

PENGEMBANGAN OBYEK WISATA CIWIDEY VALLEY RESORT SEBAGAI DETERMINAN PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN

Supriatna¹, Haryono Sudriamunawar², Waluyo Zulfikar³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Nurtanio

yana.orbit@gmail.com, izoel007@gmail.com

Abstract

Ciwidey Valley Resort yang merupakan Wisata Tirta yang belamat di Jalan Raya Barutunggul KM 17, Alamendah, Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat merupakan Wana Wisata buatan yang dibangun pada tahun 2015 ini menyediakan fasilitas cukup lengkap untuk wisatawan yang ingin berkunjung kelokasi wisata diantaranya ada water park air hangat, *play ground*, penginapan unik, camping ground dan restoran lembah Ciwidey.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara mengembangkan objek wisata Ciwidey Valley dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan yang berdampak pada pendapatan pengelola Ciwidey Valley dan pendapatan anggaran daerah

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti mengdalamunakan model pengembangan menurut Syamsu (2011) Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan/dokumentasi, observasi, dan wawancara. Sedangkan Teknik Keabsahan data menggunakan triangulasi.

Langkah awal yang dilakukan adalah menganalisis lingkungan internal maupun eksternal untuk mengetahui bagaimana upaya pelayanan yang diberikan dalam melakukan pelayanan dan proses dalam mengemban tugas dalam pelaksanaan proses kerja. Setelah itu peneliti juga menganalisis dengan cara wawancara dengan informan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengetahui bagaimana pelayanan dan bagaimana proses pelayanan yang diberikan oleh semua pekerja yang ada di Ciwidey Valley Resort terhadap pengunjung

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik suatu kesimpulan, bahwa dalam upaya meningkatkan jumlah kunjuan wisatawan dengan melakukan pengembangan beberapa atraksi wisata didukung oleh meningkatkan pelayanan namun belum semua optimal.

Kata Kunci : Pengembangan, wisatawan

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kabupaten Bandung merupakan kawasan yang kaya akan potensi alam nya, masyarakat Kabupaten Bandung boleh berbangga, karena wilayahnya telah dianugerahi kecantikan dan keindahan alamnya. Kabupaten Bandung begitu mempesona dengan pemandangan perbukitan dan kekayaan hutannya yang beragam, serta limpahan air jernih dari berbagai penjuru mata air, Hal ini membuat wilayah Kabupaten Bandung menjadi rindang, hijau dan asri. Salah satu kawasan

Kabupaten Bandung yang memiliki keindahan alam yang begitu melimpah yaitu terdapat di kawasan Kabupaten Bandung bagian Selatan. Kawasan Kabupaten Bandung bagian Selatan merupakan kawasan yang dikenal sebagai sentra kegiatan agro wisata (Pertanian dan Perkebunan teh di Rancabali, Ciwidey, Malabar, Pangalengan dan Gunung Halu), wisata tirta (Situ Patenggang dan Ciwidey Valley Resort), dan wana wisata (Kawah Kamojang, Kawah Putih dan Pemandian Air Panas Cimanggu).

Pada saat penulis observasi ke Wana Wisata Ciwidey Valley Resort untuk melakukan penelitian, penulis mewawancarai salah satu karyawan yang bekerja di kawasan wisata tersebut, yang mana bercerita selama ini program pengembangan untuk beberapa kawasan wana wisata di kawasan wisata Ciwidey Valley Resort sudah dilakukan setiap tahun, namun tetap saja pengunjung tidak mengalami peningkatan yang sangat signifikan, itu karena lokasi yang sangat jauh dari pusat keramaian kota, bahkan pihak pengelola sudah melakukan upaya upaya untuk meningkatkan kunjungan melalui bidang marketingnya yang sudah mencoba bekerja sama dengan beberapa situs agregator yang menjual jasa perjalanan untuk pemesanan tiket penginapan dan jasa penjual paket wisata di beberapa daerah di Indonesia.

