

**Strategi Pengembangan Wana Wisata Kampoeng Ciherang dalam Meningkatkan  
Pendapatan Masyarakat  
(Studi Kasus di Desa Cijambu Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang)**

***Kampoeng Ciherang Tourist Wana Development Strategy in Increasing Community  
Income  
(Case Study in Cijambu Village, Tanjungsari District, Sumedang Regency)***

**Mochamad Ramdan\*, Dedi Herdiasah S., Dety Sukmawati, Viona Oktaviani**

Universitas Winaya Mukti  
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 29 Tanjungsari-Sumedang  
\*Email: ramdanmoch@unwim.ac.id

(Diterima 12-06-2024; Disetujui 17-07-2024)

**ABSTRAK**

Industri pariwisata Indonesia menjadi salah satu program prioritas pemerintah untuk ditingkatkan karena pariwisata mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian. Penelitian ini diperlukan untuk: (1) Mengetahui bagaimana keragaan pendapatan masyarakat di sekitar wisata Kampoeng Ciherang, dan (2) Mengetahui bagaimana mengukur dan menganalisis strategi pengembangan Wana Wisata Kampoeng Ciherang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Cijambu Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. Populasi penelitian adalah masyarakat Desa Cijambu, manajer wisata dan wisatawan. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode studi kasus. Teknis analisis yang digunakan yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data yang digunakan menggunakan SWOT. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan masyarakat yang berjualan di sekitar Kampoeng Ciherang sebesar Rp300.000-Rp500.000. Strategi yang dapat diterapkan, yaitu: (1) Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk memberdayakan masyarakat sekitar dengan membuat makanan khas atau souvenir, (2) Menambah dan meningkatkan fasilitas penunjang serta mengembangkan dan menambah wahana & spot foto yang menarik dan beragam, dan (3) Bekerja sama dengan investor untuk mempromosikan wisata serta mengembangkan konsep wisata dengan mengedepankan unsur kearifan lokal dan menjunjung keunikan dan daya tarik

Kata kunci: Pendapatan Masyarakat, Strategi Pengembangan, SWOT

**ABSTRACT**

*The Indonesian tourism industry is one of the government's priority programs to improve because tourism has a significant impact on the economy. This research is needed to (1) Find out how the community's income varies around Kampoeng Ciherang tourism (2) Knowing how to measure and analyze the Kampoeng Ciherang tourist attraction development strategy in increasing community income in Cijambu Village, Tanjungsari District, Sumedang Regency. The research population is the people of Cijambu Village, Tourism Managers and Tourists. Sampling was carried out purposively. The research method used in this research is the case study method. The technical analysis used is descriptive analysis with a qualitative approach. Analysis of the data used uses SWOT. Based on the research results, it was concluded that the average income of people selling around Kampoeng Ciherang was IDR. 300,000-500,000. Strategies that can be implemented are (1) Utilizing existing natural potential to empower local communities by making special foods or souvenirs (2) Adding and improving supporting facilities as well as developing and adding interesting and varied rides & photo spots (3) Collaborating with investors to promote tourism and develop concepts tourism by prioritizing elements of local wisdom and upholding uniqueness and attractiveness*

*Keywords: Community Income, Development Strategy, SWOT*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan pariwisata di Indonesia telah berkembang secara signifikan. Berkembangnya sektor pariwisata, dapat menjadi salah satu penyebab berubahnya kehidupan masyarakat. Khususnya bagi

masyarakat yang tinggal di desa. Perkembangan pariwisata pada suatu wilayah dapat memberikan dampak dan nilai yang positif, yaitu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, peningkatan kesempatan lahan kerja dan lapangan usaha. serta keuntungan dari hasil usaha tersebut.

Strategi terhadap pengelolaan pariwisata merupakan upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan potensi pendapatan daerah dalam mengoptimalkan fungsi dan peran pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi, dengan itu diperlukan adanya strategi sehingga dalam perkembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik, maka dapat mengetahui prospek perkembangan sektor pariwisata daerah kedepannya.

