

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA GUNA
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG DI KABUCI
KOTA CIMAH I JAWA BARAT**



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nama : Dwiky Septiana Kumara
NPM : 2021 10 051
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata Satu (S – 1)
Akreditasi : Sangat Baik (BAN-PT)

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PARIWISATA
STIEPAR YAPARI
BANDUNG
2023**

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA GUNA MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG DI KABUCI KOTA CIMAH I JAWA BARAT

Oleh :

DwikySeptiana Kumara
2021.10.051

Pembimbing :

Dr. Taufiq Hidayat, S.Sos., M.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan daya tarik wisata guna meningkatkan minat berkunjung di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengolahan data menggunakan SWOT analysis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi secara langsung dan juga wawancara dengan pihak pengelola Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari dimensi aksesibilitas Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) sudah memiliki akses yang baik, namun untuk dimensi fasilitas serta atraksi masih dinilai kurang dari segi perawatan, kelengkapan, serta variasinya. Berdasarkan hasil pembobotan analisis faktor internal (IFAS) Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) dengan total skor 0,41 dan hasil pembobotan analisis faktor eksternal (EFAS) dengan total skor 1,19, Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) berada pada posisi kuadran 1, Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dimana pada posisi ini sangat menguntungkan apabila pihak Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) mengembangkan daya tarik wisata secara maksimal seperti memperbaiki atau memperbaiki fasilitas yang ada menambah beberapa fasilitas umum dan menambahkan variasi atraksi wisata (wisata alam dan budaya).

Kata Kunci: Strategi pengembangan daya tarik wisata, minat kunjungan wisatawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	II
ABSTRACT	III
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	5
1.5.1 Lokasi Penelitian	5
1.5.2 Waktu Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teori.....	7
2.2 Pariwisata	7
2.3 Jenis-jenis Pariwisata.....	7
2.4 Strategi Pengembangan Pariwisata.....	8

2.5 Minat Berkunjung.....	11
2.5.1 Faktor-faktor Minat Berkunjung	11
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Metode Penelitian.....	15
3.2 Desain Penelitian.....	15
3.3 Klarifikasi Konsep.....	16
3.4 Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	19
3.4.1 Instrumen Penelitian	19
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.4.2.1 Observasi.....	19
3.4.2.2 Wawancara	20
3.4.2.3 Dokumentasi.....	20
3.4.2.4 Studi Pustaka	20
3.5 Sumber Data.....	21
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	21
3.6.1 Teknik SWOT	21
3.6.2 Matriks EFAS.....	21
3.6.3 Matriks IFAS.....	23
3.6.4 <i>Positioning</i> Kuadran SWOT	25
3.6.5 Matriks SWOT	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1 Profil Kampung Buyut Cimahi (KABUCI)	28
4.1.2 Struktur Organisasi Kampung Buyut Cimahi (KABUCI)	30
4.2 Karakteristik Informan.....	31
4.3 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	32
4.3.1 Daya Tarik Wisata Kampung Buyut Cimahi (KABUCI)	32
4.3.2 Gambaran Minat Berkunjung KABUCI	33
4.3.3 Analisis Strategi Penganmbangan Daya Tarik Wisata Kampung Buyut Cimahi (KABUCI).....	43
4.3.3.1 IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	43
4.3.3.2 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	45
4.3.3.3 <i>Positioning</i> Kuadran SWOT	46
4.3.3.4 Matriks SWOT	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	54
LAMPIRAN	55
DAFTAR PUSTAKA	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola perkembangan pariwisata di tanah air terus menunjukkan perkembangan yang positif seiring berjalannya waktu. Pemerintah sudah merencanakan bahwa pariwisata harus menjadi andalan pembangunan Indonesia. Dengan adanya dukungan serta pembangunan yang baik maka pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang cukup besar bagi Indonesia.

Provinsi Jawa Barat adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata yang sangat beranekaragam yaitu memiliki 360 destinasi wisata yang terdiri atas 214 destinasi wisata alam, 73 wisata budaya, dan 73 destinasi wisata khusus (Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat). Terdapat banyak potensi yang dimiliki oleh masing-masing wilayah. Salah satu kota yang memiliki banyak potensi dan destinasi pariwisatanya di Jawa Barat yaitu Kota Cimahi.

Secara umum, potensi wisata yang tengah dikembangkan Kota Cimahi terfokus pada wisata kota. Sebut saja aneka ragam kuliner dan belanja, industri tekstil dan garmen, seni budaya, hingga industri kreatif seperti animasi. Kota Cimahi mempunyai lima wisata unggulan dengan berbagai macam jenis wisata yaitu Alam Wisata Cimahi (AWC) dengan konsep wisata alam, Pandiga Education Sport dengan konsep wisata minat khusus, Kampung Adat Cireundeu dengan konsep wisata budaya, Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) dengan konsep wisata alam dan budaya, Masjid Perahu “AL-BAAKHIRAH” dengan konsep wisata agama atau minat khusus.

Potensi wisata yang dikembangkan Kota Cimahi semakin berkembang Adapun data yang membuktikan bahwa wisata di Kota Cimahi semakin berkembang dapat dilihat dari faktor jumlah kunjungan wisatawan di Kota Cimahi meningkat dari tahun ke tahunnya.

Berikut adalah tabel tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan di Kota Cimahi pada tahun 2019-2021:

Tabel 1.1
Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kota Cimahi pada tahun 2018-2021

TAHUN KUNJUNGAN WISATA	JUMLAH KUNJUNGAN WISATA
2018	4194
2019	15460
2021	29533

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2018-2021

Berdasarkan tabel 1.1, pertumbuhan wisatawan di kota Cimahi mengalami peningkatan dari tahun 2018-2021 dan diperkirakan akan terus melonjak naik.