Pihak pengelola juga sudah bekerja sama dengan beberapa penggiat wisata di Kabupaten Bandung diantaranya Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Cabang Kabupaten Bandung, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) cabang Kabupaten Bandung, Pemuda Penggerak Pariwisata (PAPRIKA) Kabupaten Bandung dalam upaya mempromosikan wisata di Kabupaten Bandung khususnya Wisata Ciwidey Valley Resort dengan tujuan bisa meningkatkan kunjungan wisatawan, sehingga bisa berdampak terhadap pendapatan pengelola. Berdasarkan data hasil survey yang peneliti lakukan dapat dilihat bahwa Wana Wisata Ciwidey Valley Resort tidak akan mengalami perkembangan yang signifikan dan dapat dikatakan akan terus berjalan statis apa bila pengelolaan tetap seperti ini dengan harga tiket dan wahana wisata yang di Ciwidey Valley Resort seperti yang telah dijelaskan diatas. Hal ini berdampak buruk kepada pendapatan di wana wisata Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung.

Salah satu faktor yang dapat membantu memberikan solusi untuk meningkatkan pendapatan pengelola ialah dengan menjadikan wana Wisata Ciwidey Valley Resort sebagai destinasi unggulan di Kabupaten Bandung dengan upaya meningkatkan dan mengembangkan beberapa sarana dan fasilitas bersifat umum yang tidak hanya terfokus terhadap penginapan yang diperbanyak tetapi dapat dibantu dengan mengoptimalkan promosi melalui media iklan, media elektronik maupun media online.

2. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menjadikan kawasan Ciwidey Valley Resort menjadi wisata unggulan di Kabupaten Bandung Kabupaten Bandung agar bisa meningkatkan kunjungan yang berdampak pada pendapatan pengelola dan masyarakat di sekitar Ciwidey Valley Resort dan meningkatnya pendapatan Devisa Negara dalam sektor Pariwisata

LANDASAN TEORI

Pariwisata sebagai industri semakin berkembang dengan dibuktikan semakin banyaknya hotel, rumah makan dan biro perjalanan. Pariwisata dinilai dapat memberikan kontribusi terhadap kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa seperti, memberikan kesempatan kerja bagi orang-orang terampil di bi-dang pariwisata dan pendapatan negara dari sektor pajak dan devisa semakin bertambah. Terkait dengan berbagai macam permasalahan mengenai pengembangan pariwisata adalah mengenai promosi pariwisata, tata kelola obyek wisata dan terbatasnya dana yang dianggarkan. Pihak pengelola harus dapat mengelola dengan baik lagi agar wisatanya bisa berkembang.

Syamsu, dkk (2011 : 8) mengatakan bahwa Perencanaan pengembangan suatu kawasan wisata memerlukan tahapan-tahapan pelaksanaan seperti: Aspek Pasar,

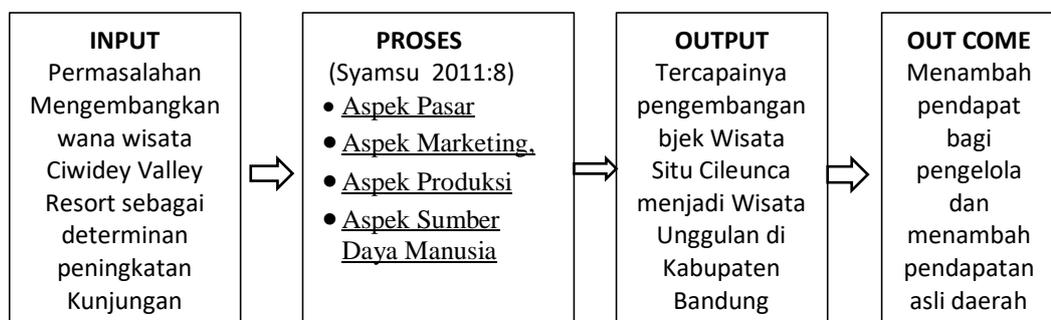
Aspek Marketung, Aspek Produksi, Aspek Sumber Daya Manusia pemberdayaan masyarakat dan swasta dalam promosi dan Marketing. Lebih lanjut dijelaskan, untuk menjadikan suatu kawasan menjadi objek wisata yang berhasil haruslah memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut. (1) Faktor kelangkaan (*Scarcity*) yakni: sifat objek/atraksi wisata yang tidak dapat di-jumpai di tempat lain, termasuk kelangkaan alami maupun kelangkaan ciptaan. (2) Faktor kealamiah (*Naturalism*) yakni: sifat dari objek/atraksi wisata yang belum tersentuh oleh perubahan akibat perilaku manusia. Atraksi wisata bisa berwujud suatu warisan budaya, atraksi alam yang belum mengalami banyak perubahan oleh perilaku manusia. (3) Faktor Keunikan (*Uniqueness*) yakni sifat objek/atraksi wisata yang memiliki keunggulan kompara dibanding dengan objek lain yang ada di sekitarnya. (4) Faktor pemberdayaan masyarakat (*Community empowerment*). Faktor ini menghimbau agar masyarakat lokal benar-benar dapat diberdayakan dengan keberadaan suatu objek wisata di daerahnya, sehingga masyarakat akan memiliki rasa memiliki agar menimbulkkan keramahtamahan bagi wisatawan yang berkunjung. (5) Faktor Optimalisasi lahan (*Areaoptimalisation*) maksudnya adalah lahan yang dipakai sebagai kawasan wisata alam digunakan

