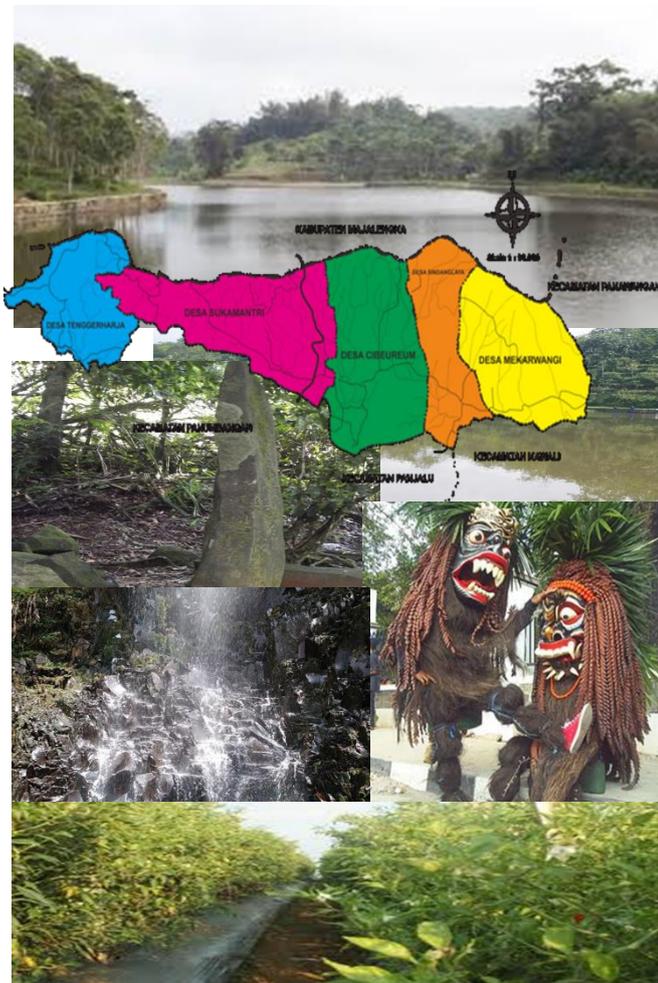


LAPORAN AKHIR

2016



***KEGIATAN ANALISA PASAR UNTUK PROMOSI DAN PEMASARAN
OBJEK PARIWISATA***

KECAMATAN SUKAMANTRI - KABUPATEN CIAMIS



**DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
PEMERINTAH DAERAH CIAMIS**



**PINBUK-FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GALUH**

TIM PENYUSUN

**Dr. Apri Budianto., M.M.
Moch. Aziz Basari, S.Sos., M.M.
Dani Usmar, S.E., M.Si.
Nana Darna, S.E., M.M.
Dendy Syaiful Akbar, S.E., M.Si.**

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang dalam kami sampaikan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Pemurah, karena berkat pertolonganNya studi ini dapat kami selesaikan sesuai yang diharapkan. Studi ini membahas mengenai pengembangan objek wisata di wilayah Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis. Maksud dan tujuan dilakukannya studi ini adalah untuk mengetahui dan menyusun kelayakan pengembangan lokasi objek wisata yang berada di wilayah Kecamatan Sukamantri, yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar lokasi serta dapat dijadikan sebagai salah satu sumber baru Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi Kabupaten Ciamis.

Kecamatan Sukamantri merupakan salah satu wilayah Kecamatan yang berada di Kabupaten Ciamis yang memiliki objek wisata alam yang cukup potensial untuk dikembangkan. Objek wisata di Wilayah Kecamatan Sukamantri memiliki potensi alam yang sangat bagus, namun daya tarik wisata alam tersebut belum cukup dikenal oleh masyarakat umum secara luas dan tergolong sebagai objek wisata yang masih perlu untuk dikembangkan lagi, sehingga akhirnya akan menjadi salah satu destinasi wisata favorit baru bagi masyarakat luas.

Studi ini menghasilkan simpulan bahwa objek Wisata yang berada di Kecamatan Sukamantri sangat berpeluang dan potensial untuk dikembangkan dan dipromosikan menjadi kawasan wisata yang berbasis alam dan budaya. Saran yang dihasilkan dari studi ini adalah pengembangan dan promosi objek Wisata yang Berada di Kecamatan Sukamantri layak dilakukan dengan tetap memperhatikan kelestarian alam dan budaya dengan peran serta dan dukungan aktif dari pemerintah, swasta dan masyarakat.

Akhir kata, dengan selesainya studi ini kami mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu terselesainya studi ini dari mulai menggagas dan menyusun sampai dengan penyajian.

Ciamis, Mei 2016

Tim Penyusun,

DAFTAR ISI

TIM PENYUSUN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GRAFIK.....	vi
DAFTAR FOTO.....	vii
BAGIAN 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Perumusan Maksud dan Tujuan Kajian.....	3
1.2.1 Maksud	3
1.2.2 Tujuan.....	3
1.4 Output	3
BAGIAN 2 PENDEKATAN TEORITIS	4
2.1 Konsep Pariwisata	4
2.2 Tujuan Pariwisata	7
2.3 Konsep Objek dan Daya Tarik Wisata	7
2.3 Konsep Pengembangan Pariwisata	9
2.4 Unsur-unsur Pokok Pengembangan Wisata	12
2.5 Geografi, Geografi Wisata dan Pendekatan Geografi	13
2.5.1 Definisi Geografi	13
2.5.2 Geografi Pariwisata	14
2.5.3 Pendekatan Geografi	15
2.6 Faktor-faktor Geografi Yang Mendukung Pengembangan Objek Wisata	17
2.8 Tinjauan Tentang Promosi	19
2.8.1 Pengertian Promosi.....	19
2.8.2 Tujuan Promosi	22
2.8.3 Kegiatan Promosi	24
2.9 Pemasaran Parawisata	25
2.10 Analisis SWOT	27
2.11 Analitical Hierarchy Process (AHP)	28
2.9 Kerangka Berfikir	30
BAGIAIAN 3 GAMBARAN UMUM LOKASI KAJIAN	32
3.1 Wilayah Kajian Selayang Pandang.....	32
3.2 Demografi.....	33
3.3 Topografi dan Iklim	34
3.4 Hidrologi	35

3.5 Penggunaan Lahan	36
3.6 Kondisi Sumber Daya Manusia	36
3.7 Potensi Pendidikan	37
3.8 Kondisi Kesehatan Masyarakat Wilayah Kajian	38
3.9 Potensi Sumber Daya Alam	39
3.10 Sumber Daya Fisik	42
3.10.1 Kondisi Jalan	42
3.10.2 Angkutan Darat	43
BAGIAN 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Kondisi Eksisting Lokasi Kajian	50
4.2 Hasil Kajian	51
4.2.1 Hasil Analytical Hierarchy Process.....	52-62
4.2.2 Hasil Analisis SWOT	62-68
4.3 Pembahasan	68
BAGIAN 5 SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
BAGIAN 6 DAFTAR PUSTAKA	50
BAGIAN 7 LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skala Dasar Dalam Metode AHP	30
Tabel 3.1 Data elevasi di Wilayah Kecamatan Suakamantri	33
Tabel 3.2 Jumlah penduduk Kecamatan Suakamntri Menurut Desa	34
Tabel 3.3 Kepadatan Penduduk Kecamatan Menurut Desa	34
Tabel 3.4 Jarak Antara Desa Ke Ibu Kota Kecamatan Kota dan Kabupaten	35
Tabel 3.5 Penggunaan lahan Di Kecamatan Sukamantri 2015	36
Tabel3.6 Tingkat Pendidikan Penduduk Kecamatan Menurut Desa	37
Tabel3.7 Perbandingan Keahlian Guru Menurut Jabatan Dengan Murid	38
Tabel 3.8 Jumlah Fasilitas Kesehatan di Kecamatan Sukamantri Menurut Desa ..	38
Tabel4.1 Faktor Keberhasilan Pengembangan pariwisata Sukamantri	65
Tabel4.2 Formulasi Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Sukamantri.....	66
Tabel4.3 Implementasi Startegi Pengembangan Sektor Pariwisata Sukamantri ...	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Alur Studi	31
Gambar 3.1 Perkembangan Sarana Kesehatan Masyarakat	39

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata BerdasarFaktor Nilai Ekonomi Daerah.....	52
Grafik 4.2 Perbandingan Unggulan Sektor Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Input.....	52
Grafik 4.3 Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata BerdasarFaktor Input Sub Sektor Alam.....	53
Grafik 4.4 Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Lokasi.....	53
Grafik 4.5 Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Topografi.....	54
Grafik 4.6Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Iklim.....	54
Grafik 4.7Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Flora dan Fauna.....	54
Grafik 4.8Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Tanah.....	55
Grafik 4.9Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Hidrologi.....	55
Grafik 4.10Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Geologi.....	55
Grafik 4.11 Nilai Konsistensi Perbandingan Komoditi Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Input Sub Faktor Alam-Geomorfologi.....	56
Grafik 4.12 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan.....	56
Grafik 4.13 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Daya Tarik.....	56
Grafik 4.14 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Infrastruktur.....	57
Grafik 4.15 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Fasilitas.....	57
Grafik 4.16 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Pengelolaan dan Pelayanan.....	57
Grafik 4.17 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Modal.....	58

Grafik 4.18 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Sosial Masyarakat	58
Grafik 4.19 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Integrasi dengan Objek Wisata Lain	58
Grafik 4.20 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan-Keamanan.....	59
Grafik 4.21 Nilai Konsistensi Analisa Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Faktor Ketersediaan Tenaga Kerja	59
Grafik 4.22 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Sektor Pariwisata Berdasarkan FaktorKunjungan Wisata	59
Grafik 4.23 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Sektor Potensi Pariwisata Berdasar kan Faktor Kebijakan dan Derivatif.....	59
Grafik 4.24 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Sektor Potensi Pariwisata Berdasarkan Faktor Teknologi	60
Grafik 4.25 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Sektor Potensi Pariwisata Berdasar kan Faktor Keahlian Tenaga Kerja	60
Grafik 4.26 Nilai Komparasi Goal Komoditi Unggulan Potensi Wisata	61
Grafik 4.27 Goal Komoditi Unggulan Potensi Wisata	61

DAFTAR FOTO

Foto 3.1 Potensi Peternakan Domba Tradisional	40
Foto 3.2 Peternakan Ras Peterlur Masyarakat	40
Foto 3.3 Komoditi Andalan Kopi Tradisional masyarakat	41
Foto 3.4 Perkebunan cabe	41
Foto 3.5 Kondisi Jalan	42
Foto 3.6 Jenis Armada	43
Foto 3.7 Objek Wisata Cibubuhan	44
Foto 3.8 Objek Wisata Cibubuhan	45
Foto 3.9 Objek Pass Jahim	45
Foto 3.10 Objek Batu Karut	46
Foto 3.11 Curug Cekong	47
Foto 3.12 Objek Batu Panjang	48
Foto 3.13 CheckDam Nusa Sireum.....	49
Foto 3.14 Objek Budaya Bebegig	49

BAB - 1

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Laju dan perkembangan pembangunan di Kabupaten Ciamis tidak terlepas dari dampak *ekternalitas* perkembangan lingkungan global, dan peningkatan integrasi perekonomian regional. Kondisi ini berdampak pada terciptanya peluang besar bagi peningkatan perekonomian daerah yang berdaya saing tinggi dengan tetap berpedoman pada prinsip *sustainable development*.

Penciptaan akselerasi pembangunan merupakan sesuatu yang harus segera dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis dalam upaya mencapai peningkatan kualitas pertumbuhan dan penyerapan tenaga kerja melalui peningkatan dan pertumbuhan ekonomi daerah, dalam hal ini termasuk dari sektor pariwisata.

Sebagai salah satu penunjang pembangunan, potensi sumber daya alam dan keunggulan objek wisata sangat penting untuk mendapat perhatian terlebih berkaitan dengan pembangunan ekonomi daerah berbasis potensi. Dalam dunia Internasional banyak negara sejak beberapa tahun terakhir menganggap pariwisata dengan serius dan menjadikan

sektor pariwisata sebagai sektor unggulan dalam perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja, maupun penuntasan kemiskinan.

Berbagai literatur berkaitan pengembangan dan pembangunan sektor kepariwisataan telah terbukti mampu memberi dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat. Dengan berbagai aspek positifnya, dipandang sebagai *passport of development, new kind of sugar, tool of regional development, invisible export, non-polluting industry* (Pitana,2002). Suatu harapan yang rasional dalam pembangunan sektor pariwisata, diharapkan akan mampu menggantikan peranan migas. Harapan ini sangat beralasan, karena Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar, baik dari segi alam dan sosial budaya.

Sukamantri adalah salah satu lokasi dengan berbagai potensi objek wisata yang masih perawan yang sangat memungkinkan sekali untuk dijadikan sebagai daerah tujuan wisata andalan baru bagi Kabupaten Ciamis.

