



Jurnal Nasional Pariwisata

Strategi Peningkatan Daya Dukung Wisata di Kawasan Wisata Lembang

Fairuz Labibah^{1*}, Puti Nailatulfariyah I.K.¹, Alhilal Furqan²

¹Program Studi Biomanajemen, Sekolah Ilmu dan Teknologi Hayati, Institut Teknologi Bandung

²Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung

**Corresponding email:
fairuzlabibah15@gmail.com*

ABSTRACT

Metode penilaian daya dukung wisata yang umum digunakan saat ini memiliki kekurangan karena masih menggunakan indikator yang tidak bisa diukur sehingga sulit untuk dipahami dan diaplikasikan dalam bentuk kebijakan oleh pihak terkait. Selain itu, beberapa indikator tidak dikumpulkan sama sekali oleh pihak berwenang karena tidak dianggap penting atau hanya relevan untuk satu jenis destinasi dan tidak untuk destinasi lainnya. Sehingga ESPON melakukan penelitian untuk mengembangkan sebuah metode baru dalam menilai daya dukung kawasan wisata yang telah diimplementasikan di 4 destinasi di Slovenia dan Italia. Metode tersebut kemudian diadaptasi agar dapat diimplementasikan di kawasan wisata Lembang, dan memiliki beberapa tahapan, yaitu tinjauan umum destinasi wisata, tinjauan destinasi wisata dari sudut pandang pembangunan berkelanjutan dan pengembangan pariwisata, pengumpulan data destinasi wisata, identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), dan perumusan strategi. Beberapa strategi yang dihasilkan adalah memanfaatkan kekayaan alam dan budaya dengan bijaksana untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata, melibatkan semua pihak (pengelola, pemerintah, masyarakat dan wisatawan) dalam menjaga fasilitas umum objek wisata, menjadikan ulasan buruk wisatawan sebagai evaluasi bagi pengelola objek wisata terutama yang berkaitan dengan perbaikan fasilitas umum, menjaga kekayaan alam dengan memberi sanksi yang tegas pada oknum yang merusak alam di kawasan wisata, dan memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan seluruh objek wisata yang ada.

Kata Kunci: daya dukung, wisata, metode, strategi, Lembang

ABSTRACT

Commonly used tourism carrying capacity assessment methods currently have shortcomings because they still use indicators that cannot be measured, making it difficult to be understood and applied in the form of policies by relevant parties. In addition, some indicators are not collected at all by authorities because they are not considered important or are only relevant for one type of destination and not for other destinations. So ESPON conducted research to develop a new method for assessing the carrying capacity of tourist areas that was implemented in four destinations in Slovenia and Italy. The method was then adapted to be implemented in the Lembang tourism area, and has several stages, namely an overview of tourist destinations, a review of tourist destinations from the point of view of sustainable development and tourism development, data collection of tourist destinations, identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT), and strategy formulation. Some of the resulting strategies are utilizing natural and cultural wealth wisely to improve the economy and welfare of the community around the tourist area, involving all parties (managers, government, community and tourists) in maintaining public facilities of tourist attractions, making bad reviews of tourists as an evaluation for tourist attraction managers, especially those related to improving public facilities, protecting natural wealth by giving strict sanctions to people who damage nature in tourist areas, and empowering the community in developing all existing tourist attractions.

Keywords: carrying capacity, tourism, methods, strategies, Lembang

PENDAHULUAN

Area wisata memiliki kemampuan tertentu untuk menampung wisatawan. Kemampuan suatu daerah untuk menerima wisatawan yang dinyatakan dalam jumlah wisatawan per satuan luas per satuan waktu disebut dengan Daya dukung (Soemarwoto, 2004). Daya dukung wisata berkaitan erat dengan jumlah wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata tersebut. Hal ini juga dapat menentukan kualitas kepuasan dan kenyamanan pengunjung dalam menikmati aktivitas wisata di area yang dikunjungi (Lucyanti, 2013). Saat daya dukung wisata terlampaui maka kenyamanan dan kepuasan wisatawan dapat berkurang. Penilaian daya dukung wisata mempertimbangkan beberapa aspek seperti jumlah turis per tahun, lama kunjungan turis, berapa sering lokasi “rentan” secara ekologis dapat dikunjungi, dan lain sebagainya (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2009).

