

## **Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bandung Barat (Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat)**

**Reza Karnia\*, Ima Amaliah**

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*rezakarnia2@gmail.com, amalia.dasuki@gmail.com

**Abstract.** This research is motivated by phenomena in the tourism sector. West Bandung Regency has a lot of tourism potential, but not all of it has been explored optimally, there is inequality in tourism development. In addition, the condition of facilities and infrastructure is still inadequate. The purpose of this study was to find out and analyze the implementation of the tourism development strategy carried out by the West Bandung Regency Tourism and Culture Office in an effort to increase Regional Original Income (PAD) in West Bandung Regency. In addition, to find out the driving and inhibiting factors faced by the Government in developing the tourism sector in West Bandung Regency. This research uses a qualitative descriptive approach. Source of data obtained from primary and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. In data analysis techniques using data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results showed that there were four tourism development strategies carried out by the West Bandung Regency Tourism and Culture Office, including: 1) Tourism Destination Development Strategy, 2) Tourism Institutional Development Strategy, 3) Tourism Industry Development Strategy, 4) Marketing and Promotion Development Strategy. In its implementation, the tourism development strategy that has been carried out by the Government as a whole has been implemented well, however there are several strategies whose implementation is still not optimal, such as in the implementation of the tourism destination development strategy, namely: the distribution of tourist objects is still not optimal, accessibility to tourist objects has roads which was damaged. The driving factors for the tourism development strategy are: the abundant tourism potential in West Bandung Regency, the support from the Government, and advances in information technology. While the inhibiting factors, namely: limited budget, the existence of security and health issues, and weak public awareness about tourism.

**Keywords:** Strategy, Tourism, PAD, Department of Tourism and Culture

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena di sektor pariwisata. Terdapat banyak potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Bandung Barat, namun belum semuanya tergalai secara optimal, adanya ketidakmerataan dalam pembangunan pariwisata. Selain itu, kondisi sarana dan prasarana serta infrastruktur masih kurang memadai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis implementasi strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bandung Barat. Selain itu, untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat yang dihadapi Pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata di Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat, antara lain: 1) Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata, 2) Strategi Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataaan, 3) Strategi Pengembangan Industri Pariwisata, 4) Strategi Pengembangan Pemasaran dan Promosi. Dalam implementasinya, strategi pengembangan pariwisata yang sudah dilakukan Pemerintah secara keseluruhan sudah dilaksanakan dengan baik, namun ada beberapa strategi yang pelaksanaannya masih kurang maksimal, seperti dalam implementasi strategi pengembangan destinasi pariwisata, yaitu: masih belum optimalnya persebaran objek wisata, aksesibilitas menuju objek wisata terdapat jalan yang mengalami kerusakan. Adapun faktor pendorong strategi pengembangan pariwisata, yaitu: potensi wisata yang melimpah di Kabupaten Bandung Barat, adanya dukungan dari Pemerintah, dan kemajuan teknologi informasi. Sedangkan faktor penghambat, yaitu: keterbatasan anggaran, adanya isu keamanan dan kesehatan, dan lemahnya kesadaran masyarakat tentang pariwisata.

**Kata Kunci:** Strategi, Pariwisata, PAD, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

## A. Pendahuluan

Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam yang beraneka ragam serta berpotensi untuk dapat diolah dan dimanfaatkan. Selain itu, Indonesia juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah terdahulu dan yang tidak kalah menarik adalah keindahan panorama alamnya yang cukup potensial untuk dapat dikembangkan dengan baik. Oleh sebab itu, pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional (Yoeti, 2008). Pariwisata Indonesia menjadi salah satu bagian dari sektor perekonomian yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia (Kemenparekraf, 2019).

Era baru otonomi daerah yang ditandai dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, bahwasanya telah memberikan keleluasaan kepada daerah Kabupaten/Kota untuk mengurus rumah tangganya sendiri. PAD memiliki peranan penting dalam rangka pembiayaan pembangunan daerah, peningkatan PAD merupakan salah satu modal keberhasilan untuk mencapai tujuan pembangunan daerah.

