

POLA PENGEMBANGAN WISATA ALAM DI KABUPATEN BOGOR

Farrah
Akademi Pariwisata Pertiwi
Farrahmuniff@gmail.com

ABSTRACT

One area in Bogor regency has one of the most visitable place for tourist. It has tourism potential and surely need to be well managed so that all the existed potentials can develop to be better and more sustainable. The attraction that has highest offers potential among the six samples is KR Botani , while the lowest is KWA Gede Mountain. The shared problem of those attractions is the lack of accessibility to the attractions areas. The selected development strategies are improving the investment climate, performing maintenance of existing facilities, improving cleanness of areas, adding facilities, doing more massive promotion, repairing main road to the attractions, and improving coordination between local government and attractions managers.

Keywords: development, tourism, supply

ABSTRAK

Kabupaten Bogor merupakan salah satu kawasan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Potensi pariwisata yang ada ini tentunya harus dikelola dengan baik agar segala potensi yang telah ada dapat berkembang dengan lebih baik dan berkelanjutan. Objek wisata yang memiliki potensi penawaran yang paling tinggi diantara keenam sampel adalah kebun Botani Raya bogor sedangkan yang paling rendah adalah Kawasan wisata lam pendakian gunung gede. Permasalahan yang masih menjadi permasalahan bersama adalah terkait aksesibilitas menuju kawasan ini yang dirasa masih kurang. Strategi yang diusulkan adalah meningkatkan iklim investasi, melakukan perawatan terhadap sarana yang telah ada, meningkatkan kebersihan kawasan, menambah fasilitas pendukung yang masih kurang, melakukan promosi yang lebih masif, perbaikan jalan utama menuju kawasan ini, dan meningkatkan koordinasi pemerintah daerah dan pengelola objek wisata.

Kata kunci: pengembangan, pariwisata, penawaran

PENDAHULUAN

Berkembangnya suatu kawasan wisata tidak terlepas dari usaha-usaha yang dilakukan melalui

Perjalanan wisata yang dimaksud adalah kerjasama para stakeholder kepariwisataan, kegiatan melakukan perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat, dan pemerintah.

seseorang atau sekelompok orang dengan

mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi,

Marpaung (2000, dalam Widyasmi 2012)

pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan menyatakan bahwa: "Hal yang perlu diperhatikan

daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangkadalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang

waktu sementara. Sehingga dengan demikian potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi

aktivitas pariwisata yang ada harus didukung oleh dan evaluasi sebelum fasilitas wisata

berbagai fasilitas serta penyediaan layanan olehdikembangkan. Hal ini penting agar perkembangan

setiap lapis *stakeholder* yaitu masyarakat, daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan

pengusaha, maupun pemerintah. keinginan pasar potensial dan untuk menentukan

Sektor pariwisata sendiri saat ini dinyatakan pengembangan yang tepat dan sesuai"

sebagai salah satu sektor yang paling potensial Jawa barat sebagai salah satu provinsi yang

untuk menjadi sumber devisa Negara. Pariwisata memiliki jumlah penduduk yang paling banyak jika

Indonesia diharapkan mampu untuk berperandibandingkan dengan provinsi-provinsi lain di

sebagai penentu dan katalisator dalamIndonesia, ternyata juga menyimpan beragam

mengembangkan pembangunan sektor lainnyapotensi keindahan wisata alam yang sangat indah,

secara bertahap (Yoeti, 2000). baik yang sudah terawat dengan baik, maupun yang

Jika dibandingkan dengan negara-negara di belum sehingga sangat mampu untuk meningkatkan

Asia lainnya, pariwisata di Indonesia masih kurangkeinginan bagi wisatawan baik domestic maupun

dilirik sebagai tujuan wisata oleh masyarakat luar negeri untuk melakukan perjalanan wisata ke

dunia. Padahal jika dibandingkan, Indonesia provinsi tersebut.