Kekurangan dari metode penilaian daya dukung yang umum digunakan saat ini adalah masih menggunakan indikator yang tidak bisa diukur sehingga sulit untuk dipahami dan diaplikasikan dalam bentuk kebijakan oleh pihak terkait. Salah satu masalah yang paling menonjol adalah ketersediaan data dan usaha pengumpulan data yang diperlukan untuk memulai penilaian daya dukung. Selain itu, beberapa indikator tidak dikumpulkan sama sekali oleh pihak berwenang karena tidak dianggap penting atau hanya relevan untuk satu jenis destinasi dan tidak untuk destinasi lainnya. Sehingga ESPON melakukan penelitian untuk mengembangkan sebuah metode baru dalam menilai daya dukung kawasan wisata. Dalam proyek ESPON ini, harus fokus terhadap indikator yang dapat dihitung dan setiap indikator yang diusulkan dalam proses yang tidak dapat diisi oleh sumber data yang komprehensif harus diabaikan. Lebih khusus lagi, idenya bukanlah untuk mengusulkan serangkaian indikator baru karena inisiatif tersebut jumlahnya sangat banyak, tetapi dengan menggunakan indikator yang diterima secara umum oleh literatur, memenuhi tiga dimensi keberlanjutan (lingkungan, sosial, dan ekonomi), dan memiliki peluang besar untuk tersedia dan diminati oleh para pemangku kepentingan di destinasi wisata (dalam proyek ini khususnya 4 destinasi dalam studi kasus). Menurut evaluasi yang dilakukan ESPON, dalam penilaian daya dukung tidak ada cara tunggal yang melingkupi daya dukung pariwisata dari dimensi yang berbeda (sosial, ekonomi, dan lingkungan) dan tidak ada cara yang seragam untuk mengukur daya dukung di destinasi-destinasi yang berbeda. Maka, ESPON berusaha membuat metode penilaian daya dukung wisata yang dapat digunakan di berbagai destinasi wisata.

Dalam makalah ini, Kecamatan Lembang menjadi daerah yang digunakan untuk mencoba metode ESPON dalam penilaian daya dukung. Kecamatan Lembang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Bandung Barat yang memiliki potensi wisata paling banyak dan menjadi kawasan wisata unggulan di Kabupaten Bandung Barat. Wisatawan yang mengunjungi lembang pun terus meningkat, seiring dengan berkembangnya potensi wisata di Lembang. Dalam pengembangan wisatanya, masyarakat banyak dilibatkan untuk ikut bekerja dengan perusahaan maupun diberikan ruang untuk membuka usaha. Selanjutnya, tujuan dari penulisan makalah ini adalah:

1. Mengetahui daya dukung wisata di kawasan wisata Lembang
2. Menentukan strategi peningkatan daya dukung wisata berdasarkan metode yang diadaptasi dari metode tahapan ESPON

TINJAUAN PUSTAKA

Sebuah penelitian dari ESPON mengenai metodologi daya dukung untuk wisata telah dilakukan untuk menganalisis daya dukung wisata di 4 destinasi di Slovenia dan Italia. Target dari proyek yang dilakukan oleh ESPON adalah mengukur daya dukung dari suatu destinasi berdasarkan tinjauan dari metodologi yang telah ada sebelumnya. Metode ini memungkinkan, bukan hanya menghitung daya dukung, namun juga mengembangkan aksi dengan skala daerah serta dapat menyajikan berbagai data dan visualisasi dari alur turis. Proyek ini bergantung pada data kuantitatif, yaitu data statistik daerah, sebagai prasyarat untuk menampilkan hasil yang berarti.