Guna menyatakan suatu potensi objek wisata yang belum dikembangkan atau layak dikelola untuk dikembangkan, maka harus diawali dengan studi kelayakan dan analisa pasar terkait obyek dan daya tarik wisata tersebut. Demikian halnya untuk wilayah Sukamantri sebagai wilayah kajian objek wisata baru yang potensial untuk dikembangkan. Studi kelayakan dan analisa pasar ini dilakukan untuk meninjau lokasi objek dalam hal pemenuhan syarat kelayakan pengembangan dengan memperhatikan indikator-indikator kelayakan pengembangan objek wisata.

1.2. Maksud, Tujuan Dan Sasaran

Maksud dan Tujuan dari Penyusunan Kajian dan Analisa Pasar Untuk Promosi Dan Pemasaran Objek Pariwisata di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis, ini adalah merupakan petunjuk bagi *stakeholder* yang berisi masukan asas, kriteria, keluaran, dan proses yang harus dipenuhi dan

diperhatikan serta di Interpretasikan kedalam pengambilan keputusan pengembangan objek Parwisata di Kabupaten Ciamis khususnya Sukamantri. Lebih rinci maksud dan tujuan dari pekerjaan ini adalah:

1.2.1. Maksud

Adapun maksud dari penyusunan studi adalah untuk mengetahui kelayakan pengembangan dari lokasi objek wisata di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis.

1.2.2. Tujuan

Sedangkan tujuannya adalah menyusun suatu studi kelayakan dan analisa pasar terkait pengembangan objek wisata di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis.

1.2.3. Ouput

Luaran kegiatan ini adalah Laporan Kegiatan Analisa Pasar Untuk Promosi Dan Pemasaran Kepariwisataaan Wilayah Sukamantri.

BAB - 2

Pendekatan Teoritis

2.1. Konsep Pariwisata

Banyak literatur terdapat pendapat yang berbeda-beda tentang definisi dari pariwisata, namun kesemuanya mempunyai tujuan yang hampir sama. Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan *wisata* berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang (H. Oka A. Yoeti :1996:112).

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009, menyebutkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang

berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata, dengan demikian pariwisata meliputi:

1. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata seperti: kawasan wisata, Taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah, museum, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat atau yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai.
3. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yaitu: usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, informasi pariwisata). Usaha sarana pariwisata yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata.

Pariwisata menurut daya tariknya menurut Fandeli (1995:3) dapat dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Daya Tarik Alam
Pariwisata daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya, seperti laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan dan objek wisata yang masih alami.
2. Daya Tarik Budaya
Pariwisata daya tarik budaya merupakan suatu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki keunikan atau kekhasan budaya, seperti kampung naga, tanah toraja, kampung adat banten, kraton kasepuhan Cirebon, kraton Yogyakarta, dan objek wisata budaya lainnya.
3. Daya Tarik Minat Khusus
Pariwisata ini merupakan pariwisata yang dilakukan dengan mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan minat seperti wisata olahraga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja, dengan jenis-jenis kegiatannya antara lain bungee jumping.

Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan di atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap

keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan, E. Guyer Freuler dalam Yoeti (1996: 115).

Pendapat lain tentang pariwisata adalah Suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000:46-47).

Berdasarkan beberapa pengertian tentang pariwisata, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang diselenggarakan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud semata-mata untuk menikmati kegiatan tamasya untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Selain itu, dapat dikatakan bahwa orang yang melakukan perjalanan dalam berwisata akan memerlukan berbagai barang dan jasa sejak mereka pergi dari tempat asalnya sampai di tempat tujuan dan kembali lagi ke tempat asalnya.

2.2. Tujuan Pariwisata

Tujuan pariwisata telah dijabarkan oleh para ahli di bidang pariwisata sebagai optimalisasi pemanfaatan dan pengembangan sumber-sumber daya pariwisata. Daerah tujuan wisata menurut Surjanto (dalam A. Hari Karyono, 1997:11) yaitu daerah-daerah yang berdasarkan kesiapan prasarana dan sarana dinyatakan siap menerima kunjungan wisatawan di Indonesia. Daerah tujuan wisata diharuskan memiliki objek wisata dan daya tarik wisata (atraksi wisata) sebagai media untuk menarik minat wisatawan.

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan membawa perubahan pada daerah tersebut. Perubahan yang dimaksud dapat bernilai positif jika pengembangan pariwisata dilaksanakan dengan mengikuti prosedur yang benar, yakni melalui perencanaan yang cermat dan matang supaya sesuai dengan kondisi setempat. Namun demikian, jika pelaksanaannya tidak direncanakan dengan baik maka justru akan membawa kerugian atau berdampak negatif bagi daerah tempat pariwisata berkembang.

2.3. Konsep Objek Dan Daya Tarik Wisata

A.Yoeti dalam bukunya "Pengantar Ilmu Pariwisata" tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau "*tourist attraction*", istilah yang

lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Nyoman S. Pendit dalam bukunya "Ilmu Pariwisata" tahun 1994 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Menurut Spilanne (2002), Daya tarik pariwisata adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan Karyono (1997) suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik di samping harus ada objek dan atraksi wisata, juga harus memiliki tiga syarat daya tarik, yaitu: (1) ada sesuatu yang bisa dilihat (*something to see*); (2) ada sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*); (3) ada sesuatu sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*).

Dari beberapa pengertian tentang Objek dan daya tarik wisata dapat disimpulkan bahwa Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, dan dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke tempat tersebut.

Daya tarik wisata hakikatnya belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sebelum adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan, dengan kata lain tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu, kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

2.4. Konsep Pengembangan Pariwisata

Pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan *matching* dan *adjustment* yang terus menerus antara sisi *supply* dan *demand* kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan (Nuryanti, 1994).

Sedangkan pengembangan potensi pariwisata mengandung makna upaya untuk lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun nonfisik dari sistem pariwisata sehingga meningkatkan produktivitas.

Potensi wisata menurut Mariotti dalam Yoeti (1983) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Pengembangan kawasan wisata merupakan alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi maupun upaya pelestarian.

Pengembangan kawasan wisata dilakukan dengan menata kembali berbagai potensi dan kekayaan alam dan hayati secara terpadu. Sedangkan pengembangan potensi pariwisata mengandung makna upaya untuk lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun nonfisik dari sistem pariwisata sehingga meningkatkan produktivitas.

Pendapat lain tentang Potensi wisata menurut Mariotti dalam Yoeti (1983) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan

merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Pengembangan kawasan wisata merupakan alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi maupun upaya pelestarian. Pengembangan kawasan wisata dilakukan dengan menata kembali berbagai potensi dan kekayaan alam dan hayati secara terpadu.

Pada tahap berikutnya dikembangkan model pengelolaan kawasan wisata yang berorientasi pelestarian lingkungan (Ramly, 2007). Disamping itu untuk dapat melakukan pengembangan perlu memperhatikan berbagai aspek, suatu objek wisata yang akan dikembangkan harus memperhatikan syarat-syarat pengembangan daerah menjadi objek wisata yang dapat diandalkan, yaitu :

- a) Seleksi terhadap potensi, hal ini dilakukan untuk memilih dan menentukan potensi objek wisata yang memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan dana yang ada.
- b) Evaluasi letak potensi terhadap wilayah, pekerjaan ini mempunyai latar belakang pemikiran tentang ada atau tidaknya pertentangan atau kesalahpahaman antar wilayah administrasi yang terkait.
- c) Pengukuran jarak antar potensi, pekerjaan ini untuk mendapatkan informasi tentang jarak antar potensi, sehingga perlu adanya peta potensi objek wisata.

Tujuan pengembangan pariwisata menurut Soekadijo (1996) diantaranya adalah untuk mendorong perkembangan beberapa sektor ekonomi, yaitu antara lain:

- 1) Meningkatkan urbanisasi karena pertumbuhan, perkembangan serta perbaikan fasilitas pariwisata;
- 2) Mengubah industri-industri baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata. Misalnya, usaha transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok wisata, perkemahan, dan lain-lain) yang memerlukan perluasan beberapa industri kecil seperti kerajinan tangan;
- 3) Memperluas pasar barang-barang lokal;
- 4) Memberi dampak positif pada tenaga kerja, karena pariwisata dapat memperluas lapangan kerja baru (tugas baru di hotel atau tempat penginapan, usaha perjalanan, industri kerajinan tangan dan cendera mata, serta tempat- tempat penjualan lainnya).

Menurut Marpaung (2002) perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, namun pada pelaksanaannya hal tersebut harus dilakukan dengan tetap memperhatikan pemeliharaan kebudayaan, sejarah dan taraf perkembangan ekonomi

sehingga suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akan memberikan pengalaman unik dari tempat wisata.

Dari beberapa pengertian tentang pengembangan pariwisata dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata mendasarkan pada sifat, kemampuan, fungsi, ruang jangkauan pemasaran yang akan dicapai. Jangkauan dapat bersifat lokal, regional, nasional, dan bahkan bersifat internasional yang memiliki alasan berkaitan dengan yang bersifat ekonomi dan non ekonomis.

2.5. Unsur-unsur Pokok Pengembangan Pariwisata

Menurut Gamal Suwanto, (1997). Dengan bukunya yang berjudul (Dasar-dasar Pariwisata). Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan, antara lain :

1) Kelayakan Finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan objek wisata tersebut. Perkiraan untung-rugi sudah harus diperkirakan dari awal.

2) Kelayakan Sosial Ekonomi Regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional; dapat menciptakan

lapangan kerja/berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor yang lain.

3) Layak Lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya. Pembangunan objek wisata bukanlah untuk merusak lingkungan tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia sehingga menjadi keseimbangan, keselarasan dan keserasian hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhannya.

2.6. Geografi, Geografi Pariwisata Dan Pendekatan Geografi

2.6.1. Definisi Geografi

Banyak definisi yang mengartikan tentang geografi adalah disiplin ilmu yang berorientasi kepada masalah-masalah (*problem oriented*) dalam rangka interaksi antara manusia dengan lingkungan (Bintarto dan Surastopo Hadi S, 1982:7).

Resume Seminar Lokakarya Peningkatan Kualitas Pengajaran Geografi di Semarang tahun 1988, telah merumuskan konsep geografi, yaitu "Geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan

fenomena geosfer dengan sudut pandang kelingkungan dan kewilayahan dalam konteks keruangan” (Suharyono dan Moch Amien, 1994:15).

Sedangkan menurut Nursid Sumaatmadja (1981: 34), geografi sebagai suatu kajian studi (*unified geography*) melihat suatu komponen alamiah dan insaniah pada ruang tertentu di permukaan bumi, dengan mengkaji faktor alam dan faktor manusia yang membentuk integrasi keruangan di wilayah yang bersangkutan.

Dari berbagai definisi tentang geografi dapat disimpulkan bahwa geografi merupakan suatu acuan untuk mengungkapkan dan menguraikan gejala geografis dalam kehidupan.

2.6.2. Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata adalah geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata. Kegiatan pariwisata memiliki banyak sekali seginya di mana semua kegiatan tersebut dapat disebut dengan industri pariwisata, seperti perhotelan, restoran, toko cenderamata, transportasi, biro jasa, tempat-tempat hiburan, objek wisata, atraksi budaya dan sebagainya. Segi-segi geografi umum yang dikaji dalam pariwisata antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, laut dan sebagainya (Gamal Suwanto, 1997: 28).

Pendapat lain diungkap oleh Heru Pramono (2012: 2), geografi pariwisata adalah studi terapan dari konsep-konsep, teori-teori, dan

pendekatan- pendekatan geografi terhadap aspek-aspek pariwisata pada wilayah permukaan bumi. Menurut Pearce (dalam Heru Pramono, 2012: 2) Terdapat enam wilayah topik yang menyusun komponen geografi pariwisata yaitu :

- 1) Pola keruangan penawaran (spatial patterns of supply)
- 2) Pola keruangan permintaan (spatial patterns of demand)
- 3) Geografi tempat-tempat wisata (the geography of resort)
- 4) Geografi dan aliran wisatawan (tourist movement and flows)
- 5) Dampak pariwisata (the impact of tourism)
- 6) Model-model keruangan pariwisata (models tourism space)

Menurut Sujali (1989: 5), geografi pariwisata sesuai dengan bidang atau lingkupnya, sasaran atau objek adalah objek wisata, sehingga pembahasannya ditekankan pada masalah bentuk, jenis, persebaran dan juga termasuk wisatawannya sendiri sebagai konsumen dari objek wisata.

