

PELAKSANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM CITUMANG OLEH PERUM PERHUTANI KESATUAN PEMANGKUAN HUTAN CIAMIS

Oleh :

Cica Muliani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Galuh

Jln. R.E.Martadinata No.150 Ciamis

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya pemenuhan sarana prasarana arena bermain dan jalan yang merupakan akses ke wisata alam Citumang masih berupa bebatuan dan tanah, minimnya sarana promosi yang disediakan Perum Perhutani KPH Ciamis dan minimnya minat wisatawan yang datang ke Objek Wisata Alam Citumang sebagai akibat kurangnya sosialisasi mengenai wisata alam Citumang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan jumlah informan sebanyak 7 orang yang bertugas di Objek Wisata Alam Citumang. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, display data, dan verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis masih belum optimal. Hal ini dapat terlihat dari 3 dimensi yang diteliti terdapat 2 dimensi belum dilaksanakan dengan baik dan 1 dimensi telah dilaksanakan dengan baik. Hambatan-hambatan yang ditemukan diantaranya kurangnya fasilitas bermain anak-anak, kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata alam Citumang serta minimnya tingkat ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata alam Citumang yang ditunjukkan dengan turunnya jumlah wisatawan dari tahun 2015 yang tercatat sebanyak ± 33.560 orang menjadi ± 26.890 orang pada tahun 2016. Upaya-upaya yang dilakukan untuk menghadapi hambatan-hambatan tersebut ialah dengan terus melakukan koordinasi dengan pihak KPH Ciamis agar dapat menyetujui usulan pembangunan kolam renang di area objek wisata alam Citumang, serta melakukan koordinasi dengan pihak Pemerintah Daerah, kompepar serta para pelaku wisata di sekitar objek wisata Citumang untuk terus melakukan promosi baik itu melalui media cetak maupun media online seperti instagram, facebook, youtube dan website agar masyarakat dapat lebih mengetahui tentang pesona alam Citumang.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Wisata Alam

A. Pendahuluan

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga negara Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang kepariwisataan. Seiring berjalannya waktu, pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik.

Sejalan dengan perkembangan dunia pariwisata saat ini telah terdapat banyak biro perjalanan wisata Tugas dari biro perjalanan wisata adalah menangani kunjungan para wisatawan ke berbagai daerah tujuan wisata baik wisata dalam negeri atau luar

negeri. Semakin banyaknya pihak yang terjun dalam usaha biro perjalanan wisata akan menunjang kemajuan pariwisata di Indonesia.

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh

meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Yuwana, 2010:1).

Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003:5).

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber.

Dari sudut sosial, kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa, selain itu juga pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan Sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Potensi wisata suatu daerah beragam mulai dari keindahan alam, adat-istiadat atau budaya dan keramah-tamahan penduduknya hingga kesiapan sarana dan prasarana pendukungnya hal ini sangat ideal sekali dalam

proses perencanaan dan pengembangan pariwisata pada suatu destinasi pariwisata kedepannya dan dapat dijadikan suatu penghasilan devisa bagi suatu daerah dimana pariwisata itu berkembang. Keindahan alam suatu daerah yang masih bersifat alami akan sangat membantu dalam perkembangan pariwisatanya di dukung dengan budaya masyarakat yang masih melekat dalam kehidupan masyarakat dalam kehidupan masyarakat setempat sangat didambakan oleh wisatawan untuk lebih dikenal lebih mendalam dan menarik untuk dipelajari oleh wisatawan.

Wisata alam Citumang merupakan salah satu objek wisata berbasis kawasan hutan di Kabupaten Pangandaran. Letak Citumang berada tepatnya di blok saladah Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Di Objek Wisata Alam Citumang yaitu salah wisata air yaitu melalui sungai yang digunakan untuk body rafting.

