Indonesia. *Journal Of Indonesian Tourism And Policy Studies*, 1(1), 12–23. <https://doi.org/10.7454/jitps.v1i1.92>

Husna, D. A. S., & Agustiani, I. N. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Menginap Di Hotel Dago Highland. *Manajemen Dan Pariwisata*, 1(2), 215–223. <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/jmp.v1i2.210>

Luturlean, B. S., Sukmadi, Kalsum, E. U., Maulina, L., & Arifin, D. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.

Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(1), 32–38.