Dari berbagai definisi tentang geografi pariwisata, dapat disimpulkan bahwa geografi pariwisata adalah cabang dari pada bidang ilmu geografi yang mengkaji berbagai hal yang terkait dengan aktivitas perjalanan wisata, meliputi karakteristik destinasi (objek) wisata, aktivitas dan berbagai fasilitas wisata serta aspek lain yang mendukung kegiatan pariwisata di suatu daerah (wilayah)

2.6.3. Pendekatan Geografi

Proses pembangunan dan pengembangan objek wisata pada dasarnya adalah meningkatkan unsur-unsur dari pariwisata tersebut seperti daya tarik, aksesibilitas, fasilitas pelayanan, infrastruktur dan lain

sebagainya. Menurut Bintarto dan Surastopo Hadisumarno (1979: 12-24), ada tiga pendekatan dalam geografi yaitu :

- 1) Pendekatan Keruangan (*Spatial Approach*), Pendekatan ini mempelajari perbedaan lokasi mengenai sifat- sifat penting. Dalam analisa keruangan ini dapat dikumpulkan data lokasi yang terdiri dari data titik (*point data*) dan data bidang (*areal data*). Data titik digolongkan menjadi data ketinggian tempat, data sampel batuan, data sampel tanah dan sebagainya. Data bidang digolongkan menjadi data luas hutan, data luas daerah pertanian, data luas padang alang-alang, dan sebagainya.
- 2) Pendekatan Kelingkungan (*Ecological Approach*) yaitu studi mengenai interaksi antara organisme hidup dengan lingkungan disebut ekologi. Oleh karena itu untuk mempelajari ekologi seseorang harus mempelajari organism hidup, seperti manusia, hewan dan tumbuhan serta lingkungannya seperti hidrosfer, litosfer, dan atmosfer.
- 3) Pendekatan Komplek Wilayah (*Regional Complex Approach*) yaitu kombinasi antara analisa keruangan dan analisa ekologi disebut kompleks wilayah. Pada analisa sedemikian ini wilayah-wilayah tertentu didekati atau dihampiri dengan pengertian areal *differentiation*, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar Organisme hidup. Lingkungan wilayah akan berkembang karena

pada hakekatnya suatu wilayah berbeda dengan wilayah lain, oleh karena terdapat permintaan dan penawaran antar wilayah tersebut. Pada analisa sedemikian diperhatikan pula mengenai penyebaran fenomena tertentu (analisa keruangan) dan interaksi antar variabel manusia dan lingkungannya untuk kemudian dipelajari kaitannya (analisa ekologi).

Sebagai simpulan bahwa pengembangan kepariwisataan juga tidak lepas dari faktor-faktor geografi baik unsur fisik maupun non fisik (sosial, ekonomi, dan budaya) dan masing-masing unsur tersebut dalam pengembangannya saling mempengaruhi satu sama lain (terjadi hubungan timbal balik).

2.7. Faktor-faktor Geografi Yang Mendukung Pengembangan

Objek Wisata

Pengembangan kepariwisataan tidak akan lepas dari faktor-faktor geografi baik unsur fisik maupun non fisik (sosial, ekonomi, dan budaya) adapun masing-masing unsur tersebut adalah:

1. Lokasi

Lokasi ini merupakan variabel yang dapat mengungkapkan berbagai hal tentang gejala yang kita pelajari. Masalah atau persoalan yang berkenaan dengan asosiasi gejala dengan gejala lain, dengan ditunjukkan lokasinya, sudah memberikan perspektip sebelum di analisa lebih lanjut (Nursid Sumaatmadja, 1988:118).

2. Iklim

Posisi geografis suatu lahan sangat menentukan kondisi iklim yang ada dilahan tersebut. Ketinggian tempat juga mempengaruhi kondisi iklim suatu lahan, lahan yang secara geografis terletak pada posisi geografis yang sama, akan tetapi ketinggian berbeda akan berbeda pula kondisi klimatologinya.

3. Hidrologi

Ketersediaan Air yang ada dalam suatu lahan akan berpengaruh terhadap potensi sumber daya lahan tersebut. Ketersediaan sumber daya air untuk memenuhi kebutuhan, baik manusia maupun flora dan fauna yang berada di dalam lahan tersebut sangatlah vital (Djauhari Noor, 2011:226).

4. Topografi

Topografi merupakan bentuk kenampakan permukaan bumi atau bentang alam daerah dengan aneka ragam bentuk permukaan bumi seperti gunung, sawah, sungai yang sekaligus merupakan suatu kesatuan lanskap. Dalam pengertian luas topografi tidak hanya mengenai bentuk permukaan saja, tapi juga vegetasi dan pengaruh manusia terhadap lingkungan dan bahkan kebudayaan lokal (Djauhari Noor, 2011:49).

5. Tanah

Jenis tanah yang terdapat pada suatu lahan sangat menentukan terhadap jenis tanaman apa saja yang sesuai dengan jenis tanah tersebut. Oleh karena itu potensi suatu lahan terhadap peruntukannya sangat ditentukan oleh jenis tanah yang menempati lahan tersebut. Disamping itu daya dukung lahan untuk bangunan ditentukan oleh sifat-sifat keteknikan dari tanah dan batuan terhadap daya dukung bangunan (Djauhari Noor, 2011:226)

6. Geologi

Faktor Geologi yang dimaksud disini adalah struktur geologi baik lipatan maupun patahan yang terdapat di dalam suatu lahan tersebut dan batuan. Batuan merupakan benda padat bentukan alam yang terpadu maupun tidak dan tersusun oleh satu macam mineral atau lebih. Berdasarkan hasil runtunan pembentukannya, terdapat tiga golongan batuan yaitu, batuan bekuan, batuan endapan (sedimen), dan batuan malihan (metamorf). Semua golongan batuan ini kalau lapuk (hancur) dan bercampur dengan unsur organik lainnya akan berubah menjadi agregasi tanah (Soewarno Darsoprajitno, 2002:33).

7. Fauna dan Flora

Ketersediaan Fauna dan Flora yang terdapat di dalam suatu lahan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sumber daya yang dimiliki oleh lahan tersebut. Berbagai jenis binatang serta tumbuhan yang hidup secara alamiah di suatu lahan merupakan sumber daya dari suatu lahan. Oleh karena itu peruntukan suatu lahan untuk kepentingan tertentu haruslah dipertimbangkan aspek ekologi yang ada di dalam lahan tersebut serta untuk menjaga kelestarian fauna dan flora yang terdapat di dalamnya (Djauhari Noor, 2011:227).

2.8. Tinjauan Tentang Promosi

2.8.1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan suatu perusahaan maupun lembaga/instansi pemerintahan dalam memperkenalkan suatu produk barang atau jasa kepada masyarakat. Istilah promosi atau *promotion* itu sendiri berasal dari bahasa latin "*promotio*" dari kata kerja "*promoveré*" (*Pro*' berarti maju dan *movere* berarti bergerak), yang berarti menggerakkan ke depan. Jadi promosi maknanya, "Kegiatan meningkatkan sesuatu

sehingga menjadi lebih banyak, lebih tinggi, lebih bermutu, lebih laku, dan sebagainya.” (Effendy,1989:289) Lebih lanjut penulis menguraikan pengertian promosi dari berbagai ahli.

Buchari Alma menyimpulkan pengertian promosi yaitu, “Promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.” (Alma,2002:135)

Sedangkan Menurut Fandy Tjiptono definisi Promosi dapat diartikan sebagai berikut :

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Tjiptono, 1997:219)

Sedangkan Lupiyoadi menyatakan bahwa :

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Lupiyoadi,2006:120).

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Lebih khusus pengertian promosi dikemukakan oleh DR.Winardi dalam bukunya "Kamus Ekonomi" yang dikutip Oka A. Yoeti yaitu pengertian promosi yang berkaitan dengan kepariwisataan sebagai berikut:

Promotion (usaha untuk memajukan sesuatu). Kerap kali istilah promotion dihubungkan dengan misalnya kepariwisataan, perdagangan, yang berarti usaha memajukan kedua bidng ysaहा tersebut. Adakalanya pula, promotion digunakan dalam arti promosi yang berhubungan dengan jasa-jasa seorang pekerja. (Yoeti, 1996: 64)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, promosi tidak hanya dilakukan untuk penjualan suatu barang, tetapi juga dilakukan untuk mempromosikan suatu jasa. Sehingga promosi wisata menurut Yoeti ialah, "Suatu upaya yang dilakukan untuk menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan sehingga produk menjadi lebih menarik." (Yoeti,1996:103) Daya tariklah yang menjadi kata kunci dari sebuah upaya promosi pariwisata yang selalu dikemas dengan model yang dapat menjadi daya tarik bagi turis yang tertarik untuk membeli.

Pemasar dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam promosi, yaitu:

1. Identifikasi terlebih dahulu audiens targetnya: hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar.

2. Tentukan tujuan promosi: apakah untuk menginformasikan, memengaruhi, atau mengingatkan.
3. Kembangkan pesan yang disampaikan: hal ini berhubungan dengan isi pesan (*apa yang harus disampaikan*), struktur pesan (*bagaimana menyampaikan pesan secara logis*), gaya pesan (*ciptakan bahasa yang kuat*), sumber pesan (*siapa yang harus menyampaikannya*).
4. Pilih bauran komunikasi: apakah itu komunikasi personal (*personal communication*) atau komunikasi nonpersonal (*nonpersonal communication*). (Lupiyoadi,2006:75)

2.8.2. Tujuan Promosi

Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat memengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi berusaha agar demand tidak elastis. Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Adapun tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Menurut Tjiptono (Tjiptono,1997:21), Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:

- Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
- Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
- Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
- Menjelaskan cara kerja suatu produk
- Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
- Meluruskan kesan yang keliru
- Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
- Membangun citra perusahaan

2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:

- Membentuk pilihan merek
- Mengalihkan pilihan ke merek tertentu
- Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
- Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga

3. Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:

- Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
- Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
- Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
- Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan

Salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan kegiatan promosi sebaik mungkin. Dalam melaksanakan kegiatan promosi ini terdapat beberapa unsur yang dikenal dengan bauran promosi.

2.8.3. Kegiatan Promosi

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi atau yang lebih dikenal dengan istilah bauran promosi (*marketing mix*). Alat-alat promosi tersebut adalah:

1. Periklanan (*Advertising*)

Pada dasarnya tujuan periklanan adalah komunikasi yang efektif dalam rangka mengubah sikap dan perilaku konsumen. Untuk itu ada beberapa pilihan media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan, antara lain meliputi surat kabar, majalah, radio, televisi dan papan reklame (*outdoor advertising*).

2. Penjualan personal (*Personal selling*)

Cara penjualan *personal selling* adalah cara yang paling tua dan penting. Cara ini adalah unik, tidak mudah untuk diulang, dapat menciptakan *two ways communication* antara ide yang berlainan antara penjual dan pembeli. Cara ini adalah satu-satunya cara dari *sales promotion* yang dapat menggugah hati pembeli dengan segera, dan pada tempat dan waktu itu juga diharapkan konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli. Sifat-sifat personal selling antara lain :

- a. *Personal confrontation*, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua aorang atau lebih.
- b. *Cultivation*, yaitu sifat memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungsn jual-beli sampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab.
- c. *Response*, yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan dan menanggapi.

Bentuk personal selling yang kita kenal secara garis besarnya adalah di toko, di rumah-rumah (penjual datang ke rumah), penjual yang ditugaskan oleh produsen untuk menghubungi pedagang besar/eceran, pimpinan perusahaan berkunjung kepada langganan-langganan yang penting, dan penjual yang terlatih secara teknis mengunjungi para industri untuk memberikan nasehat dan bantuan.

2.9. Pemasaran Pariwisata

Marketing dalam kepariwisataan merupakan hal yang sangat kompleks sekali karena produk daripada industri pariwisata mempunyai ciri-ciri khas dibandingkan dengan produk berupa barang dan lagi pula produk pariwisata sering berkaitan dengan beberapa perusahaan, instansi, lembaga dalam masyarakat. Di satu pihak harus ada kerja sama namun

dilain pihak tidak jarang pula terjadi sebaliknya, karena merekapun kadang-kadang bersikap sebagai pesaing.

Prof. Dr. Salah Wahab seperti yang dikutip oleh Oka A. Yoeti dalam bukunya Pemasaran Pariwisata memberikan batasan tentang marketing dalam kepariwisataan sebagai berikut:

Suatu proses *management* dengan mana organisasi kepariwisataan nasional atau perusahaan-perusahaan industri pariwisata untuk menentukan *actual* dan *potensial tourist*, mengadakan komunikasi dengan mereka untuk menentukan serta memengaruhi keinginan, kebutuhan, motivasi, kesukaan dan ketidaksukaan pada daerah-daerah lokal, regional, nasional dan internasional dan kemudian merumuskan serta menyesuaikan obyek-obyek pariwisata untuk mencapai kepuasan optimal para wisatawan, dengan demikian tercapailah tujuannya." (Yoeti,1996:37)

Pemasaran dilengkapi dengan beberapa unsur yang akan menuntun manajemen dari organisasi kepariwisataan nasional atau perusahaan-perusahaan industri pariwisata dalam mencapai tujuannya untuk menarik wisatawan lebih banyak datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya ditempat yang dikunjunginya.

