

Potensi Pariwisata Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Yang Berkelanjutan Di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor

Dina Mayasari Soeswoyo

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Indonesia
Email: dinamayasari3@gmail.com

Abstract

The development of a tourism village can be one of the efforts to realize equitable development to the village level in various parts of Indonesia so that it is hoped that it can improve the community's economy, encourage the preservation of culture, environment and local wisdom. This study describes the identification of the potential of Sukajadi Tourism Village in Bogor Regency and its development strategy. This type of research is descriptive qualitative with a case study exploratory approach. Primary data was obtained from direct observation and interviews with key informants, namely Pokdarwis and the Chairperson of the Bogor Regency Tourism Village Association, while secondary data was the result of literature studies and research documentation. The analysis technique of this research uses SWOT analysis and Matrix, analysis of tourist preferences, analysis of the tourism development vision work program of the Bogor Regency Government which refers to the Regional Tourism Development Master Plan (RIPPARDA), and also analysis of the CHSE guidelines. The results of this study are a special strategy for the development of the Sukajadi Tourism Village which is just starting to develop, namely making serious and aggressive efforts to develop 10 components of tourism so as to create a competitive and sustainable tourism village with reference to local potential, tourist preferences, and also integrated provisions and policies. The results of this study can be a reference and insight for similar studies, especially in the strategy of developing a sustainable tourism village.

Keywords: SWOT Analysis, SWOT Matrix, RIPPARDA, CHSE, Development Strategy, Sukajadi Tourism Village.

Abstrak

Pengembangan desa wisata dapat menjadi salah satu upaya untuk mewujudkan pemerataan pembangunan ke tingkat desa di berbagai pelosok wilayah Indonesia sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, mendorong pelestarian budaya, lingkungan dan kearifan lokal. Penelitian ini memaparkan identifikasi potensi Desa Wisata Sukajadi di Kabupaten Bogor dan strategi pengembangannya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan eksploratif studi kasus. Data primer didapat dari hasil observasi langsung dan wawancara dengan informan kunci yaitu Pokdarwis dan Ketua Asosiasi Desa Wisata Kabupaen Bogor, sedangkan data sekunder merupakan data hasil studi literatur dan dokumentasi penelitian. Teknik analisis penelitian ini menggunakan analisis dan Matrix SWOT, analisis preferensi wisatawan, analisis program kerja visi pembangunan pariwisata pemerintah daerah Kabupaten Bogor yang mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA), dan juga analisis panduan CHSE. Hasil dari kajian ini adalah strategi khusus untuk pembangunan Desa Wisata Sukajadi yang baru mulai berkembang yaitu melakukan berbagai upaya yang serius dan agresif pada pengembangan 10 komponen pariwisata sehingga tercipta desa wisata yang memiliki daya saing dan berkelanjutan dengan mengacu pada potensi lokal, preferensi wisatawan, dan juga ketentuan serta kebijakan yang saling terintegrasi. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan wawasan untuk kajian sejenis khususnya dalam strategi pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: analisis SWOT; matrix SWOT; CHSE; strategi pengembangan, Desa Wisata Sukajadi.

A. PENDAHULUAN

Di Indonesia, sektor pariwisata sudah menjadi bagian penting dari pembangunan nasional, bahkan sudah menjadi salah satu program prioritas pembangunan pemerintah. Sejak tahun 2016, sektor pariwisata Indonesia telah naik peringkat menjadi penghasil devisa terbesar ke-dua bagi pemerintah (Soeswoyo & Rahardjo, 2018). Pandemi Covid-19 yang mulai menyebar di wilayah Indonesia sejak Maret 2020, sangat memukul pertumbuhan ekonomi, berdampak sangat besar bagi kesehatan, dan sosial. Tidak terkecuali sektor pariwisata, karena disamping adanya larangan dan pembatasan ketat untuk bepergian, masyarakat dihimbau untuk meningkatkan *social distancing* dan menghindari kerumunan agar dapat membantu memutus mata rantai penyebaran virus corona-19. Seiring berjalannya waktu, pandemi ini juga turut merubah pola kebiasaan dan perilaku masyarakat menjadi lebih peduli terhadap kesehatan, lebih selektif dalam menentukan makanan, bersosialisasi, menggunakan berbagai sarana dan prasarana kebutuhan, hingga menentukan tempat wisata yang akan dituju.

Bagi sebagian masyarakat, desa wisata dianggap sebagai salah satu alternatif tujuan wisata yang menarik di masa pandemi Covid-19 ini. Tidak hanya faktor daya tarik wisata alami seperti pemandangan bentang alam pegunungan, hamparan sawah dan perkebunan yang cenderung memiliki udara relatif lebih segar dan jauh dari polusi, umumnya tingkat kepadatan pengunjung desa wisata lebih mudah dikelola karena faktor luasnya wilayah desa tersebut. Dalam situasi pandemi, wisatawan cenderung mencari tempat berkunjung yang jauh dari keramaian, sehingga desa wisata dianggap sebagai salah satu alternatif yang menarik untuk berlibur. Hal ini juga diungkapkan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia sebagaimana dilansir dalam media online Berita Satu, yang menyampaikan bahwa kini wisata pedesaan merupakan suatu bentuk pariwisata yang semakin menarik dan menjadi trend dunia, karena wisatawan dapat melihat dan mempelajari budaya lokal dalam lingkungan alami yang lebih bersih dan sehat (Uno, 2021). Namun tentu saja diperlukan upaya khusus agar para pelaku usaha, wisatawan dan masyarakat dapat menjalankan aktivitas wisatanya dengan relatif lebih aman. Untuk itu, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif membuat buku pedoman protokol kesehatan yang berbasis *Cleanlines, Health, Safety, Environmental Sustainability* (CHSE) agar diterapkan di destinasi pariwisata baik itu di daya tarik wisata dan juga berbagai fasilitas penunjang pariwisata seperti restoran, hotel, *homestay*, pusat perbelanjaan, usaha ekonomi kreatif, dan transportasi pariwisata, bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap jaminan produk dan pelayanan yang bersih, sehat, aman, dan ramah lingkungan, mencegah terjadinya penularan Covid-19, dan juga menjaga reputasi dan kredibilitas daya tarik wisata dan usaha pariwisata lainnya (Kemenparekraf, 2020).