Sumedang memiliki objek wisata yang beragam. Jumlah tempat wisata di Kabupaten Sumedang merupakan jumlah yang terbilang banyak yaitu sekitar 61 wisata (“Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Sumedang & Wisata Lengkap Wonderfull Indonesia,” 2016). Menurut data BPS (Nusantara, 2024), Kabupaten Sumedang ini memiliki jumlah pengunjung yang paling sedikit dibanding dengan kabupaten lain di Jawa Barat yaitu sekitar 1.194.448 orang pengunjung. Salah satu destinasi wisata Kabupaten Sumedang adalah Wana Wisata Kampong Ciherang yang berada di Desa Cijambu Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang. Fasilitas dan wahana yang dibangun merupakan nilai lebih yang dimiliki wisata alam ini dibanding wisata-wisata alam lainnya yang berada di Kabupaten Sumedang. Sejak berdiri pada tahun 2017, usaha ini masih menghadapi kendala. Dilihat dari berdirinya wisata ini perlu adanya pengembangan yang tepat. Pengembangan wisata yang dilakukan dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan juga usaha lain dimana melibatkan penduduk setempat sehingga masyarakat sekitar dapat berperan dalam usaha wisata desa tersebut. Namun, strategi pengembangan wisata tersebut banyak menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi internal ataupun eksternal.

Strategi merupakan langkah-langkah atau rencana yang diambil oleh manajemen untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi dengan mempertimbangkan lingkungan internal dan eksternal. Dengan melakukan analisis SWOT pada analisis strategi, akan muncul beberapa alternatif strategi yang saling terkait satu sama lain. Namun, perlu diberikan bobot pada setiap alternatif yang diperoleh karena tingkat kepentingannya berbeda-beda. Metode ini dapat diterapkan pada Wana Wisata Kampong Ciherang untuk merencanakan strategi bisnis dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, kemudian merumuskan beberapa strategi alternatif melalui analisis matriks SWOT.

Kekuatan dominan dari pariwisata adalah kemampuan Dinas Pariwisata dalam memberdayakan serta memberi wawasan kepada masyarakat adat yang berhubungan dengan tanah ulayat yang dimilikinya agar di kelola dengan baik agar dapat memberi keuntungan bagi masyarakat itu sendiri. Strategi SO dominan meningkatkan peran serta Dinas Pariwisata dalam menjalankan strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Strategi AgO (*Agility x Opportunity*) dan Strategi AbC (*Ability x Culture*) dominan yaitu menjaga kearifan lokal yang ada pada masyarakat adat Port Numbay (Asli Jayapura), Strategi SC (*Strenght x Culture*) dominan yaitu meningkatkan tugas dan pokok fungsi Kepala Dinas Pariwisata agar berkoordinasi dengan lembaga masyarakat yang ada melalui koordinasi dan Strategi AgC (*Agility x Culture*) dominan yaitu memaksimalkan kecerdasan aparatur pemerintah daerah untuk melahirkan strategi yang dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata dengan menjaga kearifan lokal yang ada di daerah tersebut sehingga dapat menghargai budaya dan tidak sepihak dalam mengambil keputusan (Mebri et al., 2022).

Kekuatan dominan dari pariwisata yaitu memiliki daya tarik dari pemandangan, kreativitas dekorasi, serta penataan letak, memiliki kelemahan dominan kurangnya profesionalitas pengelolaan objek wisata, adapun peluang dominan yaitu lokasi yang berada di satu kecamatan dengan Candi Borobudur, serta memiliki ancaman dominan yaitu banyaknya persaingan antar Balkondes dan wisata lain yang ada di Magelang. Teknik analisis menggunakan metode analisis SWOT dan strategi yang digunakan yaitu strategi agresif (Kuadran I) (Destiningsih et al., 2020).

Kekuatan dominan dari pariwisata tersebut yaitu potensi sumber daya alam, memiliki kelemahan dominan yaitu kelembagaan belum maksimal, adapun peluang dominan yaitu tren pariwisata desa, serta ancaman dominan yaitu daya saing pariwisata. Teknik analisis menggunakan metode analisis SWOT dan strategi yang digunakan yaitu strategi agresif (Kuadran I) (Bagus Sanjaya, 2018).

Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya keselarasan sempurna antara organisasi dengan lingkungannya serta dengan tercapainya tujuan strategisnya. Seluruh pemangku kepentingan diharapkan dapat menumbuhkan dukungan agar seluruh proses pengembangan

pariwisata berjalan dengan baik. Untuk memaksimalkan hasil yang diharapkan, sangat penting untuk memanfaatkan sumber daya sebaik mungkin. Pendekatan pembangunan lingkungan dan berkelanjutan, pariwisata direncanakan, dikembangkan, dan dikelola sedemikian rupa sehingga sumber daya alam dan budaya tidak mengalami penurunan kualitas dan diharapkan tetap berkelanjutan sehingga analisis daya dukung lingkungan perlu diterapkan pada pendekatan ini (Kaikara, 2020).