berdasarkan pertimbangan optimalisasi sesuai dengan mekanisme pasar. Tanpa melupakan pertimbangan konservasi, preservasi, dan proteksi. (6) Faktor Pemerataan harus diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan manfaat terbesar untuk kelompok masyarakat yang paling tidak beruntung serta memberikan kesempatan yang sama kepada individu sehingga tercipta ketertiban masyarakat tuan rumah menjadi utuh dan padu dengan pengelola kawasan wisata.

Pengelola Wisata Ciwidey Valley Resort Rancabali Kabupaten Bandung bertanggungjawab penuh terhadap Pelaksanaan strategi promosi wisata yang mana di serahkan sepenuhnya kebidang Marketing. Agar pelaksanaan strategi promosi wisata pada wana wisata Ciwidey Valley Resort dapat terlaksana dengan baik dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, maka hal yang perlu dilakukan yaitu dengan melakukan penambahan beberapa fasilitas wisata dan lalu di bantu dengan promosi lebih baik lagi dan membangun kerjasama yang baik dengan berbagai pihak untuk mendukung pelaksanaan strategi promosi wisata pada Wana Wisata Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung.

Untuk mempermudah analisa yang dilakukan dalam penelitian ini sebagaimana di gambarkan pada gambar 1 berikut ini:

Gambar 1
Kerangka pemikiran



Sumber : Penulis 2019

METODE PENELITIAN

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2016:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Sejalan dengan definisi tersebut, Krik dan Miller dalam Moleong (2016:4) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Hal itu dilakukan karena jika memanfaatkan alat yang bukan manusia dan mempersiapkan dirinya terlebih dahulu sebagai yang lazim digunakan dalam penelitian klasik, maka sangat tidak mungkin untuk mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan (Moleong,2016:9). Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang biasa disebut dengan deskriptif. Dengan demikian menurut Moleong (2016:11) laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

Sesuai dengan fenomena yang tercermin dalam tujuan penelitian, maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tentang kronologi dari dinamika

yang ada kawasan wisata Kabupaten Bandung khususnya Wisata Ciwidey Valley Resort, termasuk di dalamnya tentang perangkat hukum yang memayunginya, Sumber dan Jenis Data

Sumber utama data penelitian ini adalah informan kunci. Informan kunci adalah pihak-pihak yang karena pengalamannya atau intensitasnya terlibat dalam pengembangan wisata di wilayah Kabupaten Bandung dan khususnya pihak-pihak yang mengembangkan kawasan wisata Ciwidey Valley Resort. Selain itu informan kunci adalah pihak-pihak yang karena jaba-tannya menjadikan ia menjadi pihak yang kompeten untuk memberikan data yang diperlukan penelitian ini. Untuk melengkapi data yang diperoleh dari informan (primer), maka diperlukan data pendukung (sekunder), seperti dokumen-dokumen data pengunjung, hasil-hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang dapat diperoleh melalui jurnal, buku, data statistik atau sumber-sumber lainnya yang relevan. Untuk menghindari terjadinya bias yang terjadi pada informan kunci (*key informant bias*) dalam penelitian ini, maka dilakukan Triangulasi terhadap informasi yang diberikan oleh informan kunci baik wawancara maupun data-data atau informasi cetak atau tertulis. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan antara data dan informasi yang didapat untuk diujikan validitasnya.