Selain itu juga, elemen kualitatif seperti kolaborasi dengan pemangku kepentingan destinasi wisata. Hasil dari proyek ini berupa buku panduan metodologi tahapan untuk menilai daya dukung destinasi wisata, alat visualisasi pendukung (dasbor) serta bukti teritorial mengenai dampak pariwisata di wilayah studi kasus beserta rekomendasi pengelolaan arus pariwisata untuk memastikan pembangunan berkelanjutan di wilayah tersebut (laporan studi kasus). Metode yang digunakan di proyek ini didesain untuk memenuhi kebutuhan penduduk dan pemangku kepentingan daerah diikuti dengan pendekatan partisipatif. Dalam aplikasinya, metode yang dilakukan di proyek ESPON ini melakukan pendekatan partisipatif yang mengkombinasikan masukan dari ahli eksternal dengan pengetahuan daerah dan menghasilkan identifikasi dampak wisata yang penting. Selain itu dalam metode ini juga lebih mengadaptasi kepada kebutuhan daerah dari berbagai kondisi. Dalam proyek ini dipahami bahwa daya dukung wisata bukan menghasilkan sebuah angka tapi menjadi alat untuk manajemen wisata. Hal ini berkaitan dengan upaya pemahaman terhadap framework yang lebih luas, yaitu memperlihatkan keterkaitan antara arus wisata dengan pengembangan sosial-ekonomi daerah yaitu pengembangan sosial-ekonomi dapat meningkatkan kapasitas wisata dan tawaran wisata, sedangkan dampak dari wisata penting untuk pengembangan daerah dan mungkin membutuhkan penyesuaian yang signifikan terhadap strategi pengembangan wisata secara khusus dan pengembangan daerah secara umum. Metode ini membutuhkan partisipasi bukan hanya dari pemangku kepentingan yang berkaitan dengan bidang wisata tapi juga pemangku kepentingan daerah. Orientasi proses yang kuat dan elemen partisipatif menciptakan rasa kepemilikan bagi pihak-pihak yang terlibat, memfasilitasi penyerapan hasil ke dalam strategi pembangunan daerah dan kebijakan lainnya.

1. Tahap 1:

Tahap ini juga disebut Tinjauan Umum Destinasi. Pada tahap ini, peneliti perlu bekerja sama dengan pemerintah daerah dari destinasi wisata, untuk melakukan 4 sub-tahap, yaitu:

- a. mengumpulkan informasi yang lengkap
- b. melakukan analisis kebutuhan
- c. menganalisis strategi dan kebijakan yang ada, serta
- d. memvalidasi dan melengkapi setiap temuan melalui wawancara.

Pemerintah daerah dan destinasi perlu menyediakan akses ke dokumen kebijakan dan data statistik yang relevan. Kemudian, data-data tersebut akan digunakan untuk menentukan siapa saja pemangku kepentingan yang bisa menjadi narasumber untuk wawancara. Jumlah orang yang diwawancarai tergantung pada ukuran destinasi, tetapi tiga hingga empat orang

pemangku kepentingan sudah cukup. Untuk memenuhi aspek-aspek yang relevan dengan daya dukung, idealnya pemangku kepentingan yang diwawancarai adalah perwakilan dari pemerintah daerah, DMO, serta badan pengembangan ekonomi daerah. Sub-tahap 1 didasarkan pada dokumen, laporan, dan data statistik yang ada. Sub tahap 2 merupakan tinjauan berbasis data dan literatur mengenai kebutuhan destinasi dalam hal pengembangan pariwisata, pembangunan sosial- ekonomi, dan isu-isu yang terkait dengan daya dukung destinasi. Di mana hal tersebut dapat menghasilkan penilaian kebutuhan yang terperinci. Sub-tahap 3 merupakan analisis yang lengkap mengenai kebijakan dan strategi yang relevan pada semua tingkat wilayah. Sub tahap 4 merupakan wawancara yang menghasilkan persepsi dan pendapat para pemangku kepentingan mengenai data-data dari sub-tahap 1 sampai 3 untuk memenuhi aspek-aspek seperti definisi destinasi, persepsi terhadap tantangan utama, dan perkiraan potensi dalam pengembangan wisata.