memiliki potensi wisata yang jauh lebih besar Salah satu wilayah yang memiliki daya tarik

dibandingkan negara lainnya.Indonesia yangwisata yang cukup besar di Provinsi Jawa Barat

memiliki kekayaan alam dan budaya yangadalah Kabupaten Bogor.

melimpah sebenarnya sangat menjanjikan untuk Kabupaten bogor adalah salah satu daerah

mendukung keberlangsungan sektortujuan wisata di Provinsi Jawa Barat. Prioritas

pariwisata. Namun, pada kenyataannya di lapangan, utama Pemerintah Kabupaten bogor saat ini adalah

sektor pariwisata masih belum termaksimalkanmenjadikan sektor pariwisata dalam pembangunan

dengan baik. kepariwisataan pada objek dan daya tarik wisata,

serta penggalian objek wisata.

Objek-objek wisata tentunya harus terus Kabupaten bogor menjadikan sektor

dikembangkan karena pengembangan pariwisatapariwisata ini sebagai andalan perekonomian daerah

pada suatudaerah tujuan wisata, baik secara lokal, yang berbasiskan sumber daya alam, budaya yang

regional atau ruang lingkup nasional pada suatulestari dan agamis.

negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan

daerah tersebut. Berkembangnya pariwisata di suatu

Objek-objek wisata dan sarana wisata yang

daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagiada tentunya harus dikelola dengan baik agar segala

masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial, danpotensi wisata yang telah ada dapat berkembang

budaya. Namun, jika pengembangannya tidakdengan lebih baik dan dapat berkelanjutan.

dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akanBerdasarkan pada uraian yang telah dijelaskan di

menimbulkan berbagai permasalahan yangatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat.

1. Mendeskripsikan daya tarik wisata alam yang diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-terdapat di Kawasan wisata kabupaten bogor dan aspek tersebut adalah sebagai berikut: persebarannya
2. Mendeskripsikan potensi penawaran yang dimiliki objek wisata alam di Kawasan wisata kabupaten bogor
3. Menyusun strategi pengembangan objek wisata alam yang mungkin dapat dilakukan di Kawasan wisata kabupaten bogor untuk masa yang akan datang

Menurut Yoeti (1985) dalam azzahra (2017), terdapat 3 karakteristik utama objek wisata yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan suatu objek wisata

tertentu. Karakteristik tersebut antara lain :

- a. *“Something to see”* artinya objek wisata harus memiliki suatu atraksi wisata yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan bagi para wisatawan.
- b. *“Something to do”* artinya objek wisata harus memiliki sesuatu misalnya berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan sehingga ada sesuatu yang bisa dilakukan oleh wisatawan.

- b. *“Something to buy”* artinya objek wisata harus menyediakan fasilitas bagi para wisatawan daerah asal wisatawan antara lain, jumlah penduduk untuk berbelanja terutama barang-barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat.

Dalam pengembangan objek wisata pemasaran pariwisata yang ada. Berdasarkan hal hendaknya merancang langkah-langkah yang tersebut maka dapat disimpulkan bahwa aspek terarah dan terpadu terutama terkait pendidikan permintaan lebih ditentukan oleh faktor-faktor yang tenaga kerja dan perencanaan pengembangan terdapat di daerah asal wisatawan sehingga sifatnya fisik. Keterkaitan antara keduanya diharapkan lebih sulit untuk dirubah, sedangkan untuk aspek membuat pengembangan tersebut menjadi realistis penawaran berasal dari daerah yang menjadi tujuan dan proporsional. Menurut Soekadijo (1996) dalam wisata sehingga lebih mudah untuk dirubah atau azzahra (2017), sebuah objek wisata yang baik ditingkatkan. Oleh karena itulah harus dapat menarik wisatawan sebanyak-dalam penelitian ini peneliti menggunakan aspek banyaknya, menahan wisatawan untuk tinggal penawaran saja untuk menyusun strategi dalam waktu yang cukup lama dan memberi pengembangan. kepuasan kepada wisatawan.