Kota Cimahi memiliki lima wisata unggulan salah satu dari lima wisata unggulan yang ada di Kota Cimahi yaitu Kampung Buyut Cimahi (KABUCI). Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) merupakan sebuah areal kawasan wisata di Kota Cimahi Utara yang mempunyai konsep kawasan konservasi alam, pusat seni dan budaya serta tempat edukasi dengan unsur budaya Sunda. Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) memiliki beberapa fasilitas yaitu *spot outbound* untuk arena bermain dengan nuansa alamnya, *spot camping*, *gazebo*, *resort*, aula untuk pagelaran musik maupun budaya lokal dan *café* Kabuci 372 Kopi Kolmas.

Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) yang mengalami peningkatan puncak di tahun 2020 tepatnya pada bulan September seiring dengan data peningkatan wisatawan di Kota cimahi pada tabel 1.1, namun pada tahun 2021 kawasan wisata Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) mengalami penurunan yang cukup signifikan dibandingkan dengan wisata alam lainnya. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Destinasi Wisata Unggulan
Kota Cimahi

No	Nama Destinasi Dan Daya Tarik Wisata	Jenis ODTW	Jumlah Kunjungan 2020	Jumlah Kunjungan 2021
1	Alam Wisata Cimahi (AWC)	Wisata Alam	5.316 Wisatawan	9.370 Wisatawan
2	Pandiga Education Sport	Minat Khusus	6.415 Wisatawan	10.666 Wisatawan
3	Kampung Adat Cireundeu	Wisata Budaya	4.710 Wisatawan	3.150 Wisatawan
4	Kampung Buyut Cimahi (KABUCI)	Wisata Alam	16.191 Wisatawan	4.295 Wisatawan
5	Masjid Perahu "AL-BAAKHIRAH"	Wisata Minat Khusus	1.640 Wisatawan	3.145 Wisatawan

Sumber: data.cimahikota.go.id (2020-2021)

Dari tabel 1.2 diatas mengenai data kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) dapat dilihat bahwa terjadinya penurunan yang cukup signifikan yaitu dari angka kunjungan 16.191 menjadi 4.295 sedangkan wisata unggulan lainnya mengalami kenaikan jumlah wisatawan. Adapun beberapa wisata unggulan yang mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan tidak mengalami penurunan yang signifikan.

Melihat terjadinya penurunan tingkat kunjungan yang cukup signifikan maka penulis melakukan observasi awal serta wawancara awal penulis dengan pengelola, fenomena penurunan ini diduga disebabkan oleh penataan fasilitas yang ada pada Daya tarik wisatawan Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) yang tidak terawat dengan baik. Selain itu hasil observasi awal peneliti terkait dengan kondisi sarana dan prasarana menunjukkan potensi dan daya tarik yang kurang mendukung, sehingga diduga menimbulkan penurunan minat berkunjung.

Berdasarkan latar belakang diatas Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata guna Meningkatkan Minat Berkunjung di KABUCI Kota Cimahi Jawa Barat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas dapat dilihat terjadinya penurunan tingkat kunjungan secara signifikan, penulis menduga fasilitas yang tidak terawat menjadi faktor turunnya minat berkunjung, maka dapat menimbulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana daya tarik wisata yang dimiliki Kampung Buyut Cimahi (KABUCI)?
- 2) Bagaimana strategi pengembangan daya tarik wisata guna meningkatkan minat berkunjung Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) sebagai destinasi wisata?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu antara lain:

- 1) Mengidentifikasi potensi daya tarik wisata yang dimiliki oleh Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) guna meningkatkan minat berkunjung wisatawan.
- 2) Menganalisis strategi pengembangan daya tarik wisata guna meningkatkan minat berkunjung di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) sebagai destinasi wisata

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan lebih bagi penulis terhadap proses analisis permasalahan pada penelitian ini yaitu strategi pengembangan daya tarik wisata guna meningkatkan minat berkunjung di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) Kota Cimahi Jawa Barat.

2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak informasi terkait pengembangan daya tarik wisata di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI). Selain

itu, dari hasil penelitian ini dapat berguna dan dijadikan sebagai referensi bagi pihak pengelola Kampung Buyut Cimahi (KABUCI)

- 3) Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) yang berlokasi Jl. Kolonel Masturi. Km. 3, Cipageran, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40511. Lokasi ditempuh dalam waktu kurang lebih 25 menit atau sekitar 4 km dari Kota Cimahi.

1.5.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini rencananya akan dilakukan mulai bulan September 2022 sampai Januari 2022 dengan jadwal yang sudah dirancang sedemikian rupa agar tercapai tujuan dari penelitian ini.

Tabel 1.3
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Persiapan Penyusunan Penelitian						
2	Observasi Awal						
3	Persiapan Proposal Penelitian						
4	Seminar Proposal						
5	Penyusunan Instrumen						
6	Pengumpulan Data						
7	Pengolahan Data						
8	Laporan Hasil Penelitian						
9	Ujian Sidang						

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.2 Pariwisata

Sektor pariwisata merupakan sumber devisa, dan telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian di suatu daerah. Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan diluar lingkungan kesehariannya, perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut menurut *World Trade Organisation* dalam Ismayanti (2010). Selain itu pariwisata dapat diartikan sebagai keseluruhan hubungan dan gejala-gejala atau peristiwa yang timbul dari adanya perjalanan dan tinggalnya orang asing, dimana perjalanannya tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Dari definisi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekumpulan orang dengan waktu perjalanan yang singkat dan bertujuan untuk bersenang-senang dengan mengunjungi destinasi atau destinasi wisata bukan semata-mata untuk mencari nafkah.