2. Tahap 2

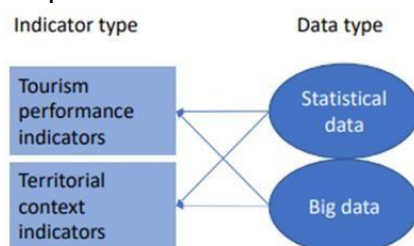
Identifikasi hubungan sebab-akibat antara pariwisata dan wilayah administratif Tahap ini berfokus pada keterkaitan antara aspek pembangunan daerah dan situasi pariwisata di destinasi tersebut. Tahap ini terdiri dari 4 sub-tahap, yaitu:

- a. Membuat gambaran sistemik mengenai dampak pariwisata di destinasi tersebut
- b. Indikator wilayah administratif
- c. Indikator pariwisata

Gambaran sistemik mencerminkan situasi pada destinasi pariwisata berdasarkan informasi yang dikumpulkan pada Tahap 1. Langkah ini dapat menghasilkan keterkaitan antara pariwisata dan konteks kewilayahan dalam tiga dimensi keberlanjutan (ekonomi, sosial, lingkungan), serta dimensi tata kelola. Selanjutnya, hubungan sebab-akibat tersebut dibuat ke dalam bentuk daftar indikator wilayah administratif dan indikator pariwisata. Pemilihan indikator harus spesifik, sesuai dengan kebutuhan yang teridentifikasi pada Tahap 1. Kemudian, gambaran sistemik dan daftar indikator yang dihasilkan didiskusikan bersama para pemangku kepentingan yang terlibat. Diskusi tersebut harus menghasilkan gambaran sistemik dan daftar indikator yang telah difinalisasi untuk suatu tujuan yang telah disepakati bersama, yaitu menghasilkan strategi dalam pengembangan pariwisata yang sesuai dengan daya dukungnya.

3. Tahap 3

Tahap ini merupakan Pengukuran Arus Pariwisata. Pengukuran arus pariwisata didasarkan pada indikator yang telah diidentifikasi. Indikator- indikator tersebut, berasal dari dua jenis data yang berbeda, seperti yang tertera pada Gambar 1.



Gambar 1. Kombinasi Tipe Data untuk Indikator Wilayah Administratif dan Indikator Pariwisata (Sumber: Consortium, 2020)

Data statistik biasanya disediakan oleh organisasi statistik publik atau swasta, sedangkan *big data* biasanya berasal dari internet, seperti OpenStreetMap untuk pariwisata, serta Instagram. *Big data* digunakan sebagai sumber pelengkap untuk menggambarkan kondisi pariwisata di destinasi yang diteliti. Informasi yang diperoleh dari *big data* biasanya dapat dieksplorasi dan dapat mencakup daya tarik sosial, misalnya dengan indikator sentimen yang berasal dari unggahan media sosial. Analisis sentimen berdasarkan unggahan Instagram dapat mengungkapkan wawasan tentang persepsi destinasi tersebut dari sudut pandang wisatawan (Ranaweera & Rajapakse, 2016). Hal ini menjadi penting karena dapat ditinjau lebih jauh lagi melalui karakteristik temporal. Misalnya wisatawan merasa senang karena jumlah wisatawan yang dinilai tidak terlalu ramai, atau adanya berita positif pada destinasi tersebut seperti akan diselenggarakannya acara budaya. Bisa juga wisatawan merasa tidak tenang karena adanya berita serangan teroris di sekitar destinasi yang didatangi. Tahap pengukuran arus pariwisata ini terdiri dari 3 sub-tahap, yaitu:

- a. Pengumpulan data
- b. Estimasi arus wisatawan
- c. Prediksi arus wisatawan di masa yang akan datang.

4. Tahap 4

Ini merupakan tahap Identifikasi dampak pariwisata berdasarkan konteks pariwisata dan wilayah administrative. Pada tahap ini, elemen kunci yang dibutuhkan adalah kombinasi pasangan indikator yang menggambarkan konteks wilayah administratif dan pariwisata dari destinasi. Pemilihan pasangan indikator dilakukan berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi pada Tahap 1 dan 2.

