

STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA SEIN FARM DI KECAMATAN CIBIRU, KOTA BANDUNG

MUHAMMAD DWI UTAMA , SONY HERDIANA

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Institut Teknologi Nasional Bandung
Email: dwiutama.du@mhs.itenas.ac.id

ABSTRAK

Sein Farm merupakan destinasi wisata yang berada di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung yang berlokasi di kaki Gn. Manglayang dan sawah abadi Cibiru serta memiliki 6 (enam) atraksi yang menjadikan daya tarik wisata untuk digemari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan destinasi wisata Sein Farm di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung untuk meningkatkan daya tarik wisata. Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti melakukan penelitian dengan metode Skala Likert dan SWOT. Sampel yang digunakan yaitu wisatawan yang telah berkunjung ke Sein Farm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sein Farm memiliki strategi di kuadran II, yang artinya pengelola perlu melakukan penambahan strategi agar dapat menanggulangi ancaman yang datang. Strategi tersebut berupa pemerintah seharusnya mengalokasikan dana khusus kepada Sein Farm, melaksanakan protokol kesehatan dengan ketentuan yang telah diberikan oleh pemerintah, melakukan promosi kreatif mengenai keunikan dan kemenarikan atraksi di Sein Farm pada media sosial, dan Meningkatkan keunikan dan kemenarikan atraksi dengan memanfaatkan potensi yang ada.

Kata kunci: Strategi, Destinasi Wisata, Komponen Pariwisata 3A, Skala Likert, SWOT

ABSTRACT

Sein Farm is a tourist destination located in Cibiru District, Bandung City which is located at the foot of Mt. Manglayang and Cibiru eternal rice fields and has 6 (six) attractions that make it a tourist attraction to be loved by the public. This study aims to analyze the development strategy of the Sein Farm tourist destination in Cibiru District, Bandung City to increase tourist attraction. Based on the statement above, the researcher conducted a study using the Likert Scale and SWOT methods. The samples used are tourists who have visited Sein Farm. The results showed that Sein Farm has a strategy in quadrant II, which means that managers need to add strategies in order to overcome the threats that come. The strategy is in the form of the government should allocate special funds to Sein Farm, implement health protocols with the provisions that have been given by the government, carry out creative promotions regarding the uniqueness and attractiveness of attractions at Sein Farm on social media, and increase the uniqueness and attractiveness of attractions by utilizing the existing potential.

Keywords: Tourist Destination, tourism component 3A, Likert Scale, SWOT

1. PENDAHULUAN

Agrowisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang menggunakan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik potensi berupa latar alam wilayah pertanian ataupun pun keunikan dan bermacam kegiatan produksi dan teknologi pertanian, serta budaya dari masyarakat petani. Tujuan kegiatan agrowisata adalah untuk menambah pengetahuan, pengalaman, darmawisata, serta jaringan bisnis dalam bidang pertanian, yang meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, dan peternakan (Usman et al., 2012). Sedangkan menurut (Palit et al., 2017) Agrowisata yaitu aktivitas wisata yang memanfaatkan potensi pertanian menjadi obyek wisata, baik potensi dalam bentuk pemandangan alam wilayah pertaniannya maupun kekhasan dan beragam kegiatan produksi serta teknologi pertaniannya juga budaya masyarakat pertaniannya.

Pembangunan agrowisata secara langsung dan tidak langsung memiliki dampak positif bagi petani dan masyarakat seperti menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan, meningkatkan kesejahteraan petani, meningkatkan nilai jual produk pertanian yang dihasilkan, serta berkembangnya sumber-sumber penghasilan lainnya yang dapat dinikmati oleh penduduk setempat seperti penyewaan *homestay*, penjualan cendera mata, dan lain-lain.

Sein Farm didirikan pada tanggal 29 September 2020 oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung (DKPP) yang memiliki tujuan sebagai inovasi DKPP untuk mengurangi alih fungsi lahan yang berada di kawasan sawah abadi Cibiru, menjaga ketahanan pangan Kota Bandung, dan menjadi sarana pariwisata bagi masyarakat yang ingin lebih mengenal cara budidaya di bidang pertanian yang baik sesuai di lingkungan perkotaan. Sein Farm memiliki daya tarik wisata yang unik seperti menikmati keelokan pemandangan alam, area spot foto dan sekaligus mendapatkan edukasi mengenai budidaya pertanian, perikanan, dan peternakan. Akan tetapi masih banyak masyarakat Kota Bandung yang masih belum mengetahui lokasi Sein Farm, sebab kurangnya pengelola dalam membangun strategi pengembangan Sein Farm untuk lebih diketahui masyarakat luas dilihat dari informasi yang disebarkan ataupun akses yang dijangkau menuju Sein Farm.