Adapun yang dimaksud dengan industri pariwisata menurut Yoeti ialah:

Kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*goods and services*)

yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya, selama dalam perjalanan. (Yoeti,1996:6)

2.10. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah teknik sederhana, mudah dipahami, dalam merumuskan strategi-strategi atau kebijakan-kebijakan untuk pengelolaan wilayah. SWOT tidak mempunyai akhir, artinya akan selalu berubah sesuai dengan perkembangan jaman (Lufti Muta'ali, 2003: 10.23). Menurut Chafid Fandeli (2001: 29), analisis SWOT faktor-faktor kepariwisataan dapat memetakan karakteristik produk pariwisata suatu daerah yang kemudian dapat menyusun strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik dan potensi pasar yang ada.

Untuk menentukan pengembangan kepariwisataan di suatu daerah harus diketahui terlebih dahulu karakteristik atau potensi daerah tersebut. karakteristik daerah atau wilayah dapat diidentifikasi dengan analisa SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang merupakan sebuah cara untuk mengenali karakteristik daerah atau wilayah secara lebih rinci dengan berbagai faktor yang ada di daerah atau wilayah tersebut, untuk di jadikan sebagai landasan untuk rencana pengembangan sesuai dengan kondisi daerah atau wilayah tersebut. Analisa SWOT terdiri dari dua hal yaitu faktor internal yang terdiri dari Strenghts dan Weaknesses. Sedangkan

faktor eksternal terdiri dari Opportunities dan Threats. Dalam analisa SWOT menbandingkan atau mengawinkan antara faktor eksternal dan faktor internal (Lufti Muta'ali, 2003: 10.24)

2.11. Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah sebuah hierarki fungsional dengan input utamanya adalah persepsi manusia. Dengan hierarki, suatu masalah kompleks dan tidak terstruktur dipecahkan ke dalam kelompoknya, yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hierarki.

AHP adalah pendekatan dasar dalam pengambilan keputusan, AHP didesain untuk dapat menanggulangi rasional dan intuisi untuk memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang di evaluasi dengan beberapa kriteria. Dalam proses ini pembuat keputusan menggunakan *pairwise comparison judgement* yang digunakan untuk membentuk seluruh prioritas untuk mengetahui ranking dari alternatif.

Dalam perkembangannya, AHP tidak saja digunakan untuk menentukan prioritas pilihan-pilihan dengan banyak kriteria, tetapi penerapannya telah meluas sebagai metode alternatif untuk menyelesaikan bermacam-macam masalah seperti memilih portfolio, peramalan dan lain lain. Dengan metode AHP ini memungkinkan kita untuk mengambil keputusan secara efektif terhadap persoalan yang kompleks dimana faktor–

faktor logika, intuisi, pengalaman, pengetahuan data, emosi dan rasa dioptimalkan dalam suatu proses yang sistematis (Mulyono, 2004:319).

Prinsip kerja AHP adalah dengan menyederhanakan suatu persoalan kompleks yang tidak terstruktur, strategik dan dinamik menjadi sebuah bagian yang tersusun dalam suatu hierarki. Dengan membuat struktur keputusan yang sistematis dan serangkaian prosedur perhitungan, maka dapat dihasilkan rekomendasi prioritas atau bobot keputusan tiap alternatif yang diajukan. Dari berbagai pertimbangan kemudian dilakukan sintesa untuk menetapkan variabel yang memiliki prioritas tinggi dan berperan dalam mempengaruhi hasil pada sistem tersebut (Mulyono, 319, 2004).

Faktor-faktor (kriteria) sebagai berikut: Nilai Ekonomi Daerah, Ketersediaan Input Dengan Sub Kriteria Faktor Alam dan Faktor pengembangan. Adapun yang tergolong Faktor alam adalah Lokasi, Topografi, Iklim, Flora & fauna, Tanah, Hidrologi, Geologi, Geomorfologi. Sedangkan faktor pengembangan terdiri dari daya Tarik, Infrastruktur, Fasilitas, pengelolaan dan Pelayanan, Modal, Kondisi Sosial Masyarakat, Integrasi dengan Objek Wisata lain di sekitar dan Faktor Keamanan. Kriteria lain adalah Ketersediaan Tenaga Kerja, Kunjungan Wisata, Pangsa Pasar Pariwisata, Kebijakan dan Derivatif Potensi Wisata, Skill tenaga Kerja, Faktor Teknologi. Dalam penyusunan skala kepentingan ini, digunakan patokan seperti pada tabel 2.1 berikut :

Tabel 2.1. Skala Dasar Dalam Metode AHP

Tingkat Kepentingan	Definisi	Keterangan
1	Sama pentingnya	Sama pentingnya dengan yang lainnya
3	Sedikit lebih penting	Moderat pentingnya dibanding yang lainnya
5	Lebih penting	Kuat pentingnya dibanding yang lain
7	Sangat penting	Sangat kuat pentingnya dibanding yang lain
9	Mutlak lebih penting	Ekstrim pentingnya dibanding yang lain
2,4,6,8	Nilai Tengah	Nilai diantara dua penilaian yang berdekatan
Reciprocal 1/(2-9)	Kebalikan	Jika elemen i memiliki salah satu angka diatas ketika dibandingkan elemen j, maka j memiliki nilai kebalikannya ketika dibandingkan dengan elemen i

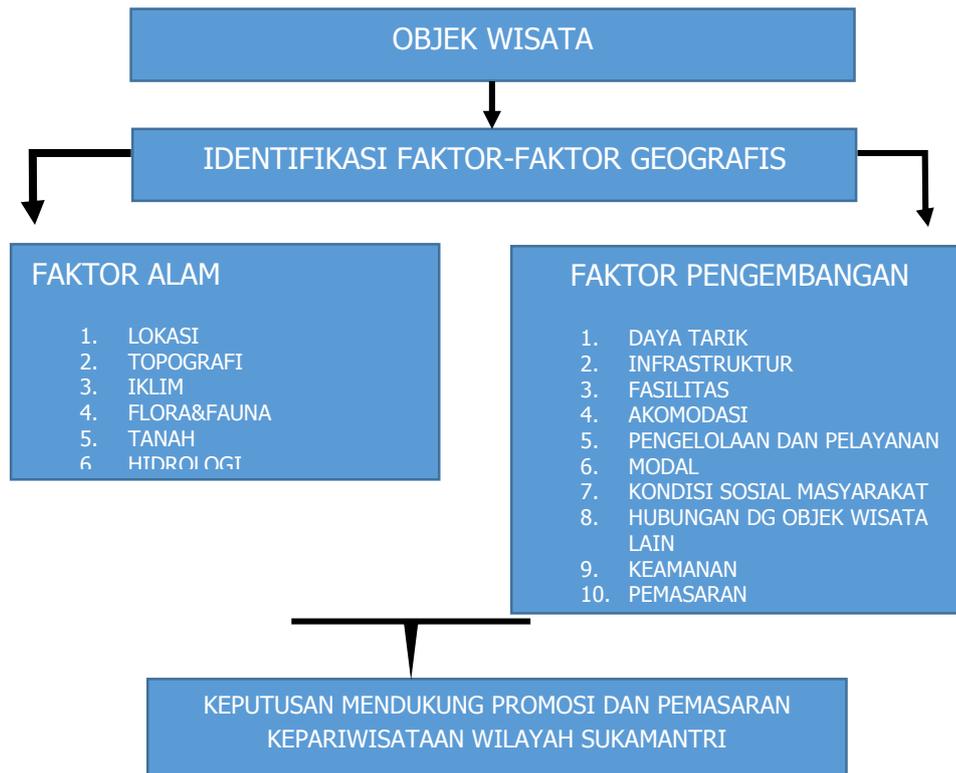
Sumber : Mulyono (2004:321)

2.12. Kerangka Berpikir

Promosi Objek Wisata akan rasional dilakukan kalau Objek Wisata Alam Di Kecamatan Sukamantri dipandang layak untuk dikembangkan. Hal ini diawali dengan upaya mengetahui bagaimana kondisi geografi daerah yang bersangkutan sehingga akan dapat diketahui bagaimana potensi daerah tersebut sebagai kawasan objek wisata. Dengan mengetahui potensi suatu daerah wisata tertentu maka pihak yang terkait dapat mengambil langkah dalam menentukan pembangunan dan pengembangan daerah, khususnya pembangunan, Promosi dan pengembangan kawasan objek

wisata. Lebih jauh rerangka berpikir tersebut akan disajikan dalam gambar 2.2 berikut.

2.2 Diagram Alur Studi



BAB - 3

Gambaran Umum Lokasi Kajian

3.1. Wilayah Kajian Selayang Pandang

Sukamantri dalam historisnya termasuk kecamatan baru di wilayah bagian utara Kabupaten Ciamis dan merupakan wilayah pengembangan dari Kecamatan Panjalu. Kecamatan Sukamantri merupakan batas sebelah Barat antara Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Majalengka. Wilayah Sukamantri merupakan daerah pesawahan yang dikelilingi pegunungan yang mempunyai luas wilayah sebesar 47,88 km² dan jumlah penduduk sebanyak 26.513 jiwa. Kecamatan Sukamantri terletak pada ketinggian 775,80 mdpl.

Batas Wilayah

- Utara : Kabupaten Majalengka
- Timur : Kecamatan Panawangan

- Barat : Kecamatan Panumbangan
- Selatan : Kecamatan Panjalu

3.2. Demografi

Jumlah Penduduk Kecamatan Sukamantri pada tahun 2015 berjumlah 26.513 jiwa, dengan kepadatan 554 jiwa/km² dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 13.389 jiwa dan perempuan sebanyak 13.124 jiwa. Mayoritas penduduk nya memeluk agama Islam.

Dilihat dari luas wilayahnya maka desa yang memiliki wilayah terluas adalah desa cibeureum yaitu dengan luas wilayah 14,48 km², sedangkan desa yang memiliki luas wilayah terkecil adalah desa Sindanglaya yaitu seluas 7,50 km². Untuk jumlah penduduk terbanyak ada di Desa Cibeureum dengan jumlah 8192 jiwa, dan jumlah penduduk terkecil ada di Desa Tenggeraharja yaitu sebanyak 2642 jiwa.

Tabel 3.1

Data Elevasi Di Wilayah Kecamatan Sukamantri		
Nomor	Desa	Ketinggian (mdpl)
1	Tenggerraharja	850
2	Sukamantri	782
3	Cibeureum	827
4	Sindanglaya	720
5	Mekarwangi	700

Tabel 3.2
Jmlah Penduduk Kecamatan Sukamantri menurut Desa

No	Desa	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Tenggerraharja	1307	1335	2642
2	Sukamantri	3162	3003	6165
3	Cibeureum	4106	4086	8192
4	Sindanglaya	2770	2679	5449
5	Mekarwangi	2044	2021	4065
		13389	13124	26513

Tabel 3.3
Kepadatan Penduduk Kecamatan Menurut Desa

No	Desa	Jumlah Penduduk	Luas Desa (Km ²)	Kepadatan (orang/Km ²)	Presentase dari Penduduk Kecamatan
1	Tenggerraharja	2642	8.52	310	9.96
2	Sukamantri	6165	8.2	751	23.25
3	Cibeureum	8192	14.48	565	30.9
4	Sindanglaya	5449	7.5	726	20.55
5	Mekarwangi	4065	9.18	442	15.34
		26513	47.88	2794	100

3.3. Topografi dan Iklim

Wilayah kecamatan Sukamantri memiliki kesamaan karakteristik dengan Kota Bandung yaitu terletak di sebuah Basin (cekungan). Menurut peta topografi Kecamatan Sukamantri terletak pada dataran tinggi dengan ketinggian 775,80 m(dpl), suhu rata-rata di Kecamatan Sukamantri berkisar 19 °C, dengan memiliki curah hujan rata-rata 2,906,2 mm/bln. Jarak ke pusat (orbitrasi) Kabupaten Ciamis adalah 42 km, sedangkan jarak ke Kota Bandung adalah 110 km. Secara

astronomis, Kecamatan Sukamantri terletak pada titik koordinat 7,08 LS dan 108,27 BT.

Tabel 3.4

Jarak Antara Desa Ke Ibukota Kecamatan, Kota Dan Kabupaten Ciamis			
Nomor	Desa	Kecamatan Sukamantri	Kabupaten (Ciamis)
1	Tenggerraharja	6,50	49,50
2	Sukamantri	0,20	42,50
3	Cibeureum	2,00	45,20
4	Sindanglaya	6,20	50,50
5	Mekarwangi	7,00	50,00

3.4. Hidologi

Kondisi hidrologi di wilayah kecamatan Sukamantri ditunjang oleh aliran-aliran sungai yang relatif tidak pernah kering. Sebagian besar sungai-sungai yang mengalir bersumber dari mata air di sekitar perbukitan dan mengalirkan air jernih.