2.3 Jenis Pariwisata

Pariwisata memiliki berbagai jenis, adanya hal ini ditimbulkan oleh adanya berbagai jenis minat kunjungan wisata. Jenis pariwisata dapat dibagi berdasarkan destinasi dan daya tariknya. Menurut Pendit dalam Marsono (2018), jenis pariwisata dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

1) Pariwisata alam

Pariwisata alam adalah jenis pariwisata yang mendasarkan destinasi dan daya tariknya pada keindahan alam. Sebagai contoh wisata air terjun, wisata pantai, wisata konservasi alam, wisata danau, dan wisata lainnya yang memiliki dasar wisata alam.

2) Pariwisata budaya

Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang mendasarkan destinasi dan daya tariknya ada keindahan hasil budaya. Wisata budaya biasanya berada di setiap daerah yang memiliki budaya yang unik, sebagai contoh wisata budaya di Bali yang mempertunjukkan seni tari maupun upacara adat kebudayaannya yang memang hanya ada di Bali saja.

3) Minat khusus.

Pariwisata minat khusus adalah jenis pariwisata yang mendasarkan destinasi dan daya tariknya pada minat-minat khusus

Pariwisata juga dapat dibedakan menurut motif wisatawan dalam tujuan mengunjungi suatu tempat wisata. Jenis pariwisata menurut Pendit dalam Utama (2017) adalah sebagai berikut:

1) Wisata Budaya

yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan untuk mengetahui keadaan masyarakat di suatu daerah, mengetahui kebiasaan atau adat istiadat, cara hidup, serta mempelajari budaya dan keseniannya.

2) Wisata Bahari

yaitu jenis wisata yang banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam dan lain sebagainya.

3) Wisata Cagar Alam

yaitu wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat seperti cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

4) Wisata Olahraga

yaitu wisata yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berolahraga atau kegiatan aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat.

- 5) Wisata Komersial
yaitu perjalanan wisatawan untuk mengunjungi pameran dan pekan raya yang bersifat komersial
- 6) Wisata Industri
yaitu perjalanan wisata yang dilakukan sekelompok wisatawan seperti mahasiswa atau pelajar ke suatu tempat industri guna penelitian
- 7) Wisata Kesehatan
yaitu perjalanan wisata yang bertujuan untuk beristirahat secara jasmani dan rohani

Berdasarkan jenis-jenis pariwisata, pada penelitian ini Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) termasuk dalam Pariwisata Budaya dan Pariwisata Alam sesuai dengan konsep wisata yang diterapkan di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI).

2.4 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut David (2010) Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan joint venture. Sedangkan terkait dengan pengembangan menurut Barreto dan Giantari (2015:34) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Dalam pengembangan pariwisata pada dasarnya terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, berikut beberapa faktor yang perlu diperhatikan menurut Yoeti dalam (Edison., et.al. 2018) yaitu:

- 1) *Accessibility of the destination*. Pada dasarnya semua prasarana yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu DTW (Daerah Tujuan Wisata) tanpa itu tidak mungkin pariwisata dikembangkan sebagai suatu industri. Artinya kemudahan mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi, baik darat, laut maupun udara.

- 2) Facilities of destination. Yaitu semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhan selama tinggal atau berkunjung ke suatu DTW (Daerah Tujuan wisata) tersebut. Hal tersebut antara lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat, setempat, keamanan, dan lain-lain.
- 3) Attraction of the destination. Yaitu semua destinasi dan atraksi yang tersedia sebagai daya tarik mengapa wisatawan mau datang berkunjung ke DTW (Daerah Tujuan Wisata). Dimana segala sesuatu baik yang berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata, hal ini antara lain meliputi keindahan alam, pantai, atraksi wisata, budaya, kebiasaan, dan cara hidup masyarakat, keunikan alam, dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang, dan sebagainya.

Sedangkan daya tarik wisata Menurut Cooper dalam (Febrina, 2015), daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: Attraction (Atraksi), accessibilities (Aksesibilitas), amenities (Amenitas atau fasilitas), dan ancillary service (jasa pendukung pariwisata)”.

- 1) Atraksi wisata / daya tarik Adalah sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Dalam hal ini dapat berupa daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia.
- 2) Aksesibilitas (kemudahan) Sarana yang memberikan kemudahan mencapai daerah tujuan wisata. Tempat tersebut mudah dijangkau, sarana yang diperlukan wisatawan mudah ditemukan, misalnya transportasi ke tempat tujuan, jalan yang akan dilewati aman atau nyaman. Hal itu harus dipertimbangkan dengan mendalam karena itu sangat membantu kemudahan wisata.
- 3) Amenitas Tersedianya fasilitas-fasilitas seperti penginapan, restoran, tempat hiburan, transportasi lokal, alat-alat transportasi, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan dan lain-lain.
- 4) Ansilieri Aktivitas adalah jasa pendukung yang ada di destinasi wisata. Jasa pendukung ini dapat berupa guide lokal, pijat, penyewaan alat dan lain sebagainya

Aspek pengembangan pariwisata menurut Santoso dalam (Kurniawan, 2015) adalah sebagai berikut:

1) Atraksi Wisata, yaitu merupakan daya tarik yang timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau, dan lain sebagainya), destinasi buatan manusia (museum, masjid kuno, dan lain sebagainya), ataupun unsur-unsur budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan lain sebagainya). Secara garis besar ada tiga kelompok yang merupakan daya tarik bagi wisatawan adalah sebagai berikut:

a) *Natural Attractions*

Kelompok ini adalah pemandangan (*landscape*), pemandangan laut (*sea scape*), pantai (*beaches*), danau (*lakes*), air terjun (*waterfall*), kebun raya (*national park*), agrowisata (*agrotourism*), gunung berapi (*volcanoes*) termasuk bila dalam kelompok ini adalah fauna dan flora.

b) *Build Attractions*

Termasuk dalam kelompok ini antara lain: bangunan (*buildings*) dengan arsitek yang menarik, seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan modern seperti *Opera Building* (Sydney), Jam Gadang (Bukittinggi), Taman Mini Indonesia Indah (TMII).

c) *Cultural Attractions*

Kelompok ini antara lain peninggalan sejarah (*historical building*), cerita-cerita rakyat (*folklore*), kesenian tradisional (*traditional dances*), museum, upacara keagamaan, festival kesenian, dan sebagainya

2) Transportasi, merupakan sesuatu yang berpengaruh atas arus wisatawan dan juga perkembangan akomodasi.

3) Akomodasi, merupakan salah satu sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya.

4) Fasilitas Pelayanan, yaitu penyediaan fasilitas dan pelayanan dan bervariasi sejalan dengan perkembangan.

5) Infrastruktur, yaitu untuk mendukung jasa pelayanan dan fasilitas pendukung. Pembangunan infrastruktur secara tidak langsung juga memberi manfaat bagi masyarakat sekitar.

2.5 Minat Berkunjung

Minat berkunjung adalah suatu hal yang menunjukkan kekuatan motif yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian kepada orang, benda, atau Aktivitas tertentu. Minat menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang lebih tertarik kepada benda, orang atau Aktivitas tertentu dibandingkan dengan yang lain, menurut Crow dan Crow dalam (Baginda Syah Ali 2016). Selain itu minat berkunjung juga dapat diartikan sebagai konsumen (wisatawan) yang berpotensi pernah, belum pernah ataupun yang sedang akan berkunjung pada suatu destinasi wisata, dimana minat merupakan kekuatan pendorong seseorang menarik perhatian pada suatu destinasi.

Dari berbagai pendapat tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa minat / minat berkunjung merupakan suatu dorongan dalam diri seseorang yang memiliki keterkaitan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.

2.5.1 Faktor – faktor minat berkunjung

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:66) seseorang melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push factor*) dan faktor-faktor penarik (*pull factor*). Faktor pendorong dan penarik ini merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan dalam hal ini sangat berpengaruh terhadap analisis pengembangan daya tarik wisata maupun perencanaan pengembangan daya tarik wisata.

Untuk merancang strategi pengembangan guna meningkatkan daya tarik atau kunjungan tentunya melihat pada faktor-faktor penarik minat daya tarik wisatawan yaitu berupa *destination specific attributes/ destination environment* dan *service infrastructure* yang dimana hal tersebut berkontribusi terhadap pengalaman bagi wisatawan baik kesan positif maupun kesan negatif terhadap suatu destinasi menurut Crouch dalam (Dewi, 2017:210). Faktor-faktor tersebut diantaranya:

- 1) Layanan transportasi dan travel, yaitu layanan dibidang perjalanan dan transportasi bagi wisatawan misalnya jalan raya, rel kereta api, bandara, laut serta stasiun

- 2) Layanan akomodasi, yaitu layanan dibidang akomodasi/jasa pelayanan penginapan bagi wisatawan
- 3) Fasilitas atraksi dan rekreasi, yaitu fasilitas dan layanan pada saat penyelenggaraan atraksi wisata dan rekreasi bagi wisatawan; (4) *shopping services*, yaitu fasilitas dan layanan yang diberikan untuk aktivitas berbelanja bagi wisatawan
- 5) Fasilitas layanan makanan dan minuman, yaitu fasilitas dan layanan yang diberikan destinasi dengan berbagai sajian makanan bagi wisatawan.