Berikut adalah data hasil observasi awal yang penulis lakukan di Kantor Perum Perhutani KPH Ciamis berkenaan dengan masih belum optimalnya Pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Citumang dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Masih kurangnya pemenuhan sarana prasarana arena bermain dan jalan yang merupakan akses ke wisata alam Citumang masih berupa bebatuan dan tanah. Contohnya: Belum adanya ayunan dan perosotan.
- 2) Masih minimnya sarana promosi yang disediakan Perum Perhutani KPH Ciamis. Contohnya: Belum adanya buku yang membahas tempat wisata alam Citumang, belum adanya leaflet tentang wisata alam Citumang, belum adanya banner tentang wisata alam Citumang.
- 3) Masih minimnya minat wisatawan yang datang ke Objek Wisata Alam Citumang sebagai akibat kurangnya sosialisasi mengenai wisata alam Citumang. Hal ini dilihat dari jumlah wisatawan tidak mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Contohnya: Terjadinya penurunan jumlah wisatawan terbukti dari data wisatawan yang berkunjung, dimana pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan tercatat ± 33560 orang sedangkan pada tahun 2016 tercatat ± 26890 orang.
- 4)

B. Landasan Teoritis

1. Pengertian Strategi

Adapun mengenai pengertian strategi Hadari Nawawi (2000 : 147) mengemukakan

bahwa yang dimaksud strategi dalam organisasi dapat diartikan “Sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi”.

Siagian (2004 : 63) mendefinisikan strategi adalah “Sebagai serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut”.

2. Tipe-Tipe Strategi

Menurut David (2009 : 6) pada prinsipnya dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu:

1) Strategi Manajemen

Strategi Manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan produk secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga. Strategi pengembangan pasar, dan strategi keuangan.

2) Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi investasi.

3) Strategi bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi, strategi operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

3. Fungsi dari Strategi

Menurut Assauri (2013 : 7) fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Fungsi Strategi sebagai berikut:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang dapat sekarang atau sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.

4. Menghasilkan dan membangkitkan lebih banyak sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.

5. Mengkoordinasi dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.

6. Menanggapi serta bereaksi atas kegiatan atau aktivitas kedepan.

Sedangkan Effendy (2000: 300) menyatakan fungsi sebagai berikut:

1. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
2. Menjembatani “cultural gap” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

4. Unsur-Unsur Strategi

Menurut Assauri (2013:5) terdapat 5 unsur strategi yaitu :

1. Arena yang merupakan produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya dimana organisasi beroperasi. Arena ini sangat mendasar bagi pemilihan keputusan oleh para orang strategis, yaitu dimana atau di arena apa organisasi menetapkan visi atau tujuan yang lebih luas.
2. Sarana kendaraan yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Unsur ini harus dipertimbangkan untuk diputuskan oleh para strategis, yang berkaitan dengan bagaimana organisasi dapat mencapai arena sasaran. Hal tersebut berupa perluasan cakupan produk, yang dapat dilakukan melalui pengembangan produk dari dalam organisasi atau secara patungan.
3. Pembeda adalah unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan seperti bagaimana organisasi akan mendapatkan pelanggan secara luas.
4. Tahapan rencana yang merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategi. Walaupun substansi dari suatu strategi mencakup arena, sarana, dan pembeda tetapi keputusan yang menjadi unsur yang keempat, unsur ini menetapkan langkah-langkah utama pergerakan dari strategi, bagi pencapaian tujuan atau visi organisasi.
5. Pemikiran yang ekonomis merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi sangat sukses atau

berhasil, tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis, sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan.

5. Manfaat Strategi

Udan (2005 : 20) menyatakan bahwa rumusan strategi yang mempunyai manfaat yaitu: Mendorong pemahaman kondisi perusahaan yang sebenarnya, mengatasi konflik yang disebabkan pengembangan perusahaan yang tidak jelas, pemanfaatan sumber daya perusahaan, memenangkan persaingan perusahaan yang ketat dan mampu membantu perusahaan mencapai tujuan dan memecahkan perusahaan rumit.