Kecamatan Sukamantri berkaitan kondisi hidrologi kewilayahan memiliki icon sumber air yaitu situ cibubuhan. Situ Cibubuhan memiliki luas wilayah ± 17.203 m² dengan posisi koordinat di 7o05' 08, 96"S 108o 17'50,66"T dengan ketinggian 830 mdpl, dengan lokasinya yang strategis berada di tepi jalan raya, dan tersedia lahan parkir yang cukup luas situ atau danau ini sangat cocok untuk dijadikan *rest area* bagi mereka yang melintasi jalur alternatif Ciawi Tasikmalaya – Panumbangan Ciamis – Jahim menuju Cikijing Majalengka.

3.5. Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan di Kecamatan Sukamantri mengacu kepada kebutuhan pengembangan kewilayahan agropolitan. Sebagai wilayah agropolitan tentunya kecamatan sukamantri terus menerus meningkatkan kapasitasnya pada berbagai sumber daya, termasuk melengkapai pasilitas penunjang usaha tani yang diharapkan berdampak pada peningkatan produksi dan produktivitas berbagai komoditas pertanian. Penggunaan lahan di kecamatan Sukamantri tahun 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Penggunaan lahan di Kec. Sukamantri tahun 2015

Desa	Tanah Sawah (Ha)	Tanah Kering (Ha)
Tenggerraharja	86,00	848,68
Sukamantri	132,45	713,10
Cibeureum	288,00	1414,54
Sindanglaja	177,00	519,78
Mekarwangi	212,00	759,50
Jumlah	895,45	4.255,6

Sumber: Sukamantri Dalam Angka 2015

3.6. Sumber Daya Manusia

Jumlah Penduduk Kecamatan Sukamantri pada tahun 2015 berjumlah 26.513 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 13.389 jiwa dan perempuan sebanyak 13.124 jiwa. Dilihat dari luas wilayah nya maka desa yang memiliki wilayah terluas adalah desa cibeureum yaitu dengan luas wilayah 14,48 km², sedangkan desa yang memiliki luas wilayah terkecil adalah desa Sindanglaja

yaitu seluas 7,50 km². Untuk jumlah penduduk terbanyak ada di Desa Cibeureum dengan jumlah 8192 jiwa, dan jumlah penduduk terkecil ada di Desa Tenggeraharja yaitu sebanyak 2642 jiwa.

Tabel 3.6
Tingkat Pendidikan Penduduk Kecamatan Menurut Desa

No	Desa	Tingkat Pendidikan				Jumlah
		Tidak/Be lum Tamat SD	SD/SLTP	SLTA	Akademi /Perguru an Tinggi	
1	Tenggerraharja	77	691	67	22	857
2	Sukamantri	11	1591	122	88	1812
3	Cibeureum	47	1823	283	161	2314
4	Sindanglaya	30	1541	123	63	1757
5	Mekarwangi	28	243	881	172	1324
		193	5889	1476	506	8064

3.7. Pendidikan

Pembangunan dibidang sumber daya manusia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan, oleh karena itu pendidikan merupakan salah satu cara atau tujuan utama dalam mencetak sumber daya manusia yang berkualitas, cerdas dan terampil untuk dapat ikut serta dalam memajukan bangsa dan negara. Untuk mewujudkan itu semua tentu harus didukung oleh saran dan prasarana serta ditunjang dengan tenaga pengajar yang memadai. Sampai dengan tahun 2014 di Kecamatan Sukamantri sarana pendidikan banyaknya sekolah, murid dan guru setingkat sekolah dasar negeri sebanyak 14 unit dengan jumlah murid 1.977 siswa.

Tabel 3.7
Perbandingan Keahlian Guru Menurut Jabatan Dengan Murid

Desa	Sekolah	Murid	Guru Menurut Jabatan			
			Guru Umum	Guru Olah raga & Kesehatan	Guru Agama Islam	Kepala Sekolah dan Guru
Tenggerraharja	2	280	4	1	0	7
Sukamantri	4	531	13	1	0	17
Cibeureum	3	441	11	1	0	15
Sindanglaya	3	545	10	0	0	13
Mekarwangi	2	294	7	0	0	9
	14	2091	45	3	0	61

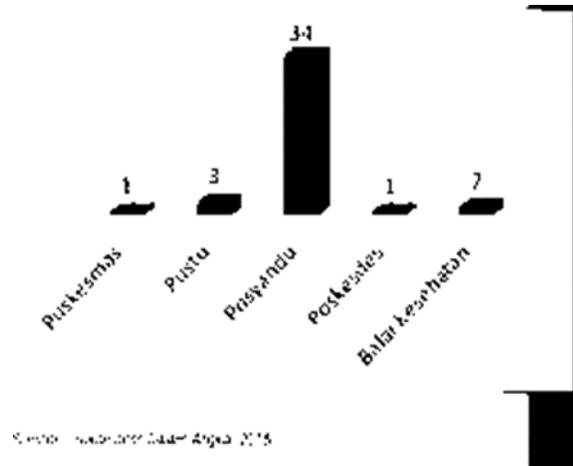
3.8. Kesehatan

Pembangunan Sumber daya manusia dalam bidang kesehatan dari waktu ke waktu terus ditingkatkan, baik dari segi upaya peningkatan pelayanan maupun peningkatan sarana dan prasarana kesehatan.

Tabel 3.8
Jumlah Fasilitas Kesehatan Di Kecamatan Sukamantri Menurut Desa

Desa	Rumah Sakit	Puskesmas	Puskesmas Pembantu	Posyandu	Poskesdes	Balai Pengobatan
1 Tenggerraharja	0	0	1	5	0	0
2 Sukamantri	0	1	0	8	0	1
3 Cibeureum	0	0	1	9	0	1
4 Sindanglaya	0	0	1	6	0	0
5 Mekarwangi	0	0	0	6	1	0
	0	1	3	34	1	2

gambar 3.1 perkembangan sarana kesehatan masyarakat



3.9. Potensi Sumber daya Alam

Potensi sumber daya alam wilayah kecamatan Sukamantri dikategorikan dalam 3 (tiga) kategori yaitu:

- Peternakan
- Perkebunan
- Pertanian

A. Peternakan

Dari sektor peternakan, hewan ternak yang banyak dternakkan oleh warga desa Sukamantri adalah ayam dan domba. Peternakan ayam di desa Sukamantri telah berkerjasama dengan perusahaan Tanjung Mulia yang bergerak sebagai pengumpul ayam pedaging, penjagalan, dan pembersihan sebelum dijual dan didistribusikan ke pasar/penjual di berbagai daerah.

Sektor peternakan lain yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Sukamantri adalah berternak kambing yang hanya terdapat di dusun Sukamantri III. Biasanya, ternak kambingnya tersebut dijual kepada penjual sate daging dan pada saat hari raya Idul Adha tiba.



Foto 3.1
Peternakan Domba
Tradisional- Masyarakat

Foto 3.2
Peternakan Ras Petelur
Tradisional- Masyarakat



B. Perkebunan

Hasil perkebunan desa Sukamantri yang paling potensial untuk dipasarkan adalah dari hasil panen teh dan kopi. Tanaman hortikultura lainnya yang dikembangkan masyarakat Sukamantri karena dirasa lebih menguntungkan adalah kopi. Kopi yang ditanam di desa Sukamantri adalah jenis Robusta

yang sangat digemari oleh mayoritas penduduk di Indonesia. Kebun Kopi di desa Sukamantri sangat luas, yakni memiliki luas sekitar 70 Ha.



Foto 3.3
Komoditi Andalan Pekerbunan
Kopi Tradisional- Masyarakat

C. Pertanian

Sebagai wilayah agropolitan tentunya kecamatan sukamantri terus menerus meningkatkan kapasitasnya, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia.

Foto 3.4
Perkebunan Cabe



3.10. Sumber Daya Fisik

3.10.1. Kondisi Jalan

Jalan merupakan prasarana pengangkutan yang penting untuk memperlancar kegiatan perekonomian. Dengan makin meningkatnya usaha pembangunan maka akan menuntut peningkatan pembangunan jalan untuk memudahkan mobilitas penduduk dan memperlancar lalulintas barang dari satu daerah ke daerah lain Panjang Jalan Desa di Kecamatan Sukamantri mencapai 61,9 km yang terdiri dari jalan beraspal sepanjang 29,15 km, jalan beton sepanjang 1,1 km dan jalan berbatu sepanjang 24,05 km. Jalan aspal terpanjang ada di Desa Sindanglaya yaitu sepanjang 10,25 km. Sedangkan desa yang masih didominasi jalan batu ada di Desa Cibeureum.

Foto 3.5
Kondisi Jalan Mayoritas sudah
Aspal dan Cukup Nyaman



3.10.2. Angkutan Darat

Transportasi di daerah ini terbilang cukup maju. Daerah ini dilalui oleh jalan raya lintas kabupaten yang menjadi pintu masuk ke Kabupaten lain seperti Majalengka, Kuningan, dan Cirebon. Di Kecamatan ini juga terdapat sebuah Terminal yang cukup padat. Angkutan yang paling umum di daerah ini adalah mini bus yang sering disebut ELP yang melayani angkutan tiap hari nya Ke dan dari Bandung, jumlahnya lebih dari 100 armada. Selain itu terdapat pula cary (CPI) yang tiap harinya melayani Ke dan dari Tasikmalaya. Ada juga Bus yang melani daerah di Timur Jawa Barat dan Jawa Tengah

Secara ringkas jenis angkutan dan Rute adalah sebagai berikut:

- ELP : (Bandung) (setiap hari)
- CPI : (Tasikmalaya) (Setiap hari)



Foto 3.6
Jenis Armada Transfortasi
Umum Masyarakat

3.11. Gambaran Umum Potensi Wisata Wilayah Kajian

Sukamantri merupakan wilayah Agropolitan di Kabupaten Ciamis akan tetapi selain potensi sektor pertanian dan tanaman pangan, perkebunan, perikanan, kecamatan sukamantri juga memiliki potensi lain yaitu sektor pariwisata yaitu potensi:

1. Situ Cibubuhan

Situ Cibubuhan memiliki luas wilayah $\pm 17.203 \text{ m}^2$ dengan posisi koordinat di $7^{\circ}05' 08, 96''\text{S } 108^{\circ} 17'50,66''\text{T}$ dengan ketinggian 830 mdpl, lokasi situ Cibubuhan memiliki posisi yang strategis di tepi jalan raya selain dan memiliki lahan parkir yang cukup luas, sehingga sangat cocok untuk dijadikan *rest area* dan tujuan wisata bagi mereka yang melintasi jalur alternatif Ciawi Tasikmalaya melalui Panumbangan Ciamis lewat perbukitan Jahim menuju Cikijing Majalengka.

Foto 3.7
Objek Wisata Cibubuhan





Foto 3.8
Objek Wisata Cibubuhan

2. **Tanjakan Jahim**

Merupakan jalan alternative dari dan menuju Sukamantri dan Manajalengka, dengan kondisi sisi kiri atau kanan jalan didominasi dengan perkebunan hortikultura milik masyarakat, perkebunan pinus dan kondisi ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata baru, mengingat hampir rata-rata yang melewati tanjakan ini menyempatkan diri untuk menikmati pemandangan di atas pegunungan.

Foto 3.9
Pemandangan Dari Objek
Wisata Tanjakan-*Pass* Jahim



3. Batu Karut dan Gunung Bitung (Gunung Madati)

Batu karut hulu sungai gunung bitung merupakan lokasi wisata gunung yang belum begitu tereksplorasi, lokasi gunung bitung terletak diantara dua wilayah administrative yaitu Kabupaten Majalengka dan Kabupaten Ciamis tepatnya Kecamatan Sukamantri.

Dalam pandangan budaya dan kultur masyarakat, gunung bitung merupakan gunung yang memiliki cukup banyak mitos yang menyertainya, namun realitanya dalam persepsi pengembangan investasi pegunungan ini memiliki prospek untuk di eksploari menjadi lokasi wisata baru misalnya menjadikan gunung bitung sebagai lokasi "buper". Salah satu yang sedang di kembangkan oleh Pemda Kecamatan Sukamantri adalah wisata "off-road", dimana daerah ini berpotensi untuk dikembangkan dibuat trek (jalan) off-road

Foto 3.10
Pemandangan Menuju Objek
Batu Karut



4. Curug Cekong

Adalah potensi objek wisata air terjun / curug disekitar hutan Werkit, namun untuk mencapai curug yang bernama Curug Cekong itu cukup terjal. untuk mencapai Curug Cekong dapat melalui Werkit dan melalui Bojongsari, bagi traveler yang menginginkan view indah disarankan untuk mealalui jalur Werkit karena jalur ini memiliki potensi pemandangan lebih indah.

Curug Cekong atau Cekung (dalam bahasa sunda) adalah objek wisata air terjun, akan tetapi kelemahan objek ini air yang mengalir dari atas sangat dipengaruhi musim. Lokasi curug cekong berada di desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri.