Pengembangan desa wisata dapat menjadi salah satu upaya untuk mewujudkan pemerataan pembangunan ke tingkat desa di berbagai pelosok wilayah Indonesia sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, mendorong pelestarian budaya dan kearifan lokal. Faktor tersebut menjadi salah satu penyebab *United Nations of The World Tourism Organization* (UNWTO) turut mendorong Indonesia untuk lebih memaksimalkan pariwisata berbasis desa wisata (Nalayani, 2016). Beberapa hal tersebut menjadi dasar pertimbangan penting pemerintah sehingga melalui Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif bekerja sama dengan Kementerian Desa dan Kementerian Ekonomi Koperasi, berupaya mengembangkan pariwisata berbasis pedesaan dengan menargetkan terwujudnya 2000 desa wisata di Indonesia tahun 2020 (Tarunajaya dalam Soeswoyo, 2020), dan di tahun 2024 nanti terwujud 244 Desa Wisata dengan kategori Mandiri (Uno, 2021).

Desa wisata juga merupakan salah satu bentuk pariwisata berbasis masyarakat, dan dianggap sebagai sebuah alternatif pariwisata yang lebih berkelanjutan, karena pariwisata jenis ini menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat setempat dan peran kontrol mereka terhadap pengembangan pariwisata di daerahnya (Utami, dkk., 2019). Walaupun banyak rekomendasi tentang peran dan kepemilikan aktif masyarakat sangat diutamakan dalam konsep pariwisata berbasis masyarakat

(Nitikasetsoontorn, 2015; Goodwin & Santili, 2009) namun beberapa kasus juga menunjukkan bahwa model peran masyarakat lokal dikombinasikan dengan mitra usaha swasta menunjukkan hasil yang lebih berhasil (Häusler & Strasdas dalam Mtapuri & Giampiccoli, 2014 ; Rodrigues & Prideaux, 2017). Menurut Putra dalam Dewi (2019), pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan baik apabila desa tersebut memiliki beberapa unsur penting yaitu: (1) Memiliki potensi pariwisata, seni, dan budaya khas daerah setempat, (2) Lokasi desa berada dalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau koridor dan rute paket perjalanan wisata yang sudah dijual, (3) Diutamakan telah tersedia tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku-pelaku pariwisata, seni dan budaya. (4) Terdapat fasilitas aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung, (5) Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.

Desa Wisata Sukajadi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tamansari, dimana kecamatan ini merupakan salah satu kawasan strategis pariwisata (KSP) Kabupaten Bogor, karena dianggap mempunyai potensi daya tarik wisata yang cukup besar, lokasinya yang tidak terlalu jauh dari pusat Kota Bogor, serta memiliki akses jalan yang sudah relatif baik. Di sekitar Desa Sukajadi terdapat beberapa tujuan wisata yang sudah cukup dikenal seperti Curug Nangka, Taman Kupu-Kupu, Highland Resorts, namun sayangnya semua daya tarik wisata tersebut dikelola oleh pihak swasta, dan sebagian kecil masyarakat Desa Sukajadi hanyalah menjadi pegawai di objek wisata tersebut. Tahun 2018, Pokdarwis Desa Wisata Sukajadi membina kerjasama dengan PT Perhutani, untuk memanfaatkan sebagian kawasan hutan pinus di wilayah desa untuk dikelola menjadi salah satu daya tarik wisata. Tujuan utama pengelolaan Hutan Pinus Kali Mati ini adalah untuk pemberdayaan masyarakat Desa Sukajadi dan juga untuk membantu konservasi kawasan hutan beserta fauna dan flora di dalamnya. Hutan Pinus Kali mati ini sudah mulai banyak dikunjungi wisatawan khususnya ketika *week-end*. Namun dalam pengelolannya, masih belum maksimal karena sangat terbatasnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat desa. Warga Desa Sukajadi belum memahami secara dalam potensi wisata apa yang dapat menjadikan desa mereka ditetapkan sebagai suatu desa wisata dan juga belum mengetahui tata kelola dan strategi mengembangkannya. Pengembangan Desa Wisata Sukajadi, diharapkan juga akan didukung oleh Pemerintah Daerah karena sejalan dengan visi pembangunan pemerintah daerah sebagai "*Kabupaten Bogor Sport & Tourism*". Untuk itu, pengembangan pariwisata Desa Sukajadi hendaklah terintegrasi dengan rencana program kerja pariwisata pemerintah daerah yang mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Bogor, khususnya dalam aspek pembangunan industri pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, aspek kelembagaan pariwisata, dan pemasaran pariwisata.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan Universitas Pakuan tentang pemasaran pariwisata di Kabupaten Bogor dapat dilihat pada tabel 1 yaitu hasil data infografis dan juga preferensi wisatawan domestik yang melakukan kunjungan wisata ke Kabupaten Bogor.