Menurut Medlik, 1980 (dalam Gautama 2011), ada empat aspek (4A) yang harus

1. *Attraction* (daya tarik); daerah tujuan wisata (selanjutnya disebut DTW) hendaknya memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya untuk menarik wisatawan
2. *Accesable* (dapat dicapai); hal ini bertujuan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah mencapai tempat wisata
3. *Amenities* (fasilitas); fasilitas merupakan salah satu syarat daerah tujuan wisata sehingga wisatawan dapat betah tinggal lebih lama di daerah tersebut.
4. *Ancillary* (adanya lembaga pariwisata); keberadaan lembaga pariwisata dapat membuat wisatawan merasa lebih aman (*protection of tourism*) dan terlindungi sehingga akan semakin sering dikunjungi dan dicari wisatawan.

Jackson, 1989 (dalam Azzahra, 2017) melihat bahwa faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata berasal dari komponen (financial means), waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*), sistem transportasi, dan sistem

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan data yang diperlukan

dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan Bogor yang mulai dibangun pada tahun 1817. metode dokumentasi, metode observasi, dan metode wawancara. Asal mula adanya masyarakat Kabupaten Bogor, cikal bakalnya adalah dari penggabungan sembilan Kelompok Pemukiman oleh Gubernur

Berdasarkan data yang diperoleh dari Jendral Baron Van Inhof pada tahun 1745, sehingga website disbudpar kabupaten bogor didapat bahwa menjadi kesatuan masyarakat yang berkembang jumlah objek wisata alam yang terdapat dan menjadi besar di waktu kemudian. Kesatuan terdaftar resmi di Kabupaten bogor sebanyak 34 masyarakat itulah yang menjadi inti masyarakat objek wisata. Kabupaten Bogor.

Untuk mendapatkan data primer terkait Pusat Pemerintahan Bogor semula masih dengan aspek penawaran, maka objek wisata yang berada di wilayah Kota Bogor yaitu tepatnya di dijadikan sampel akan di analisis secara deskriptif. Panaragan, kemudian berdasarkan Peraturan

Peneliti mengubah data kualitatif yang Pemerintah Nomor 6 Tahun 1982, Ibu Kota didapat menjadi data kuantitatif dengan Kabupaten Bogor dipindahkan dan ditetapkan di menggunakan sistem skor. Data yang diperoleh Cibinong. Sejak tahun 1990 pusat kegiatan kemudian melalui proses analisa dengan cara pemerintahan menempati Kantor Pemerintahan di menganalisis faktor lingkungan internal (kekuatan, Cibinong. peneliti membagi objek wisata menjadi kelemahan), dan faktor lingkungan eksternal 3 jenis yaitu wisatartirta, panorama dan minat (peluang, ancaman) yang ada atau disebut juga khusus. Objek wisata yang termasuk jenis wisata sebagai analisis SWOT. Analisis tersebut tirta adalah objek wisata yang memiliki daya tarik digunakan untuk mengetahui kemungkinan adanya utama berupa air misalnya danau (situ), air terjun potensi pengembangan objek wisata alam di (curug), dan sumber air panas. Di kabupaten bogor, kabupaten bogor. objek wisata yang memiliki daya tarik utama tirta atau air terdapat di Curug Nangka, Curug 7 Cilember, serta curug cigamea.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek wisata yang termasuk jenis panorama Kabupaten Bogor, berdiri tanggal 3 Juni yang adalah objek wisata yang memiliki daya tarik utama diilhami dari tanggal pelantikan Raja Pajajaran berupa panorama atau pemandangan alam seperti yang terkenal yaitu Sri Baduga Maharaja yang taman, pegunungan, perkebunan, dan kawah. Objek dilaksanakan pada tanggal 3 Juni 1482 selama wisata dengan daya tarik utama berupa panorama sembilan hari yang disebut dengan upacara terdapat di Komplek perkebunan teh gunung mas, “Kedabhakti”.