5. Tahap 5

Tahap ini disebut identifikasi daya dukung. Pada tahap ini, semua yang dihasilkan dari tahap-tahap sebelumnya kemudian didiskusikan bersama seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Pada diskusi tersebut, identifikasi daya dukung dilanjutkan dengan perumusan strategi yang dapat diadopsi menjadi kebijakan.

METODE

Studi ini menggunakan pendekatan tinjauan literatur (literature review) untuk mengadaptasi metode yang digunakan Proyek ESPON dalam mengukur daya dukung suatu kawasan wisata yang mendukung pembangunan berkelanjutan. Sehingga dihasilkan metode sebagai berikut:

1. Tinjauan umum destinasi wisata

Pada tahap ini, langkah yang dilakukan adalah:

- a. Melakukan analisis kebutuhan destinasi wisata
- b. Melakukan analisis kebijakan yang mengatur destinasi wisata

2. Tinjauan destinasi wisata dari sudut pandang pembangunan berkelanjutan dan pengembangan pariwisata

Pada tahap ini, langkah yang dilakukan adalah:

- a. Membuat indikator keberlanjutan
- b. Membuat indikator pariwisata

3. Pengumpulan data destinasi wisata

Pada tahap ini, langkah yang dilakukan adalah mengumpulkan data, baik data statistik maupun big data dari internet, mengenai pemenuhan indikator keberlanjutan dan indikator wisata pada kawasan Lembang

4. Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT)

Kekuatan adalah sumber daya yang dapat dikendalikan oleh pengelola destinasi pariwisata untuk membuat destinasi tersebut lebih unggul dibandingkan yang lain. Kekuatan dapat terkandung dalam keindahan alam, manajemen pengelolaan, atau hubungan baik antara pengelola destinasi wisata dengan wisatawan. Sementara itu, kelemahan adalah keterbatasan yang dimiliki suatu destinasi pariwisata yang dapat menjadi hambatan destinasi tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Peluang adalah situasi yang menguntungkan dalam lingkungan suatu destinasi pariwisata. Peluang tersebut dapat berupa perubahan kondisi persaingan, adanya kebijakan atau regulasi yang menguntungkan, atau peningkatan teknologi. Sedangkan ancaman adalah situasi tidak menguntungkan yang dapat menjadi penghalang bagi destinasi wisata untuk berkembang (Suarto, 2017). Pada tahap ini, indikator keberlanjutan dan indikator pariwisata yang dihasilkan di Tahap 2 dikombinasikan untuk memenuhi analisis kebutuhan dari Tahap 1.

5. Perumusan strategi

Perumusan strategi dilakukan melalui Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah sebuah metode yang mengembangkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah berdasarkan faktor internal (strength, weakness) dan faktor eksternal (opportunities, threats) untuk memformulasikan strategi (Freddy, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap 1: Deskripsi Destinasi Wisata

a. Analisis Kebutuhan Tempat Wisata Lembang

Kecamatan Lembang merupakan wilayah pariwisata di Kabupaten Bandung Barat oleh karena itu pemerintah sangat mendukung dan memberikan perhatian yang lebih terhadap pariwisata di Lembang. Untuk mengetahui kebutuhan dari area pariwisata Lembang, dilakukan analisis kebutuhan dari objek objek wisata yang ada di lembang (Tabel 1). Analisis dilakukan berdasarkan literatur yang telah ada sebelumnya. Kebutuhan dari wilayah pariwisata Lembang adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan pelestarian budaya
- 2) Penambahan, perbaikan, dan pemeliharaan fasilitas umum
- 3) Pengaturan alur pengunjung
- 4) Perhitungan harga tiket wisata sesuai kualitas
- 5) Perencanaan wisata yang matang
- 6) Pemberdayaan dan pengembangan masyarakat