Beberapa penelitian sebelumnya dalam menentukan strategi pengembangan pariwisata menggunakan analisis Strength, Weakness, Opportunity & Threats (SWOT) telah dilakukan oleh akademisi, yaitu kajian evaluasi dan strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung-Bali menggunakan analisis SWOT berdasarkan evaluasi 3 kriteria desa wisata dan 6 komponen pariwisata (Nalayani, 2016), kemudian penelitian strategi pembentukan desa wisata di Kecamatan Karang Ploso di Kabupaten Malang menggunakan analisis SWOT berdasarkan analisis kondisi internal & eksternal (Utomo & Satriawan, 2017), serta Dewi (2019) menggunakan teknik analisis SWOT untuk melakukan kajian pengembangan desa wisata di Kabupaten Bogor berdasarkan 7 komponen pariwisata terhadap 3 desa wisata. Menurut hasil kajian sebelumnya, dilihat dari penilaian objek destinasi tujuan wisata, kesiapan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dan juga kesiapan masyarakatnya, Desa Sukajadi merupakan salah satu dari 17 desa di zona wisata Bogor Barat yang dinilai sangat potensial (Untari, 2009).

Tabel 1. Infografis dan Preferensi Wisatawan Domestik ke Kabupaten Bogor

No	Kriteria	Hasil Survey
1	Daerah asal wisatawan	Mayoritas berasal dari Jakarta (31%), Tangerang (25%), Bekasi dan Depok (12%), luar Jabodetabek yaitu Banten, Bandung serta Sukabumi (<5%).
2	Usia wisatawan	Mayoritas adalah keluarga muda yang sedang melakukan rekreasi keluarga : usia 26 - 40 thn (47%), usia 18 - 25 thn (36%) dan usia 41 - 60 thn (12%).
3	Jenis Pekerjaan wisatawan	Mayoritas karyawan (50%), IRT, Guru dll (18%), pelajar, mahasiswa (17%), wirausaha, PNS & pensiunan (15%)
4	Jenis Wisata yang diinginkan	Mayoritas (70%) memilih wisata alam minat khusus (gunung, hutan), wisata buatan/ kebun binatang/ <i>waterpark</i> (15%), wisata budaya/ sejarah/ religi/ museum(11%), wisata belanja/ modern/ tradisional, dan lainnya (<4%).
5	Sumber informasi pariwisata utama wisatawan	Mayoritas bersumber dari teman dan kerabat (63%), sosial media (26%), dan <i>website</i> (9%).

Sumber : Unpak (2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan rumusan strategi yang tepat dalam mengembangkan pariwisata Desa Wisata Sukajadi, dengan menggunakan analisis SWOT yang berdasarkan identifikasi modifikasi 8 komponen pariwisata yang diambil dari berbagai literatur, penerapan CHSE, serta program kerja pemerintah daerah yang merujuk pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA). Hal ini sangat penting untuk terciptanya keberhasilan dan keberlanjutan destinasi wisata berbasis masyarakat yang juga harus memikirkan aspek ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan (Tamir, 2015), serta peran penting dan dukungan dari pemerintah (Towner & Towner, 2016). Hasil kajian ini dapat menjadi referensi dan menambah wawasan dalam roadmap penelitian pada konteks strategi pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

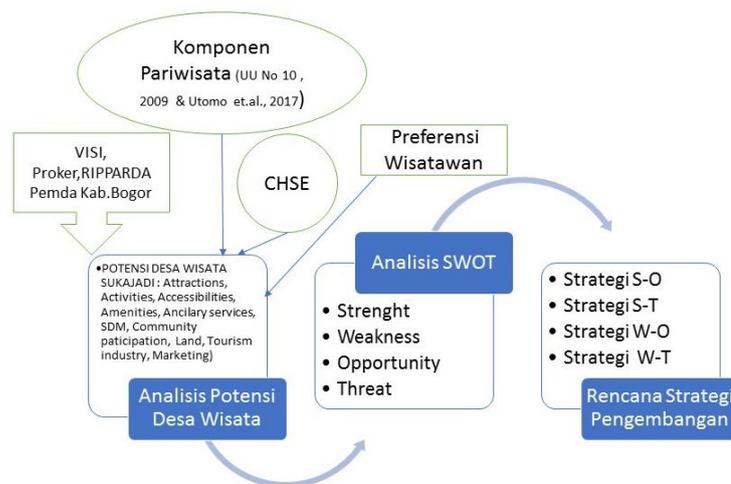
B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan explorative studi kasus. Dalam kajian ini digambarkan keadaan objek penelitian yaitu Desa Wisata Sukajadi Bogor, berdasarkan fakta yang tampak pada saat ini dengan memusatkan perhatian pada penemuan data untuk proses pemecahan masalah. Teknik pengumpulan data dilakukan sejak pertengahan hingga akhir tahun 2020 melalui teknik studi literatur, observasi langsung ke Desa Wisata Sukajadi, dokumentasi Desa Sukajadi, dan juga wawancara dengan informan kunci yaitu Pokdarwis, dan Ketua Asosiasi Desa Wisata Kabupaten Bogor. Data Primer diperoleh dari hasil observasi langsung dan wawancara, sedangkan data sekunder adalah data dari hasil studi literatur dan dokumentasi.

Semua data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kepentingan penelitian, direduksi, dianalisis, dipaparkan dan ditarik kesimpulan. Untuk verifikasi keabsahan data, dilakukan teknik triangulasi waktu, dimana data yang didapat di cek berulang dalam waktu yang berbeda untuk memastikan keakuratan data tersebut. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT dan Matrix SWOT, berdasarkan Panduan CHSE di daya tarik wisata, dan program kerja pembangunan Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor yang berpedoman pada RIPPARDA. Data hasil identifikasi potensi wisata Desa Sukajadi kemudian direduksi sesuai dengan keperluan penelitian dan dikelompokkan berdasarkan 10 komponen pariwisata. Data tersebut kemudian dilengkapi dengan analisis

hasil preferensi wisatawan, analisis visi, misi dan program kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor yang mengacu pada RIPPARDA serta analisis CHSE, yang kemudian dilakukan analisis SWOT dan Matrix SWOT sehingga pada akhirnya ditarik kesimpulan. Analisis SWOT ini dilandasi oleh keyakinan terhadap asumsi bahwa strategi efektif akan mampu mengoptimalkan kekuatan (*Strength*) dan mengeksplorasi peluang (*Opportunity*) serta di saat bersamaan mampu mengembangkan kelemahan (*Weakness*) dan meminimalisir berbagai ancaman (*Threat*). Strategi yang dikembangkan berdasarkan teknis analisis Matrix SWOT meliputi :