Pengembangan destinasi wisata adalah strategi yang bisa mengoptimalkan potensi atau sumber daya wisata yang dimiliki sesuai dengan kondisi eksisting. Dalam melakukan pengembangan agrowisata harus disesuaikan dengan beberapa komponen pendukung yang harus disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung untuk menjadikan destinasi yang digemari masyarakat. Oleh sebab itu, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian mengenai "Bagaimana Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Sein Farm Di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung yang optimal sesuai dengan kondisi eksisting dan persepsi pengunjung?" yang memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis strategi pengembangan destinasi wisata Sein Farm di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung untuk meningkatkan daya tarik wisata.

2. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian campuran dengan cara menyatukan suatu pendekatan penelitian yaitu pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013). Berdasarkan data penelitian yang diambil oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa data kuantitatif digunakan untuk mendapatkan fenomena menggunakan data dengan bentuk angka, data tersebut digunakan sebagai alat untuk tahap analisis. Selanjutnya, data yang diperoleh dari

data kualitatif digunakan sebagai alat pada analisis melihat kondisi eksisting serta menentukan strategi pengembangan destinasi wisata Sein Farm.

Dalam pengumpulan data ini, peneliti mengambil data dari data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari data observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kondisi eksisting atau fenomena terkait komponen pariwisata 3A di lokasi studi dan melihat persepsi pengunjung terhadap pengalaman setelah berkunjung ke Sein Farm terkait komponen pariwisata 3A. Sedangkan data sekunder berasal dari studi literatur. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang pernah atau sedang berkunjung ke Sein Farm dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan rumus *Lemeshow*, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dengan tujuan untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai secara sistematis, kredibel, dan tepat (Wardiyanta, 2006). Berikut merupakan analisis kualitatif dan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian. **Pertama**, pada identifikasi kondisi eksisting dalam komponen pariwisata 3A, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang diperoleh dari data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam menguji validitas data, peneliti menggunakan triangulasi data sumber dan metode. Sehingga data yang diperoleh dapat menjadi acuan untuk menentukan strategi menggunakan matriks SWOT. **Kedua**, Pada identifikasi persepsi pengunjung mengenai pengalaman berwisata, peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan diolah data menggunakan teknik analisis skala likert. Skala likert merupakan teknik yang digunakan untuk memperkirakan sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2013). **Ketiga**, Tahap selanjutnya menentukan faktor internal dan eksternal untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menggunakan analisis perhitungan IFAS dan EFAS. Analisis tersebut akan menemukan skor IFAS dan EFAS yang nantinya digunakan dalam menentukan titik koordinat SWOT dengan diagram SWOT, serta dapat mengarahkan strategi yang tepat untuk pengembangan destinasi wisata Sein Farm. **Keempat**, Tahap terakhir adalah menentukan strategi pengembangan destinasi wisata Sein Farm menggunakan matriks SWOT yang sesuai dari hasil analisis sebelumnya. Pada akhirnya dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik wisata Sein farm.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Kondisi Eksisting Dalam Komponen Pariwisata 3A (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas) di Sein Farm

Komponen pariwisata 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas) merupakan kunci atas keberhasilan suatu pariwisata dalam melakukan pengembangan pariwisata. Berikut merupakan analisis kondisi eksisting dalam komponen pariwisata 3A yang didapat dari data observasi, wawancara, dan dokumentasi:

Tabel 1. Kondisi Eksisting Sein Farm Dalam Komponen Pariwisata 3A

No.	Komponen Pariwisata	Pengumpulan Data			Kesimpulan/Pola
		Wawancara	Observasi	Dokumentasi	
1.	Atraksi	- Sein farm memiliki lokasi strategis berada di kaki Gn. Manglayang dan lahan persawahan yang luas. - Memiliki atraksi edukasi gabungan dari unsur budidaya pertanian seperti pertanian, perikanan, dan peternakan. - Dapat ilmu yang bisa diambil dari atraksi yang disuguhkan Sein Farm. - Terdapat <i>event</i> khusus dengan menampilkan hasil produk pertanian maupun olahan tani lokal atau komunitas di Kota Bandung. - Perairan persawahan belum terintegrasi dan terbagi dengan masyarakat sekitar sehingga terkendala untuk mengairi persawahan di Sein Farm.	- Terdapat 6 atraksi aktif yang berada di Sein Farm Seperti edukasi urban farming, edukasi budidaya ikan lele dan nila, memberi pakan ternak domba, edukasi budidaya ternak ayam, spot foto, menikmati pemandangan alam Gn. Manglayang, hamparan sawah luas, dan Kota Bandung. - Terdapat event bursafast yang menampilkan hasil olahan pertanian.		- Terdapat 6 atraksi aktif yang berada di Sein Farm seperti edukasi urban farming, edukasi budidaya ikan lele dan nila, memberi pakan ternak domba, edukasi budidaya ternak ayam, spot foto, menikmati pemandangan alam Gn. Manglayang, hamparan sawah luas, dan Kota Bandung. - Lokasi strategis berada di kaki Gn. Manglayang dan lahan persawahan yang luas. - Terdapat event bursafast yang menampilkan olahan produk pertanian dari tani lokal dan komunitas yang berada di Kota Bandung. - Perairan persawahan belum terintegrasi dan terbagi dengan masyarakat yang membuat terkendala untuk persawahan.
2.	Amenitas	- Terdapat kekurangan dalam penyediaan amenities di Sein Farm seperti belum tercukupinya lahan parkir, air bersih, kurang tersebar rata gazebo, jalan tani untuk wisatawan serta kekurangan SDM yang bekerja. - Amenitas di Sein Farm harus adanya perkembangan seperti penambahan <i>stand</i> makanan, lahan parkir, gazebo, toilet, dan petunjuk arah.	- Terdapat amenities penunjang pariwisata seperti toilet, lahan parkir, tempat sampah, gazebo, dan pusat informasi. - Tidak memiliki sarana peribadatan dan <i>stand</i> makanan. - Kondisi toilet cukup kotor dan hanya tersedia 1 unit saja, lahan parkir tergolong kecil, gazebo hanya terdapat 2 unit, untuk pusat informasi kualitasnya bagus.		- Terdapat fasilitas penunjang pariwisata seperti toilet, lahan parkir, gazebo, tempat sampah, dan pusat informasi. - Memiliki kekurangan seperti tidak tersedia sarana peribadatan, sarana perdagangan dan jasa serta lahan parkir yang tergolong sempit, kurang tersebar gazebo, dan kurang bersihnya toilet.
3.	Aksesibilitas	- Kondisi jalan menuju Sein Farm sudah baik untuk dilalui. - Terdapat potensi yang dapat dikembangkan berupa kerja sama dengan ojek lokal untuk mengelola transportasi umum menuju Sein Farm. - Belum tersedianya rambu petunjuk arah menuju Sein Farm. - Transportasi umum yang dapat mencapai Sein Farm hanya dapat dilalui oleh ojek lokal saja, dikarenakan wilayah Sein Farm merupakan zona merah angkutan umum online. - Akses menuju Sein Farm tergolong sempit, sehingga bus besar tidak dapat masuk. - Belum ada keterlibatan masyarakat dalam mengelola angkutan umum.	- Kondisi jalan menuju Sein Farm tergolong baik karena menggunakan perkerasan beton. - Hanya tersedia angkutan umum ojek lokal saja yang dapat mengakses Sein Farm. - Belum tersedia <i>signage</i>. - Lebar jalan sebesar 3 m yang membuat jika ada 2 kendaraan saling bertemu akan sedikit terhambat.		- Kondisi jalan menuju sein farm tergolong baik untuk dilalui karena menggunakan perkerasan beton. - Lebar jalan hanya 3 m, sehingga membuat arus lalu lintas dari dan menuju Sein Farm cukup tersendat. - Transportasi umum yang tersedia hanya berupa ojek pangkalan sehingga aksesibilitas menjadi terbatas bagi pengunjung yang menggunakan transportasi umum. - Terdapat kelemahan diantaranya tidak tersedia <i>signage</i> (rambu petunjuk). - Belum ada keterlibatan dengan masyarakat untuk mengelola transportasi umum dari dan menuju Sein Farm.
4.	Kelembagaan	- Dikelola 100% oleh pemerintah. - Kerja sama dengan karang taruna dalam membantu penyediaan amenities seperti penyediaan <i>stand</i> makanan dan mengelola parkir. - Kerja sama dengan pihak swasta dan instansi pendidikan dalam menyukseskan kegiatan di Sein Farm berupa penambahan tenda, pemberian mesin produk tani. - Belum ada legalitas berdirinya Sein Farm. - Kekurangan SDM yang bekerja di Sein Farm. - Tidak ada anggaran khusus dalam pengembangan Sein Farm. - Terjadinya pandemic membuat pengunjung dibatasi dan promosi terhenti. - Tiket masuk ke Sein Farm tidak dipungut biaya (gratis)	- Kinerja kelembagaan instansi pengelola Sein Farm tergolong cukup responsif terhadap pengunjung maupun peneliti. - Instansi pengelola Sein Farm terbuka terhadap kegiatan komersil, investasi, pembelajaran, penelitian, dan pelatihan.		- Sein Farm dikelola 100% oleh pemerintah. - Memiliki kerjasama dengan lembaga eksternal seperti Karang Taruna, Swasta, serta instansi pendidikan yang memiliki tujuan berupa komersil, investasi, pembelajaran, penelitian, dan pelatihan. - Tingkat SDM yang bekerja masih kurang memadai. - Belum terdapatnya legalitas sebagai destinasi wisata, hanya sebatas lembaga pengelola hasil pertanian (DKPP). - Memiliki anggaran yang terbatas dalam pengembangannya. - Dengan terjadinya pandemic membuat aktivitas perjalanan pariwisata dan promosi Sein Farm menjadi dibatasi. - Tiket masuk ke Sein Farm tidak dipungut biaya (gratis)