Sedangkan menurut David (2005:5) manfaat dari Strategi yaitu:

Kegiatan perumusan (formulasi) strategi memperkuat kemampuan perusahaan mencegah masalah, keputusan strategi yang didasarkan pada kelompok mungkin sekali dihasilkan dari alternatif yang terbaik yang ada, keterlibatan karyawan dalam perumusan strategi meningkatkan pemahaman mereka akan adanya hubungan produktivitas-ijballan di setiap rencana strategi sehingga mempertinggi motivasi mereka, dan senjang dan tumpang tindih kegiatan di antara individu dan kelompok berkurang karena partisipasi dalam perumusan strategi memperjelas adanya perbedaan peran masing-masing.

6. Tahapan Strategi

Tahapan strategi menurut Rio F. Wilantara dan Susilawati (2016 : 268-272) dibagi menjadi tiga tahap yaitu sebagai berikut :

1. Tahap perumusan strategi, yaitu melakukan kajian terhadap posisi organisasi untuk selanjutnya diputuskan rumusan strategi yang akan dilakukan sesuai dengan hasil kajian tersebut.
2. Tahap pelaksanaan strategi, yaitu menyelenggarakan alokasi sumber daya, mengatur waktu pelaksanaan, dan membagi tugas antar unit yang ada.
3. Tahap evaluasi strategi, yaitu mengevaluasi kinerja karena antara keduanya saling berkaitan.

Menurut Hari Karyono (1997: 15) memberikan definisi secara umum dan secara teknis mengenai pariwisata bahwa:

Secara umum, definisi pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur mengurus

dan melayani kebutuhan wisatawan. Sedangkan definisi secara teknis, bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah ataupun masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Menurut Gamal Suwanto (1997: 27) istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata yaitu “Sebagai suatu perubahan berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam”.

Selain pengertian di atas oleh Oka A. Yoeti mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*bussines*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetap semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 1990: 109).

7. Ciri-Ciri Pariwisata

Melakukan perjalanan ditentukan oleh keinginan yang mendorong seseorang untuk bepergian ke daerah yang akan dituju. Melakukan perjalanan wisata adalah hal yang menyenangkan dan disukai oleh semua orang. Oleh sebab itu,

Menurut Desky (1999: 6), ciri-ciri pariwisata yaitu sebagai berikut:

- 1) Berupa perjalanan keliling yang kembali lagi ke tempat asal.
- 2) Pelaku perjalanan hanya tinggal untuk sementara waktu.
- 3) Perjalanan tersebut telah direncanakan terlebih dahulu.
- 4) Ada organisasi atau orang yang mengatur perjalanan tersebut
- 5) Terdapat unsur-unsur produk wisata.
- 6) Ada tujuan yang ingin dicapai dari perjalanan wisata tersebut
- 7) Biaya perjalanan diperoleh dari negara asal.
- 8) Dilakukan dengan santai.

Sedangkan menurut Oka A. Yoeti (1996: 118), menyatakan ciri-ciri pariwisata sebagai berikut:

- 1) Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu.
- 2) Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya.
- 3) Perjalanan itu, walaupun apa bentuknya harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi.
- 4) Orang yang melakukan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

8. Tujuan Pariwisata

Tujuan kepariwisataan menurut Prof. Dr. Hj. Sedarmayanti, M.Pd., APU. Yaitu sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 3) Menghapus kemiskinan.
- 4) Mengatasi pengangguran.
- 5) Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya.
- 6) Memajukan kebudayaan.
- 7) Mengangkat citra bangsa
- 8) Memupuk rasa cinta tanah air.
- 9) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Oka A. Yoeti (1997) memberikan pengertian Objek wisata adalah berbagai macam hal yang dapat dilihat, disaksikan, dilakukan atau dirasakan. Sementara Chafid Fandeli (1995:8) mengartikan Objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung.

Gamal Suwanto (1997:19) menyebutkan Objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah. Selanjutnya Objek wisata ini dikelompokkan menjadi tiga golongan yaitu:

1. Objek wisata dan daya tarik wisata alam
Objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan dan kekayaan alam.
2. Objek wisata dan daya tarik budaya
Objek dan daya tarik bersumber pada kebudayaan, seperti peninggalan sejarah, museum, atraksi kesenian, dan Objek lain yang berkaitan dengan budaya.
3. Objek wisata dan daya tarik pada minat khusus

Objek wisata daya tariknya bersumber pada minat khusus wisatawan itu sendiri, misalnya olah raga, memancing dan lain-lain.