1. Strategi S-O (*Strength Opportunity Strategy*), yaitu analisis strategi yang dibuat dengan melakukan optimalisasi dan memberdayakan seluruh kekuatan yang dimiliki oleh Desa Wisata Sukajadi dengan memanfaatkan sebesar besarnya peluang yang ada di lingkungan eksternal.
2. Strategi W-O (*Weakness Opportunity Strategy*), yaitu analisis strategi yang diterapkan untuk memperbaiki kelemahan lingkungan internal dengan memanfaatkan peluang lingkungan eksternal yang ada.
3. Strategi S-T (*Strength Threat Strategy*), yaitu analisis dalam mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengatasi ancaman yang datang dari lingkungan eksternal.
4. Strategi W-T (*Weakness Threat Strategy*), yaitu analisis strategi yang didasarkan pada upaya-upaya untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki serta menghindari potensi ancaman yang akan datang.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

C. HASIL DAN ANALISIS

Secara geografis, Desa Sukajadi terletak di sebelah Selatan Gunung Salak, berbatasan sebelah Barat dengan Desa Sukajaya. Desa ini memiliki keindahan alam yang belum banyak diketahui wisatawan. Hutan pinus yang indah dan dikelilingi oleh beberapa air terjun yang dalam bahasa Sunda sering disebut "curug" terletak pada Desa ini. Area perkebunan yang cukup luas, kolam ikan, sentra usaha industri kecil di desa ini merupakan potensi yang memiliki daya tarik tersendiri. Umumnya mata pencaharian masyarakat desa tersebut adalah buruh harian lepas, buruh tani, pegawai, pedagang kelontong dan pedagang keliling, juga

wiraswasta. Mayoritas penduduk Desa Sukajadi berusia produktif yaitu rentang usia 26-40 tahun, mereka sangat peduli dan mempunyai komitmen untuk memajukan desa melalui pengembangan pariwisata serta aktif dalam berbagai kegiatan yang bernaung dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sukajadi. Di sekitar Desa Sukajadi terdapat beberapa tempat wisata yang sudah cukup dikenal yaitu Curug Nangka, Taman Kupu Kupu, Pura Agung Parahyangan Jagatkartta, Taman Salaka, The Highland Resorts dan Curug Sawyer.

“...Di sekitar Desa Sukajadi sebenarnya ada banyak tempat wisata yang sudah dikenal, tapi itu dikelola swasta. Masyarakat di sini ingin wisatawan datang juga ke desa, lalu desanya jadi maju dan bisa bantu ekonomi warga disini. Kami sudah bekerja sama dengan pihak PT Perhutani untuk mengelola sebagian area hutan menjadi tempat wisata, namun masih belum maksimal hasilnya. ...”
(Alta, komunikasi personal Pokdarwis, 23 Agustus 2020)

Perkembangan Desa Wisata Sukajadi ini juga mendapat rekomendasi dari Ketua Asosiasi Desa Wisata Kabupaten Bogor

“...Di Kabupaten Bogor saat ini sudah terbentuk sekitar 30 desa wisata, namun pada kenyataannya hanya sedikit yang sudah dikembangkan dan berhasil. Banyak desa wisata yang setelah dibentuk tapi belum dikembangkan, istilahnya *TukCing* atau Dibentuk *Cicing*. Banyak dari mereka yang belum paham bagaimana cara mengembangkannya. Ada berbagai pelatihan dari Dinas Pariwisata Kabupaten, namun masih banyak yang kesulitan menerapkannya termasuk di Desa Sukajadi, sehingga perlu dibantu oleh akademisi” (Denny, komunikasi personal, 9 Desember 2020)

1. Identifikasi Potensi Wisata Desa Sukajadi Bogor

Dari berbagai teknik yang didapat dalam pengumpulan data, berikut adalah gambaran potensi Komponen Pariwisata Desa Sukajadi :

Attraction (Daya Tarik Wisata)

Daya tarik wisata alam yang dikelola masyarakat desa sejak 2018 adalah kawasan hutan pinus Kali Mati, yang masih dikelola secara sederhana. Potensi wisata alam lainnya yang dimiliki desa adalah kawasan perkebunan jagung, talas, ubi jalar dan ketela pohon. Masyarakat desa juga banyak yang menanam pohon pala yang saat ini baru dimanfaatkan biji buah pala untuk dijual sebaga bumbu dapur.

Ada beberapa daya tarik wisata alam dan buatan di sekitar desa Sukajadi yang sudah banyak dikenal dan dikunjungi wisatawan yaitu Curug Nangka, Curug Sawyer, Puri Agung Jagatkata yang merupakan puri terbesar ke-dua di Indonesia dan juga ada Taman Kupu-Kupu yang dilengkapi dengan museum kupu-kupu serta area spot photo yang cukup *instagramable*. Daya tarik wisata budaya di desa ini masih belum tergali.

Activities

Beberapa aktivitas wisata yang sudah dapat dilakukan di desa ini adalah mengunjungi beberapa sentra kerajinan yaitu pembuatan alas kaki sandal & sepatu, konveksi pembuatan kerudung/hijab, pembuatan bordir, ataupun kunjungan ke beberapa sentra makanan industri rumah tangga untuk melihat dan belajar membuat tempe dan keripik tempe, kembang goyang, aneka kripik singkong, talas, ubi, opak, dan nougat.