Indonesia terdiri dari 34 provinsi yang menawarkan keindahan alamnya, salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat terdiri dari 27 Kabupaten/Kota, yang memiliki beragam pariwisata. Salah satu kabupaten yang memiliki potensi pariwisata adalah Kabupaten Bandung Barat. Secara geografis, Kabupaten Bandung Barat letaknya yang cukup strategis sehingga memiliki jenis pariwisata yang beragam, seperti wisata alam, wisata buatan, wisata budaya. Berdasarkan RPJPD Kabupaten Bandung Barat tahun 2007-2025, jika dilihat dari pajak daerah wilayah yang memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap Kabupaten Bandung Barat yaitu Kecamatan Cililin, Lembang, dan Padalarang. Kecamatan Lembang merupakan kecamatan yang memiliki objek wisata alam terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya, sehingga menjadi penyumbang terbesar PAD untuk Kabupaten Bandung Barat dari sektor pariwisatanya. Mengingat pembangunan pariwisata saat ini belum merata dan masih mengandalkan KBU (Kawasan Bandung Utara), contohnya: Kecamatan Lembang, Parongpong, Padalarang, dan sekitarnya.

Berdasarkan RPJMD Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2023, potensi sektor pariwisata yang dimiliki Kabupaten Bandung Barat terutama yang dikelola oleh Pemerintah Daerah dalam pemerataan pembangunan pariwisatanya masih belum optimal. Selain itu, kondisi sarana dan prasarana serta infrastruktur masih kurang memadai. Wilayah Kabupaten Bandung Barat yang berada di bagian selatan memiliki potensi yang cukup besar, namun belum tergali secara optimal. Terutama di bidang pertanian dan pariwisata, potensinya besar namun aksesnya yang belum memadai.

Pemerintah Daerah dalam hal ini khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata, mengingat bahwa objek wisata di Kabupaten Bandung Barat mempunyai potensi yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi serta dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pemerintah perlu memfokuskan untuk melakukan strategi secara optimal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan sektor pariwisata.

## B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Nugrahani (2014) penelitian bersifat deskriptif yaitu memusatkan pada kegiatan ontologis, data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang lebih nyata daripada sekedar angka atau frekuensi.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2014) mendefinisikan penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Peneliti bermaksud akan menggambarkan tentang analisis strategi pengembangan pariwisata dilakukan oleh Disparbud Kabupaten Bandung Barat dalam upaya peningkatan PAD di Kabupaten Bandung Barat serta mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambatnya dalam mengembangkan pariwisata.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bandung Barat Provinsi Jawa Barat tepatnya di kantor Disparbud Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, website instansi terkait yang dipublikasi dan penelitian terdahulu. Data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada informan kunci, yang bersumber dari data lapangan yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara dengan aparaturnya Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Miles dan Hubberman (1992), teknik analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi pengembangan pariwisata merupakan rencana untuk mengembangkan dan menggali sektor pariwisata yang telah dimiliki oleh suatu daerah. Dalam rencana mengembangkan pariwisata bagi sebuah institusi diperlukan strategi guna mencapai tujuan dengan mewujudkan visi dan misi yang diembannya. Disparbud Kabupaten Bandung Barat sebagai sebuah institusi pemerintah di sektor pariwisata telah membuat rencana pembangunan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Bandung Barat, baik wisata alam, buatan, dan budaya/minat khusus, maka diterbitkannya Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPKE) Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2025.

#### **Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata yang dilakukan Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat**

Strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Disparbud Kabupaten Bandung Barat sesuai pada amanat RPJMD Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2023. Hal ini juga selaras dengan berpedoman pada RIPKE Kabupaten Bandung Barat yang memiliki tujuan untuk mewujudkan pembangunan kepariwisataan yang terdiri dari empat strategi, yaitu:

##### 1. Strategi pengembangan destinasi pariwisata,

Berdasarkan UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya dapat disebut destinasi pariwisata merupakan kawasan geografis yang mencakup pada satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Sesuai RIPKE Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam strategi pengembangan destinasi pariwisata yang terdiri dari tiga program, yaitu: pengembangan daya tarik wisata, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan sarana dan prasarana. Mengenai pengembangan daya tarik wisata atau dalam istilah pariwisata dikenal dengan sebutan atraksi. Daya tarik wisata dapat diartikan sesuatu yang unik sehingga dapat mendatangkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat tertentu. Kabupaten Bandung Barat memiliki berbagai macam potensi pariwisata baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata minat khusus/buatan

Seiring dengan adanya peningkatan objek daya tarik wisata, maka akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung maka pemasukan PAD pun akan semakin meningkat. Ada tiga daya tarik wisata yang dikelola oleh Pemerintah Disparbud, yaitu: Curug Malela, Situ Ciburuy dan Goa Pawon, serta ada juga yang dikerjasamakan dengan pihak swasta yakni Maribaya Natural Hot Spring Resort.