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa Sein Farm memiliki 6 (enam) atraksi aktif seperti edukasi budidaya peternakan, edukasi *urban farming*, edukasi perikanan, memberi pakan domba, area spot foto, dan menikmati *view* pemandangan Gn. Manglayang serta hamparan sawah abadi cibiru. Lalu Sein Farm sudah memiliki beberapa amenities dalam menunjang aktivitas berwisata seperti lahan parkir, toilet, gazebo, tempat sampah. Akan tetapi memiliki kelemahan seperti tidak memiliki fasilitas peribadatan dan kantin. Kondisi aksesibilitas menuju Sein Farm tergolong baik karena sudah menggunakan perkerasan beton. Akan tetapi memiliki kelemahan seperti dengan lebar jalan hanya 3m saja membuat pergerakan lalu lintas cukup tersendat, hanya tersedia ojek lokal saja, belum tersedia *signage*, dan belum adan keterlibatan khusus masyarakat dalam mengelola transportasi lokal menuju Sein Farm. Dalam kelembagaan, Sein Farm dikelola oleh pemerintah sepenuhnya dengan bekerja sama dengan pihak swasta dan instansi pendidikan dalam pemenuhan kegiatan komersil, investasi, pembelajaran, penelitian, dan pelatihan. Akan tetapi memiliki kekurangan seperti tingkat SDM yang bekerja masih rendah, belum adanya legalitas pariwisata, anggaran masih terbatas, dan dengan kondisi pandemic membuat daya tarik wisata menurun.

3.2 Identifikasi Persepsi Pengunjung Mengenai Pengalaman Berwisata Ke Sein Farm

Persepsi merupakan hasil pemikiran dalam menafsirkan atau mengukur hal yang terjadi di lingkungannya (Waidi, 2006:118 dalam Tunjungsari, 2018). Oleh sebab itu perlu mengetahui persepsi pengunjung atas pengalaman saat berwisata ke Sein Farm untuk melihat apakah komponen pariwisata 3A di Sein Farm sudah dinilai baik atau tidak. Dalam hal ini mengacu pada indikator kemenarikan atraksi, keunikan atraksi, kepuasan atraksi, kenyamanan amenitas, kondisi aksesibilitas, dan pelayanan (Yoeti, 1993). Berikut merupakan uraiannya:

Tabel 2. Persepsi Pengunjung

Variabel	Daya Tarik Wisata	Skor Likert (T.Pn)
Kemenarikan Atraksi	Atraksi edukasi Urban Farming	332
	Atraksi edukasi budidaya pembibitan ikan	319
	Atraksi memberi pakan domba	271
	Atraksi edukasi budidaya ayam	267
	Atraksi spot foto	342
	Atraksi menikmati pemandangan Gn. Manglayang, hamparan sawah, dan Kota Bandung	345
Rata - Rata		313
Keunikan Atraksi	Atraksi edukasi Urban Farming	322
	Atraksi edukasi budidaya pembibitan ikan	322
	Atraksi memberi pakan domba	236
	Atraksi edukasi budidaya ayam	270
	Atraksi spot foto	299
	Atraksi menikmati pemandangan Gn. Manglayang, hamparan sawah, dan Kota Bandung	326
Rata - Rata		296
Kepuasan Atraksi	Atraksi edukasi Urban Farming	321
	Atraksi edukasi budidaya pembibitan ikan	310
	Atraksi memberi pakan domba	270
	Atraksi edukasi budidaya ayam	274
	Atraksi spot foto	325
	Atraksi menikmati pemandangan Gn. Manglayang, hamparan sawah, dan Kota Bandung	345
Rata - Rata		308
Kenyamanan Amenitas	Lahan parkir	197
	Toilet	170
	Pembuangan sampah	249
	Peribadatan	116
	Restoran/kantin	115
	Pusat informasi	286
	Gazebo	283
Rata - Rata		202
Kondisi Aksesibilitas	Kondisi jalan	349
	Ketersediaan moda transportasi umum	178
	Kemudahan terjangkau nya jaringan telekomunikasi	380
	Ketersediaan jaringan listrik	218
	Kebutuhan air bersih	341
	Signage (rambu petunjuk)	143
Rata - Rata		268
Pelayanan	Kepuasan terhadap pelayanan pengelola	297
	Mendukung keberlanjutan dan keberadaan wisata	327
Rata - Rata		312

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa skor instrumen yang memiliki nilai diatas rata – rata, maka instrumen tersebut tergolong baik dan masuk ke dalam faktor kekuatan. Akan tetapi jika

instrumen tersebut memiliki nilai dibawah rata – rata, maka instrumen tersebut tergolong tidak baik dan masuk ke dalam faktor kelemahan. Hasil analisis ini merupakan bahan acuan penelitian untuk tahap berikutnya.