Kebutuhan-kebutuhan ini, diturunkan dari masalah-masalah yang ditemukan di berbagai objek wisata yang berada di Lembang. Salah satu masalah yang banyak disorot dalam beberapa literatur adalah minimnya pengaturan alur pengunjung sehingga menimbulkan ketidaknyamanan akibat penuhnya wahana atau bahkan objek wisata yang dikunjungi. Hal ini juga berkaitan dengan kemacetan yang kerap terjadi di Lembang akibat banyaknya wisatawan yang ingin berwisata di area lembang. Selain itu juga masalah fasilitas di objek wisata banyak menjadi perhatian, tidak sedikit yang mengeluhkan mengenai kebersihan fasilitas umum seperti kamar mandi, tempat sampah, hingga terbatasnya parkir. Perencanaan wisata juga menjadi hal penting untuk dilakukan agar menghindari masalah masalah di bawahnya seperti harga tiket yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, kurang menariknya wahana yang dibuat, hingga kurang diberdayakannya masyarakat dalam kegiatan wisata. Terakhir pada beberapa objek wisata seperti Tangkuban Perahu, terdapat sejarah dan budaya yang perlu dilestarikan, selain itu juga banyak pengunjung yang berharap jika terdapat wahana edukasi di objek wisata.

Tabel 1. Analisis Kebutuhan Objek Wisata

Literatur	Lokasi	Masalah	Kebutuhan
Nugraha <i>et. al.</i> , 2017	Lembang	1. Kehilangan nilai budaya yang dianut masyarakat 2. Dibutuhkan pelibatan komunitas adat dalam pengelolaan wisata, place branding	1. Kegiatan pelestarian budaya 2. Penambahan, perbaikan, dan pemeliharaan fasilitas umum
Bhudiharty, 2019	Farmhouse	1. Fasilitas kurang baik (toilet kurang memadai, jalurpejalan kaki sempit, harga makan mahal, pengunjung terlalu padat, tempat parkir terbatas) 2. Kemacetan	3. Pengaturan alur pengunjung 4. Perhitungan harga tiket wisata sesuai kualitas 5. Perencanaan wisata yang matang
Nurlatifah <i>etal</i> , 2020	Tangkuban perahu	Harga tiket yang dibayar harus sesuai dengan kualitas yang diberikan konteks: pengunjung cukup puas dengan kualitas pelayanan, harga, dan promosi	6. Pemberdayaan dan pengembangan masyarakat
Febrita <i>et al</i> , 2021	Tangkuban perahu	Kearifan lokal harus dijaga	
Mahoni, 2018	The lodge Maribaya	1. Kemacetan 2. Pencemaran lingkungan	

b. Analisis Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan menjadi landasan hukum atas kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud

berwisata, yang merupakan bagian dari hak asasi manusia. Menurut undang-undang ini, prinsip penyelenggaraan kepariwisataan terdiri dari:

- a. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai perwujudan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan
- b. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal
- c. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas
- d. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup
- e. Memberdayakan masyarakat setempat
- f. Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan
- g. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata
- h. Memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pada undang-undang ini tertulis kewajiban wisatawan yang diharuskan untuk menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat. Selain itu, wisatawan juga berkewajiban untuk memelihara dan melestarikan lingkungan, serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan. Wisatawan pun harus mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum. Apabila terjadi pelanggaran, wisatawan akan diberikan sanksi administratif berupa teguran yang dapat menyebabkan wisatawan yang bersangkutan diusir dari lokasi perbuatan dilakukan.

Sanksi administratif juga berlaku bagi pengusaha pariwisata yang tidak memenuhi kewajibannya. Salah satu kewajiban pengusaha pariwisata adalah berperan aktif dalam program pemberdayaan masyarakat, misalnya dengan mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal. Selain itu, pengusaha pariwisata juga harus mengembangkan kemitraan dengan usaha mikro, kecil, dan koperasi setempat yang saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan. Selain sanksi administratif, ketentuan pidana juga berlaku bagi setiap orang, termasuk wisatawan dan pengusaha pariwisata yang dengan sengaja dan melawan hukum merusak fisik daya tarik wisata. Ancaman pidana paling lama 7 tahun dan ditambah denda 10 milyar rupiah.

