

Potensi, Profil Wisatawan, dan *Branding* Objek Wisata Bukit Senyum Desa Cipada

Resa Dwi Julia¹, Ir. Akhmad Setiobudi, M.T.²

^{1,2}Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Nasional Bandung (ITENAS)

Email: resadj26@gmail.com

Abstrak

Globalisasi membuat pariwisata di Indonesia berkembang pesat namun promosi yang belum efektif membuat beberapa tempat wisata belum dikenal maksimal oleh wisatawan. Diperlukan branding pariwisata, seperti yang dilakukan objek wisata Bukit Senyum di Desa Cipada. Jenis penelitian untuk mengetahui potensi, profil wisatawan, dan branding objek wisata Bukit Senyum Desa Cipada menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa objek wisata Bukit Senyum memiliki berbagai jenis atraksi wisata, dan fasilitas pendukung wisata. Adapun hasil analisis profil wisatawan yaitu didominasi oleh kelompok usia 25-34 tahun, jenis kelamin perempuan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga, pendidikan terakhir SMA/SMA/Sederajat, dan asal wisatawan berasal dari Kecamatan Ngamprah dan Kota Bandung. Dengan demikian, tempat wisata ini sudah cukup dikenal baik di tingkat lokal maupun di tingkat kota dengan branding 'Bukit Senyum'. Terdapat masalah masih kurangnya promosi tempat wisata Bukit Senyum melalui sosial media. Pengunjung mengetahui objek wisata ini berasal dari teman dan keluarga yang disampaikan melalui promosi dari mulut ke mulut (WOM).

Kata Kunci: Brand, Branding, Objek Wisata

1. PENDAHULUAN

Indonesia mengalami perkembangan pesat di sektor pariwisata dan menempati peringkat ke-9 menurut *WTTC Travel and Tourism Power and Performance* dari 30 negara. Pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian suatu negara melalui pendapatan devisa (Teh & Cabanban, 2007). Namun, menurut Kementerian Pariwisata di Indonesia dalam Asmara (2020) masih terdapat kendala dalam promosi pariwisata di Indonesia sehingga tempat wisata belum diperkenalkan secara maksimal.

Pengembangan wisata berbasis Edu-Ekowisata menjadi *trend* populer saat ini. Objek wisata Burangrang Selatan di Desa Cipada, Kabupaten Bandung Barat awalnya dibentuk pada bulan November 2016 dan kemudian diresmikan sebagai tempat wisata dengan nama Bukit Senyum pada 19 April 2017. Perubahan nama ini merupakan upaya *branding* untuk meningkatkan citra destinasi wisata dan jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Penelitian dilakukan untuk mengetahui potensi, profil wisatawan, dan branding di objek wisata Bukit Senyum di Desa Cipada.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan potensi, profil wisatawan, dan *branding* di objek wisata Bukit Senyum, Desa Cipada. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner ke pengunjung, dokumentasi kegiatan, dan wawancara dengan

pengelola objek wisata. Teknik analisis yang yang digunakan adalah *path analysis* atau analisis jalur. Jumlah responden ditentukan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *random sampling*. Perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997):

$$n = \frac{N \times Z^2 \times (p \times q)}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times (p \times q)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Besar populasi 12.000 pengunjung

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi 50% = 0,5

q = 1 – p = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Sampel yang diperoleh berdasarkan rumus tersebut yaitu 95,32 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

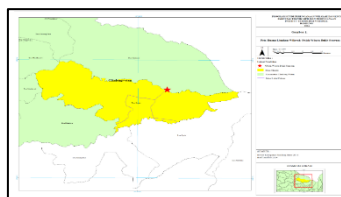
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil dan pembahasan mengenai potensi, profil wisatawan, dan *branding* di objek wisata Bukit Senyum di Desa Cipada.

3.1 Potensi Objek Wisata Bukit Senyum

3.1.1 Gambaran Umum Bukit Senyum

Bukit Senyum adalah destinasi wisata alam di Desa Cipada, Kecamatan Cikalong Wetan, Kabupaten Bandung Barat. Objek wisata ini memiliki luas 5 ha dan ketinggian 1000 – 1300 meter di atas permukaan laut (MDPL). Tempat ini menawarkan pemandangan tanaman teh yang cantik di kaki Gunung Burangrang. Tiket masuknya terjangkau, dimulai dari Rp 10.000 per orang. Harga parkirnya juga terjangkau, mulai dari Rp 2.000 untuk sepeda motor dan Rp 5.000 untuk mobil.