3.3 Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pengembangan Destinasi Wisata Sein Farm

3.3.1 Menentukan Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Dalam melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal yang akan dilakukan, peneliti melakukan penyajian data terlebih dahulu agar memudahkan peneliti dalam melakukan analisis lebih lanjut lagi. Berikut merupakan penyajian data faktor internal dan faktor eksternal yang berasal dari data wawancara, kuesioner, observasi, dan studi literatur.

Tabel 3. Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor Internal			
No	Kekuatan	Aspek	Sumber
1	Sein farm memiliki lokasi strategis berada di kaki GN. Manglayag dan lahan persawahan yang luas.	Geogra- fis	Triangulasi Data
2	Pengunjung mendapatkan ilmu yang bisa diambil dari atraksi - atraksi yang disuguhkan Sein Farm.	Atraksi	
3	Terdapat <i>event</i> yang diselenggarakan mengenai olahan produk pertanian dari komunitas petani Bandung		
4	Terdapat 6 atraksi aktif yang berada di Sein Farm Seperti edukasi urban farming, edukasi budidaya ikan lele dan nila, memberi pakan ternak domba, edukasi budidaya ternak ayam, spot foto, menikmati pemandangan alam Gn. Manglayang, hamparan sawah luas, dan Kota Bandung.		
5	Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki tingkat kemenarikan tergolong baik		
6	Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki keunikan atraksi tergolong baik		
7	Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki tingkat kepuasan atraksi tergolong baik		Analisis Skala Likert
8	Kondisi jalan menuju Sein Farm sudah baik untuk dilalui.	Aksesibi- litas	Triangulasi Data
9	Wisatawan berpendapat bahwa aksesibilitas di Sein Farm memiliki tingkat kemudahan aksesibilitas tergolong baik		Analisis Skala Likert
10	Dikelola 100% oleh pemerintah.	Kelem- bagaan	Triangulasi Data
11	Memiliki kerjasama dengan karang taruna dalam penyediaan amenities seperti mengelola parkir.		
12	Tiket masuk wisata ke Sein Farm tidak dipungut biaya (gratis)		
13	Kinerja kelembagaan instansi pengelola Sein Farm responsif terhadap pengunjung maupun peneliti.		
14	Instansi pengelola Sein Farm terbuka terhadap kegiatan komersil, investasi, pembelajaran, penelitian, dan pelatihan.	Pelaya- nan	Analisis Skala Likert
15	Wisatawan berpendapat bahwa pelayanan di Sein Farm memiliki tingkat pelayanan tergolong baik		
No	Kelemahan	Aspek	Sumber
16	Terdapat kekurangan amenities (lahan parkir dan toilet, kurang tersebar rata gazebo, tidak tersedia <i>stand</i> makanan dan sarana peribadatan)	Amenitas	Triangulasi Data
17	Wisatawan berpendapat bahwa amenities di Sein Farm memiliki tingkat kenyamanan amenities yang tidak baik		Analisis Skala Likert
18	Tingkat SDM yang bekerja masih kurang memadai	Kelem- bagaan	Triangulasi Data
19	Belum ada legalitas berdirinya Sein Farm		
20	Tidak tersedia <i>signage</i> menuju Sein Farm	Aksesibi- litas	
21	Tidak adanya variasi angkutan umum menuju Sein Farm, sehingga masyarakat hanya dapat menggunakan ojek lokal saja		
22	Belum ada keterlibatan secara langsung dengan masyarakat terhadap angkutan umum menuju Sein Farm.		
23	Lebar jalan hanya 3 m, sehingga membuat arus lalu lintas dari dan menuju Sein Farm cukup tersendat.		
Faktor Eksternal			

No	Peluang	Aspek	Sumber
24	RTRW Kota Bandung tahun 2011-2031 menyatakan bahwa wilayah Bandung Timur memiliki kedudukan sebagai pengembangan objek wisata	Pemerintahan	Studi Literatur
25	Terbuka untuk investor	Kelem-bagaan	Triangulasi Data
No	Ancaman	Aspek	Sumber
26	Anggaran terbatas untuk melakukan pengembangan	Kelem-bagaan	Triangulasi Data
27	Terjadinya pandemic membuat pengunjung dibatasi dan promosi terhenti		
28	Memiliki saingan yang lebih dahulu terkenal	Pariwisata	Studi literatur

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Tabel diatas merupakan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang diperoleh dari analisis sebelumnya dan dapat menjadi salah satu pengaruh terhadap strategi yang nantinya akan digunakan untuk pengembangan destinasi wisata Sein Farm.

3.3.2 Perhitungan Bobot, Rating, dan Skor Analisis IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) dan EFAS (External Strategic Analysis Summary)

Setelah ditentukannya faktor internal dan eksternal yang dilakukan sebelumnya, maka tahap selanjutnya ialah menentukan bobot prioritas, rating, dan skor pada analisis IFAS dan EFAS yang setelah itu digunakan untuk memvisualkan bagian dari faktor internal dan faktor eksternal untuk menentukan rekomendasi strategi pengembangan destinasi wisata Sein Farm yang sesuai dengan kondisi eksisting dan persepsi pengunjung. Pada menentukan pembobotan prioritas, peneliti mendapatkan bobot tersebut dari hasil mengolah data kuesioner yang disebar kepada ahli dengan menggunakan analisis AHP (*analytical Hierarchy Process*). Berikut merupakan hasil perhitungan analisis IFAS dan EFAS.