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan

Pedoman ini merupakan acuan bagi pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam pembangunan destinasi pariwisata berkelanjutan. Ruang lingkup pedoman destinasi pariwisata berkelanjutan meliputi pengelolaan berkelanjutan, keberlanjutan sosial dan ekonomi, keberlanjutan budaya, dan keberlanjutan lingkungan. Pada pedoman ini, terdapat kriteria, sub kriteria, indikator, dan bukti pendukung untuk memperjelas penerapan standar destinasi pariwisata berkelanjutan. Beberapa kriteria di antaranya berkaitan dengan struktur dan kerangka pengelolaan, keterlibatan pemangku kepentingan, pengelolaan tekanan

dan perubahan, memberikan manfaat ekonomi lokal, memperhatikan kesejahteraan dan dampak sosial, serta melindungi warisan budaya.

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata Daerah

Peraturan ini dibuat untuk mendukung pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Bandung Barat dengan menjamin efektivitas pelaksanaan dan pengendalian kegiatan usaha pariwisata, menjamin pemanfaatan kepariwisataan secara berkelanjutan dan berwawasan lingkungan hidup, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal dan daerah serta menciptakan lapangan kerja yang sebesar-besarnya untuk kesejahteraan rakyat, melestarikan dan mengembangkan kebudayaan daerah, serta menjamin kepastian hukum dalam penyelenggaraan kegiatan usaha pariwisata. Beberapa hal yang diatur dalam peraturan daerah ini adalah pembangunan kepariwisataan yang meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

Peraturan Bupati Bandung Barat No 53 Tahun 2021 tentang Tugas, Fungsi dan Rincian Tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Peraturan ini berisi tugas, fungsi dan rincian tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata dan bidang kebudayaan, Dalam melaksanakan tugasnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyelenggarakan fungsi seperti perumusan kebijakan teknis, penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum, pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan bidang kebudayaan.

2. Tahap 2

a. Indikator Keberlanjutan

Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dapat dicapai dengan mewujudkan keseimbangan tiga elemen utama, yaitu lingkungan, ekonomi, dan sosial. Pembangunan pariwisata berkelanjutan memiliki prinsip untuk terus menyeimbangkan pemanfaatan lingkungan dengan manfaat ekonomis dari kepariwisataan, menyeimbangkan pemanfaatan sumber daya lingkungan dengan perubahan nilai sosial dan masyarakat lokal yang disebabkan oleh penggunaan sumber daya lingkungan, serta menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan dampak pertumbuhan ekonomi pada nilai sosial dan masyarakat lokal (Dewi, 2011). Diperlukan adanya indikator keberlanjutan dalam pembangunan pariwisata untuk memastikan keseimbangan-keseimbangan tersebut dapat terwujud.

Aspek Lingkungan

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, keberlanjutan lingkungan pada destinasi wisata dapat dicapai melalui konservasi warisan alam, pengelolaan sumber daya, serta pengelolaan limbah dan emisi.

1) Konservasi warisan alam

Terdiri dari 4 kriteria yang di dalamnya memiliki indikatornya masing-masing, yaitu:

a) Perlindungan lingkungan sensitif Indikator:

- Destinasi membuat sistem untuk memonitor, mengukur dan menanggapi dampak pariwisata terhadap lingkungan alami,
 - mengkonservasi ekosistem, habitat dan spesies, dan mencegah masuk dan menyebarnya spesies asing invasif.
- b) Pengelolaan pengunjung pada situs alam Indikator:
- Destinasi membuat mekanisme untuk mengatur pergerakan atau aliran pengunjung
 - Destinasi membuat panduan berperilaku bagi pengunjung serta melakukan monitoring pengunjung
 - Destinasi melakukan koordinasi dan kerja sama dengan badan konservasi setempat untuk mengidentifikasi risiko lingkungan dari pariwisata dan cara-cara mengatasinya.
- c) Interaksi dengan kehidupan liar Indikator:
Destinasi membuat sistem untuk memastikan setiap orang mematuhi undang-undang dan standar lokal, nasional, dan internasional ketika berinteraksi dengan kehidupan liar.
- d) Eksploitasi spesies dan kesejahteraan satwa Indikator:
Destinasi membuat sistem untuk memastikan setiap orang mematuhi undang-undang dan standar lokal, nasional, dan internasional yang menjamin kesejahteraan satwa dan konservasi spesies (hewan, tumbuhan, dan semua organisme hidup).