Gambar 1. Peta Ruang Lingkup Wilayah Objek Wisata Bukit Senyum

Sumber: Hasil Analisis, 2024



Gambar 2. Kondisi Eksisting Objek Wisata Bukit Senyum

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, 2024

3.1.2 Sejarah Bukit Senyum

Bukit Senyum didirikan pada November 2016 oleh Kelompok Tani Hutan Rimba Sejahtera yang tergabung dalam Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) "PADAMAJU" Desa Cipada dan dikelola oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Bandung Utara. Awalnya, kawasan Bukit Senyum merupakan hutan produksi kopi arabika yang kemudian diubah menjadi kawasan wana wisata alam. Tempat wisata ini diresmikan pada 19 April 2017 dengan nama "Bukit Senyum". Asal usul namanya berasal dari pengalaman Bapak Sugondo yang merupakan anggota kelompok tani. Beliau merasa terinspirasi oleh senyuman pengunjung yang menikmati pemandangan alam yang luar biasa. Nama tersebut dapat membawa aura positif dan semangat yang menggembirakan bagi pengunjung, karena mereka dapat menikmati kebahagiaan dan keindahan alam di sekitar tempat ini.

3.1.3 Atraksi Wisata

Bukit Senyum memiliki beberapa potensi atraksi wisata alami, yaitu diantaranya:

1. Fasilitas *camping ground*
Bukit Senyum menyediakan area *camping ground* yang luas. Pengunjung dapat membawa tenda sendiri atau sewa dengan harga sebesar Rp 60.000 per malam.
2. *Flying fox*
Wahana ini menawarkan sensasi melayang di udara dengan pemandangan alam yang indah menggunakan tali dan harness. Hal ini akan menjadi pengalaman yang menarik sehingga pengunjung dapat menikmati suasana di Bukit Senyum dengan perasaan bahagia sehingga diharapkan pengunjung menjadi tersenyum.
3. Spot untuk berfoto
Bukit Senyum memiliki beberapa spot untuk berfoto yang berupa dermaga atau gardu pandang dengan berbagai macam bentuk serta nama yang unik. Hal tersebut dapat menciptakan latar yang indah untuk mengambil foto-foto yang menarik dan mengabadikan momen liburan dengan perasaan gembira.
4. Keindahan pohon pinus
Hutan pinus merupakan tempat yang cocok untuk mengambil foto-foto indah dengan latar belakang hutan yang memukau. Tidak hanya itu, pengunjung juga dapat berelaksasi dengan menggunakan *hammock* yang dikaitkan antara 2 pohon pinus.
5. Wisata Edu- Ekowisata
PT Biofarma telah merencanakan wisata edukasi dengan kolaborasi bersama Perum Perhutani dan Lembaga Pendidikan Yayasan Cipada sebagai percontohan. Destinasi Bukit Senyum ini akan menjadi laboratorium pembelajaran untuk siswa dalam penerapan ekstrakurikuler terkait peternakan, perkebunan, dan pertanian.
6. Tempat bermain anak
Objek wisata ini juga menyediakan fasilitas untuk bermain anak-anak, karena tidak sedikit pengunjung yang datang untuk berlibur bersama anak-anaknya. Anak-anak dapat bermain di wahana balon istana yang didalamnya terdapat ayunan, perosotan dan lain sebagainya.



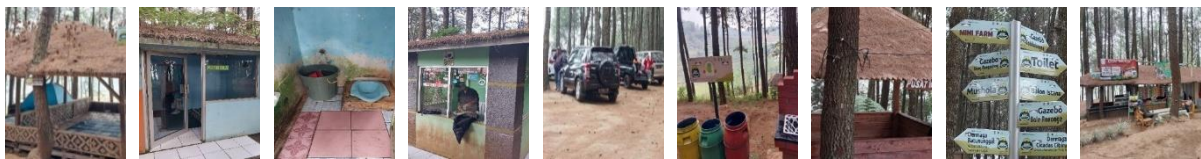
Gambar 3. Atraksi Wisata

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, 2024

3.1.4 Fasilitas Pendukung Wisata

Objek wisata Bukit Senyum memiliki fasilitas pendukung wisata, diantaranya yaitu:

1. Gazebo dan saung jamur
2. Mushola
3. Toilet
4. Pos Tiket
5. Tempat parkir
6. Tempat cuci tangan
7. Tempat sampah
8. Tempat informasi
9. Papan Informasi
10. Warung kuliner



Gambar 4. Fasilitas Pendukung Wisata

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, 2024

3.1.5 Akses Menuju Tempat Wisata

Akses untuk menuju tempat wisata Bukit Senyum digambarkan melalui kondisi berikut:

1. Jarak tempuh menuju tempat wisata Bukit Senyum
Jarak tempuh menuju Bukit Senyum dari Kota Bandung sekitar 35,5 km dengan waktu tempuh kurang lebih 1 jam 13 menit, sementara jarak tempuh dari Ibu Kota Kabupaten menuju Bukit Senyum yaitu sekitar 70,6 km dengan waktu tempuh kurang lebih 2 jam 14 menit.
2. Kondisi jalan menuju tempat wisata
Kondisi jalan untuk menuju tempat wisata ini kurang memadai, diantaranya masih banyaknya jalan rusak, berlubang, serta memiliki jalan yang kurang lebar. Dengan demikian, perlunya perbaikan terutama jalan menuju gerbang utama objek wisata.