Dipromosikannya pembangunan pedesaan yang indah, wisata pedesaan, sebagai bentuk pariwisata baru, telah muncul. Dengan latar belakang pembangunan pedesaan yang indah, artikel ini menganalisis situasi aktual pengembangan wisata pedesaan Henan dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam empat aspek. Pada saat yang sama, makalah ini juga mengemukakan beberapa langkah untuk mendorong pembangunan berkelanjutan pariwisata pedesaan di Provinsi Henan (Xue, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini untuk mengetahui: (1) Keragaan pendapatan masyarakat di sekitar wisata Kampoeng Ciherang (2) Mengukur dan menganalisis strategi pengembangan Wana Wisata Kampoeng Ciherang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Cijambu Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Pebruari sampai dengan April 2024 pada Wana Wisata Kampoeng Ciherang Desa Cijambu Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data pertama dari diperoleh dengan cara langsung melalui narasumber atau informan dari lokasi penelitian melalui hasil kegiatan observasi, kuesioner, dan wawancara secara mendalam. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dengan cara tidak langsung di lapangan seperti data yang dihimpun lembaga lain dan dokumen. jurnal, skripsi, dan buku-buku yang relevan dengan topik penelitian digunakan sebagai data sekunder.

Penetapan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive* sampling. Pada penelitian ini ditentukan 32 orang responden, yaitu:

- 1 orang Manajer Wisata diambil secara (*purposive*) atau berdasarkan pertimbangan, untuk mendapatkan sampel yang mewakili tujuan penelitian yang dilakukan serta memenuhi kriteria dalam memberikan informasi.
- 10 orang pedagang/masyarakat setempat diambil menggunakan (*Simple Random Sampling*) atau secara acak kepada masyarakat yang berjualan di sekitar wisata Kampoeng Ciherang.
- 21 orang wisatawan diambil secara (Asidental), yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu digunakan sebagai sampel dengan faktor utamanya adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata Kampoeng Ciherang.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan alat analisis SWOT yang meliputi analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap penyusunan strategi pengembangan wisata Kampoeng Ciherang. Dalam menganalisis faktor lingkungan internal dilakukan analisis Kesimpulan Analisis Faktor Internal (KAFI), sedangkan dalam menganalisis faktor lingkungan eksternal dilakukan Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal (KA FE) dari faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan wisata, kemudian akan diperoleh diagram SWOT, dan selanjutnya akan dilakukan analisis SWOT.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Profil Wana Wisata Kampoeng Ciherang

Pada awalnya tahun 2016, terdapat seorang investor yang memiliki sebuah sekolah, kemudian membangun tempat kemping khusus untuk anak-anak sekolahnya di lokasi kawasan hutan pinus tersebut. Namun, tidak disangka banyak minat dari sekolah-sekolah lain maupun umum yang ingin melaksanakan kemping di tempat itu. Kemudian investor membuka lokasi tersebut sebagai tempat kemping untuk umum. Semakin hari banyak warga sekitar maupun pengunjung dari luar kota yang

datang hanya untuk sekedar berwisata alam ke tempat tersebut. Tak hanya untuk berkemah dan berwisata alam saja, terkadang kawasan ini juga menjadi tempat untuk wisata bermotor *offroad*.

Pengawas ketua pelaksanaan (Perhutani) menjelaskan bahwa perkembangan pengunjung yang datang setiap harinya yang semakin ramai, membuat pihak Perhutani selaku lembaga yang bertanggung jawab atas area hutan lindung tersebut melakukan penawaran kerja sama antara Perhutani, investor, dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Cijambu kepada investor tersebut untuk membangun lokasi wisata alam. Namun, awalnya sang investor menolak karena memiliki pengelola sendiri. Karena rasa kecintaan masyarakat sekitar untuk menyelamatkan lingkungan.

Masyarakat terus mendesak pihak Perum Perhutani dan LMDH untuk melestarikan dan memanfaatkan alam agar investor mau menjadikan tempat ini sebagai objek wisata. Pada tahun 2017, wisata ini diresmikan menjadi objek wisata alam baru yang berada di Kabupaten Sumedang dengan bernama Wana Wisata Kampoeng Ciherang. Nama Kampoeng Ciherang diambil dari kondisi wilayahnya, karena berada di perkampungan dan dikelilingi oleh sungai Ciherang (Yulianah dan Supardi 2022).