Foto 3.11
Pemandangan Objek
Curug Cekong

5. Batu Panjang

Batu Panjang Jahim terletak di wilayah Dusun Cimara, Desa Cibeureum, Kecamatan Sukamantri, Ciamis. Termasuk kabuyutan yang keletakannya

berada paling utara Kabupaten Ciamis karena sekitar 200 meter ke arah utaranya lagi berdiri tapel wates kabupaten Ciamis dan Majalengka.

Gugusan bebatuan utama dari situs ini ini berada di cekungan lereng bukit dengan arah memanjang timur laut– barat daya. Lebar cekungan itu sekitar 8 meter dan panjangnya menanjak sekitar 30 meter. Ujung bukit yang mengarah ketimur merupakan bagian yang menurun, sekaligus sebagai gerbangnya, berhadapan tepat dengan jalan aspal. Sedangkan bagian baratnya merupakan lereng menuju puncak bukit.

Di jalan masuk situs terdapat sekelompok batu panjang yang bertumpangan. Batu ini disebut masyarakat sebagai *Batu Kendang*, karena mirip alat musik kendang. Sesungguhnya sebaran batu berukuran panjang dan besar terlihat cukup banyak di wilayah sekitarnya.

Foto 3.12
Objek Batu Panjang



6. Check Daam Nusa Sireum

Merupakan danau yang memiliki fungsi ganda yaitu sebagai regulator pengairan di wilayah Cibeureum Sukamantri, juga sering dijadikan sebaia tempat melepas penat dan wisata penduduk lokal sekitar Sukamatri-Panjalu



Foto 3.13
Check Daam Nusa Sireum

7. Wisata Budaya

Sukamantri mempunyai potensi wisata budaya khas daerah yaitu Bebegig. Bebegig sudah sering ditampilkan terutama dalam acara perayaan hari kemerdekaan Republik Indonesia, dan dilombakan dalam festival-festival di luar daerah, seperti di Bali (juara II), Jakarta, Bandung dan Pangandaran.

Foto 3.14
Objek Budaya Beubeugig



BAB - 4

Hasil Dan Pembahasan

4.1. Kondisi Eksisting Lokasi Kajian

Berdasarkan observasi langsung ke objek, serta wawancara langsung dengan responden bahwa adanya tanggapan kurang tersedianya kegiatan khusus, fasilitas dan promosi untuk mendukung kegiatan wisata di objek wisata tersebut. Meskipun di lokasi objek wisata memiliki objek utama situ, Wisata Alam namun karena belum tertata maka kegiatan yang dapat dilakukan hanya sebatas fotografi, memancing dan lihat-lihat saja atau hanya sekedar istirahat karena kebetulan lewat objek kajian, kekecualian untuk objek curug cekong dan batu karut . Selain itu fasilitas umum seperti mushola, baru direnovasi sehingga belum adanya kenyamanan yang lebih baik. Warung makan dan minum juga masih sedikit dan belum tertata dengan baik sehingga mengganggu pemandangan dari situ tersebut.

Dari segi aksesibilitas menuju objek wisata tersebut sudah cukup bagus tidak ada hambatan yang begitu berarti kecuali untuk objek curug dan batu karut yang cukup terjal untuk di tempuh karena objek berada pada ketinggian bukit. Dengan adanya pengembangan fasilitas, maupun sarana pendukung, penataan yang indah "*Spot with*

wellcome to picture" dan penambahan kegiatan wisata lain, maka diperlukan suatu lingkungan yang kondusif bagi tumbuhnya kesiapan dari masyarakat di sekitar objek wisata untuk ikut berperranserta dalam kegiatan pariwisata.

Sementara untuk frekuensi kunjungan rata-rata wisata yang dilakukan pengunjung adalah *one day trip* atau hanya sekedar mampir dan beristirahat *Rest*, dengan perbandingan *rest* 30% lebih tinggi dibanding *one day trip*.

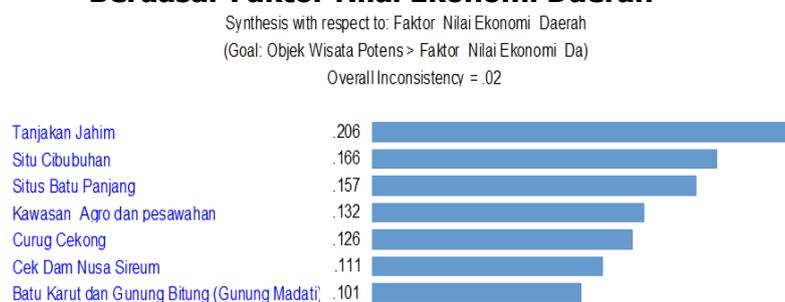
4.2. Hasil Kajian

Hasil analisis dengan Analitical Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan peringkat komoditi unggulan sektor Sayuran di Kecamatan Sukamantri dengan faktor-faktor (kriteria) sebagai berikut: Nilai Ekonomi Daerah, Ketersediaan Input Dengan Sub Kriteria Faktor Alam dan Faktor pengembangan. Adapun yang tergolong Faktor alam adalah Lokasi, Topografi, Iklim, Flora & fauna, Tanah, Hidrologi, Geologi, Geomorfologi. Sedangkan faktor pengembangan terdiri dari daya Tarik, Infrastruktur, Fasilitas, pengelolaan dan Pelayanan, Modal, Kondisi Sosial Masyarakat, Integrasi dengan Objek Wisata lain di sekitar dan Faktor Keamanan. Kriteria lain adalah Ketersediaan Tenaga Kerja, Kunjungan Wisata, Pangsa Pasar Pariwisata, Kebijakan dan Derivatif Potensi Wisata, Skill tenaga Kerja, Faktor Teknologi. Potensi Wisata yang dihitung menggunakan pendekatan AHP berdasarkan data yang tersedia adalah Situ Cibubuhan, CekDam Nusa Sireum, Tanjakan Jahim, Situs Batu Panjang,

Kawasan Agro Cibeureum, Curug Cekong, Batu karut Gunung Bitung. Berikut ditampilkan hasil perhitungan menggunakan metode AHP yaitu:

1. Faktor Nilai Ekonomi Daerah Potensi Pariwisata

Grafik 4.1
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Nilai Ekonomi Daerah



2. Faktor Ketersediaan Input Potensi Pariwisata

Grafik 4.2
Nilai Konsistensi Analisa
Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor
Ketersediaan Input

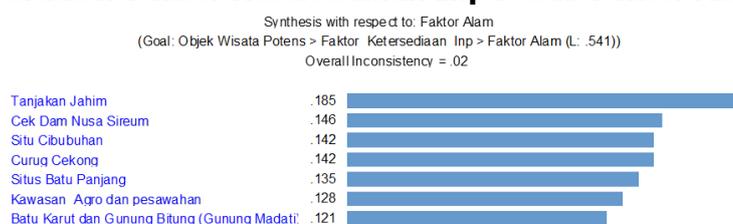


Nilai evaluasi potensi Wisata berdasar pada factor ketersediaan input terdiri sub factor Alam dan pengembangan, masing-masing sub faktor tersebut masih memiliki lagi turunan faktor yaitu Sub Kriteria Faktor Alam dan Faktor pengembangan. Adapun yang tergolong Faktor alam adalah Lokasi, Topografi, Iklim, Flora & fauna, Tanah, Hidrologi, Geologi, Geomorfologi.

Sedangkan faktor pengembangan terdiri dari daya Tarik, Infrastruktur, Fasilitas, pengelolaan dan Pelayanan, Modal, Kondisi Sosial Masyarakat, Integrasi dengan Objek Wisata lain di sekitar dan Faktor Keamanan. Grafik 4.3 sampai dengan 4.20 merupakan hasil analisa potensi wisata unggulan berdasar sub sektor ketersediaan input dan sub sektor turunannya.

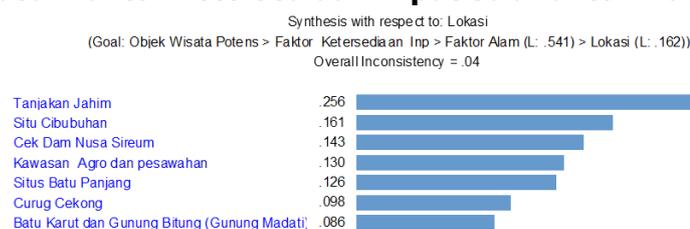
2.1. Sub Faktor Alam

Grafik 4.3
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam



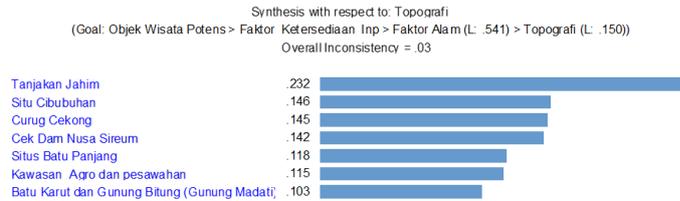
2.1.1. Faktor Lokasi

Grafik 4.4
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Lokasi



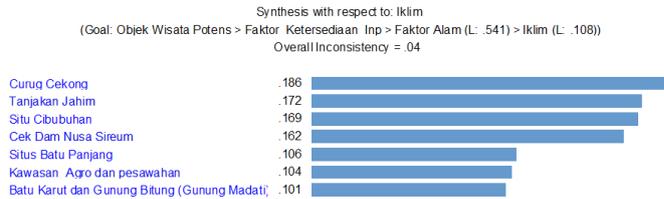
2.1.2. Faktor Topografi

Grafik 4.5 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Topografi



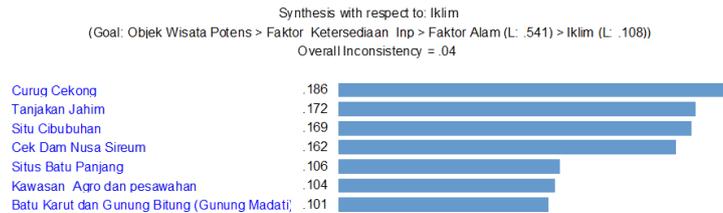
2.1.3. Sub Faktor Iklim

Grafik 4.6 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Iklim



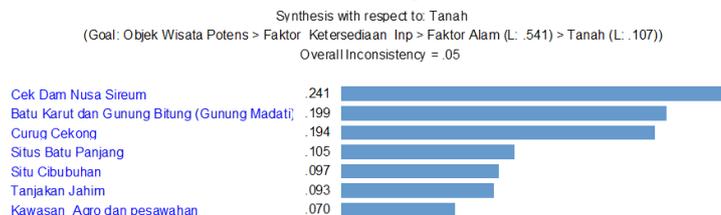
2.1.4. Sub Faktor Flora & fauna

Grafik 4.7 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Flora dan Fauna



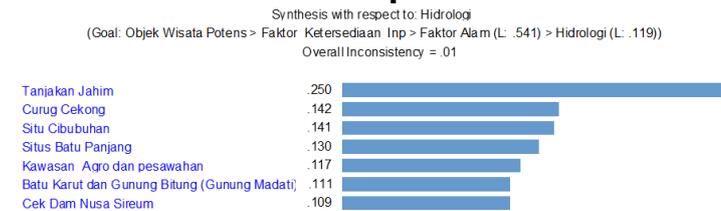
2.1.5. Sub Faktor Tanah

Grafik 4.8
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Tanah



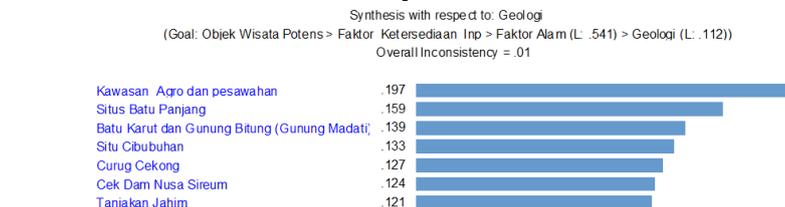
2.1.6. Sub Faktor Hidrologi

Grafik 4.9
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Hidrologi



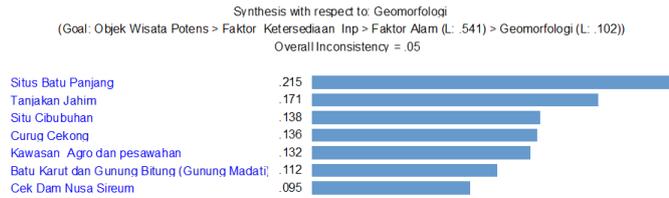
2.1.7. Sub Faktor Geologi

Grafik 4.10
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-Geologi



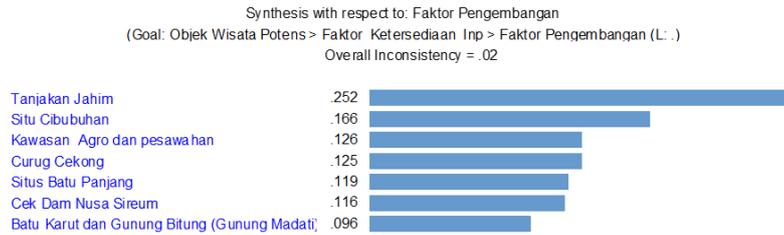
2.1.8. Sub Faktor Geomorfologi

Grafik 4.11
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Faktor Alam-
Geomorfologi