2.6 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

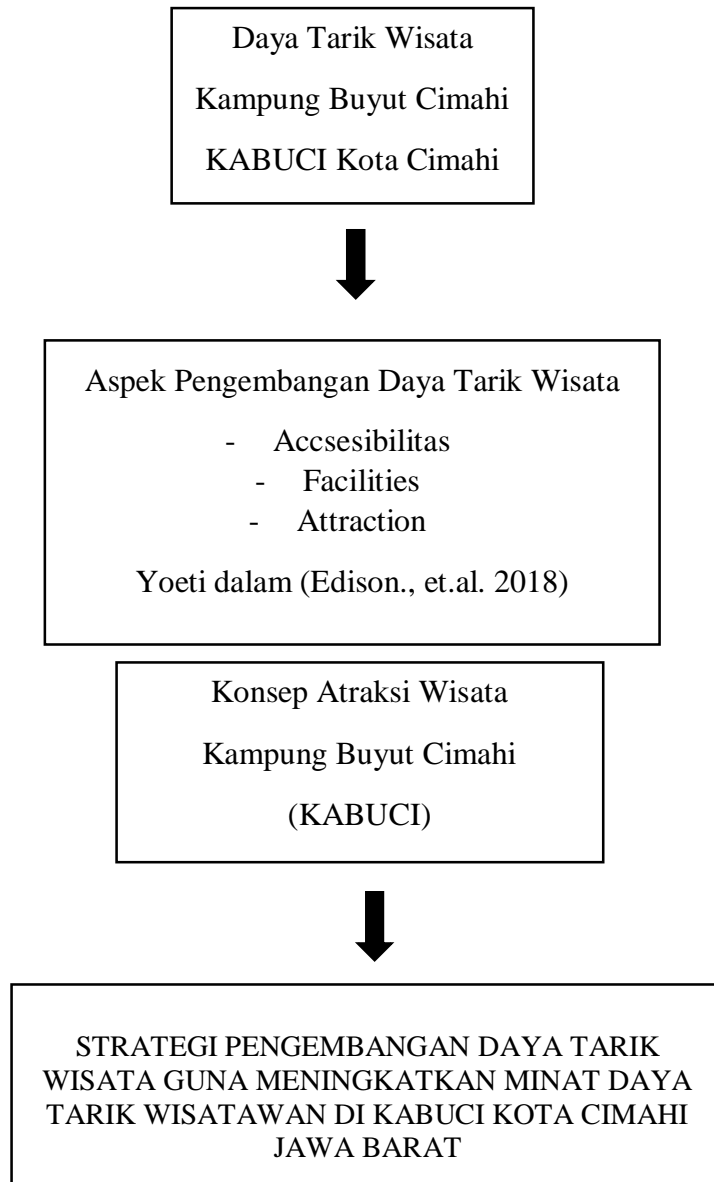
No.	Penulis & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	"Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pabangbon di Kabupaten Bogor" Riani Prihatini Ishak (2020)	Peneliti sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan destinasi wisata	Perbedaannya dalam lokus penelitian dan tidak ada variabel minat berkunjung pada peneliti terdahulu
2	" Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut" Ali Baginda Syah (2016)	Peneliti sama-sama meneliti mengenai pengembangan daya tarik minat wisatawan	Perbedaannya dalam lokus penelitian
3	"Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat" Emron Edison (2020)	Peneliti sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan dan daya tarik wisata	Perbedaannya dalam lokus penelitian dan tidak ada variabel minat berkunjung

No.	Penulis & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	"Konsep Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kampung Buyut Cipageran (Kabuci) Kota Cimahi" Any Ariany Noor (2016)	Peneliti memiliki persamaan pada lokus dan pembahasan mengenai variabel pengembangan	Perbedaannya tidak adanya variabel fasilitas serta variabel minat berkunjung
5	"Strategi Pengembangan Fasilitas (<i>Amenities</i>) Destinasi Wisata Panorama Tabek Patah Kabupaten Tanah Datar" Agustiarani Delvaza (2016)	Peneliti memiliki persamaan pembahasan mengenai variabel pengembangan fasilitas	Perbedaannya dalam lokus penelitian serta tidak adanya variabel minat berkunjung

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2019:95), merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Maka dari itu berikut adalah kerangka pemikiran sebagai konsep pada penelitian ini:



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

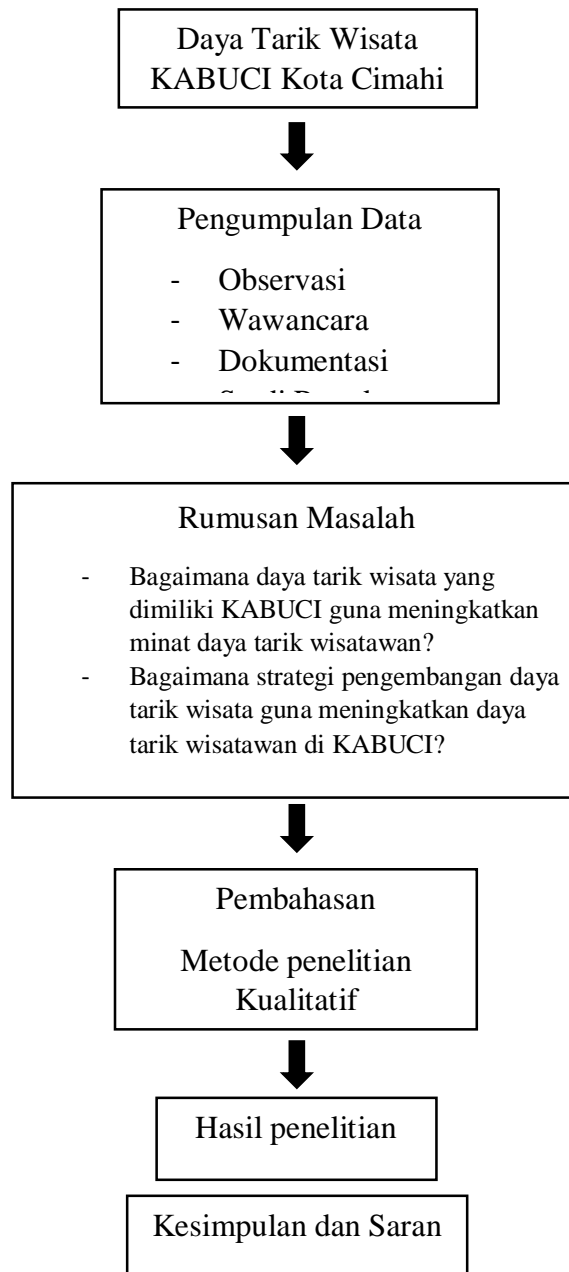
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, yaitu untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta menemukan cara, menumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk memahami interaksi sosial seperti dengan menggunakan teknik wawancara mendalam sehingga akan ditemukan pola-pola yang jelas terhadap kasus yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2013:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian kualitatif ini adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti menjadi instrumen kunci, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sedarmayanti & Hidayat (2011:206), desain penelitian merupakan sebuah proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Selain itu Sugiono (2015:12) mengatakan bahwa desain penelitian eksplanatori adalah penelitian yang mencoba untuk menjelaskan suatu fenomena atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat. Penelitian ini mencoba untuk menghubungkan atau menyambungkan pola-pola berbeda yang memiliki keterkaitan satu sama lainnya.