Seluruh kawasan wisata alam ini dikelilingi oleh pohon pinus yang tinggi serta aliran sungai yang sangat jernih yaitu sungai Ciherang. Sungai yang berperan penting bagi sumber air di kawasan tersebut biasanya dimanfaatkan warga sekitar untuk mengaliri lahan pertanian di sekitar aliran sungai. Di hulu sungai terdapat air terjun yang mampu menarik minat lebih dari para untuk menyempatkan diri mengunjunginya dan bermain di air terjun tersebut. Serta berbagai wahana yang dibangun juga merupakan nilai lebih yang dimiliki wisata alam ini dibanding wisata-wisata alam lainnya yang berada di Kabupaten Sumedang.

Wana Wisata Kampoeng Ciherang menawarkan berbagai pesona keindahan alam serta udara sejuk yang mampu memanjakan diri. Selain itu, wahana yang disediakan pun beragam mulai dari permainan air sampai permainan yang bisa dibilang ekstrim. Berikut wahana-wahana yang tersedia di Wana Wisata Kampoeng Ciherang:

1. *Outbond (Flying Fox, Jembatan Gantung, Jembatan Jaring, Panjat Tali)*
2. Sepeda Gantung
3. Wahana Air (Kolam Renang Alami, *Paparahuan, Sungai*)
4. Spot Foto
5. Panahan
6. Area Bermain Anak
7. *Area Camp*

Total wahana yang sudah ada terdapat sekitar 18 wahana. Namun, saat ini ada beberapa wahana yang sudah tidak beroperasi karena menurunnya jumlah pengunjung.

Memiliki kawasan yang luas serta berbagai macam wahana dan fasilitas yang memadai, tentunya pengunjung akan mengira bahwa harga tiket masuk ke Kampoeng Ciherang ini mahal. Namun harga untuk memasuki kawasan Wana Wisata Kampoeng Ciherang cukup terjangkau. Sebelum tahun baru 2020, tiket masuk wisata alam ini hanya Rp25.000. Setelah memasuki tahun baru 2020 harga tiket dinaikan, berikut harga tiket masuk kawasan wisata: *Weekday* (hari biasa) dan *weekend* (hari libur) seharga Rp40.000/orang. Dengan harga yang sudah tercantum, wisata ini bisa dibilang sangatlah terjangkau. Karena dengan harga tersebut wisatawan bisa menikmati alam indah nan sejuk dan juga mencoba berbagai wahana bermain serta berfoto-foto sepuasnya tanpa harus membayar kembali bila ingin menaiki wahana-wahana yang tersedia.

Tidak ada pungutan untuk memakai segala fasilitas seperti toilet dan lainnya, kecuali parkir. Untuk biaya parkir sendiri motor dipungut Rp3.000 dan mobil dipungut Rp5.000, sebagai uang keamanan menjaga kendaraan-kendaraan yang dibawa wisatawan.

### **Keragaan Pendapatan Masyarakat Desa Cijambu**

Masyarakat yang berjualan di sekitar Wana Wisata Kampoeng Ciherang berjumlah 20 warung, sedangkan untuk keperluan penelitian diambil sebanyak 10 orang. Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa tingkat pendapatan masyarakat yang bekerja dan berjualan di sekitar Wana Wisata Kampoeng Ciherang yang paling banyak adalah Rp300.000-Rp500.000 dalam satu bulan yang berjumlah 6 responden, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan masyarakat di

sekitar wana wisata Kampoeng Ciherang masih rendah. Rendahnya pendapatan masyarakat di sekitar wana wisata Kampoeng Ciherang disebabkan karena pada saat penelitian tidak banyak masyarakat dari luar yang berkunjung ke wana wisata Kampoeng Ciherang

**Tabel 1. Identifikasi Jumlah Pendapatan Masyarakat Desa Cijambu**

| Pendapatan (Rp)     | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| 300.000 - 500.000   | 6         | 60%            |
| 600.000 – 1.000.000 | 3         | 30%            |
| > 1.000.000         | 1         | 10%            |
| <b>Jumlah</b>       | <b>10</b> | <b>100%</b>    |

Dengan didirikannya Kampoeng Ciherang ini mendatangkan manfaat bagi masyarakat setempat, yaitu adanya peluang kesempatan kerja dan berusaha. Menurut Cohen adanya pembangunan pariwisata di suatu daerah dapat mendorong lahirnya peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Dimana ketika pembangunan dilakukan akan menimbulkan banyak potensi usaha yang hadir beriringan dengan adanya pembangunan wisata tersebut. Sedangkan menurut Pitana dan Gede, adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Hal ini bertepatan dengan tujuan didirikannya Kampoeng Ciherang untuk meningkatkan perekonomian yang menyebabkan suatu perubahan di dalam masyarakat, baik itu perubahan ekonomi, perubahan sosial atau perubahan lainnya.