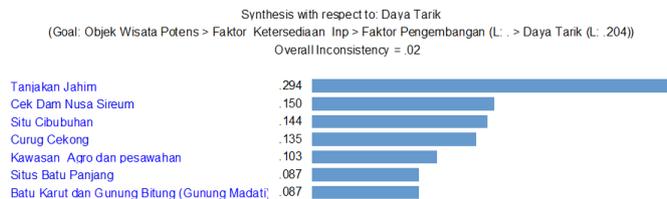
2.2. Sub Faktor Pengembangan

Grafik 4.12
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Input Sub Pengembangan



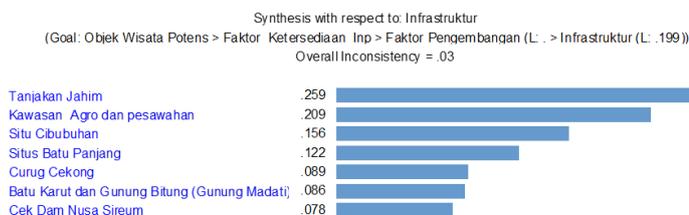
2.2.1. Daya Tarik

Grafik 4.13
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata
Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan-Daya
Tarik



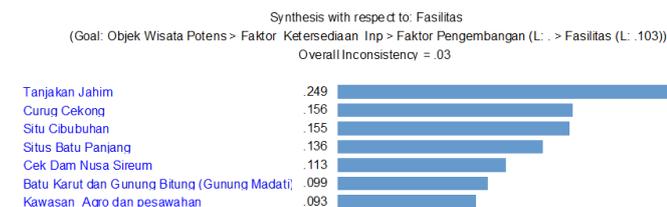
2.2.2. Infrastruktur

Grafik 4.14 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan- Infrastruktur



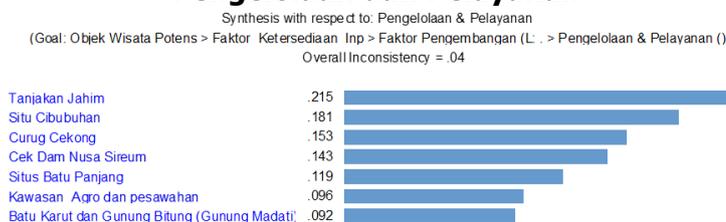
2.2.3. Fasilitas

Grafik 4.15 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan- Fasilitas



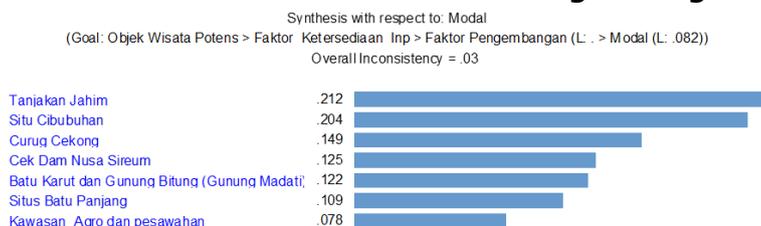
2.2.4. Pengelolaan dan Pelayanan

Grafik 4.16 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan- Pengelolaan dan Pelayanan



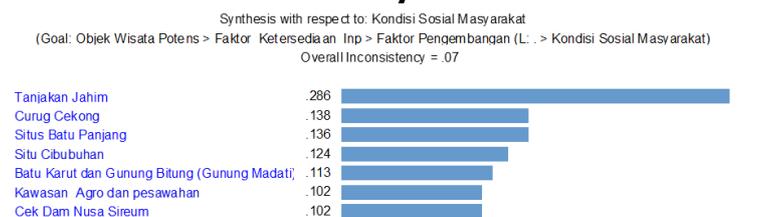
2.2.5. Modal

Grafik 4.17 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan—Modal



2.2.6. Kondisi Sosial Masyarakat

Grafik 4.18 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan Sosial Masyarakat



2.2.7. Integrasi Dengan Objek Wisata Lain

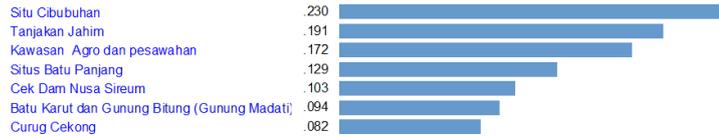
Grafik 4.19 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan— Integrasi Dengan Objek Wisata Lain



2.2.8. Keamanan

Grafik 4.20 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Ketersediaan Sub Faktor Pengembangan— Keamanan

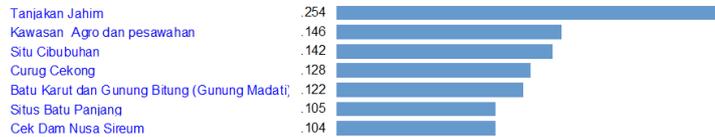
Synthesis with respect to: Keamanan
(Goal: Objek Wisata Potens > Faktor Ketersediaan Inp > Faktor Pengembangan (L : > Keamanan (L : .112)
Overall Inconsistency = .04



3. Faktor Tenaga Kerja Potensi Pariwisata

Grafik 4.21 Nilai Konsistensi Analisa Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Faktor Ketersediaan Tenaga Kerja

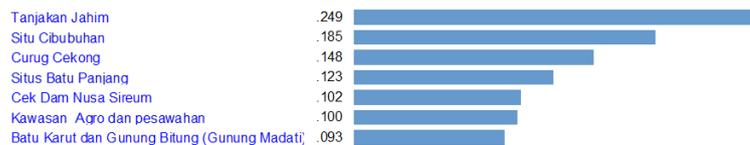
Synthesis with respect to: Faktor Tenaga Kerja
(Goal: Objek Wisata Potens > Faktor Tenaga Kerja (L :
Overall Inconsistency = .02



4. Faktor Kunjungan Wisata Potensi Pariwisata

Grafik 4.22 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Sektor Pariwisata Berdasar Faktor Kunjungan Wisata

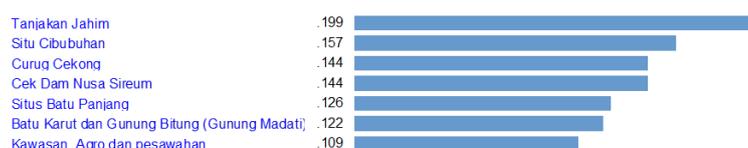
Synthesis with respect to: Faktor kunjungan wisatawan
(Goal: Objek Wisata Potens > Faktor kunjungan wisatawan)
Overall Inconsistency = .01



5. Faktor Pangsa Pasar Pariwisata

Grafik 4.23 Nilai Konsistensi Analisa Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Pangsa Pasar

Synthesis with respect to: Faktor Pangsa Pasar Pariwisata
(Goal: Objek Wisata Potens > Faktor Pangsa Pasar Pa)
Overall Inconsistency = .00



6. Faktor Kebijakan dan Derivatif Potensi Pariwisata

Grafik 4.24 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Kebijakan dan Derivatif

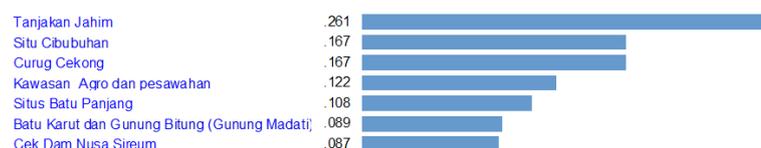
Synthesis with respect to: Faktor Kebijakan dan Derivatif produk wisata
(Goal: Objek Wisata Potens > Faktor Kebijakan dan Der)
Overall Inconsistency = .02



7. Faktor Status Teknologi Potensi Pariwisata

Grafik 4.25 Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Teknologi

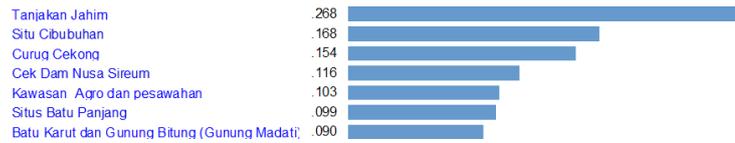
Synthesis with respect to: Faktor Teknologi
(Goal: Objek Wisata Potens > Faktor Teknologi (L: .075))
Overall Inconsistency = .01



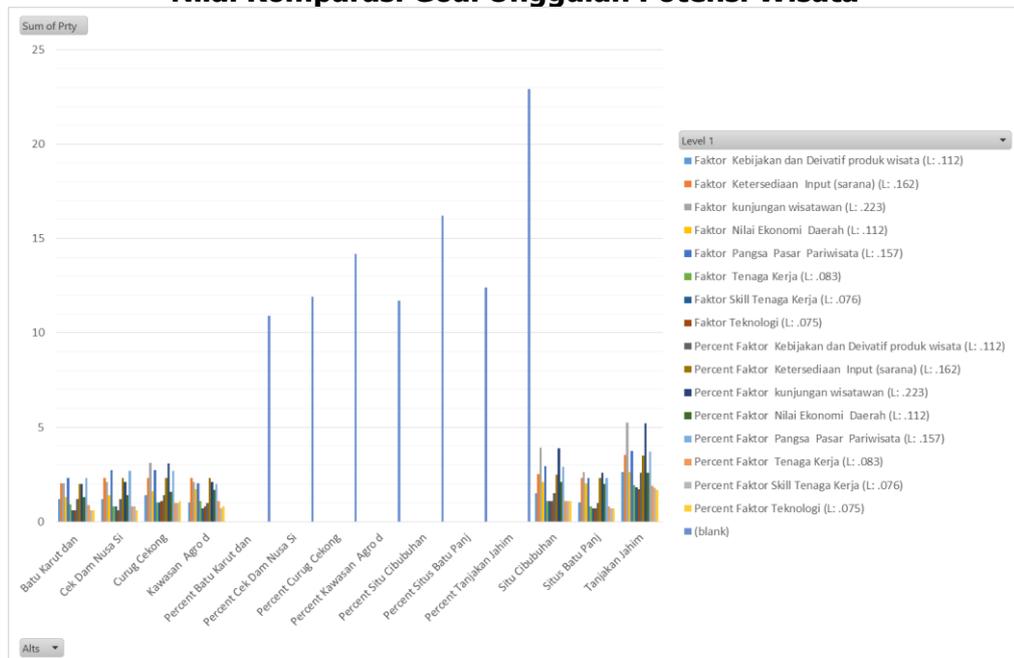
8. Faktor Skill Tenaga Kerja Potensi Pariwisata

Grafik 4.26
Nilai Konsistensi Perbandingan Unggulan Sektor Potensi Pariwisata Berdasar Faktor Keahlian Tenaga Kerja

Synthesis with respect to: Faktor Skill Tenaga Kerja
 (Goal: Objek Wisata Potens > Faktor Skill Tenaga Kerja)
 Overall Inconsistency = .02

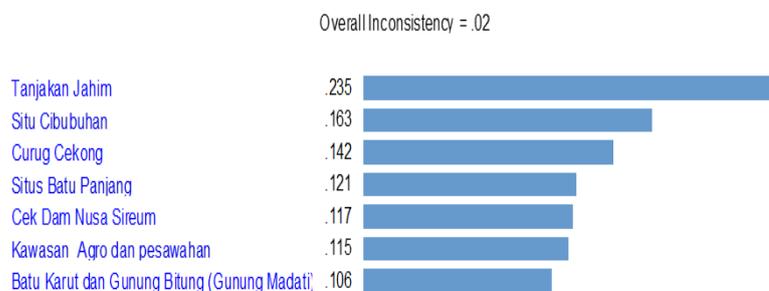


Grafik 4.27
Nilai Komparasi Goal Unggulan Potensi Wisata



Grafik 4.28 Goal Unggulan Potensi Wisata

Synthesis with respect to: Goal: Objek Wisata Potensial



Berdasarkan nilai evaluasi secara keseluruhan dari faktor-faktor yang menentukan potensi Wisata unggulan di Kecamatan Sukamnatri Kabupaten Ciamis, diperoleh hasil sebagai berikut: Tanjakan Jahim 0.235 (urutan ke-1); Situ Cibubuhan dengan nilai evaluasi 0.163 (urutan ke-2); Curug Cekong dengan nilai evaluasi 0.142 (urutan ke-3); Situs Batu Panjang dengan nilai evaluasi sebesar 0.121 (urutan ke-4); Cekdam Nusa Sireum dengan nilai evaluasi sebesar 0.117 (urutan ke-5); Kawasan Agro dan Pesawahan Cibeureum dengan nilai evaluasi 0.115 (urutan ke-6), Kawasan pegunungan Batu Karut-gunung Bitung atau kawasan Gunung Madati dengan nilai evaluasi 0.106 (urutan ke-7).