Gambar 5. Kondisi Jalan Menuju Objek Wisata

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, 2024

3. Jenis ketersediaan sarana transportasi
Belum tersedianya akses untuk transportasi umum menuju tempat wisata. Dengan demikian, para pengunjung yang akan berwisata ke sana hanya dapat menggunakan kendaraan pribadi seperti motor dan mobil ataupun kendaraan sewa seperti odong-odong.

3.2 Profil Wisatawan

3.2.1 Kelompok Usia

Kelompok usia terbanyak didominasi oleh usia 25-34 tahun sebanyak 28 pengunjung dari total 100 responden yang berkunjung.

3.2.2 Jenis Kelamin

Banyaknya responden yang berkunjung ke objek wisata Bukit Senyum berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 pengunjung dari total 100 responden yang berkunjung. Objek wisata ini sering dikunjungi oleh ibu-ibu untuk berolahraga senam.

3.2.3 Pendidikan Terakhir

Banyaknya responden yang berkunjung ke objek wisata Bukit Senyum didominasi oleh SMA/SMA/Sederajat sebanyak 45 pengunjung dari total 100 responden yang berkunjung.

3.2.4 Pekerjaan

Objek wisata ini sering dikunjungi oleh ibu-ibu, terutama ibu rumah tangga untuk berolahraga senam. Menurut Koranti et al. (2017), tipe pekerjaan dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata dimana seseorang dengan pekerjaan yang tidak menghabiskan seluruh waktu sehari dan memiliki fleksibilitas lebih dalam pekerjaannya memiliki peluang lebih besar untuk berwisata.

3.2.5 Asal Wisatawan

Wisatawan terbanyak yang berkunjung ke Bukit Senyum berasal dari Kecamatan Ngamprah dan Kota Bandung, serta urutan ke 3 yaitu berasal dari Kecamatan Padalarang. Dengan demikian, tempat wisata ini sudah cukup dikenal baik di tingkat lokal maupun di tingkat kota.

3.3 Branding Objek Wisata Bukit Senyum

3.3.1 Branding

Objek wisata Bukit Senyum memiliki nama *brand* 'Bukit Senyum'. Berikut merupakan filosofi dari logo objek wisata Bukit Senyum.



Gambar 6. Bukit Senyum

Sumber: Sosial Media Instagram Bukit Senyum

Berikut merupakan filosofi dari logo objek wisata Bukit Senyum:

1. Warna kuning menggambarkan kebahagiaan
2. Bentuk setengah lingkaran yang posisinya berada di atas puncak menggambarkan Gunung Burangrang Selatan
3. Pohon cemara menggambarkan pohon pinus yang berada di kawasan objek wisata Bukit Senyum.
4. Warna hijau berkaitan dengan suasana alam yang asri dan segar.
5. Garis warna putih melengkung ke atas menggambarkan senyum atau *smile*

6. Warna putih menggambarkan keterbukaan serta kebebasan, artinya pengunjung yang datang ke Bukit Senyum diharapkan dapat terbebas dari beban yang dimilikinya setelah berkunjung ke Bukit Senyum, sehingga mereka dapat menikmati suasana di sana.

3.3.2 Bentuk Promosi

Objek wisata Bukit Senyum telah dipromosikan melalui media sosial yaitu seperti *instagram* serta melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) atau WOM.

Berdasarkan hasil survey, pengunjung objek wisata memperoleh informasi terkait tempat wisata ini bukan melalui sosial media, melainkan dari teman, keluarga, dan yang lainnya seperti kakak, sepupu dan lain-lain.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yaitu objek wisata Bukit Senyum memiliki berbagai jenis atraksi wisata, dan fasilitas pendukung wisata. Adapun hasil analisis profil wisatawan yaitu didominasi oleh kelompok usia 25-34 tahun, jenis kelamin perempuan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga, pendidikan terakhir SMA/SMA/Sederajat, dan asal wisatawan berasal dari Kecamatan Ngamprah dan Kota Bandung. Dengan demikian, tempat wisata ini sudah cukup dikenal baik di tingkat lokal maupun di tingkat kota dengan *branding* '**Bukit Senyum**'. Terdapat masalah masih kurangnya promosi tempat wisata Bukit Senyum melalui sosial media. Pengunjung mengetahui objek wisata ini berasal dari teman dan keluarga yang disampaikan melalui promosi dari mulut ke mulut (WOM).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Bapak Deni, selaku Ketua LMDH dan pengelola objek wisata Bukit Senyum yang telah membantu dan mengarahkan penulis memperoleh data penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Asmara, S. (2020). Tinjauan Kritis Kendala dan Dampak Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Strategi Dunia Usaha Menyikapi Status Indonesia Sebagai Negara Maju: Pra Dan Pasca Covid-19*, 140–151. <http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/40565>.
- Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242–245.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D.W., Klar, J., Lwanga, S.K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Teh, L., & Cabanban, A. S. (2007). Planning for sustainable tourism in southern Pulau Banggi: An assessment of biophysical conditions and their implications for future tourism development. *Journal of Environmental Management*, 85(4), 999–1008. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.11.005>.