Informan ditetapkan berdasarkan kebutuhan data penelitian, yaitu mereka yang dianggap kompeten, karena memiliki pemahaman yang kom-prehensif dan memadai tentang pengembangan wisata atau strategi pengembangan wisata Kabupaten Bandung khususnya wisata Ciwidey Valley Resort menjadi wisata nasional, sebagai informan kunci. Dasar pemilihan ini adalah, mereka merupakan representasi dari masing-masing pihak yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Mereka juga dianggap lebih memiliki

pengetahuan dan pemahaman yang lebih lengkap guna memahami permasalahan yang ada di kawasan wisata kabupaten

bandung khususnya kawasan wisata Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung

Tabel 1
Daftar kriteria informan

No	Status Informan	Informan/ Nara Sumber
1	Pariwisata Kabupaten Bandung	Kepala Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Bandung
2	Pemetaan Pariwisata Kabupaten Bandung	Kepala Bidang Destinasi Wisata Kabupaten Bandung
3	Penggerak Wisata Ciwidey Valley Resort	Kepala Pengelola Ciwidey Valley Resort
4	Pelaku Wisata Ciwidey Valley Resort	Leader Rekreasi, Food & Resto, Medical Engineering, Housekeeping Hotel dan Leader Marketing
5	Pengunjung Wisata	Para wisatawan Lokal dan Nasional

Sumber : Penulis 2019

PEMBAHASAN

Program Pengembangan Wisata Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung merupakan program yang dibuat oleh pengelola untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Dengan adanya program pengembangan yang berkelanjutan diharapkan bisa menarik minat kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara agar berbondong-bondong datang ke wana wisata Ciwidey Valley Resort.

Selanjutnya peneliti mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara serta studi kepustakaan/dokumentasi mengenai Pengembangan Obyek Wisata Ciwidey Valley Resort Sebagai Determinan Peningkatan Kunjungan Wisatawan dengan menggunakan teori Syamsu, dkk (2011) yang mengatakan bahwa Perencanaan pengembangan suatu kawasan wisata memerlukan tahapan-tahapan pelaksanaan seperti: Aspek Pasar, Aspek Marketing,

Aspek Produksi, Aspek Sumber Daya Manusia, serta pemberdayaan masyarakat dan swasta dalam kegiatan promosi dan marketing. Lebih lanjut dijelaskan, untuk

menjadikan suatu kawasan menjadi objek wisata yang berhasil haruslah memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut. (1) Faktor kelangkaan (*Scarcity*) yakni: sifat objek/atraksi wisata yang tidak dapat di-jumpai di tempat lain, termasuk kelangkaan alami maupun kelangkaan ciptaan. (2) Faktor kealamiah (*Naturalism*) yakni: sifat dari objek/atraksi wisata yang belum tersentuh oleh perubahan akibat perilaku manusia. Atraksi wisata bisa berwujud suatu warisan budaya, atraksi alam yang belum mengalami banyak perubahan oleh perilaku manusia. (3) Faktor Keunikan (*Uniqueness*) yakni sifat objek/atraksi wisata yang memiliki keunggulan kompara dibanding dengan objek lain yang ada di sekitarnya. (4) Faktor pemberdayaan masyarakat (*Community empowerment*). Faktor ini menghimbau agar masyarakat lokal benar-benar dapat diberdayakan dengan keberadaan suatu objek wisata di daerahnya, sehingga masyarakat akan memiliki rasa memiliki agar menimbulkannya keramahtamahan bagi wisatawan yang berkunjung. (5) Faktor Optimalisasi lahan (*Areaoptimalisation*) maksudnya adalah lahan yang dipakai

sebagai kawasan wisata alam digunakan berdasarkan pertimbangan optimalisasi sesuai dengan mekanisme pasar. Tanpa melupakan pertimbangan konservasi, preservasi, dan proteksi. (6) Faktor Pemerataan harus diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan manfaat terbesar untuk kelompok masyarakat yang paling tidak beruntung serta memberikan kesempatan yang sama kepada individu sehingga tercipta ketertiban masyarakat tuan rumah menjadi utuh dan padu dengan pengelola kawasan wisata

Ciwidey Valley Resort merupakan salah satu anak cabang perusahaan yang bergerak di bidang industri pariwisata Ciwidey Valley *Resort* didirikan pada Tahun 2005. Perusahaan Ini beralamat di Jl. Raya Barutunggul Ciwidey-Rancabali KM 17 Kabupaten pambandung dengan luas bangunan kurang lebih 300 m². Ciwidey Valley Resort sesuai dengan visi misi yang di buat yang menjadi acuan Ciwidey Valley Resort dalam pelaksanaan diferensiasi meliputi berbagai aspek yang di temukan dalam penelitian sebagai berikut:

1) aspek pasar merupakan aspek yang memberikan gambar keuntungan bagi Ciwidey Valley Resort. Dengan mengkaji aspek pasar dapat terlihat potensi pasar wisata dalam menyerap produk yang dijual. Jika kemampuan pasar dalam menyerap produk cukup tinggi dengan harga jual yang efektif maka akan dapat memberikan keuntungan bagi Ciwidey Valley Resort. Aspek ini sangat dikaji oleh Pengelola Ciwidey Valley Resort agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan wisatawan lokal maupun mancanegara. Aspek pasar terdiri dari beberapa faktor yang diantaranya antara lain.

a) Segmen Pasar

Pasar merupakan proses yang menyeluruh dimana perusahaan harus memperhatikan pembelian dari masing-masing segmen, paling tidak usahanya akan

lebih ekonomis apabila unit-unit pembelian itu dikelompokkan ke dalam beberapa kelompok saja. Ini semua tidak terlepas dari usaha untuk mencapai laba maksimum. Pembagian pasar dalam kelompok-kelompok pasar sangat dipengaruhi oleh tipe produk, sifat permintaan, cara-cara penyaluran, media yang tersedia untuk komunikasi pemasaran dan motivasi pembelian konsumen. Pentingnya penentuan sasaran pasar menuntut untuk dilakukannya segmentasi pasar dengan suatu dasar segmentasi yang tepat dan berguna bagi perencanaan pengembangan pemasarannya

a) Target Pasar

Ciwidey Valley *Resort* dalam menentukan target pasar harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan lain-lain.

b) Positioning

Positioning adalah image atau citra yang terbentuk di benak seorang konsumen dari sebuah nama perusahaan atau produk. Positioning adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya

2) Aspek Marketing

aspek marketing sebagai acuan pemasaran, yang menetapkan komposisi yang terbaik dari beberapa hal komponen pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju, dan sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Aspek Pasar Sendiri terdiri dari beberapa aspek pendukung diantaranya :

a) Produk

Produk murni dalam wisata adalah berupa kenangan yang dihasilkan oleh wisatawan selama berwisata di kawasan wisata Ciwidey Valley *Resort* yang mana

produk tersebut akan terpenuhi apabila di kawasan tersebut banyak wahana yang bisa memuaskan wisatawan.

b) Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Harga berfungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen

c) *Promotion*

Promosi dalam upaya pengembangan yang dimaksud adalah sebuah upaya persuasip (bujukan atau dorongan) untuk mengajak para calon wisatawan untuk datang maupun wisatawan yang pernah datang untuk datang kembali ke kawasan wisata *Ciwidey Valley Resort* sehingga bisa menambah pendapatan pengelola Kawasan wisata

d) *Placemet*

Cara untuk mendistribusikan produk wisata supaya sampai ke calon wisatawan sesuai dengan segmentasi yang di terapkan oleh pengelola kawasan wisata *Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung*. Sistemnya variatif tergantung kebijakan yang dibuat oleh masing-masing atasan. Di *Ciwidey Valley Resort* sendiri tidak banyak cara yang digunakan untuk mempromosikan kawasan wisata *Ciwidey Valley Resortnya*

e) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Tak dapat kita pungkiri bahwa faktor ini berperan penting dalam membuat suatu kemajuan atau bahkan kemunduran dari suatu perusahaan. Inilah mengapa berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk mencari kandidat pekerja terbaik. *Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung* menerima seorang untuk bekerja di *Wisata Ciwidey Valley Resort* dengan

menggunakan beberapa tahanan. Namun tetap ada hal yang tidak bisa dilakukan secara sepihak ialah penrimaan asal karyawannya itu sendiri yang diharuskan dari penduduk setempat karena sudah terjalin kerjasama terlebih dahulu dengan pemerintah daerah yaitu pemerintah Desa Alamendah

f) Proses

Standar Operasional Prosedur (SOP) sendiri untuk menjelaskan perincian atau standar yang tetap mengenai aktivitas pekerjaan yang berulang-ulang yang diselenggarakan oleh Wana Wisata *Ciwidey Valley Resort*. Seperti yang sudah di jelaskan oleh beberapa Informan bahwa di wana Wisata *Ciwidey Valley Resort* pekerja dituntut bekerja seprofesional mungkin dengan Standar Operasional Prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya, agar memperlihatkan proses yang sangat baik dimata wisatawan

g) Physical Evidence / Bukti Fisik

Ciwidey Valley Resort berupaya menambah atraksi wisata dengan berbagai inovasi yang dimiliki oleh berbagai bidang, dan pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata dilakukan untuk menjamin sarana dan prasarana yang ada di wana wisata *Ciwidey Valley Resort* dalam kondisi baik dan siap digunakan wisatawan. Tujuan dari pemeliharaan itu sendiri bisa berdampak terhadap panjang umurnya pemakaian sarana dan prasarana yang digunakan dalam proses bisnis, Menghindari terjadinya kerusakan fatal pada beberapa wahana yang ada di *Ciwidey Valley Resort* sehingga mengakibatkan waktu perbaikan yang lama dan biaya perbaikan yang besar