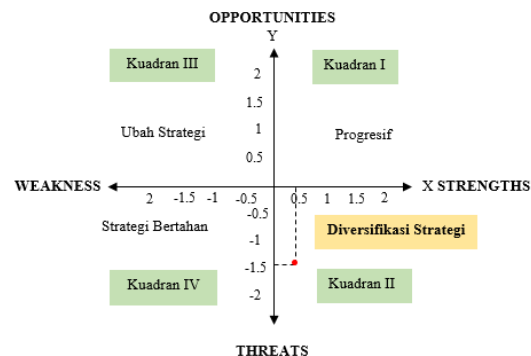
Tabel 4. Perhitungan IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) dan EFAS (External Strategic Analysis Summary)

IFAS	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Strength	Pengunjung mendapatkan ilmu yang bisa diambil dari atraksi - atraksi yang disuguhkan Sein Farm.	0.05	3.67	0.18
	Terdapat event yang diselenggarakan mengenai olahan produk pertanian dari komunitas petani Bandung	0.03	4.00	0.11
	Terdapat 6 atraksi wisata buatan maupun alam	0.02	4.00	0.08
	Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki tingkat kemenarikan tergolong baik	0.06	4.00	0.22
	Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki keunikan atraksi tergolong baik	0.04	3.67	0.16
	Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki tingkat kepuasan atraksi tergolong baik	0.05	3.67	0.18
	Kondisi jalan menuju Sein Farm sudah baik untuk dilalui.	0.04	2.33	0.09
	Wisatawan berpendapat bahwa aksesibilitas di Sein Farm memiliki tingkat kemudahan aksesibilitas tergolong baik	0.04	3.33	0.13
	Dikelola 100% oleh pemerintah.	0.04	3.33	0.14
	Memiliki kerjasama dengan karang taruna dalam penyediaan amenitas seperti mengelola parkir.	0.03	2.67	0.09
	Tiket masuk wisata ke Sein Farm tidak dipungut biaya (gratis)	0.03	3.67	0.09
	Kinerja kelembagaan instansi pengelola Sein Farm responsif terhadap pengunjung maupun peneliti.	0.02	4.00	0.09
	Instansi pengelola Sein Farm terbuka terhadap kegiatan komersil, investasi, pembelajaran, penelitian, dan pelatihan.	0.05	4.00	0.20

	Wisatawan berpendapat bahwa pelayanan di Sein Farm memiliki tingkat pelayanan tergolong baik	0.05	3.33	0.18
Total Strength				1.95
Weakness	Terdapat kekurangan amenitas (lahan parkir dan toilet, kurang tersebar rata gazebo, tidak tersedia <i>stand</i> makanan dan sarana peribadatan)	0.05	3.67	0.20
	Wisatawan berpendapat bahwa amenitas di Sein Farm memiliki tingkat kenyamanan amenitas yang tidak baik	0.05	1.67	0.09
	Tingkat SDM yang bekerja masih kurang memadai	0.06	3.33	0.19
	Belum ada legalitas berdirinya Sein Farm	0.06	3.33	0.19
	Tidak tersedia <i>signage</i> menuju Sein Farm	0.06	3.33	0.19
	Tidak adanya variasi angkutan umum menuju Sein Farm, sehingga masyarakat hanya dapat menggunakan ojek lokal saja	0.06	4.00	0.22
	Belum ada keterlibatan secara langsung dengan masyarakat terhadap angkutan umum menuju Sein Farm.	0.06	4.00	0.23
	Lebar jalan hanya 3 m, sehingga membuat arus lalu lintas dari dan menuju Sein Farm cukup tersendat.	0.06	4.00	0.23
Total Weakness				1.54
IFAS				0.41
EFAS	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Opportunities	Dukungan dari RTRW Kota Bandung tahun 2011-2031 mengenai kedudukan Bandung Timur sebagai Pengembangan obyek wisata	0.11	4.00	0.46
	Terbuka untuk investor	0.15	4.00	0.61
Total Opportunities				1.07
Threats	Anggaran terbatas	0.26	4.00	1.05
	Terjadinya pandemic membuat pengunjung dibatasi dan promosi terhenti	0.16	4.00	0.64
	Memiliki saingan yang lebih dahulu terkenal	0.31	2.67	0.83
Total Threats				2.52
EFAS				-1.44

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk skor peluang (*opportunities*) yang diperoleh sebesar 1.07, sedangkan untuk skor ancaman (*threats*) yang diperoleh sebesar 2.52. maka dari itu, hasil EFAS yang didapat sebesar -1.44. Adapun tabel IFAS dan EFAS yang dijadikan sebagai acuan untuk melihat posisi strategi yang sesuai untuk pengembangan sebagai berikut.