## Analisis Strategi SWOT

### Faktor Internal

#### 1. Kekuatan (*Strength*)

Indikator yang menjadi kekuatan dalam Wana Wisata Kampoeng Ciherang adalah:

- 1) Memiliki pemandangan alam hutan pinus yang sangat indah serta adanya das yang sangat jernih.
- 2) Suhu udara sangat sejuk dan segar.
- 3) Masih melestarikan kearifan lokal yang berperan penting dalam konservasi alam dan lingkungan.
- 4) Fasilitas yang cukup memadai.
- 5) Berbagai wahana dan spot foto yang menarik.

#### 2. Kelemahan (*Weakness*)

Indikator yang menjadi kelemahan dalam Wana Wisata Kampoeng Ciherang adalah:

- 1) Akses jalan menuju Wana Wisata Kampoeng Ciherang sempit dan rusak, sehingga mengurangi kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung.
- 2) Kurangnya media promosi.
- 3) Jaringan internet di Wana Wisata Kampoeng Ciherang kurang lancar.
- 4) Lokasi yang cukup jauh dan tidak adanya kendaraan umum sehingga sulit diakses.
- 5) Kurangnya ketersediaan tempat sampah di areal wisata.

### Faktor Eksternal

#### 1. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Pendapatan masyarakat bertambah/meningkat.
- 2) Minat berwisata masyarakat meningkat.
- 3) Adanya kerjasama dengan pihak lain.
- 4) Kesempatan promosi secara online.
- 5) Berkembangnya teknologi.

#### 2. Ancaman (*Threats*)

- 1) Persaingan dengan wisata lain

- 2) Bencana alam (banjir, longsor dan lainnya).
- 3) Kerusakan ekosistem.
- 4) Berkurangnya lahan hutan.
- 5) Kesadaran pengunjung membuang sampah rendah.

**Tabel 2. Matriks KAFI (Kesimpulan Analisis Faktor Internal)**

| No.              | Faktor Internal Kekuatan   | Bobot       | Rating | Skor Nilai  |
|------------------|--|-------------|--------|-------------|
| 1.               | Memiliki pemandangan alam hutan pinus yang sangat indah serta adanya DAS yang sangat jernih  | 0,12        | 5      | 0,6         |
| 2.               | Suhu udara sangat sejuk dan segar  | 0,11        | 5      | 0,55        |
| 3.               | Masih melestarikan kearifan lokal yang berperan penting dalam konservasi alam dan lingkungan | 0,10        | 5      | 0,5         |
| 4.               | Fasilitas yang memadai   | 0,10        | 4      | 0,4         |
| 5.               | Memiliki berbagai wahana dan spot foto yang menarik  | 0,11        | 4      | 0,44        |
| <b>Sub Total</b> |  | <b>0,54</b> |        | <b>2,49</b> |
| No.              | Faktor Internal Kelemahan  | Bobot       | Rating | Skor Nilai  |
| 1.               | Akses jalan menuju Wana Wisata Kampong Ciherang sempit dan rusak                             | 0,10        | 2      | 0,2         |
| 2.               | Kurangnya media promosi  | 0,10        | 2      | 0,2         |
| 3.               | Jaringan internet di Wana Wisata Kampong Ciherang kurang lancar                              | 0,10        | 2      | 0,2         |
| 4.               | Lokasi yang cukup jauh dan tidak adanya kendaraan umum sehingga sulit diakses                | 0,12        | 1      | 0,12        |
| 5.               | Kurangnya ketersediaan tempat sampah di areal wisata   | 0,04        | 3      | 0,01        |
| <b>Sub Total</b> |  | <b>0,46</b> |        | <b>0,73</b> |
| <b>Total</b>     |  | <b>1,00</b> |        | <b>3,22</b> |