Accessibilities

Desa Sukajadi mudah diakses dari pusat kota Bogor, sekitar 40 menit menggunakan kendaraan mobil. Kondisi jalan menuju Desa Sukajadi sudah cukup baik, sudah diaspal walaupun masih ada beberapa jalan yang masih berbatu. Papan petunjuk arah yang mudah ditemui adalah menuju ke Curug Nangka sedangkan papan petunjuk arah menuju kawasan wisata Hutan Pinus Kali Mati maupun ke Desa Sukajadi masih sangat minim. Peta wisata, jalur evakuasi, petunjuk mitigasi bencana belum ditemui.

Amenities

Saat ini fasilitas akomodasi di sekitar desa yang sudah banyak dikenal adalah kawasan *Highland Resort* yang merupakan kawasan khusus penginapan yang dikelola swasta untuk kalangan menengah ke atas. Adapun sarana akomodasi yang dikembangkan masyarakat adalah *camping ground* di Hutan Pinus Kali Mati. Ada 2 (dua) rumah warga desa yang saat ini rencananya akan dikembangkan untuk *homestay*.

Dua fasilitas restoran di sekitar desa yang sudah cukup baik dan banyak dikenal adalah De Saung Restoran dan Pondok Bambu. Ke dua restoran milik swasta ini menyajikan berbagai hidangan khas Sunda dengan pemandangan dan suasana pegunungan yang menarik. Rumah makan yang tersedia milik warga adalah beberapa usaha warung makan ayam goreng dan soto yang saat ini juga menerima pesanan untuk nasi box.

Fasilitas pendukung pariwisata lainnya yang belum tersedia adalah : Pusat pelayanan informasi wisatawan (*Information Center*), fasilitas parkir yang memadai di desa wisata, informasi/himbauan tentang protokol kesehatan, sarana mencuci tangan dengan sabun. Sudah tersedia Masjid dan Mushola, pusat kesehatan masyarakat, toilet umum di tempat wisata dan di Masjid, Mushola.

Ancillary Services

Sudah terdapat susunan pengurus Desa Wisata Sukajadi dan juga perangkat desa yang saat ini cukup mendukung kegiatan pariwisata desa.

Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM yang ada di Desa Sukajadi sudah cukup aktif, terdiri dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), kelompok Karang Taruna, kelompok Tani dan kelompok ibu-ibu PKK yang cukup aktif dan kompak, dimana hampir setiap 2 minggu sekali dilakukan pertemuan. Untuk Pokdarwis bahkan sudah pernah mendapatkan pelatihan mengenai pariwisata dari Dinas Kebudayaan Kabupaten Bogor. Namun pengetahuan tersebut belum disosialisasikan kepada masyarakat. SDM kurang paham tentang tata kelola desa wisata dan pengembangannya.

Partisipasi dan Dukungan Masyarakat

Pokdarwis, Karang Taruna, Ibu PKK, Kelompok Tani sangat antusias membangun desa, Regular 2 minggu sekali mengadakan pertemuan, dan regular melakukan kerja bakti kebersihan. Desa Sukajadi berhasil menjuarai Kampung Ramah Lingkungan tingkat Kabupaten Bogor.

Lahan

Masih terdapat sebagian lahan milik desa yang bisa dimanfaatkan untuk fasilitas umum atau kepentingan desa.

Industri Pariwisata

Sudah terdapat usaha pariwisata yang dikelola swasta yaitu akomodasi *The Highland Resort dan Cunang Hills*, usaha restoran De Saung, Pondok Bambu, dan pengelola destinasi wisata yaitu Curug Nangka, Taman Kupu Kupu, Pura Jagatkatha, Taman Selaka. Belum terdapat Biro Perjalanan wisata atau agen wisata.

Pemasaran Pariwisata

Belum paham tentang tata kelola pemasaran dan belum tersedia sarana promosi desa baik secara daring maupun luring.

Tabel 2 berikut menggambarkan data potensi pariwisata di Desa Sukajadi secara singkat.

Tabel 2. Identifikasi Potensi Pariwisata Desa Sukajadi

No	Komponen Pariwisata	Potensi Pariwisata Desa Sukajadi
1	<i>Attraction</i> (Daya Tarik Wisata)	Hutan pinus Kali Mati Kawasan kebun jagung, talas, ubi jalar, ketela pohon dan pala Pemandangan alam Gunung Salak, lingkungan desa/kampung ramah lingkungan
2	<i>Activities</i>	Kunjungan ke sentra kerajinan alas kaki sandal & sepatu, konveksi pembuatan kerudung/hijab, pembuatan bordir. Kunjungan ke sentra makanan industri rumah tangga : tempe dan keripik tempe, kembang goyang, aneka kripik singkong, talas, ubi, opak, dan nougat.
3	<i>Accesibilities</i>	Kondisi jalan menuju Desa Sukajadi sudah diaspal 40 menit dari Kota Bogor menggunakan kendaraan mobil Papan petunjuk arah menuju ke Curug Nangka sudah tersedia, untuk ke Hutan Pinus Kali Mati dan ke Desa Sukajadi sangat minim Peta wisata, jalur evakuasi, petunjuk mitigasi bencana belum tersedia
4	<i>Amenities</i>	Tersedia akomodasi milik swasta di <i>The Highland Resort</i> untuk kalangan menengah ke atas. Akomodasi yang dikembangkan masyarakat adalah <i>camping ground</i> di Hutan Pinus Kali Mati dan 2 (dua) rumah warga desa yang saat ini rencananya akan dikembangkan untuk <i>homestay</i> . Tersedia restoran De Saung dan Pondok Bambu yang dikelola swasta Tersedia warung makan ayam goreng dan soto milik warga desa Belum tersedia pusat pelayanan informasi wisatawan, fasilitas parkir yang memadai di desa wisata, informasi/himbauan tentang protokol kesehatan, sarana mencuci tangan dengan sabun. Sudah tersedia Masjid dan Mushola, pusat kesehatan masyarakat, toilet umum di tempat wisata, Masjid, dan Mushola
5	<i>Ancillary Services</i>	Sudah tersusun pengurus Desa Wisata Sukajadi, Karang taruna, Kelompok Tani, PKK, dan perangkat desa yang cukup mendukung kegiatan pariwisata desa.
6	SDM	Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), kelompok karang taruna, kelompok tani dan kelompok ibu-ibu PKK yang cukup aktif dan kompak, dimana hampir setiap 2 minggu sekali dilakukan pertemuan.
7	Partisipasi dan Dukungan Masyarakat	Pokdarwis, Karang Taruna, Ibu PKK, Kelompok Tani sangat antusias menjaga kebersihan. Dua kali juara Kampung Ramah Lingkungan tingkat Kabupaten