Nama Bogor menurut berbagai pendapat gunung bunder. Kebun Botani Raya Bogor serta di wisata panorama bahwa kata Bogor berasal dari kata “Buitenzorg” Objek wisata yang termasuk jenis minat nama resmi dari Penjajah Belanda. Pendapat lain khusus yang terdapat di kabupaten bogor adalah berasal dari kata “Bahai” yang berarti Sapi, yang Wisata alam gunung gede, wisata pendakian kebetulan ada patung sapi di Kebun Raya Bogor. gunung salak bogor, serta wisata Mongolian camp. Sedangkan pendapat ketiga menyebutkan Bogor Pengkajian dan perhitungan secara tepat dan berasal dari kata “Bokor” yang berarti tunggul terarah dengan menggunakan kriteria-kriteria pohon enau (kawung). tertentu diperlukan untuk melakukan

Dalam versi lain menyebutkan nama Bogor pengembangan wisata ini. Dalam penelitian ini telah tampil dalam sebuah dokumen tanggal 7 April pengkajian difokuskan pada wisata alam yang 1952, tertulis “Hoofd Van de Negorij Bogor” yang berada di Kabupaten Bogor dengan mengambil berarti kurang lebih Kepala Kampung Bogor, yang beberapa sampel. Penilaian didasarkan pada 4 aspek menurut informasi kemudian bahwa Kampung yaitu *Attraction* (daya tarik), *Accesable* Bogor itu terletak di dalam lokasi Kebun Raya (aksesibilitas), *Amenities* (fasilitas), dan *Ancillary*

(adanya lembaga pariwisata). Hasil penilaian dapat dilihat pada Tabel 3.1- Tabel 3.4.

Tabel 3.1 Hasil penilaian Daya Tarik untuk Keenam Sampel

Variabel	Curug Cilemb	Curug Na	KPT G. Ma	KBRE Botani	KWA G. Bund	KPA G. Gede
Luas objek wisata	1	3	3	4	1	4
Suhu udara	4	4	4	4	4	3
Keindahan alam	3	3	3	3	4	3
Keunikan SD/	4	3	4	3	4	3
Kepekaan SD/	3	3	4	4	1	3
Kegiatan Wisata	4	4	4	5	2	3
Kebersihan	3	3	3	4	3	3
	21	21	26	27	20	22

Tabel 3.2 Hasil Penilaian Aksesibilitas untuk Keenam Sampel

Variabel	Curug Cilember	Curug Nang	KPT G. Mas	KBRB Botani	KWA G. Bunder	KPA G. Gede
Jarak dari Kota	4	4	1	4	4	1
Frekuensi Kendaraan Umum	2	3	4	3	3	4
Kondisi Umum	3	2	3	4	3	3
Kondisi objek wisata	3	1	3	4	2	1
Total	13	10	11	16	12	9

Tabel 3.3 Hasil Penilaian Fasilitas Pendukung untuk Keenam Sampel

Variabel	Curug Cilember	Curug Nang	KPT G. Mas	KBRB Botani	KWA G. Bunder	KPA G. Gede
Ketersediaan fasilitas	4	4	4	3	3	4
Area parkir	4	3	4	4	2	4
Kios souvenir & makanan	4	4	4	4	2	2
Tempat ibadah	3	3	4	3	1	4
Tempat istirahat	2	2	2	4	2	2
Toilet	3	3	4	4	2	1
Kualitas toilet	3	1	4	4	3	1
Ketersediaan air	2	4	4	4	4	2
Penginapan	4	4	4	4	4	2
Total	29	28	34	35	23	22