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

**Tabel 3. Matriks KAFE (Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal)**

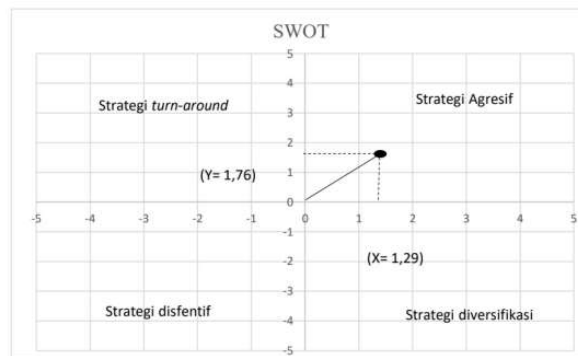
| No.              | Faktor Internal Peluang                             | Bobot       | Rating | Skor Nilai  |
|------------------|---|-------------|--------|-------------|
| 1.               | Peningkatan pendapatan masyarakat                   | 0,11        | 5      | 0,55        |
| 2.               | Menarik minat wisatawan agar meningkatkan kunjungan | 0,06        | 3      | 0,18        |
| 3.               | Adanya kerja sama dengan pihak lain                 | 0,11        | 4      | 0,44        |
| 4.               | Kesempatan promosi secara online                    | 0,12        | 5      | 0,6         |
| 5.               | Berkembangnya teknologi                             | 0,10        | 4      | 0,4         |
| <b>Sub Total</b> |   | <b>0,5</b>  |        | <b>2,17</b> |
| No.              | Faktor Internal Ancaman                             | Bobot       | Rating | Skor Nilai  |
| 1.               | Persaingan dengan wisata lain                       | 0,12        | 1      | 0,12        |
| 2.               | Bencana alam (banjir, longsor dan lainnya)          | 0,10        | 2      | 0,2         |
| 3.               | Kerusakan ekosistem                                 | 0,08        | 2      | 0,16        |
| 4.               | Berkurangnya lahan hutan                            | 0,09        | 2      | 0,18        |
| 5.               | Kesadaran pengunjung membuang sampah rendah         | 0,11        | 2      | 0,22        |
| <b>Sub Total</b> |   | <b>0,5</b>  |        | <b>0,88</b> |
| <b>Total</b>     |   | <b>1,00</b> |        | <b>3,05</b> |

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

### Diagram SWOT

Berdasarkan hasil data pembobotan faktor internal dan eksternal untuk menggambar diagram SWOT perlu diperhatikan adalah posisi titik garis kartesius. Perhitungan sumbu Y merupakan hasil perhitungan faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan sumbu X merupakan hasil perhitungan

faktor eksternal (peluang-ancaman). Pada perhitungan nilai KAFI dan KAFE diperoleh nilai sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation - KAFI matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation - KAFE Matrix*) tersebut di atas dapat peneliti analisis bahwa implementasi analisis SWOT pada Wana Wisata Kampoeng Ciherang pada faktor eksternal yaitu posisi *Opportunities* yang lebih besar jika dibandingkan dengan posisi *Threats*, dan faktor internal pada posisi *Strengths* memiliki nilai skor lebih besar jika dibandingkan dengan posisi *Weaknesses*, dalam faktor internal bobot nilai *Strengths* pada Wana Wisata Kampoeng Ciherang sebesar (2,49) dan bobot nilai *Weaknesses* pada Wana Wisata Kampoeng Ciherang sebesar (0,73), sedangkan pada faktor eksternal Wana Wisata Kampoeng Ciherang memiliki bobot nilai *Opportunities* sebesar (2,17) sedangkan pada posisi *Threats* memiliki bobot nilai sebesar (0,88).

Berdasarkan bobot nilai di atas, berdasarkan faktor internal dan eksternal menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman) dan apabila *Strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *Weaknesses* (kelemahan), begitu pula sebaliknya (Nataliningsih, 2018). Jadi, berdasarkan bobot nilai analisis SWOT tersebut di atas Wana Wisata Kampoeng Ciherang termasuk sebuah perusahaan yang baik, karena faktor internal perusahaannya posisi *Strengths* (kekuatan) memiliki bobot nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan *Weaknesses* (kelemahan) dan pada faktor eksternal bobot nilai *Opportunities* (peluang) juga lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai *Threats* (ancaman). Sesuai dengan penelitian (Taufit et al., 2022) dan (Ramadhan, 2023) berdasarkan diagram SWOT posisi strategi berada pada kuadran I, strategi agresif sesuai dengan penelitian.