Adapun mengenai pengertian pengembangan, J.S Badudu (1997 : 432) mendefinisikan pengembangan adalah “Cara atau hasil kerja mengembangkan, mengembangkan berarti membuka, memajukan, menjadikan jadi maju dan bertambah baik. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata adalah usaha atau cara untuk memajukan pariwisata”.

9. Aspek-Aspek Pengembangan Pariwisata

Yoeti (1997 : 2-3) pengembangan pariwisata ini ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu :

- 1) Wisatawan (Tourist)
Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.
- 2) Transportasi
Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.
- 3) Atraksi/Objek wisata
Bagaimana Objek wisata dan atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dapat dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang dapat dibeli di DTW yang dikunjungi.
- 4) Fasilitas pelayanan
Fasilitas apa saja yang tersedia di DTW tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum seperti Bank/money changers, kantor pos, telepon/teleks di DTW yang akan dikunjungi wisatawan
- 5) Informasi dan promosi
Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/ brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

C. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. (Sugiyono,2008 : 1).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2008 : 11) “Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain dan terjadi pada penelitian lapangan”.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dan terjadi pada saat penelitian yang dilakukan.

2. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini berlangsung dalam rentang waktu 9 (sembilan) bulan, terhitung mulai Bulan September 2016 sampai dengan Bulan Mei 2017. Penelitian ini dilaksanakan di obyek wisata alam Citumang.

3. Subjek penelitian

Menurut Silalahi (2012:289) sumber data adalah :

Mampu memahami dan mengidentifikasi latar data (lingkungan natural dan artificial keduanya) dan sumber data (intern dan ekstern atau keduanya mampu data primer dan data sekunder) akan mampu memindahkan peneliti untuk memilih metode pengumpulan data yang tepat guna dan hasil guna dan memudahkan melakukan pengumpulan data.

Jika dilihat dari jenisnya, sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Sumber Data Primer

Menurut Sekaran (dalam Silalahi,2012:289) sumber data primer yaitu ‘Data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Individu, kelompok fokus, dan satu kelompok informan secara khusus sering dijadikan peneliti sebagai sumber data primer’. Data primer dalam penelitian ini antara lain didapat dengan cara memberikan pertanyaan dalam bentuk wawancara yang ditujukan kepada pegawai Perum Perhutani KPH Ciamis yang ditugaskan untuk mengelola Objek Wisata Alam Citumang yang berjumlah 5 orang, dan pegawai yang bertugas membantu di Objek Wisata Alam Citumang yang berjumlah 2 orang. Jadi jumlah sumber data primer adalah 7 orang.

2) Sumber Data Sekunder

Silalahi (2012:291) memberikan definisi dari Sumber data sekunder sebagai berikut: Sumber data sekunder meliputi komentar, interpretasi atau pembahasan tentang materi original, sumber data sekunder dapat dianggap sebagai second-hand information. Data sekunder yang diperoleh untuk penelitian ini berasal dari catatan kepustakaan, dokumentasi, hasil observasi, rekaman wawancara, dokumen – dokumen tambahan yang berarti.

4. Data, Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1) Data

Menurut Silalahi (2012:280) data adalah:

Bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu data dan kualitas data merupakan pokok penting dalam penelitian. Data diperoleh melalui suatu proses yang disebut pengumpulan data.

Data yang diperlukan untuk proses penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Sugiyono (2010:137) menyatakan bahwa “ Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data ”.

Adapun pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2010:137) adalah “ Data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen “.

2) Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan digunakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku-buku dan bahan pustaka lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti penulis.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan penyeleksian data secara langsung yang diperoleh dari lokasi penelitian. Pelaksanaan

studi lapangan dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- o Observasi
Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.
- o Wawancara
Wawancara adalah teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.
- o Dokumentasi
Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Menurut Bogdan (Sugiyono, 2013 : 332) menyatakan analisis data adalah “Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain”. Aktivitas dalam analisis data menurut Miles and Huberman (Sugiyono, 2013:334) adalah *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*:

1. *Reduction Data*/Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Selain itu reduksi data merupakan .proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi.