Desain penelitian yang digunakan oleh penulis seperti terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1

Desain Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.3 Klarifikasi Konsep

Klarifikasi konsep merupakan landasan konsep penelitian yang digunakan oleh peneliti, sebagai acuan pelaksanaan penelitian sehingga dapat terlaksana sesuai acuan yang telah ditetapkan. Penggunaan teori, indikator serta konsep penelitian akan memudahkan peneliti dalam mendalami studi kasus yang terjadi di lapangan,

sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan secara deskriptif berdasarkan teori yang dijadikan referensi untuk penelitian. Berikut ini adalah teori yang digunakan sebagai referensi oleh peneliti:

1. Teori Jenis Pariwisata

Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan diluar lingkungan kesehariannya menurut *World Trade Organisation* dalam (Ismayanti, 2010). Jenis pariwisata dapat dibagi berdasarkan destinasi dan daya tariknya. Pendit dalam (Marsono, 2018) menyatakan bahwa jenis pariwisata dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

1) Pariwisata alam

Pariwisata alam adalah jenis pariwisata yang mendasarkan destinasi dan daya tariknya pada keindahan alam.

2) Pariwisata budaya

Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang mendasarkan destinasi dan daya tariknya ada keindahan hasil budaya.

3) Minat khusus.

Pariwisata minat khusus adalah jenis pariwisata yang mendasarkan destinasi dan daya tariknya pada minat-minat khusus

Pada teori ini dapat disimpulkan konsep yang diterapkan di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) yaitu konsep wisata alam serta wisata budaya.

2. Teori Strategi Pengembangan Pariwisata

Teori yang disampaikan Yoeti dalam (Edison., et.al. 2018), pada dasarnya terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pengembangan pariwisata, yaitu:

- 1) *Accessibility of the destination*. Pada dasarnya semua prasarana yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu DTW (Daerah Tujuan Wisata) tanpa itu tidak mungkin pariwisata dikembangkan sebagai suatu industri. Artinya kemudahan mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi, baik darat, laut maupun udara.

- 2) *Facilities of destination*. Yaitu semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhan selama tinggal atau berkunjung ke suatu DTW (Daerah Tujuan wisata) tersebut. Hal tersebut antara lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat, setempat, keamanan, dan lain-lain.
- 3) *Attraction of the destination*. Yaitu semua destinasi dan atraksi yang tersedia sebagai daya tarik mengapa wisatawan mau datang berkunjung ke DTW (Daerah Tujuan Wisata). Dimana segala sesuatu baik yang berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata, hal ini antara lain meliputi keindahan alam, pantai, atraksi wisata, budaya, kebiasaan, dan cara hidup masyarakat, keunikan alam, dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang, dan sebagainya.

2. Teori Minat Berkunjung

Teori yang disampaikan oleh Crouch dalam (Dewi, 2017:210) Faktor-faktor penarik minat daya tarik wisatawan yaitu berupa *destination specific attributes/ destination environment* dan *service infrastructure* yang dimana hal tersebut berkontribusi terhadap pengalaman bagi wisatawan baik kesan positif maupun kesan negatif terhadap suatu destinasi, diantaranya:

- 1) Layanan transportasi dan travel, yaitu layanan dibidang perjalanan dan transportasi bagi wisatawan misalnya jalan raya, rel kereta api, bandara, laut dan stasiun;
- 2) Layanan akomodasi, yaitu layanan dibidang akomodasi/jasa pelayanan penginapan bagi wisatawan;
- 3) Fasilitas layanan atraksi dan rekreasi, yaitu fasilitas dan layanan pada saat penyelenggaraan atraksi wisata dan rekreasi bagi wisatawan;
- 4) Fasilitas layanan belanja, yaitu fasilitas dan layanan yang diberikan untuk aktivitas berbelanja bagi wisatawan; dan
- 5) Fasilitas layanan makanan dan minuman, yaitu fasilitas dan layanan yang diberikan destinasi dengan berbagai sajian makanan bagi wisatawan.

3.4 Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:9), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan atau interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi destinasi yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai pendukung untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan permasalahan penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi yang dilakukan di obyek wisata Kampung Buyut Cimahi (KABUCI), selain itu peneliti melakukan wawancara yang dilakukan kepada pengelola, *staff*, pengunjung/wisatawan, warga sekitar, dan peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi serta studi pustaka. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan, antara lain:

3.4.2.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dapat membantu peneliti dalam pengamatan terhadap suatu destinasi yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi kondisi kawasan atau fenomena yang terdapat di Kampung Buyut Cimahi (KABUCI).