Strategi pengembangan Wana Wisata Kampoeng Ciherang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat adalah dengan strategi SO, yaitu: (1) Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk memberdayakan masyarakat sekitar dengan menyediakan spot foto yang menarik, (2) Menambah dan meningkatkan fasilitas penunjang serta wahana yang menarik dan beragam, dan (3) Bekerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan wisata serta mengembangkan konsep wisata dengan mengedepankan unsur kearifan lokal dan menjunjung keunikan dan daya tarik. Hal ini menunjukkan bahwa Wana Wisata Kampoeng Ciherang memiliki kekuatan dan peluang yang tinggi, sehingga mampu memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang sebaik-baiknya. Dengan adanya peluang tersebut maka pengunjung Wana Wisata Kampoeng Ciherang akan meningkat sehingga pendapatan masyarakat juga meningkat (Khofifah & Jumiati, 2022). Namun, Kampoeng Ciherang juga masih memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki, diantaranya yaitu: akses jalan menuju Wana Wisata Kampoeng Ciherang sempit dan rusak, kurangnya media promosi, jaringan internet di Wana Wisata Kampoeng Ciherang kurang lancar, lokasi yang cukup jauh, dan tidak adanya kendaraan umum sehingga sulit diakses, serta kurangnya ketersediaan tempat sampah di areal wisata.

**Tabel 4. Matriks SWOT**

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Internal</b>   | <b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>   | <b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>  |
|   | S1: Memiliki pemandangan alam hutan pinus yang sangat indah serta adanya DAS yang sangat jernih<br>S2: Suhu udara sangat sejuk dan segar<br>S3: Masih melestarikan kearifan lokal yang berperan penting dalam konservasi alam dan lingkungan<br>S4: Fasilitas yang cukup memadai<br>S5: Memiliki berbagai wahana dan spot foto yang menarik | W1: Akses jalan menuju Wana Wisata Kampoeng Ciherang sempit dan rusak<br>W2: Kurangnya media promosi<br>W3: Jaringan internet di Wana Wisata Kampoeng Ciherang kurang lancar<br>W4: Lokasi yang cukup jauh dan tidak adanya kendaraan umum sehingga sulit diakses<br>W5: Kurangnya ketersediaan tempat sampah di areal wisata   |
| <b>Eksternal</b>  | <b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>   | <b>S-O</b>  |
|   | O1: Peningkatan pendapatan masyarakat<br>O2: Minat berwisata masyarakat meningkat meningkatkan kunjungan<br>O3: Adanya kerja sama dengan pihak lain<br>O4: Kesempatan Promosi Secara Online<br>O5: Berkembangnya teknologi  | 1. Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk memberdayakan masyarakat sekitar dengan menyediakan spot foto yang menarik (S1, S4, S5, O1, O2)<br>2. Menambah dan meningkatkan fasilitas penunjang serta wahana yang menarik dan beragam (S4, S5, O2, O5)<br>3. Bekerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan wisata serta mengembangkan konsep wisata dengan mengedepankan unsur kearifan lokal dan menjunjung keunikan dan daya tarik (S3, O3, O4)  |
|   | <b>W-O</b>  |   |
|   |   | 1. Melakukan kerja sama dengan pihak lain untuk memperbaiki sarana dan prasarana baik sarana komunikasi dan penunjang (W1, O3)<br>2. Memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan promosi dan membuat tim khusus promosi serta meningkatkan kualitas SDM agar lebih kompeten (W2, O4, O5)<br>3. Masyarakat setempat berpeluang membuka kafe yang menyediakan wifi dan kendaraan agar pengunjung merasa puas dengan fasilitas yang ditawarkan (W3, W4, O1) |
| <b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>   | <b>S-T</b>  | <b>W-T</b>  |
| T1: Persaingan dengan wisata lain<br>T2: Bencana alam (banjir, longsor dan lainnya)<br>T3: Kerusakan ekosistem<br>T4: Berkurangnya lahan hutan<br>T5: Kesadaran pengunjung membuang sampah rendah | 1. Menjaga kearifan lokal wisata untuk dapat bersaing dengan objek wisata lain (S1, T1)<br>2. Menjaga kelestarian hutan pinus dan ekosistem agar suhu udara sejuk dan segar serta terjaga (S2, T3, T4)  | 1. Melakukan promosi secara digital melalui internet dan sosial media dengan konsep yang unik dan menarik agar bisa bersaing dengan wisata lain (W2, T1)<br>2. Menyediakan tempat sampah di setiap sudut wisata (W5, T2, T5)  |