3) Aspek Produksi

Sistem produksi yang baik harus mampu menghasilkan produk seperti yang diharapkan. Umumnya, suatu sistem diukur dengan kemampuan memproduksi dalam jumlah dan kualitas yang ditetapkan berdasarkan kebutuhan konsumen, kemampuan sumberdaya perusahaan serta harapan dari

wirausahawan sebagai pemilik dan mungkin juga sekaligus sebagai manajer. dalam sistem produksi dikenal adanya 2 (dua) komponen, yaitu masukan input (sarana dan prasarana), dan keluaran output (manfaat yang dirasakan)

a) Sarana

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. pihak pengelola sugh berupaya membangun sarana dan prasarana dengan baik untuk meningkatkan jumlah kunjungan, namun pada dasarnya kembali lagi kepada wisatawan yang berkunjung karena setiap pengunjung memiliki selera dan pandangan yang berbeda-beda terhadap kawasan wisata Ciwidey Valley Resort Kabupaten Bandung.

b) Output

Output yang di dimanfaatkan dan juga dirasakan dalam aspek produksi ini secara langsung adalah meningkatkan keuntungan dengan memproduksi barang atau jasa yang dilakukan secara baik dapat meningkatkan keuntungan bukan hanya ke pihak pengelola tapi juga ke pihak wisatawan

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan serta hasil temuan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Pasar merupakan proses yang menyeluruh dimana perusahaan harus memperhatikan pembelian dari masing-masing segmen, paling tidak usahanya akan lebih ekonomis apabila unit-unit pembelian itu dikelompokkan ke dalam beberapa kelompok saja. Namun didalam mempromosikan kawasan wisata Ciwidey Valley Resort para pengelola tidak memakai teori segmen pasar, karena pada dasarnya siapapun yang mampu dan bisa berkunjung ke kawasan wisata Ciwidey Valley Resort itu semua merupakan segmentasi pasar utama para pengelola.

yang datang ke kawasan wisata Ciwidey Valley Resort. manfaat yang didapat dari adanya wana wisata Ciwidey Valley Resort, pada pelaksanaannya adalah adanya kemudahan masyarakat dalam mendapatkan pekerjaan, karena bisa disalurkan secara langsung oleh perangkat desa untuk masuk ke Ciwidey Valley Resort jika sedang mengalami kekurangan karyawan.

4) Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sektor pariwisata. Pentingnya Sumber Daya Manusia di sektor pariwisata adalah manusia (people) merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa (*service-based organization*), Sumber Daya Manusia Pariwisata adalah Seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat tangible maupun intangible yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya

b. Ciwidey Valley Resort dalam menentukan target pasar harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan lain-lain. dalam menarik minat pengunjung untuk datang secara umum tidak ada target khusus untuk calon wisatawan, memang ada beberapa fasilitas yang di khususkan untuk berbagai kegiatan dan tentunya dengan pasar yang khusus diantaranya ialah ruang aula-aula yang biasa dipakai buat kegiatan rapat dan semina

c. Positioning adalah image atau citra yang terbentuk di benak seorang konsumen dari sebuah nama perusahaan atau produk. Positioning adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang

- membedakannya dengan produk pesaing. *Ciwidey Valley Resort* dari Tahun ke Tahun terus berupaya dan mengembangkan kawasan wisata sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh calon wisatawan sehingga diharapkan muncul produk wisata yang benar-benar diharapkan oleh wisatawan yang datang ke kawasan wisata *Ciwidey Valley Resort*.
- d. Produk dalam aspek marketing merupakan segala bentuk yang ditawarkan ke calon wisatawan untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Keinginan wisatawan tersebut bisa berupa fisik, jasa, dalam pelaksanaannya para stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan kawasan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar wisatawan yang datang memiliki menikmati produk wisata yang disediakan oleh pengelola kawasan wisata *Ciwidey Valley Resort* Kabupaten Bandung
 - e. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Harga berfungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen. Harga merupakan hal penting agar wisata *Ciwidey Valley Resort* bisa berkembang dan banyak dikunjungi wisatawan. namun para pengelola terbentur dengan jumlah kos produksi yang sangat mahal, sehingga berdampak pada mahalnya tiket kunjungan wisata *Ciwidey Valley Resort* Kabupaten Bandung.
 - f. Promosi dalam upaya pengembangan yang dimaksud adalah sebuah upaya persuasip (bujukan atau dorongan) untuk mengajak para calon wisatawan untuk datang maupun wisatawan yang pernah datang untuk datang kembali ke kawasan wisata *Ciwidey Valley Resort* sehingga bisa menambah pendapatan pengelola Kawasan wisata. promotion merupakan hal yang penting untuk mengembangkan kawasan wisata *Ciwidey Valley Resort*. para pengelola belum maksimal dalam hal promotion, itu dikarenakan pihak pengelola masih terfokus dalam memaksimalkan pelayanan didalam yang sehingga secara tidak langsung itu sudah menjadi bagian dari promosi wisata *Ciwidey Valley Resort* Kabupaten Bandung
 - g. Dalam upaya menyampaikan produk wisata yang ada di Wisata *Ciwidey Valley Resort* Kabupaten Bandung pihak Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Bandung melalui Bidang Destinasi hanya memberikan rekomendasi untuk kemajuan suatu industri pariwisata deangan bekerja sama dengan berbagai unsur organisasi penggerak pariwisata yang ada di Kabupaten Bandung. Diantaranya Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), Kelompok Penggerak Pariwisata (KOMPEPAR), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) dan Pemuda Penggerak Pariwisata (PAPRIKA), yang memiliki tupoksi masing-masing yang diharapkan bisa menyampaikan produk wisata yang dihasilkan oleh industri pariwisata kepada calon wisatawan.
 - h. *Ciwidey Valley Resort* tidak bisa menerima Sumber Daya Manusia dari luar Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung, selain untuk mensejahterakan orang-orang sekitar, tujuan lain juga agar mudah terkontrol jika terjadi hal-hal yang tidak di inginkan, terutama untuk bidang keamanan dan bidang cleaning service itu pihak desa membentuk *outsourcing* sendiri untuk bidang tersebut yang nantinya di salurkan di kawasan wisata *Ciwidey*

Valley *Resort*, pada pelaksanaannya pihak pengelola menugaskan setiap leader bidang untuk terus memantau atau melatih terlebih dahulu sumber daya manusia yang bekerja di kawasan wisata agar bekerja profesional sesuai dengan bidang ia geluti. perihal penerimaan Sumber Daya Manusia yang harus dipekerjakan di kawasan wisata Ciwidey Valley *Resort*, jadi ada ketentuan jika yang bekerja di kawasan wisata Ciwidey Valley *Resort* harus orang sekitar yang berada di Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung khususnya 3 (tiga) RW yang ada di Desa Alamendah, namun pada pelaksanaannya pihak pengelola berani menjadi kualitas sumber daya manusia yang dipekerjakan di kawasan wisata, karena seelum masuk mereka yang mau bekerja di kasi terlebih dahulu pelatihan sesuai dengan bidang yang mereka nanti tempat

- i. Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah dokumen yang berkaitan dengan prosedur yang dilakukan secara kronologis untuk menyelesaikan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh hasil kerja yang paling efektif dari para pekerja di wana wisata Ciwidey Valley *Resort* dengan biaya yang serendah-rendahnya. Tujuan pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) sendiri untuk menjelaskan perincian atau standar yang tetap mengenai aktivitas pekerjaan yang berulang-ulang yang diselenggarakan oleh Wana Wisata Ciwidey Valley *Resort*. Wisata Ciwidey Valley *Resort* pekerja dituntut bekarja seprofesional mungkin dengan Standar Operasiona Prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya, agar memperlihatkan proses yang sangat baik dimata wisatawan.
- j. *Physical evidence* pada umumnya merupakan semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang

digunakan untuk mendukung berjalannya usaha terlebih dalam upaya perencanaan pengembangan kawasan wisata agar meingkatkan jumlah kunjungan. pihak pengelola terus berupaya menambah atraksi wisata dengan berbagi inovasi yang dimiliki oleh berbagai bidang, dan pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata dilakukan untuk menjamin sarana dan prasarana yang ada di wana wisata Ciwidey Valley *Resort*.