3.4.2.2 Wawancara

Pengumpulan Data dengan Wawancara (Interview) Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019), wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan – pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis dan wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan bila ada jawaban diluar pertanyaan-pertanyaan terstruktur namun tidak terlepas dari permasalahan penelitian dengan pihak–pihak yang terkait dengan pembahasan penelitian secara langsung, atau via e-mail dan chat apabila hasil wawancara kurang lengkap (Sugiyono, 2019)

Dalam teknik pengumpulan data ini peneliti menggunakan wawancara mendalam kepada beberapa informan seperti pengelola, pemerintah kota, *staff*, dan wisatawan. Dengan wawancara ini peneliti akan mengetahui hal-hal mendalam tentang partisipan dan menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian.

3.4.2.3 Dokumentasi

Pengumpulan Data dengan Dokumentasi Sugiyono (2019) mengemukakan dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik pengumpulan data dengan cara ini untuk mendapatkan beberapa dokumentasi mengenai destinasi wisata Kampung Buyut Cimahi (KABUCI) berdasarkan sumber-sumber yang ada di lokasi penelitian.

3.4.2.4 Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2016:291), Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Penggunaan jurnal atau internet

sebagai referensi untuk mengemukakan teori. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jurnal, buku dan internet dari sumber yang kredibel.

3.5 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua sumber yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang diolah baik perorangan maupun organisasi langsung dari destinasinya. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data langsung dari pihak-pihak yang berpengaruh dalam penelitian berdasarkan hasil wawancara
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh orang lain atau organisasi lain. Peneliti menggunakan data sekunder yang bersumber dari jurnal dan buku-buku yang mampu menunjang terkumpulnya data.

3.6 Teknik Pengolahan Data

3.6.1 Teknik SWOT

Teknik pengolahan data yang dipakai penulis adalah teknik analisis SWOT. Analisis SWOT menurut Freddy (2013) adalah analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Pada analisis ini penulis menempatkan situasi dan kondisi yang ada sebagai faktor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

3.6.2 Matriks EFAS

Tahapan pertama menggunakan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) yaitu mengkaji faktor-faktor yang bersumber dari luar atau pesaing lain yang meliputi peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi eksternal:

1. Buatlah daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada aspek eksternal yang mencakup peluang dan ancaman bagi perusahaan pada kolom 1
2. Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Pada kolom 3, berikan rating untuk masing masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai pada semua faktor peluang bersifat positif mulai dari +1 (dibawah rata-rata) sampai +4 (sangat baik). Sedangkan untuk faktor ancaman bersifat negatif yang artinya jika ancamannya sangat tinggi ratingnya adalah 1, dan jika ancamannya rendah ratingnya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3. Hasilnya berupa skor untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 1 (*poor*) -4 (*outstanding*).
5. Jumlahkan skor (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.
6. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan nya dihitung.

Tabel 3.1
Tabel EFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Peluang: - -				
Ancaman: - -				
TOTAL	1,00			

Sumber: Rangkuti dalam Maulani, 2020

3.6.3 Matriks IFAS

Tahapan selanjutnya yaitu IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk mengkaji faktor-faktor yang bersumber dari dalam perusahaan yang meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi internal:

1. Buatlah daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada aspek internal yang mencakup kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 0,1 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Pada kolom 3, berikan rating masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai pada semua faktor kekuatan bersifat positif mulai dari +1 (dibawah rata-rata) sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan untuk faktor kelemahan

bersifat negatif yang artinya, jika kelemahan perusahaan besar dibandingkan dengan rata-rata industri, ratingnya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, ratingnya adalah 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3. Hasilnya berupa skor untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 1 (*poor*) – 4 (*outstanding*).
5. Jumlahkan skor (pada kolom 4). Untuk memperoleh total skor bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor strategis internal nya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.
6. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

Tabel 3.2
Tabel IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Kelebihan/Kekuatan: - -				
Kekurangan/Kelemahan: - -				
TOTAL	1,00			

Sumber: Rangkuti dalam Maulani, 2020

3.6.4 Positioning Kuadran SWOT

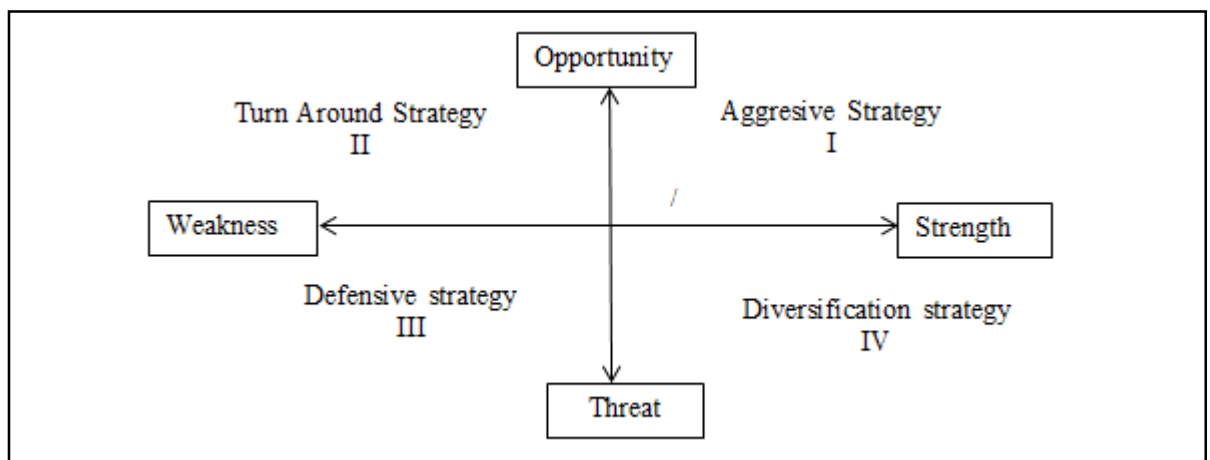
Dari matriks IFAS dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \text{Total Kekuatan (strength)} - \text{Total Kelemahan (weakness)}$$