8	Lahan	Masih terdapat sebagian lahan milik desa yang bisa dimanfaatkan untuk fasilitas umum atau kepentingan desa.
9	Industri Pariwisata	Sudah terdapat usaha akomodasi (<i>Highland Resort, Cunang Hills</i>), usaha restoran (<i>De Saung, Pondok Bambu</i>) dan pengelola destinasi wisata (Taman Kupu Kupu, Pura Jagatkatha, Taman Selaka). Belum terdapat Biro Perjalanan wisata atau agen wisata.
10	Pemasaran Pariwisata	Belum tersedia sarana promosi desa baik secara daring maupun luring. Belum paham tentang tata kelola pemasaran



Gambar 2. Potensi Pariwisata Desa Sukajadi : Hutan Pinus Kali Mati, Restoran De Saung, Petunjuk arah di Hutan Pinus Kali Mati, Makanan nougat kacang dan jahe, Perkebunan singkong. (berurutan, dari kiri ke kanan, atas ke bawah)



Gambar 3. Kantor Desa Sukajadi, Bogor

Berdasarkan identifikasi potensi pariwisata Desa Sukajadi sebagaimana dipaparkan sebelumnya, kemudiana data tersebut dikelompokan dan dikembangkan sesuai dengan analisis SWOT pada tabel 3.

Tabel 3. ANALISIS SWOT Potensi Pariwisata Desa Sukajadi

Potensi Internal Desa Sukajadi	
1 Strength (kekuatan)	<ol style="list-style-type: none">1. Memiliki berbagai potensi daya tarik wisata alam Hutan Pinus, Curug Nangka, Curug Sawyer, Taman Selaka lahan perkebunan dan perikanan2. Memiliki daya tarik wisata buatan dan budaya : Taman dan Museum Kupu kupu, Pura Agung Jagatkarta3. Memiliki daya tarik aktivitas wisata: melihat & membuat makanan oleh-oleh desa (Kripik, nougat, tempe, melihat sentra kerajinan alas kaki sandal sepatu4. Udara cukup sejuk5. Memiliki SDM mayoritas usia produktif dengan tingkat pendidikan SMP, berpotensi dan memiliki semangat untuk mengembangkan pariwisata desa.6. Masyarakat desa menunjukkan partisipasi yang cukup baik, dengan adanya kelompok pemandu wisata, UMKM, membuka usaha warung nasi, tertarik untuk usaha <i>homestay</i>, melakukan usaha tanaman hias , pokdarwis
2 Weakness (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none">1. Belum tergalai daya tarik wisata budaya khas desa Sukajadi2. Belum terdapat pusat informasi wisata, peta wisata, gapura / gerbang desa wisata yang menarik , petunjuk arah, peta evauasi bencana , fasilitas parkir yang memadai di desa wisata.3. Belum dikembangkan <i>homestay</i>4. Belum terdapat makanan minuman berbahan dasar lokal (buah pala)5. Minim fasilitas kebersihan (tempat sampah), tempat cuci tangan menggunakan sabun, toilet umum, himbauan/ informasi tentang protokol kesehatan6. SDM Masyarakat desa belum paham konsep desa wisata dan sadar wisata7. Belum mengenal tata kelola desa wisata dan konsep pemasaran
Potensi Eksternal Desa Sukajadi	
3 Opportunity (Peluang)	<ol style="list-style-type: none">1. Desa Sukajadi memiliki lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota Kota Bogor, mudah diakses dari Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi (Jabotabek), dengan kondisi jalan yang cukup baik.2. Market Jabotabek sangat besar, baik dari usia produktif dan pelajar3. Dalam kondisi pandemi Covid-19, wisata hutan pinus, alam dan minat khusus menjadi salah satu preferensi wisatawan domestik4. Teknologi Informasi semakin berkembang, sarana promosi dan komunikasi yang murah dan hampir semua wisatawan sudah memanfaatkannya5. Desa Sukajadi merupakan bagian dari Kecamatan Taman Sari yang ditetapkan sebagai salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Bogor.6. Ditunjang oleh program kerja pembangunan dan Visi Kabupaten Bogor <i>Sport and Tourism</i>
4 Threat (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none">1. Terdapat 27 desa wisata di Kabupaten Bogor yang masing masing mempunyai keunikan alam dan budaya, dan di tahun 2020 sudah berkembang menjadi 30 desa wisata.2. Pandemi Covid-19 masih meningkat, belum ada kepastian akan berakhir hingga ditemukannya vaksin/ obat khusus virus corona.3. Faktor kebersihan dan ramah lingkungan sangat penting untuk pariwisata yang berkelanjutan.

