

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA DI KAWASAN KAWAH KAMOJANG KABUPATEN BANDUNG

Oleh:

Hafiidh Oktavialdi Dwitama

1103612

ABSTRAK

Daya Tarik Wisata (DTW) adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Adapun inti atau komponen dari daya tarik wisata yang harus ada dalam kondisi baik agar dapat mendukung kegiatan wisata, yaitu atraksi wisata, amenitas (fasilitas dan akomodasi), dan aksesibilitas. Daya tarik wisata alam Kawah Kamojang dikelola oleh BBKSDA (Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam) Jawa Barat yang bekerjasama dengan PT.Pertamina *Geothermal Energy* dalam pengembangannya. Daya tarik wisata Kawah Kamojang memiliki potensi wisata yang besar untuk dikembangkan, seperti kekayaan flora dan fauna, keaneka ragaman kawah-kawah, serta lahan luas. Namun sampai saat ini atraksi wisata yang disajikan hanya sekedar melihat-lihat dan mengambil foto saja. Amenitas yang tersedia belum bisa menunjang kegiatan wisata disana seperti sebagian jalan menuju atraksi wisata yang belum diperbaiki, penginapan yang sedikit, serta fasilitas-fasilitas lainnya yang dalam kondisi tidak terawat. Aksesibilitas menuju Kawah Kamojang masih dalam kondisi tidak baik, hal tersebut yang menjadi keluhan pengunjung dan menjadi masalah utama di Kawah Kamojang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan SWOT sebagai teknik analisis data. Strategi yang dihasilkan merupakan hasil persilangan antara *Strength (S)*, *Weakness (W)*, *Opportunities (O)*, *Threats (T)*, setelah sebelumnya dilakukan analisis External Factors Evaluation (EFE) dan Internal Factors Evaluation (IFE) dan positioning kuadran. Untuk mengetahui strategi mana yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan daya tarik wisata di Kawah Kamojang. Berdasarkan hasil penelitian Kawah Kamojang berada di Kuadran I (+, +*progresif*) yang berarti strategi yang tepat untuk pengembangannya adalah SO (*Strength Opportunities*) yaitu melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal dengan menjawab peluang yang ada dengan memanfaatkan atau menggunakan kekuatan dari Kawah Kamojang.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Strategi Pengembangan, SWOT.

Hafiidh oktavialdi dwirama, 2015

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISAWAT DI KAWASAN KAWAH MOJONG KABUPATEN
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TOURIST ATTRACTION DEVELOPMENT STRATEGY IN KAMOJANGCRATERSECTOR KABUPATEN BANDUNG

By:

HafiidhOktavialdiDwitama

1103612

ABSTRACT

Tourism Attractions (DTW) is something that has a uniqueness, beauty, and value diversity in the form of natural resources, culture, and the results which is subjected to man-made or destination of tourists visit. The core, or a component of a tourist attraction that should be available should be in good condition in order to support tourism activities, which is tourism attractions, amenities (facilities and accommodation), and accessibility. Natural tourist attraction Crater Kamojang managed by BBKSDA (Center for Conservation of Natural Resources) West Java in cooperation with PT.Pertamina Geothermal Energy in its development. Tourism attraction in Crater Kamojang has great tourism potential to be developed, such as the wealth of flora and fauna, the diversity of craters, and vast land. But until now tourism attractions that are presented merely to look around and take photos only. Amenity that available cannot support tourism activities such as part of the road leading tourist attraction that has not been repaired, less of inn, as well as other facilities that the conditions are not maintained. Accessibility to the crater Kamojang still not in a good condition, that reason become visitor's complaint and become a major problem in the crater Kamojang. The method that used is descriptive method with qualitative approach and using SWOT as data analysis techniques. The strategy result is the result of a cross between Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), Threats (T), having previously conducted analysis of External Factors Evaluation (EFE) and Internal Factors Evaluation (IFE) and positioning quadrant to determine which strategy is appropriate for use in the development of tourist attraction in the crater Kamojang. Based on the research results, Kamojang crater is in Quadrant I (+, + progressive), which means the right strategy for development is SO (Strength Opportunities) that expand, enlarge growth and achieve maximum progress by answering the existing opportunities to exploit or use of force Kamojang crater.

Keywords: Travel Attractions, Development Strategy, SWOT.