2. *Display Data*/Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. *Conclusion drawing / Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

D. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis

Penelitian ini membahas mengenai permasalahan dalam pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis. Sehingga yang dijadikan fokus kajian dalam penelitian ini adalah pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis dengan menggunakan pendekatan tahapan strategi menurut Rio F. Wilantara dan Susilawati (2016:268-272) sebagai tolok ukur dalam melakukan penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini. sebagai berikut:

1. Tahap Perumusan Strategi.
2. Tahap Pelaksanaan Strategi.
3. Tahap Evaluasi.

Dengan demikian, dapat penulis uraikan hasil penulisan ini dalam bentuk tabel rekapitulasi hasil penulisan sebagai berikut:

| No. | Dimensi | Indikator | Hasil Penulisan |
|-----|--------------------------|--|---|
| 1 | Tahap Perumusan Strategi | Merumuskan dan mengembangkan visi dan misi | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori |
| | | Mengidentifikasi posisi (peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan) | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori |

| | | | | |
|---|----------------------------|---|---|---|
| | | Menetapkan tujuan jangka panjang. | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Merumuskan sejumlah strategi alternatif | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Memilih strategi terbaik untuk digunakan | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| 2 | Tahap Pelaksanaan Strategi | Menetapkan sasaran tahunan | | Belum dilaksanakan dengan baik karena tidak sesuai dengan teori |
| | | Menetapkan kebijakan | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Memotivasi karyawan | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Mengalokasikan sumber daya | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Mengembangkan budaya yang mendukung strategi | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Menentukan struktur organisasi yang efektif | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| 3 | Tahap Evaluasi | Adanya evaluasi terhadap pelaksanaan strategi. | Sudah dilaksanakan baik sesuai dengan teori | |
| | | Adanya evaluasi terhadap kinerja dalam pelaksanaan strategi | | Belum dilaksanakan dengan baik karena tidak sesuai dengan teori |

Pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis secara umum belum dilaksanakan dengan baik. Hal ini terbukti dari 13 indikator yang diteliti, 11 indikator telah dilaksanakan dengan baik dan 2 indikator belum dilaksanakan dengan baik.

2. Hambatan-Hambatan yang Dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Citumang oleh Perum Perhutani KPH Ciamis

Menurut James Brian Quinn dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (216:2003) menyatakan bahwa, "strategi efektif mengandung tiga unsur penting yakni tujuan, kebijakan dan program".

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, ditemukan adanya hambatan-hambatan dalam pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis. Adapun hambatan-hambatan tersebut diantaranya:

1. Kurangnya fasilitas bermain bagi anak-anak. Hal ini terlihat dari tidak tersedianya fasilitas bermain anak

seperti perosotan dan ayunan. Padahal tidak semua wisatawan adalah orang dewasa, tetapi ada juga yang membawa anak-anak mereka ke objek wisata alam Citumang.

2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata Citumang. Seperti tidak tersedianya buku ataupun *leaflet* yang membahas objek wisata Citumang.
3. Minimnya tingkat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Citumang. Hal ini dapat terlihat dari data yang peneliti peroleh dari pihak pengelola bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2015 tercatat sebanyak ± 33.560 orang sedangkan pada tahun 2016 tercatat sebanyak ± 26.890 orang.

3. Upaya-Upaya yang Dilakukan untuk mengatasi Hambatan-Hambatan yang Dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Citumang oleh Perum Perhutani KPH Ciamis

James J. Spillane (1994: 51-62) menjelaskan mengenai dampak positif dan

negatif dari pengembangan pariwisata. Dampak positif, yang diambil dari pengembangan pariwisata meliputi:

- a. Penciptaan lapangan kerja, dimana pada umumnya pariwisata merupakan industri padat karya dimana tenaga kerja tidak dapat digantikan dengan modal atau peralatan.
- b. Sebagai sumber devisa asing
- c. Pariwisata dan distribusi pembangunan spiritual, disini pariwisata secara wajar cenderung mendistribusikan pembangunan dari pusat industri kearah wilayah desa yang belum berkembang, bahkan pariwisata disadari dapat menjadi dasar pembangunan regional. Struktur perekonomian regional sangat penting untuk menyesuaikan dan menentukan dampak ekonomis dari pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dengan 7 (tujuh) orang informan, maka dapat diketahui adanya upaya-upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Perum Perhutani KPH Ciamis dalam melaksanakan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengelola objek wisata Citumang melakukan koordinasi dengan pihak KPH Ciamis agar dilakukan pembangunan kolam renang di area wisata alam Citumang. Hal ini dimaksudkan agar menjadi salah satu alternatif agar wisatawan yang membawa anak-anaknya dapat menikmati kegembiraan bermain air di kolam renang tersebut.
2. Pihak pengelola objek wisata Citumang melakukan koordinasi dengan Pemerintah Daerah, kompepar dan para pelaku wisata untuk dapat berperan aktif dalam melakukan promosi wisata.
3. Pihak pengelola objek wisata Citumang melakukan koordinasi dengan kompepar agar melaksanakan pendidikan dan pelatihan untuk para pelaku wisata seperti pedagang dan *tour guide* agar memiliki pengetahuan dan kemampuan yang lebih baik lagi. Serta menggunakan media sosial sebagai alternatif baru dalam melakukan promosi.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan

mengenai pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis, dapat peneliti uraikan simpulan sebagai berikut:

- a. Dalam pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis terdapat 2 dimensi tahapan strategi belum berjalan dengan baik dan 1 dimensi tahapan strategi telah berjalan dengan baik. Sehingga peneliti menilai masih perlu adanya peningkatan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang.
- b. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pengelola objek wisata alam Citumang dalam melaksanakan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang meliputi kurangnya fasilitas bermain anak-anak, kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata alam Citumang serta minimnya tingkat ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata alam Citumang yang ditunjukkan dengan turunnya jumlah wisatawan dari tahun 2015 yang tercatat sebanyak ± 33.560 orang menjadi ± 26.890 orang pada tahun 2016.
- c. Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut ialah dengan terus melakukan koordinasi dengan pihak KPH Ciamis agar dapat menyetujui usulan pembangunan kolam renang di area objek wisata alam Citumang, serta melakukan koordinasi dengan pihak Pemerintah Daerah, kompepar serta para pelaku wisata di sekitar objek wisata Citumang untuk terus melakukan promosi baik itu melalui media cetak maupun media *online* seperti *instagram, facebook youtube dan website* agar masyarakat dapat lebih mengetahui tentang pesona alam Citumang.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti hendak menyampaikan saran sebagai bahan masukan dalam meningkatkan pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis. Adapun saran yang hendak peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Mengenai pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam

- Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis, seyogyanya pihak pengelola melakukan evaluasi yang lebih komprehensif terhadap strategi-strategi yang telah berjalan selama ini.
- b. Untuk menghadapi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis seyogyanya pihak pengelola dapat lebih aktif dalam melakukan komunikasi dan koordinasi dengan pihak KPH Ciamis agar usulannya dapat segera terealisasi. Adapun mengenai media promosi, di era digital sekarang ini bentuk promosi melalui media *online* diduga lebih efektif dan efisien dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Citumang. Ada baiknya pihak pengelola membuat *website* tersendiri atau *video blog* tersendiri untuk mempromosikan objek wisata alam Citumang.
 - c. Agar upaya yang dilakukan untuk menghadapi hambatan-hambatan tersebut dapat berjalan dengan baik, seyogyanya Asper BKPH Pangandaran lebih aktif dalam melakukan pengawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2005. *Manajemen Strategis:Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Desky, Mahidin Atin. 1999. *Manajemen Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Oka, A. Yoeti. 2005. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Silalahi, Ulber.(2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama..
- Tripomo dan Udan. 2005. *Managemen Strategi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Pradnya Paramita
- Wilantara, Rio F., dan Susilawati. (2016). *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.