Sedangkan dari matriks EFAS dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \text{Total Peluang (opportunity)} - \text{Total Ancaman (threats)}$$

berdasarkan matriks EFAS dan IFAS tersebut dapat diketahui posisi sumbu X dan posisi sumbu Y dapat menentukan posisi di kuadran SWOT, dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.2
Kuadran SWOT

Sumber: Rangkuti dalam Maulani, 2020

1. *Kuadran I*

Pada kuadran 1 ini situasi sangat menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang

yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

2. *Kuadran 2*

Meskipun pada pada kuadran 2 ini perusahaan mengalami ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diverifikasi (pasar/produk).

3. *Kuadran 3*

Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak, perusahaan mengalami beberapa kendala internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini sama dengan *question mark* pada BCG Matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. *Kuadran 4*

Pada kuadran 4 ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.6.5 Matriks SWOT

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah menggunakan matriks SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) untuk membandingkan antara faktor internal, kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Tabel 3.3
Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>S/strength</i>)	Kelemahan (<i>W/weakness</i>)
Peluang (<i>O/opportunity</i>)	Strategi SO (Strategi yang memanfaatkan kekuatan dan memanfaatkan peluang)	Strategi WO (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Ancaman (<i>T/threats</i>)	Strategi ST (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)	Strategi WT (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)

Sumber: Rangkuti dalam Maulani, 2020

Dari tabel 3.3 mengenai tabel matriks SWOT maka dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B. S. (2016). Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan di Darajat Pass (waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut Universitas Pendidikan Indonesia / *repository.upi.edu / perpustakaan.upi.edu*. 10, 9–30.
- Barreto, M., Giantari, I.G.A. 2015. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste". E-jurnal Ekonomi Dan Bisnis. 4(11): 779.
- Cropanzano, R., & Wright, T. A. (2001). A Review and Further Refinement of the Happy- Productive Worker Thesis. *Consulting Psychology Journal*, 53(3), 182–199. <https://doi.org/10.1037//106W087.53.3.182>
- Delveza, a., & program. (2016). strategi pengembangan fasilitas (amenities) destinasi wisata panorama tabek patah kabupaten tanah datar. *Revista CENIC. Ciencias Biológicas*, 152(3), 28. <file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0A>.
http://salud.tabasco.gob.mx/content/revista%0Ahttp://www.revistaalad.com/pdfs/Guias_ALAD_11_Nov_2013.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v6n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi : Konsep*. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management : Concepts and Cases*. Edition 13th Pearson Education
- Dj. Rusmawati, Y. (2017). Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor Di Surabaya. *Jurnal Ekbis*, 17(1), 911–923.

- Edison, E., Hasanah Kurnia, M., & Indrianty, S. (2020). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 96–109. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.130>
- Febrina, N. (2015). Presepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pemandian Tirta Alami Kabupaten Padang Pariaman . 1, 1–27. <https://media.neliti.com/media/publications/72552-ID-none.pdf>
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember). *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 13–23. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/download/13837/7204/>
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Jakarta: Grasindo.
- Kurniawan, I. (2008). Pengembangan Ekowisata (Ecotourism) Di Kawasan Waduk Cacaban Kabupaten Tegal. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 2(25), 1–25.
- Noor, A. A., & Pratiwi, D. R. (2016). Konsep Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kampung Buyut Cipageran (Kabuci) Kota Cimahi. *7th Industrial Research, Workshop, and National Seminar.*, 178–183.
- Pendit, Nyoman S, 2002. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Pradnya Dewi, N. W. A., Mahendra, M. S., & Wiranatha, A. A. P. A. S. (2017). Faktor Pendorong Dan Penarik Orang Bali Berwisata Ke Luar Negeri. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3, 207–222. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p01>
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Rochmah Pramadika, N., Tahir, R., Ucu Rakhman, C., Nugraha, A., & Andrianto, T. (2020). Perancangan Media Interpretasi Wisata Budaya Dalam Rangka Meningkatkan Motivasi Pengalaman Berkunjung Wisatawan di Daya Tarik Galeri 16- Indonesian Bamboo Society. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.115>

Sanjaya, A. P. (2020). analisis swot dalam penentuan strategi pemasaran untuk peningkatan penjualan mesin diesel. *Molecules*, 2(1), 1–12. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0A>.
<http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.2013.02.0>

Sejiwa. (2008). Daftar Pustaka Daftar Pustaka. *Pemikiran Islam Di Malaysia: Sejarah Dan Aliran*, 20(5), 40–43. https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I

Sugiyono 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. CV Alfabeta Yogyakarta

Suchaina. (2014). Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 89–109. <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/ILMU-PSIKOLOGI/article/view/1072/938>

WEBSITE:

Kebudayaan, D. pariwisata dan. (2021). *Data destinasi wisata*.
<https://disparbud.jabarprov.go.id/>

Barat, B. pusat statistik provinsi jawa. (n.d.). *Jumlah kunjungan wisatawan*.
<https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>

Kota, D. cimahi. (n.d.). *Data wisata unggulan*. <https://data.cimahikota.go.id/data-detail/1373>