Tabel 3.4 Hasil Penilaian Kelembagaan untuk Keenam Sampel

Variabel	Curug Cilember	Curug Nangka	KPT G. Mas	KBRB Botani	KWA G. Bunder	KPA G. Gede
Status pengelolaan	3	3	3	3	3	3
Jumlah Pegawai	2	2	3	4	1	1
Mutu Pelayanan	2	4	3	4	3	3
Promosi	3	4	3	4	2	2
Lama Pengelolaan	3	4	4	5	2	1
Total	13	17	16	20	11	10

Berdasarkan hasil dari penilaian melalui pariwisata alam yang direncanakan mengikuti kuesioner yang disebar ke responden, diketahui sasaran pokok yaitu “Terwujudnya potensi bahwa Kebun Botani Raya Bogor memiliki nilai pariwisata daerah yang berdaya saing”. Sementara yang paling tinggi secara keseluruhan aspek untuk misi dirumuskan dengan mempertimbangkan dibandingkan keenam sampel tempat lainnya. indikator dan target, yaitu:

Sedangkan objek wisata yang memiliki nilai paling rendah adalah Kawasan pendakian Alama. Meningkatkan kualitas lingkungan kawasan gunung gede, kecuali untuk aspek daya tarik pariwisata di kabupaten Bogor kawasan wisata alam gunung bunder memiliki b. Meningkatkan pengelolaan daerah tujuan wisata penilaian paling kecil dari para responden. c. Meningkatkan keanekaragaman objek wisata.

Jika dilihat dari berbagai aspek yang diujikan maka, dapat disimpulkan bahwa objek wisata yang terdapat di Kabupaten Bogor umumnya e. Meningkatkan pola kerja sama, kemitraan dan memiliki daya tarik yang tinggi dan ini menunjukkan potensi pariwisata yang f. Meningkatkan pendapatan masyarakat setempat tinggi. Namun tentunya potensi yang tinggi ini perlu dan daerah

Selanjutnya untuk membuat arahan pengembangan ini maka dilakukan analisis dengan sendiri. SWOT Analisis digunakan untuk membuat menggunakan SWOT. Analisis ini menggunakan arahan bagi pengembangan, dengan terlebih dahulu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan merumuskan visi dan misi pengembangan eksternal, yang secara langsung dapat mempengaruhi pengembangan di Kawasan wisata Alam Kabupaten Bogor, faktor-faktor tersebut

Mempertimbangkan sasaran pokok, dapat dilihat dalam Tabel 3.5. indikator, dan target terkait pariwisata yang ada maka dirumuskan bahwa visi dari pengembangan

Tabel 3.5 Tabel Analisis SWOT

<i>STRENGTH (KEKUATAN)</i>	<i>WEAKNESS (KELEMAHAN)</i>
Sebagian besar objek wisata terletak pada satu jalur utama	Fasilitas pendukung pariwisata masih minim di beberapa objek wisata
Keanekaragaman hayati yang melimpah (flora dan fauna)	Perawatan terhadap infrastruktur yang sudah ada masih kurang
Keindahan pemandangan (bentang alam), udara yang sejuk, sumber mata air panas, potensi hidrologi yang cukup besar	Terdapat potensi obyek wisata yang belum dikembangkan
Pengelola objek wisata umumnya memiliki produk yang bisa dijadikan souvenir	Promosi objek masih mengandalkan informasi dari mulut kemulut
Banyak pilihan kegiatan wisata yang dapat dilakukan di objek wisata	Kebersihan masih belum terjaga secara keseluruhan
Terdapat banyak tempat penginapan dengan beragam tarif dan fasilitas	Jalur menuju objek wisata sering mengalami kemacetan terutama untuk hari libur serta kurang lebar Jalan di area objek wisata umumnya belum terlalu bagus dan sempit sehingga bus pariwisata belum bisa masuk Data dan informasi mengenai potensi SD kepariwisataan belum memadai
<i>OPPORTUNITY (PELUANG)</i>	<i>THREAT (HAMBATAN)</i>
Kabupaten Bogor berdekatan dengan Kota kota besar yang padat penduduk menjadi tempat wisata terutama untuk hari libur, bahkan hingga menimbulkan kemacetan	Ancaman bencana alam dan cuaca yang tidak menentu cenderung hujan
Pasar pariwisata domestik dan internasional yang cukup tinggi	Stabilitas nilai tukar rupiah yang labil.
Banyak wisatawan yang berkunjung di musim liburan, baik domestic maupun internasional	Masuknya budaya asing atau budaya dari luar.
Dukungan terhadap konservasi kawasan dan keberlanjutan pariwisata alam	Kurangnya pemahaman wisata masyarakat sekitar