Sesuai Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat No. 2 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Bandung Barat Tahun 2009-2029, dalam pengembangan kawasan wisata di Kabupaten Bandung Barat harus menitikberatkan pada wisata

yang ramah lingkungan, serta peraturan zonasi untuk kawasan peruntukan pariwisata yang terbagi menjadi 3 zona, yaitu kawasan wisata yang terletak di jalur utara, selatan dan barat. bagian utara, selatan dan barat.

Di daerah Lembang mengalami kendala kemacetan tiap akhir pekan. Untuk mengurangi beban di Kawasan Bandung Barat (KBU), sehingga ditetapkan prioritas pengembangan pariwisata untuk diarahkan ke wilayah selatan dan barat. Oleh sebab itu, Kabupaten Bandung Barat belum sepenuhnya mampu mengangkat potensi pariwisata yang ada di wilayah bagian selatan maupun barat, sehingga kurang meratanya persebaran kunjungan wisata ke Kabupaten Bandung Barat.

Aksesibilitas merupakan pintu masuk utama menuju ke objek wisata yang menjadi akses penting dalam kegiatan pariwisata, terutama di Kabupaten Bandung Barat di wilayah selatan masih membutuhkan perbaikan pada aksesibilitasnya, sarana dan prasarana daya tarik wisata yang dikelola oleh pemerintah yang kondisinya masih dalam tahap pembangunan ataupun pengembangan. Untuk menunjang pembangunan tersebut memerlukan biaya yang tidak sedikit. Oleh sebab itu, perlu bantuan anggaran baik dari Pemerintah Daerah, Provinsi maupun Kementerian Pariwisata.

Secara prospektif dalam rangka memanfaatkan peluang pariwisata agar dapat berdampak pada perekonomian, maka diperlukan iklim usaha yang kondusif agar tetap terjaminnya keberlangsungan kegiatan pariwisata. Salah satu sektor yang mampu menyumbangkan pendapatan diperoleh dari sektor pariwisata. Pemerintah menerima pendapatan dari sektor pariwisata melalui beberapa cara, sumbangan pendapatan terbesar diperoleh dari pengenaan pajak (Suwanto, 2004). Pemerintah Kabupaten Bandung Barat telah memberikan kebijakan pada pendapatan daerah dalam bentuk upaya peningkatan pendapatan daerah pada sektor pariwisata melalui pajak daerah, meliputi: pajak hotel, restoran, reklame dan parkir. Selain itu terdapat pemungutan pada retribusi tempat rekreasi. Retribusi tempat rekreasi di sektor pariwisata dihasilkan dari 3 destinasi yang dikelola oleh pemerintah yaitu, Situ Ciburuy, Goa Pawon, dan Curug Malela. Dari hasil kontribusi pajak dan retribusi, menyebabkan sektor pariwisata mampu menyumbangkan PAD di Kabupaten Bandung Barat meskipun relatif kecil. Oleh karena itu, pemerintah menyadari bahwa sektor pariwisata bukanlah menjadi sektor penyumbang terbesar dalam PAD, tetapi berpotensi dalam meningkatkan pemasukan PAD.

## 2. Strategi pengembangan kelembagaan kepariwisataan,

Berdasarkan RIPKE Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam strategi pengembangan kelembagaan kepariwisataan terdiri dari tiga program, yaitu: pengembangan organisasi (Pemda, swasta dan masyarakat), pengembangan SDM, dan mekanisme operasional di bidang kepariwisataan. Pariwisata akan lebih cepat berkembang jika para pemerhati pariwisata (*stakeholder*) dapat saling bekerjasama dan mendukung program pengembangan pariwisata.