Gambar 1. Grafik SWOT Pengembangan Destinasi Wisata Sein Farm

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Dari hasil pembobotan, diperoleh titik di kuadran strategi (X, Y) dengan nilai (0,41 : -1.44) yang mana hasilnya masuk ke dalam kuadran II yaitu diversifikasi strategi. Diversifikasi strategi artinya posisi pengelola sudah kuat, akan tetapi memiliki tantangan yang besar yang dihadapinya. Oleh sebab itu untuk menanggulangi tantangan tersebut, diperlukannya strategi yang banyak agar

semakin terperosok. Serta ke depannya pengembangan kepariwisataan Sein Farm dapat berjalan dengan baik dan stabil.

3.4 Identifikasi Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Sein Farm di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung

Analisis strategi pengembangan destinasi wisata Sein Farm di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung dilakukan untuk menentukan rekomendasi strategi yang sesuai dengan kondisi eksisting serta persepsi pengunjung yang telah berwisata ke Sein Farm. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan pariwisata yang dapat meningkatkan daya tarik wisata dan banyak dikenal oleh masyarakat. Berikut ini merupakan tabel analisis kualitatif SWOT yang ke depannya akan menjadi strategi dalam pengembangan Sein Farm.

Tabel 5. Matriks SWOT

	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Pengunjung mendapatkan ilmu yang bisa diambil dari atraksi - atraksi yang disajikan Sein Farm. 2. Terdapat event yang diselenggarakan mengenai olahan produk pertanian dari komunitas petani Bandung 3. Terdapat 6 atraksi wisata buatan maupun alam. 4. Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki tingkat kemenarikan tergolong baik 5. Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki keunikan atraksi tergolong baik 6. Wisatawan berpendapat bahwa atraksi di Sein Farm memiliki tingkat kepuasan atraksi tergolong baik 7. Kondisi jalan menuju Sein Farm sudah baik untuk dilalui. 8. Wisatawan berpendapat bahwa aksesibilitas di Sein Farm memiliki tingkat kemudahan aksesibilitas tergolong baik 9. Dikelola 100% oleh pemerintah. 10. Memiliki kerjasama dengan karang taruna dalam penyediaan amenities seperti mengelola parkir. 11. Tiket masuk wisata ke Sein Farm tidak dipungut biaya (gratis) 12. Kinerja kelembagaan instansi pengelola Sein Farm responsif terhadap pengunjung maupun peneliti. 13. Instansi pengelola Sein Farm terbuka terhadap kegiatan komersil, investasi, pembelajaran, penelitian, dan pelatihan. 14. Wisatawan berpendapat bahwa pelayanan di Sein Farm memiliki tingkat pelayanan tergolong baik	1. Terdapat kekurangan amenities (lahan parkir dan toilet, kurang tersebar rata gazebo, tidak tersedia <i>stand</i> makanan dan sarana peribadatan) 2. Wisatawan berpendapat bahwa amenities di Sein Farm memiliki tingkat kenyamanan amenities yang tidak baik. 3. Tingkat SDM yang bekerja masih kurang memadai. 4. Belum ada legalitas berdirinya Sein Farm 5. Tidak tersedia <i>signage</i> menuju Sein Farm 6. Tidak adanya variasi angkutan umum menuju Sein Farm, sehingga masyarakat hanya dapat menggunakan ojek lokal saja. 7. Belum ada keterlibatan secara langsung dengan masyarakat terhadap angkutan umum menuju Sein Farm. 8. Lebar jalan hanya 3 m, sehingga membuat arus lalu lintas dari dan menuju Sein Farm cukup tersendat.
Opportunities	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Dukungan dari RTRW Kota Bandung tahun 2011-2031 mengenai kedudukan Bandung Timur sebagai Pengembangan obyek wisata. 2. Terbuka untuk investor	1. Dengan payung hukum berupa RTRW Kota Bandung Tahun 2011-2031, dibuatkan strategi berupa mempertahankan keunikan dan kemenarikan dari atraksi yang ada (S1, S2, S3, S4, S5, S11, O1). 2. Dengan dukungan RTRW Kota Bandung Tahun 2011-2031 dilakukan peningkatan pelayanan dengan dibuatkan prioritas berupa pemberdayaan terhadap masyarakat sekitar untuk mendukung pengembangan pariwisata (S12, S13, S14, O1). 3. Peningkatan aksesibilitas berupa kerjasama dengan pihak swasta dalam membuat <i>shuttle bus</i> khusus menuju Sein Farm serta dilakukannya rehabilitasi jalan agar memudahkan akses menuju Sein Farm (S7, S8, O1, O2). 4. Berlandaskan RTRW dapat dilakukan kerja sama antar lembaga baik itu Karang Taruna maupun lembaga swasta lainnya agar dapat meningkatkan daya tarik wisata (S1, S10, S13, O1, O2).	1. Membangun amenities yang memiliki kekurangan seperti lahan parkir, toilet, sarana peribadatan, kantin, dan gazebo melalui kerjasama dengan investor serta dukungan pemerintah melalui RTRW Kota Bandung Tahun 2011-2031 (W1, W2, O1, O2). 2. Meningkatkan kualitas SDM yang bekerja di Sein Farm melalui pelatihan dari Pemerintah (W3, O1). 3. Menjadikan Sein Farm menjadi sebuah obyek wisata yang memiliki legalitas dan payung hukum (W4, O1). 4. Menyediakan <i>signage</i> dan variasi angkutan umum berupa (<i>shuttle bus</i> atau <i>odong-odong</i>) yang bekerja sama dengan investor dan pemerintah dalam memberdayakan masyarakat sekitar (W5, W6, W7, O1, O2). 5. Melakukan pelebaran jalan untuk memudahkan aksesibilitas (W8, O1, O2).
Threats	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Anggaran terbatas. 2. Terjadinya pandemic membuat pengunjung dibatasi dan promosi terhenti. 3. Memiliki saingan yang lebih dahulu terkenal	1. Dengan sepenuhnya dikelola oleh pemerintah, maka pemerintah sudah seharusnya mengalokasikan dana khusus kepada obyek pariwisata yang dikelolanya (S9, S11, T1) 2. Melaksanakan protokol kesehatan 3 M dan membuka objek wisata dengan ketentuan yang telah diberikan oleh pemerintah setempat serta membatasi kapasitas pengunjung sesuai anjuran pemerintah. (S14, T2). 3. Melakukan promosi kreatif mengenai keunikan dan kemenarikan atraksi yang tersedia di Sein Farm pada media sosial (S1, S2, S3, S4, S5, S6, T2, T3). 4. Meningkatkan keunikan dan kemenarikan atraksi dengan memanfaatkan potensi yang ada (S1, S2, S3, S4, S5, S6, T3).	1. Mengatasi permasalahan mengenai aksesibilitas dan pelayanan agar kualitas dari objek wisata Sein Farm tidak kalah dengan pesaing (W3, W5, W6, W7, T3) 2. Melakukan kerjasama dengan organisasi wilayah setempat dan memberdayakan nya dalam upaya mengatasi permasalahan yang ada di sekitar Sein Farm (W3, W7, T1).