Kelemahan yang dimiliki Kawasan wisata alam di kabupaten bogor ini cukup

banyak. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.5. Pengembangan yang dilakukan hendaklah memperbaiki terlebih dahulu apa yang menjadi kelemahannya dengan memperhatikan oportunitas yang bisa dikembangkan. Hal ini dikarenakan jika pengembangan dilakukan tanpa mempertimbangkan kelemahan yang ada maka pengembangan yang dilakukan akan kurang optimal bahkan mungkin tidak berhasil. Selain itu dengan mempertimbangan visi dan misi maka berdasarkan alternatif strategi yang telah disusun, strategi yang dipilih adalah strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*), yaitu:

1. Meningkatkan iklim investasi, melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap masyarakat sekitar kawasan wisata alam kabupaten bogor, maupun pengusaha wisata yang dilakukan oleh tenaga profesional dari Dinas Pariwisata/Pemda
2. Meningkatkan perawatan terhadap sarana-sarana yang telah ada serta meningkatkan kebersihan kawasan wisata secara keseluruhan
3. Menambah sarana-sarana pendukung pariwisata di objek wisata yang masih kurang
4. Melakukan promosi secara intensif dan terus menerus, di berbagai lini terutama media sosial
5. Melakukan perbaikan dan pelebaran jalan menuju objek wisata sehingga bisa dilalui oleh kendaraan besar
6. Meningkatkan koordinasi antara pemerintah daerah dan pihak pengelola objek wisata agar inventarisasi potensi pariwisata dapat terlaksana dengan lebih baik

KESIMPULAN

1. Objek wisata di Kawasan wisata kabupaten bogor sebagian besar terdapat di daerah cisarua dan sekitarnya. Jenis wisatanya berupa wisata tirta, minat khusus, dan panorama, yang memiliki daya tarik utama berupa danau, air terjun, sumber mata air panas, taman, hutan, pegunungan, perkebunan, kawah, dan bumi perkemahan.
1. Nilai potensi penawaran objek yang paling tinggi secara keseluruhan adalah kebun Botani raya Bogor dengan kategori baik sekali, sedangkan objek wisata dengan nilai paling rendah adalah Kawah Kawasan Pendakian Alam Gunung Bunder dengan kategori cukup.
2. Strategi yang diusulkan dengan memperhatikan WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu meningkatkan iklim investasi, perawatan sarana-sarana yang ada serta meningkatkan kebersihan lingkungan objek, menambah sarana-sarana pendukung pariwisata, melakukan promosi yang lebih masif, melakukan perbaikan dan pelebaran jalan menuju objek wisata, dan meningkatkan koordinasi antara pemerintah daerah dan pihak pengelola objek wisata agar inventarisasi potensi pariwisata

DAFTAR PUSTAKA

- Soekadijo, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai System Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Widyasmi, Kartika. 2012. *Strategi Pengelolaan Pariwisata Bahari di Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak*. Skripsi. Serang:

UNTIRTA Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu*

Pariwisata. Bandung: Angkasa.
2000. Ekowisata :

Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup.
Jakarta: P.T. Pertja.

Azzahra Fatimah, 2016. *Pengembangankawasan
wisata alam ciwidey*