Pemerintah memfasilitasi dengan membentuk kelompok penggerak pariwisata, seperti kelompok sadar wisata (pokdarwis). Untuk meningkatkan peran pokdarwis, pemerintah melakukan pemberdayaan, pelatihan, bimbingan teknis (bimtek) serta diskusi/FGD untuk masyarakat. Selain itu juga Pemerintah berupaya untuk membangun jejaring pokdarwis agar lebih luas lagi. Tujuan Pemerintah berkolaborasi dengan pokdarwis, agar ekonomi masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi wisata diharapkan akan bangkit ketika kawasan wisata berhasil menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Namun pada kenyataannya, belum semua objek wisata memiliki pokdarwis, selain itu juga adanya masalah klasik yang disebabkan dari masyarakat itu sendiri, karena kesadaran akan potensi pariwisata yang masih rendah. Sehingga ini menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah agar masyarakat dapat saling menjaga potensi wisata di sekitarnya serta dapat berperan aktif untuk terlibat secara penuh dalam pengembangan pariwisata.

## 3. Strategi pengembangan industri pariwisata

Berdasarkan RIPKE Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam strategi pengembangan industri pariwisata terdiri dari tiga program, yaitu: peningkatan daya saing produk pariwisata, peningkatan kemitraan usaha pariwisata, dan pemenuhan tanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya. Kementerian Pariwisata telah menjabarkan bahwa

industri pariwisata dapat diartikan sebagai perkumpulan dari usaha-usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Misalnya jasa transportasi wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi berupa hotel, villa, dan akomodasi lainnya. Sedangkan untuk produk industri yang menghasilkan barang, terdapat pada ekonomi kreatifnya seperti kerajinan dan cenderamata.

Perkembangan industri pariwisata pada umumnya ditandai dengan adanya peningkatan kuantitas dan kualitas pada pelayanan usaha-usaha pariwisata yang terdapat di sekitar destinasi pariwisata. Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian dapat dilihat dari aktivitas wisatawan. Pada setiap wisatawan yang berkunjung sebagian besar mengeluarkan uangnya untuk keperluan biaya transportasi sampai berbelanja membeli produk barang/jasa di destinasi wisata. Terjadinya peningkatan permintaan produk industri pariwisata pada umumnya diakibatkan, karena meningkatnya wisatawan yang berkunjung serta lama tinggal wisatawan ke destinasi wisata.

Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat sudah bermitra dengan biro perjalanan wisata seperti traveloka, namun untuk bermitra dengan hotel dan restoran dapat dikategorikan masih rendah. Dengan menjalin kemitraan tujuannya untuk menyediakan tempat/gerai kepada pelaku industri pariwisata agar dapat menjual produk ekonomi kreatifnya di tempat tersebut. Untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, Pemerintah memberikan pelatihan dan pendampingan UMK dalam merintis usahanya, sehingga ke depannya dapat menciptakan produk-produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai tinggi dan berdaya saing di industri pariwisata. Karena dengan terciptanya produk ekonomi kreatif menjadikan para pelaku industri pariwisata mendapatkan penghasilan dari penjualan produknya. Namun kenyataannya, potensi ekonomi kreatif yang sudah berkembang masih belum terkendali karena masih minimnya pembinaan.

Terkait perkembangan industri pariwisata ada hal yang menjadi pemicu bagi investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata seperti: investasi pembangunan hotel, restoran, pembelian peralatan dan lain sebagainya. Dalam hal ini, Pemerintah Disparbud masih melakukan sosialisasi dan rapat kepada para *stakeholder*. Karena dalam kegiatan investasi di sektor pariwisata Kabupaten Bandung Barat masih belum riil pelaksanaannya, karena masih menginduk kepada dinas penanaman modal, pemerintah Disparbud baru mengkaji mengenai penanaman modal di sektor pariwisata. Namun faktanya, masih rendahnya tingkat investasi yang masuk karena pemerintah Disparbud belum mengadakan program kegiatan investasi secara langsung di sektor pariwisata, pemerintah tidak bisa berjalan sendiri karena seluruhnya masih menginduk kepada dinas penanaman modal.

Terkait kebijakan sertifikasi, pemerintah Disparbud berupaya untuk mensosialisasikan pelatihan mengenai keahlian di bidang pariwisata kepada para pelaku usaha, program tersebut sudah dilaksanakan pada setiap tahunnya. Pemerintah juga memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha, terhadap bawahan ataupun karyawannya juga harus memiliki sertifikasi. Namun dalam pelaksanaannya, pemerintah masih belum dapat menganggarkan biaya sertifikasi, sehingga dengan keadaan tersebut pemerintah masih berupaya meminta bantuan kepada kementerian pariwisata berupa dana hibah.