Sumber: Hasil Analisis, 2022

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwa posisi strategi yang sesuai dengan kondisi eksisting dan persepsi pengunjung berada di kuadran II yang artinya posisi pengelola sudah kuat, akan tetapi memiliki tantangan yang besar yang dihadapinya. Oleh sebab itu untuk menanggulangi tantangan tersebut, diperlukannya strategi yang banyak agar tidak semakin terperosok. Oleh sebab itu, strategi yang tepat untuk menaggulangi ancaman yang ada ialah **pertama**, Pemerintah seharusnya mengalokasikan dana khusus kepada obyek pariwisata Sein Farm. Sehingga Sein Farm dapat berkembang menjadi wisata yang banyak digemari oleh masyarakat, **kedua**, Melaksanakan kegiatan pariwisata dengan protokol kesehatan 3M yang

sesuai dengan anjuran pemerintah, **ketiga**, Melakukan promosi pariwisata yang kreatif mengenai keunikan dan kemenarikan atraksi yang tersedia di Sein Farm pada media sosial seperti (*Instagram, Tik tok, Facebook, Twitter*) yang menunjukkan keunikan dan kemenarikan atraksi yang berada di Sein Farm serta menunjukkan bahwa Sein Farm sudah sesuai dengan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah agar wisatawan merasa aman dan nyaman, **keempat**, Meningkatkan keunikan dan kemenarikan atraksi dengan memanfaatkan potensi yang ada agar dapat meningkatkan daya tarik wisata dapat melakukan penambahan atraksi seperti *mountain coaster*, ayunan pemandangan, *camping ground, outbound*, dan diadakan pertunjukan seni benjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung khususnya kepada UPT Pembibitan Jaringan Holtikultura yang telah membantu peneliti dalam memberikan data primer yang dibutuhkan untuk bahan penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Moleong, L. J. (2004). Metodologi penelitian. *Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, PRRB*.
- Palit, I. G., Talumungan, C., & A.J.Rumangit, G. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, 13(2), 21–34.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 108. <https://doi.org/10.22146/jpt.43178>
- Usman, U., Hakim, L., & Malik, I. (2012). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kabupaten Bantaeng. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2(2), 191–200. <https://doi.org/10.26618/ojip.v2i2.52>
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata* (D. Hardjono (ed.)). CV. Andi Offset.
- Yoeti, O. A. (1993). *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa Raya: Bandung., 1993. http://repo.unikadelasalle.ac.id/index.php?p=show_detail&id=7921&keywords=