Hasil analisis SWOT tersebut, kemudian dianalisis kembali menggunakan Matrix SWOT dimana merumuskan strategi berdasarkan analisis silang faktor internal dan Eksternal, seperti terlihat dalam gambar 1 berikut :

Tabel 4. Matrix SWOT

	EKSTERNAL	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
INTERNAL		(O)	(T)
<i>Strength (S)</i>		S-O	S-T
<i>Weakness (W)</i>		W-O	W-T

Mengacu pada analisis Matrix SWOT pada tabel 4, berikut dipaparkan hasil rumusan strategi pengembangan Desa Wisata Sukajadi :

Tabel 5. Strategi Pengembangan Desa Wisata Sukajadi

Strategi Strength-Opportunity (S-O)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan desa wisata melalui diversifikasi produk berdasarkan <i>market preference</i>, yang mempertimbangkan mayoritas usia produktif (milenial) dan pelajar, khususnya untuk wisata alam yang sudah dimiliki yaitu Hutan Pinus. Contoh pengembangan <i>instagramable spots</i>, <i>prewed</i>, <i>hammock</i>, dll 2. Pengembangan aktivitas wisata minat khusus yaitu wisata edukasi untuk <i>market</i> pelajar : seperti berkebun, perikanan, outbond 3. Memperkuat kelembagaan & partisipasi masyarakat, pengembangan promosi berbasis teknologi digital
Strategi Strength- Threats (S-T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan daya tarik wisata alam yang unik dan punya daya saing dibanding desa wisata lainnya di Kabupaten Bogor, seperti <i>keras watching</i>, pengembangan <i>instagramabe spot</i> yang lebih unik 2. Penerapan standar protokol kesehatan, edukasi kesehatan dan berbagai upaya untuk mencegah penyebaran Covid-19, baik terhadap wisatawan, masyarakat desa maupun pelaku usaha desa. Seperti : pembuatan spanduk himbaun protokol kesehatan, menambah fasilitas kebersihan tempat cuci tangan dilengkapi sabun, cek suhu badan wisatawan, wajib menggunakan masker, pengaturan jaga jarak.
Strategi Weakness - Opportunity (W-O)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan daya tarik wisata budaya dan buatan untuk sesuai <i>market</i> generasi milenial dan pelajar : permainan tradisional anak-anak (kaulinan), fasilitas outbond, spot swa photo 2. Pengembangan amenitas sesuai Prinsip Sapta Pesona, Panduan CHSE, dan juga preferensi <i>market</i> generasi millennial dan pelajar <ul style="list-style-type: none"> - <i>Homestay & Camping Ground</i> - Jasa <i>Catering</i> untuk market pelajar dengan harga terjangkau - Pengembangan makan dan minum khas desa berbahan dasar lokal dan punya daya saing (ngaliwet/ nasi timbel desa Sukajadi, welcome drink berbahan dasar pala/ sereh) - <i>Tourist information Center</i> dilengkapi sarana dan counter

oleh-oleh

- *Meeting point*/ tempat ngariung / ruang serba guna yang nyaman, bangunan unik khas desa dan instagramable
- Pengembangan kemasan untuk usaha UMKM makanan minuman sebagai oleh-oleh khas desa
- Pelatihan peningkatan kualitas SDM (Sadar wisata, tata kelola, packaging, dan pemasaran untuk daya tarik wisata)
- Pengadaan gapura, peta wisata, sarana penerapan CHSE
- Pemanfaatan lahan desa untuk sarana parkir dan tempat aktivitas wisata

Strategi Weakness - Threats (W-T)

1. Pengembangan amenities yang unik dan dapat meningkatkan daya saing
 2. Mengembangkan makanan & minuman berbahan lokal yang punya keunikan dibanding desa wisata lain
 3. Penerapan standard protokol kesehatan ketat di daya tarik wisata, bagi wisatawan, pelaku usaha dan masyarakat, peningkatan kuantitas dan kualitas sarana kebersihan (tempat sampah), toilet umum & fasilitas cuci tangan menggunakan sabun
 4. Peningkatan pemasaran pariwisata : promosi yang informatif dan menarik melalui web/blog, media sosial, publikasi surat kabar wilayah Jabodetabek
 5. Pengembangan produk UMKM melalui peningkatan kualitas (diversifikasi produk, hygiene- sanitasi, branding & packaging)
 6. Pengembangan saluran distribusi Paket Wisata melalui kerjasama mitra dengan *online travel agent*, *conventional travel agent*
 7. Pengembangan saluran distribusi untuk produk UMKM dan oleh-oleh khas Desa Sukajadi melalui aplikasi online, sentra oleh-oleh, penjualan di berbagai destinasi wisata sekitar Sukajadi.
-

Hasil analisis berdasarkan Matrix SWOT, menguraikan berbagai rencana kerja untuk pengembangan Desa Wisata Sukajadi, yang semuanya dikelompokkan dalam 4 konsep strategi S-O, S-T, W-O dan W-T. Semua rencana kerja dalam mendukung strategi tersebut hendaknya dilakukan secara serius dan agresive mengingat desa wisata ini sudah mulai dikunjungi wisatawan namun belum didukung oleh kesiapan berbagai komponen pariwisatanya sehingga dikhawatirkan akan berdampak kurang baik terhadap kepuasan wisatawan dan minat berkunjung ulang. Strategi serius dan agresif untuk pengembangan Desa Wisata Sukajadi yang saat ini termasuk dalam kategori mulai berkembang ini, sejalan dengan hasil penelitian Nalayani (2016) yang memaparkan contoh kasus Desa Wisata Pangsan dengan kategori desa sedang berkembang, penelitian Astuti (2016) mengambil contoh kasus Desa Mangesta di Bali yang berbasis ekowisata, serta penelitian Dewi (2019) dengan contoh kasus Desa Malasari yang mempunyai kategori sama.