Selanjutnya masih terkait dengan perizinan usaha, dalam rangka membangun industri pariwisata yang kredibel pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat mengadakan kegiatan pengembangan, sosialisasi, dan penerapan serta pengawasan standarisasi usaha, pemerintah juga telah mengupayakan proses perizinan dengan memberikan pelayanan melalui regulasi yang sederhana. Selain itu, pemerintah melakukan pendataan terhadap sejumlah izin pariwisata yang terus berkembang setiap tahunnya. Untuk pariwisata yang belum mengantongi izin, pemerintah akan melakukan pendataan dan berkomunikasi dengan pemilik usaha supaya dapat menempuh izin sesuai dengan aturan yang berlaku.

Berdasarkan RIPKE Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam strategi pengembangan industri pariwisata terdiri dari tiga program, yaitu: peningkatan daya saing produk pariwisata, peningkatan kemitraan usaha pariwisata, dan pemenuhan tanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya. Kementerian Pariwisata telah menjabarkan bahwa

industri pariwisata dapat diartikan sebagai perkumpulan dari usaha-usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Misalnya jasa transportasi wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi berupa hotel, villa, dan akomodasi lainnya. Sedangkan untuk produk industri yang menghasilkan barang, terdapat pada ekonomi kreatifnya seperti kerajinan dan cenderamata.

Perkembangan industri pariwisata pada umumnya ditandai dengan adanya peningkatan kuantitas dan kualitas pada pelayanan usaha-usaha pariwisata yang terdapat di sekitar destinasi pariwisata. Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian dapat dilihat dari aktivitas wisatawan. Pada setiap wisatawan yang berkunjung sebagian besar mengeluarkan uangnya untuk keperluan biaya transportasi sampai berbelanja membeli produk barang/jasa di destinasi wisata. Terjadinya peningkatan permintaan produk industri pariwisata pada umumnya diakibatkan, karena meningkatnya wisatawan yang berkunjung serta lama tinggal wisatawan ke destinasi wisata.

Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat sudah bermitra dengan biro perjalanan wisata seperti traveloka, namun untuk bermitra dengan hotel dan restoran dapat dikategorikan masih rendah. Dengan menjalin kemitraan tujuannya untuk menyediakan tempat/gerai kepada pelaku industri pariwisata agar dapat menjual produk ekonomi kreatifnya di tempat tersebut. Untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, Pemerintah memberikan pelatihan dan pendampingan UMK dalam merintis usahanya, sehingga ke depannya dapat menciptakan produk-produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai tinggi dan berdaya saing di industri pariwisata. Karena dengan terciptanya produk ekonomi kreatif menjadikan para pelaku industri pariwisata mendapatkan penghasilan dari penjualan produknya. Namun kenyataannya, potensi ekonomi kreatif yang sudah berkembang masih belum terkendali karena masih minimnya pembinaan.

Terkait perkembangan industri pariwisata ada hal yang menjadi pemicu bagi investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata seperti: investasi pembangunan hotel, restoran, pembelian peralatan dan lain sebagainya. Dalam hal ini, Pemerintah Disparbud masih melakukan sosialisasi dan rapat kepada para *stakeholder*. Karena dalam kegiatan investasi di sektor pariwisata Kabupaten Bandung Barat masih belum riil pelaksanaannya, karena masih menginduk kepada dinas penanaman modal, pemerintah Disparbud baru mengkaji mengenai penanaman modal di sektor pariwisata. Namun faktanya, masih rendahnya tingkat investasi yang masuk karena pemerintah Disparbud belum mengadakan program kegiatan investasi secara langsung di sektor pariwisata, pemerintah tidak bisa berjalan sendiri karena seluruhnya masih menginduk kepada dinas penanaman modal.