Berdasarkan diagram SWOT posisi strategi berada pada kuadran I, strategi agresif. Strategi pengembangan Wana Wisata Kampoeng Ciherang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yaitu dengan strategi SO, yaitu: (1) Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk memberdayakan masyarakat sekitar dengan menyediakan spot foto yang menarik, (2) Menambah dan meningkatkan fasilitas penunjang serta wahana yang menarik dan beragam, dan (3) Bekerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan wisata serta mengembangkan konsep wisata dengan mengedepankan unsur kearifan lokal dan menjunjung keunikan dan daya Tarik.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di lapangan dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Berdirinya Kampoeng Ciherang di Desa Cijambu banyak mendatangkan manfaat khususnya bagi masyarakat setempat yaitu adanya peluang kesempatan kerja dan berusaha, hal ini akan



- menyebabkan suatu perubahan di dalam masyarakat, baik itu perubahan ekonomi, perubahan sosial atau perubahan lainnya. Sebagian besar masyarakat yang berjualan di sekitar wisata rata-rata memiliki pendapatan Rp. 300.000-500.000,-.
2. Strategi pengembangan Wana Wisata Kampoeng Ciherang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yaitu dengan strategi SO, strategi agresif berada pada kuadran I (1) Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk memberdayakan masyarakat sekitar dengan menyediakan spot foto yang menarik (2) Menambah dan meningkatkan fasilitas penunjang serta wahana yang menarik dan beragam (3) Bekerjasama dengan pihak lain untuk mempromosikan wisata serta mengembangkan konsep wisata dengan mengedepankan unsur kearifan lokal dan menjunjung keunikan dan daya tarik. Namun Kampoeng Ciherang juga masih memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki agar wisata bisa lebih bersaing dan berkembang, diantaranya yaitu (1) Akses jalan menuju Wana Wisata Kampoeng Ciherang sempit dan rusak (2) Kurangnya media promosi (3) Jaringan internet di Wana Wisata Kampoeng Ciherang kurang lancar (4) Lokasi yang cukup jauh dan tidak adanya kendaraan umum sehingga sulit diakses dan (5) Kurangnya ketersediaan tempat sampah di areal wisata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Sanjaya, R. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 91. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p05>
- Destiningsih, R., Achsa, A., & Verawati, D. M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata di Wisata BALKONDES Ngadiharjo di Kawasan Borobudur Kabupaten Magelang. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 322. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i02.p21>
- Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumedang & Wisata Lengkap Wonderfull Indonesia. (2016). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Akomodasi Di Jawa Barat Menurut Kabupaten / Kota*, 2016.
- Kaikara, O. (2020). Tourism Development Strategy. *International Journal Papier Public Review*, 1(2), 20–25. <https://doi.org/10.47667/ijppr.v1i2.15>
- Khofifah, S., & Jumiati, J. (2022). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Mandeh dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(8), 603–619. <https://doi.org/10.58344/locus.v1i8.246>
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Agus, S., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. *Alfabeta Bandung*, 1–119. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Mebri, F. H., Suradinata, E., & Kusworo, K. (2022). Internal Tourism Development Strategy Increasing Regional Original Income (Pad) in Jayapura City Papua Province. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(1), 102–114. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i1.2537>
- Nataliningsih, K. K. (2018). *Manajemen Strategi*.
- Nusantara, W. (2024). *Tabel 1 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Objek Wisata di Jawa Barat Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat di Provinsi Jawa Barat , Kabupaten Sumedang memiliki jumlah pengunjung yang*. 2024.
- Ramadhan, I. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Hutanaodang Dengan Pendekatan Analisis SWOT Komponen 3A Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(2), 81–88. <https://doi.org/10.22334/jihm.v13i2.247>
- Taufit, Mulyati, D., & Amni, C. (2022). Strategi Pengembangan Industri Pariwisata Di Kota Banda Aceh (Studi Analisis SWOT Pada Wisata Pantai). *Karya Ilmiah Fakultas Teknik*, 2(1), 8–15. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/4588-10337-1-SM.pdf>
- Xue, F. (2019). SWOT Analysis of Rural Tourism Development in Henan Province Under the Background of Rural Revitalization Strategy. *Social Values and Society*, 1(4), 15–17. <https://doi.org/10.26480/svs.04.2019.15.17>