D. SIMPULAN

Mengacu pada hasil analisis SWOT dan Matrix SWOT berdasarkan identifikasi potensi komponen pariwisata Desa Sukajadi, preferensi wisatawan, panduan CHSE dan program kerja pembangunan pemerintah daerah sebagaimana dipaparkan sebelumnya, maka dari hasil temuan penelitian diungkapkan bahwa adanya beberapa daya tarik wisata dan fasilitas pendukung pariwisata di sekitar Desa Sukajadi yang sudah cukup dikenal, sangat menguntungkan dan memudahkan pengembangan Desa Wisata Sukajadi. Namun diperlukan strategi khusus yang agresif dan serius dalam pengembangan Desa Wisata Sukajadi yang masuk dalam kategori desa wisata yang mulai berkembang. Mengacu pada potensi lokal, *preferensi market*, kearifan lokal, lingkungan serta program kerja pemerintah dan kebijakan yang

terintegrasi seperti protokol kesehatan berbasis CHSE dan RIPPARDA, strategi pengembangan Desa Wisata Sukajadi adalah aktif dan agresif dalam pengembangan 10 komponen pariwisata yaitu keunikan/keunggulan daya tarik dan aktivitas wisata, aksesibilitas, kualitas dan kuantitas amenities pariwisata, kualitas SDM & kelembagaan, dukungan masyarakat, pemanfaatan lahan, kolaborasi industri pariwisata, serta komponen pemasaran.

Untuk mendapatkan gambaran strategi yang lebih luas tentang pengembangan Desa Wisata Sukajadi, direkomendasikan untuk melakukan penelitian lanjutan jenis kuantitatif berdasarkan perspektif wisatawan yang berkunjung ke Desa Sukajadi, atau penelitian lain untuk mendukung pengembangan desa tersebut.

Daftar Referensi

- Astuti, Ni Nyoman S. (2016). Strategi Pengembangan Potensi Desa Mengesta Sebagai Desa Wisata Berbasis Ekowisata. *Soshum: Jurnal Sosial Humaniora* . 6 (1), p.113. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/SOSHUM/article/view/142>.
- Dewi, Li. (2019). Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Bogor. *Tourism Scientific Journal* . 5(1), 48-65. <https://doi.org/10.32659/tsj.v5i1.74>
- Goodwin, H. & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional paper*, 11 (1) , 1-37. https://www.researchgate.net/publication/265278848_Community-Based_Tourism_a_success_Community-Based_Tourism_a_success
- Kememparekraf. (2020). *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia/ Badan Pariwisata dan ekonomi Kreatif Indonesia. Jakarta
- Nalayani, N. Nyoman Ayu H. (2016). Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Bandung, Bali. *JUMPA*, 2(2): 189-198. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2016.v02.i02.p12>
- Nitikasetsoontorn, S. (2015). The success factors of community-based tourism in Thailand. Doctoral dissertation. *National Institute of Development Administration (NIDA) Development Journal*, 55 (2). <http://journal.nida.ac.th/journal/upload/paper/NIDA-20151103-185839.pdf>
- Oliver Mtapuri & Andrea Giampiccoli (2014): Towards a comprehensive model of community-based tourism development. *South African Geographical Journal*, DOI: 10.1080/03736245.2014.977813
- Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Bogor Tahun 2015-2025. Cibinong: Bappeda Kab. Bogor
- Rodrigues, C. B., & Prideaux, B. (2017). A management model to assist local communities in developing community-based tourism ventures : a case study from the Brazilian Amazon. *Journal of Ecotourism*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/14724049.2017.1309045>
- Soeswoyo, D. M. & Rahardjo, S. (2018). Peranan Aspek Ekonomis Pariwisata Kota Bogor Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Proceeding; National Conference of Creative Industry*, Universitas Bunda Mulia, Jakarta. <http://dx.doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1196>
- Soeswoyo, D. M. (2020). Peningkatan Kualitas Masyarakat Melalui Sosialisasi Sadar Wisata dan Sapta Pesona. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata* , 2 , 29-35. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JPP/article/view/1383>
- Tamir, M. (2015). Challenges and Opportunities of Community Based Tourism Developmen in Awi Zone: A Case Study in Guagusa and Banja Woredas, Ethiopia. *Journal of Tourism, Hospitality, and Sports*, 11: 50-78
- Towner, N., & Towner, N. (2016). Community participation and emerging surfing tourism destinations : a case study of the Mentawai Islands destinations : a case study of the Mentawai Islands. *Journal of Sport & Tourism ISSN:*, (March), 1-20. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1151819>

- Uno, Sandiaga. 2021. Kemenparekraf Gandeng Kemendes PDDT Bangun Desa Wisata. Berita Satu. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/722099/kemenparekraf-gandeng-kemendes-pdtt-bangun-desa-wisata>
- Unpak. (2020). *Penyusunan Strategi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Bogor Tahun 2018*. Diakses dari Repository.unpak.ac.id
- Untari, R. (2009) . *Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di zona Wisata Bogor Barat Kabupaten Bogor*. Tesis. Diakses dari <https://docplayer.info/45558032-Strategi-pengembangan-ekowisata-berbasis-masyarakat-di-zona-wisata-bogor-barat-kabupaten-bogor-rini-untari.html>
- Utami, M.M., Taufik, & Bhakti, W. N. (2019). Village Tourism: The Implementation of Community-Based Tourism. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 100. *International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2019)*. <https://dx.doi.org/10.2991/icoi-19.2019.94>
- Utomo, S. & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Neo-Bis*. 11 (2), 142-153. DOI: [10.21107/nbs.v11i2.3381](https://doi.org/10.21107/nbs.v11i2.3381)