Terkait kebijakan sertifikasi, pemerintah Disparbud berupaya untuk mensosialisasikan pelatihan mengenai keahlian di bidang pariwisata kepada para pelaku usaha, program tersebut sudah dilaksanakan pada setiap tahunnya. Pemerintah juga memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha, terhadap bawahan ataupun karyawannya juga harus memiliki sertifikasi. Namun dalam pelaksanaannya, pemerintah masih belum dapat menganggarkan biaya sertifikasi, sehingga dengan keadaan tersebut pemerintah masih berupaya meminta bantuan kepada kementerian pariwisata berupa dana hibah.

Selanjutnya masih terkait dengan perizinan usaha, dalam rangka membangun industri pariwisata yang kredibel pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat mengadakan kegiatan pengembangan, sosialisasi, dan penerapan serta pengawasan standarisasi usaha, pemerintah juga telah mengupayakan proses perizinan dengan memberikan pelayanan melalui regulasi yang sederhana. Selain itu, pemerintah melakukan pendataan terhadap sejumlah izin pariwisata yang terus berkembang setiap tahunnya. Untuk pariwisata yang belum mengantongi izin, pemerintah akan melakukan pendataan dan berkomunikasi dengan pemilik usaha supaya dapat menempuh izin sesuai dengan aturan yang berlaku.

#### 4. Strategi pengembangan pemasaran dan promosi.

Berdasarkan RIPKE Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam strategi pengembangan promosi pariwisata yang terdiri dari dua program, yaitu: strategi pengembangan pemasaran dan penyelenggaraan promosi. Pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh

Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat secara langsung dilakukan melalui festival ataupun pameran yang diadakan di kota-kota besar di Indonesia. Dengan promosi melalui festival-festival calon wisatawan akan mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang sangat efektif mengenai detail wisata, karena mendapatkan *review* mengenai wisata di Kabupaten Bandung Barat secara langsung. Hal tersebut dapat menarik minat wisatawan sehingga dapat meyakinkan wisatawan untuk dapat berkunjung ke objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat.

Selain itu, untuk penyelenggaraan promosi ada dua cara yang sudah dilakukan oleh Disparbud Kabupaten Bandung Barat, yaitu: melalui festival atau pameran, serta melalui digital marketing (*marketplace*, medsos, media-media *online*). Dalam hal pengembangan produk perlu terus ditingkatkan, melalui: pengembangan event, pemanfaatan teknologi informasi dan penerbitan bahan promosi yang terpercaya.

Pemerintah berupaya untuk mengoptimalkan promosi melalui media sosial seperti: website, instagram dan facebook. Dalam perkembangan terbarunya, di tahun 2021 pemerintah memperbarui dan meng-*upgrade* laman website serta membuat channel YouTube dan TikTok.

Dalam peningkatan efektivitas dan efisiensi promosi melalui pengembangan dan pengenalan produk baru serta memfasilitasi promosi di bidang industri kreatif pendukung pariwisata. Untuk peningkatannya, didukung dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata, untuk mengembangkannya dengan cara meningkatkan jumlah media sebaran informasi mengenai potensi pariwisata, budaya dan ekonomi kreatif. Selain itu, saling bersinergi pemerintah antar lintas sektoral melalui promosi terpadu bersama Kab/Kota di Jawa Barat.

### **Analisis Faktor Pendorong dan Penghambat Strategi Pengembangan Pariwisata yang dilakukan Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat**

Faktor pendorong strategi pengembangan pariwisata, antara lain:

1. Potensi Wisata Melimpah  
Dalam sisi geografisnya, Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah yang memiliki panorama alam yang indah, sejuk dan masih asri. Potensi wisata melimpah yang dimiliki Kabupaten Bandung Barat sangat mendukung keberadaan objek wisata. Keindahan alam tercermin dari keindahan gunung, sumber air, serta pepohonan yang rindang.
2. Dukungan Pemerintah  
Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat mempunyai peranan penting dalam pengembangan sektor pariwisata. Pemerintah memberikan pemahaman kepada masyarakat (baik pengelola maupun investor) terkait pengembangan destinasi pariwisata berdasarkan pada RIPKE Kabupaten Bandung Barat. Sehingga terjalin koordinasi kerjasama antar pihak-pihak terkait antara pemerintah, masyarakat, maupun pihak swasta dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Bandung Barat.
3. Kemajuan Teknologi Informasi  
Di era globalisasi saat ini arus perubahan semakin cepat sehingga mendorong kemajuan teknologi informasi semakin canggih. Sehingga hal ini menjadi salah satu alasan Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat untuk meningkatkan sarana media informasi. Oleh sebab itu, dengan adanya akun media sosial yang dikelola oleh Pemerintah Disparbud seperti: Website, Facebook, Twitter, IG, YouTube dan Tiktok, memberikan kemudahan bagi Pemerintah untuk memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat agar dapat dikenal lebih luas lagi.