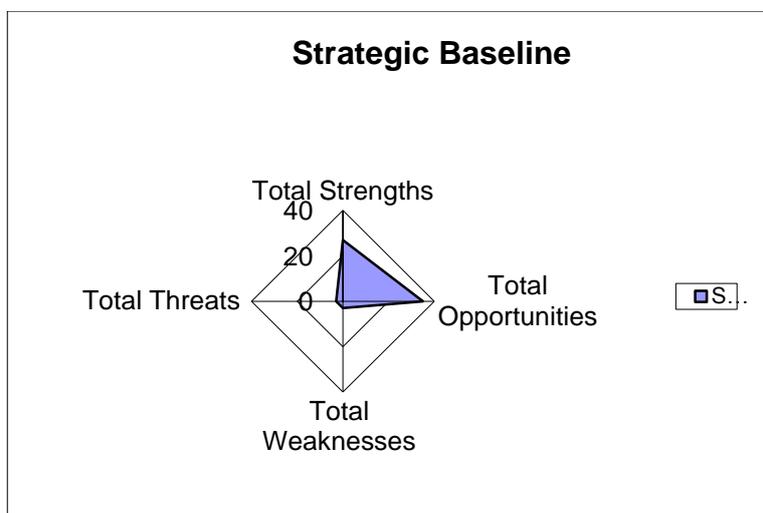
4.3. Analisis SWOT Pengembangan Pariwisata di Sukamantri

Untuk mengetahui potensi dan peluang pengembangan sektor pariwisata di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis di masa yang akan datang maka digunakan analisis *SWOT* (*Strenghts, Weakness, Oppertunities and Treats*).

Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung pengembangan sektor pariwisata.

Faktor internal dalam analisa ini terdiri dari atas kekuatan yang meliputi, Faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang perkembangan pariwisata adalah memiliki Kecukupan lahan, memiliki kecukupan tenaga kerja, memiliki keberadaan sarana yang memadai, memiliki kekhas-an wisata, daya dukung Pemerintah yang memadai, sedangkan kelemahannya adalah Biaya Produksi Tinggi, dan inkonsistensi laba hasil produksi. Faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang perkembangan pariwisata adalah peningkatan kunjungan yang signifikan, potensial menjadi komoditi kebutuhan pokok wisata, lokasi pada posisi yang strategis, intensifikasi pengelolaan wahana, daya dukung pemerintah dibidang teknologi dan pemasaran yang memadai, derivative wisata masih terbuka lebar, potensial menjadi kawasan, serta ekstentifikasi lahan pariwisata sedangkan ancaman perkembangan pariwisata adalah kawasan tidak kompetitif, biaya investasi yang mahal dan banyak terdapat alih fungsi lahan.

Berikut disajikan hasil analisis *SWOT* untuk sektor pariwisata dikemukakan pada tabel :



Total Strengths	27			Total Weaknesses	3
Total Opportunities	35			Total Threats	3
Total Strength and Opportunity	62			Total Weaknesses and Threats	6
Strategic Baseline	56				

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dipetakan kekuatan yang tercantum dalam 4 kuadran yakni kuadran 1 wilayah strategi agresif, kuadran 2 wilayah minimum strategi, kuadran 3 wilayah strategi defensive, dan kuadran 4 wilayah strategi diversifikasi. Dari 3 faktor pada indikator internal dan eksternal maka ada 2 faktor utama yang merupakan kunci keberhasilan pengembangan sektor Pariwisata di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis seperti disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Faktor Keberhasilan Pengembangan Pariwisata
Di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis

FAKTOR INTERNAL			
NO	KEKUATAN	NO	KELEMAHAN
1	Memiliki Kecukupan Lahan	1	Latar belakang pendidikan dan pengetahuan bidang kepariwisataan sebagian besar masyarakat masih rendah
2	Memiliki Kecukupan Tenaga Kerja	2	Belum tersedianya cukup sarana yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan
3	Memiliki Keberadaan cukup Sarana Yang Memadai	3	Objek wisata belum maksimal dikelola dan belum terintegrasikan
4	Memiliki Kekhas-an Wisata		
5	Daya Dukung Pemerintah dan Masyarakat Yang Memadai		
6	Objek wisata yang ditawarkan merupakan objek yang sering diminati wisatawan		
7	Memiliki Tenaga Kerja Yang Ahli		
8	Tersedianya prasarana yang memadai untuk beristirahat		
9	Dukungan Terhadap Peningkatan Kualitas Pengelolaan		
FAKTOR EXTERNAL			
NO	PELUANG	NO	ANCAMAN
1	Peningkatan Kunjungan Yang Signifikan	1	MASuknya budaya luar yang mungkin akan mengganggu nilai luhur yang sudah ada di Masyarakat
2	Potensial Menjadi Komoditi Kebutuhan Pokok Wisata	2	Kerusakan lingkungan tanah dan air
3	Lokasi Pada Posisi Strategis	3	Peningkatan Sampah yang mencemari lingkungan
4	Intensifikasi Pengelolaan Wahana		
5	Daya Dukung Pemerintah dibidang Teknologi Yang memadai		
6	Daya Dukungan Pemerintah dibidang Pemasaran Kawasan Yang memadai		
7	Ekstensifikasi Lahan Pariwisata		
8	Pengembangan dan itegrasi Wisata Masih Terbuka Lebar		
9	Potensial Menjadi Kawasan		
10	Menyerap tenaga kerja di desa Praingkareha sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat		

- 11 Menarik investor untuk pengembangan objek wisata yang ada.

Sumber : Diolah Dari Data Primer

Dari faktor-faktor kunci keberhasilan tersebut dapat dikemukakan formulasi strategi pengembangan strategi pengembangan sektor Pariwisata seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2
Formulasi Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata
Di Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki Kecukupan Lahan - Memiliki Kecukupan Tenaga Kerja - Memiliki Keberadaan cukup Sarana Yang Memadai - Memiliki Kekhas-an Wisata - Daya Dukung Pemerintah dan Masyarakat Yang Memadai - Objek wisata yang ditawarkan merupakan objek yang sering diminati wisatawan - Memiliki Tenaga Kerja Yang Ahli - Tersedianya prasarana yang memadai untuk beristirahat - Dukungan Terhadap Peningkatan Kualitas Pengelolaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang pendidikan dan pengetahuan bidang kepariwisataan sebagian besar masyarakat masih rendah - Belum tersedianya cukup sarana yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan - Objek wisata belum maksimal dikelola dan belum terintegrasikan
Faktor External		
<p>Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan Kunjungan Yang Signifikan - Potensial Menjadi Komoditi Kebutuhan Pokok Wisata - Lokasi Pada Posisi Strategis - Intensifikasi Pengelolaan Wahana - Daya Dukung Pemerintah dibidang Teknologi Yang memadai - Daya Dukungan Pemerintah dibidang 	<p>Strategi S-O</p> <p>Kembangkan komoditas pariwisata khususnya yang memiliki angka kunjungan tinggi baik di wisatawan nlokal maupun asing</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>Meningkatkan promosi pariwisata Menyempurnakan wahana wisata yang ada</p>

Pemasaran Kawasan Yang memadai - Ekstensifikasi Lahan Pariwisata - Pengembangan dan itegrasi Wisata Masih Terbuka Lebar - Potensial Menjadi Kawasan - Menyerap tenaga kerja di desa Praingkareha sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat - Menarik investor untuk pengembangan objek wisata yang ada		
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
- Masuknya budaya luar yang mungkin akan mengganggu nilai luhur yang sudah ada di Masyarakat - Kerusakan lingkungan tanah dan air - Peningkatan Sampah yang mencemari lingkungan	Meningkatkan kualitas sarana pariwisata	Selalu memperhatikan kualitas sarana dan prasarana pariwisata dan memperbaiki pelayanan.

Sumber : Diolah Dari Data Primer

Formulasi strategi tersebut dapat diimplementasikan strategi pengembangan sektor Pariwisata pada tabel di bawah ini ;

Tabel 4.3
Implementasi Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata
Di Kecamatan Sukamntri Kabupaten Ciamis

Strategi	Kebijakan	Program	Kegiatan
Pengembangan Pariwisata karena adanya dukungan pemerintah dan peluang pasar kunjungan pariwisata	Mengembangkan komoditas pariwisata yang potensial Inventarisir dan perencanaan pemasaran bagi Wilayah yang memiliki	Peningkatan kunjungan wisata baik domestik maupun asing Peningkatan promosi pariwisata	Adanya campurtangan pemerintah terhadap peningkatan pengelolaan wahana pariwisata

Serta perbaikan kualitas wahana wisata dan rekreasi	potensi pariwisata yang potensial ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai dan	Memetakan wilayah potensi pariwisata Pengembangan dan perbaikan infrastruktur	Menyiapkan infrastruktur yang memadai
---	--	--	---------------------------------------

Sumber : Hasil Olahan Data

4.4. Pembahasan

Sebagai Kawasan agropolitan yang menitikberatkan pada pembangunan dan pengembangannya sektor pertanian. Dalam upaya untuk mengembangkan suatu wilayah sebagai kawasan agropolitan, tentunya perlu terlebih dahulu diketahui potensi dan kemampuan wilayahnya. Disamping itu, diperlukan pula adanya persiapan-persiapan yang menunjang pengembangan suatu kawasan menjadi kawasan agropolitan.

Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis merupakan Kecamatan yang telah ditetapkan sebagai Kawasan Agropolitan. Dalam upaya akselerasi pengembangan kawasan agropolitan tersebut maka diperlukan adanya penguatan strategi pengembangan kawasan berdasarkan kondisi yang ada di lapangan. Selain komoditas pertanian, peternakan, perkebunan dan sayuran terdapat pula komoditas dari sektor pariwisata yaitu komoditas wisata alam tanjakan Jahim, situ Cibubuhan, Curug Cekong, Situs Budaya Batu Datar, Cekdam Nusa Sireum, komoditas wisata alam Panjalu, komoditas wisata alam gunung Jahim Sukamantri dengan nilai evaluasi potensial Berdasarkan nilai evaluasi secara keseluruhan dari faktor-faktor yang menentukan

potensi Wisata unggulan di Kecamatan Sukamnatri Kabupaten Ciamis, diperoleh hasil sebagai berikut: Tanjakan Jahim 0.235 (urutan ke-1); Situ Cibubuhan dengan nilai evaluasi 0.163 (urutan ke-2); Curug Cekong dengan nilai evaluasi 0.142 (urutan ke-3); Situs Batu Panjang dengan nilai evaluasi sebesar 0.121 (urutan ke-4); Cekdam Nusa Sireum dengan nilai evaluasi sebesar 0.117 (urutan ke-5); Kawasan Agro dan Pesawahan Cibeureum dengan nilai evaluasi 0.115 (urutan ke-6), Kawasan pegunungan Batu Karut-gunung Bitung atau kawasan Gunung Madati dengan nilai evaluasi 0.106 (urutan ke-7).

Dalam upaya pengembangan pariwisata di kawasan agropolitan Kecamatan Sukamantri pada dasarnya terdapat 3 permasalahan utama yang harus segera diatasi yaitu meliputi: 1) Penataan; 2) Aspek Promosi dan pengembangan; dan 3) Dukungan Aspek Hukum.

BAB - 5

Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil observasi langsung dan analisis terkait potensi objek wisata yang terdapat di Kecamatan Sukamantri dapat disimpulkan, bahwa Pengembangan, Promosi dan Pemasaran objek wisata yang terdapat di Kecamatan Sukamantri dapat dilaksanakan melalui strategi ofensif karena kondisi eksisting objek wisata-wisata tersebut pada saat ini berada pada posisi faktor intenal dan eksternal yang kuat. Kondisi sangat potensi objek wisata yang terdapat di Kecamatan Sukamantri berpeluang untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata yang berbasis lingkungan atau kawasan agropolitan yang didukung oleh berbagai elemen kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelaamanan dan ancaman.

5.2. Saran

Pengembangan dan pengelolaan potensi objek wisata yang terdapat di Kecamatan Sukamantri dapat dilakukan dengan ***tetap memperhatikan kelestarian alam dan budaya***, eksplorasi potensi objek wisata yang terdapat di

Kecamatan Sukamantri **mebutuhkan suatu Kajian model pengembangan dan milestone** per satuan objek wisata mengingat masing-masing objek memiliki keuaningan dan kelemahan tersendiri. Kajian tersebut harus dilakukan dengan terarah model yang jelas dan implementatif dan didukung penuh oleh pemerintah dengan penetapan institusi yang berwenang untuk hal tersebut dengan tetap melibatkan peran serta aktif dari pihak swasta dan masyarakat.