- k. Sistem produksi yang baik harus mampu menghasilkan produk seperti yang diharapkan. Umumnya, suatu sistem diukur dengan kemampuan memproduksi dalam jumlah dan kualitas yang ditetapkan berdasarkan kebutuhan konsumen, kemampuan sumberdaya perusahaan serta harapan dari wirausahawan sebagai pemilik dan mungkin juga sekaligus sebagai manajer. sistem produksi dikenal adanya 2 (dua) komponen, yaitu masukan input (sarana dan prasarana), dan keluaran output (manfaat yang dirasakan) dalam hal ini kawasan Wisata Ciwidey Valley *Resort* sudah cukup lengkap apalagi untuk penginapan yang mana terdapat 81 (delapan puluh satu) kamar yang terbagi dalam 33 (tiga puluh tiga) *cottage*, 10 (sepuluh) *Room* Kemping, 4 (empat) *Room Countainer*, 8 (delapan) Sahara Glamping, dan 36 (tiga puluh enam) Hottel. Dari segi atraksi di kawasan wisata Ciwidey Valley *Resort* ada beberapa atraksi yang bisa dinikmati oleh pengunjung, diantaranya ada 2(dua) kolam renang dengan yang satu air panas untuk orang dewasa dengan kedalaman kurang lebih 2 (dua) meter dan kolam air dingin untuk anak kecil, adapun wahana selfi yang bisa digunakan untuk orang-orang yang suka foto-foto, di Ciwidey Valley *Resort* banyak spot-spot foto yang bisa dijadikan object foto diantaranya ad ataman burung. Namun dari banyaknya sarana dan prasarana

yang ada di Ciwidey Valley Resort kurang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar yang dilihat dari segi sosial kurang menerima dampak secara menyeluruh begitupun secara ekonomi belum terlalu berdampak karena kurangnya pengunjung yang datang ke wana wisata Ciwidey Valley Resort.

1. Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sektor pariwisata. Ciwidey

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Middleton, VTC, 1994 Marketing in Travel and Tourism Second Edition. UK: Butterworth, Heineman Ltd
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman, 2009 Analisis Data Kualitatif, UI-Press, Jakarta
- Moleong, Lexy J, 2016 Metodologi Penelitian Kualitatif, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Siagian, 2004 Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta : Bumi Aksara
- Siagian, silalahi. 2013 Studi Tentang Ilmu Administrasi, Sinar Baru Algesindo, Bandung.
- Soewrno. 2002 Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen, Jakarta : Gunung Agung.
- Som, Ahmad Puad Mat and Mohammad Bader Badarneh. 2011 Tourost Satisfaction and Repeat Visitation; Toward a New Comprehensive Model, International Journal of Human and Social Sciences
- Spillane, James. 1993 Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta: Kanisius
- Sudriamunawar. Haryono 2010 Pengantar Studi Administrasi Pembangunan. Mandar Maju . Bandung

Valley Resort memiliki Sumber Daya Manusia usia dengan rata-rata 20 s.d 30 Tahun, sedangkan untuk tingkat pendidikannya mayoritas SMA/Sederajat, tapi itu tidak mengurangi semangat mereka untuk bekerja dan mereka cenderung mudah untuk dilatih. Mereka bekerja dengan sistem Shift dengan rata-rata sehari mereka bekerja 8 jam/perhari.

Syamsu, dkk.

2011 Penerapan Etika Perencanaan Pada Kawasan Wisata, study kasus di kawasan argo wisata salah pondok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jakarta : LPM STP Tri Sakti, Jurnal Ilmiah Vol 5. No 3 Maret 2001

Wahab, S. and C. Cooper

2001 *Tourism in the Age of Globalisation* . London: Rautletge

B. Sumber Bacaan Lain

- Skripsi dan Jurnal (yang dijadikan referensi dalam penelitian ini)
- Desnanto, Rio Nur, "Analisis Potensi Wisata Alam Untuk Pengembangan Wisata Di Kabupaten Karanganyar 2013, Program Studi *Sosiologi*, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta Jawa Tengah
- Rani, Maha, Prasetya, Deddy , Julham, Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang, 2013, Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya Jawa Tengah
- Sugandi, Dede dan Supriatin, Titing Supriatin Pengembangan Objek Wisata Pantai Santolo Di Kawasan Wisata Pameungpeuk Garut Selatan.