Faktor penghambat strategi pengembangan pariwisata, antara lain:

1. Keterbatasan Anggaran  
Terdapat banyak objek wisata di Kabupaten Bandung Barat yang belum dikelola dengan baik karena adanya keterbatasan anggaran sehingga membuat pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Bandung Barat menjadi terhambat. Pada sarana dan prasarana seperti, akses jalan menuju destinasi wisata yang keadaannya masih kurang baik.
2. Isu Keamanan dan Kesehatan

Terdengar juga adanya isu keamanan dan penyakit di beberapa destinasi pariwisata. Kondisi geografis Kabupaten Bandung Barat yang relatif sulit dengan resiko rawan bencana juga menjadi faktor penghambat dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bandung Barat. Letak geografisnya yang memungkinkan terjadi bencana-bencana alam seperti tanah longsor, banjir, gempa bumi dan bencana lainnya yang dapat terjadi di destinasi wisata Kabupaten Bandung Barat.

3. Lemahnya Kesadaran Masyarakat tentang Pariwisata  
Terkait dalam permasalahan SDM, di Kabupaten Bandung Barat masyarakatnya masih belum kuat akan kesadaran terhadap pariwisata. Masyarakat masih belum menyadari akan potensi pariwisata di Kabupaten Bandung Barat, sehingga menimbulkan ketidaksepadanan dari potensi wisata yang melimpah namun masyarakat masih kurang berpartisipasi dalam kegiatan di sektor pariwisata.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Pariwisata,  
Berdasarkan RPJMD Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2023 dan RIPKE Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2025 menyatakan, bahwa strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Disparbud Kabupaten Bandung Barat terdapat empat strategi, antara lain: 1) Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata, 2) Strategi Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata, 3) Strategi Pengembangan Industri Pariwisata, 4) Strategi Pengembangan Pemasaran dan Promosi.  
Strategi-strategi yang sudah dilakukan Pemerintah Disparbud Kabupaten Bandung Barat secara keseluruhan sudah dilaksanakan dengan baik, namun ada beberapa strategi yang pelaksanaannya masih kurang maksimal. Misalnya, belum optimalnya persebaran objek wisata, kondisi sarana dan prasarana serta infrastruktur yang kurang memadai, adanya kerusakan pada aksesibilitas menuju objek wisata, belum optimalnya kapasitas SDM dan pelayanan kepada wisatawan, belum optimalnya pertumbuhan ekonomi kreatif dan pembinaan terhadap pelaku usaha industri pariwisata, serta rendahnya investasi yang masuk di sektor pariwisata.
2. Faktor pendorong dan penghambat strategi pengembangan pariwisata,  
Adapun faktor pendorong strategi pengembangan pariwisata, yaitu: potensi wisata yang melimpah di Kabupaten Bandung Barat, adanya dukungan dari Pemerintah, dan kemajuan teknologi informasi. Sedangkan faktor penghambat strategi pengembangan pariwisata, yaitu: keterbatasan anggaran, adanya isu keamanan dan kesehatan, serta lemahnya kesadaran masyarakat tentang pariwisata.

#### **Acknowledge**

Berisi ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu penelitian Anda.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat. (2018). Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bandung Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2025. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.
- [2] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2015). Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2015-2019, Pemerintah Republik Indonesia.
- [3] Miles, M. B dan A. M Huberman. (1992) *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Diterjemahkan oleh Tjejep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- [4] Moleong, J. Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [5] Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Buku.pdf.



- [6] Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. (2018). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Bandung Barat tahun 2018-2023. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.
- [7] Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. (2007). Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Bandung Barat tahun 2007-2025. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.
- [8] Suwanto, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- [9] Yoeti, Oka, A. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- [10] Yoeti, Oka, A. (2008) *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradaya Pratama
- [11] Muharam, Rizki Yunan, Haviz, Meidy (2022). *Strategi Peningkatan Status Desa dari Tertinggal menjadi Desa Berkembang*. Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis 2(2). 125-132.