2) Pengelolaan sumber daya

Terdiri dari 3 kriteria yang di dalamnya memiliki indikatornya masing-masing, yaitu:

- a) Konservasi energi Indikator:
- Destinasi memiliki target dalam mengurangi konsumsi energi, meningkatkan efisiensi pemakaian, serta meningkatkan penggunaan energi terbarukan.
- b) Penatalayanan air dan kualitas air Indikator:
- Destinasi memiliki lembaga atau bekerja sama dengan Badan Usaha untuk mengukur, memonitor, dan melaporkan secara terbuka dan mengelola pemakaian air.
 - Destinasi mengawasi kualitas air untuk minum, rekreasi, dan tujuan ekologi yang menggunakan standar baku.

3) Pengelolaan limbah dan emisi

Terdiri dari 5 kriteria yang di dalamnya memiliki indikatornya masing-masing, yaitu:

- a) Air limbah Indikator:
- Destinasi memiliki panduan yang jelas tentang pengolahan limbah
 - Destinasi memiliki sistem penegakan hukum terhadap pelanggaran dalam pengelolaan limbah
- b) Limbah padat Indikator:
- Destinasi melakukan pengawasan terhadap pengelolaan limbah padat
 - Destinasi melakukan kampanye untuk mengurangi penggunaan plastik dan barang sekali pakai lainnya
 - Destinasi memiliki tempat sampah yang memadai dan layak dipakai, serta dapat menunjang kegiatan daur-ulang.

- c) Emisi gas rumah kaca dan mitigasi perubahan iklim Indikator:
- Destinasi memiliki target untuk mengurangi emisi gas rumah kaca, misalnya dengan menggunakan transportasi berdampak rendah.
 - Destinasi mengupayakan skema penggantian jejak karbon (carbon offset) dari kegiatan pariwisata.

Aspek Sosial-Budaya

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, keberlanjutan pariwisata dari aspek sosial-budaya berkaitan dengan perlindungan warisan budaya. Maka, indikator keberlanjutannya adalah:

- 1) Destinasi membuat kebijakan dan sistem untuk evaluasi, rehabilitasi dan konservasi aset-aset budaya
- 2) Destinasi membuat sistem untuk mengelola pengunjung di dalam dan di sekitar situs-situs budaya
- 3) Destinasi memiliki materi interpretasi mengenai aspek-aspek budaya yang akurat dan dapat menginformasikannya kepada wisatawan

Aspek Sosial-Ekonomi

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, keberlanjutan pariwisata dari aspek sosial-ekonomi harus dapat memberikan manfaat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan dan dampak sosial masyarakat. Maka, indikator keberlanjutannya adalah:

- 1) Destinasi mematuhi kebijakan dan perundang-undangan yang mengatur agar perusahaan di destinasi pariwisata untuk menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat setempat
- 2) Destinasi membuat sistem yang menyokong kewirausahaan dan perdagangan yang berkeadilan, dengan mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mempromosikan dan mengembangkan produk lokal
- 3) Destinasi mematuhi undang-undang dan peraturan tentang hak-hak komunal masyarakat setempat.
- 4) Destinasi membuat sistem untuk mengawasi, mencegah, dan menanggulangi bahaya kejahatan, keamanan, dan kesehatan bagi wisatawan dan masyarakat setempat.

b. Indikator Wisata

Dalam melakukan penilaian daya dukung digunakan juga indikator pariwisata. Dalam proyek ESPON telah dirangkum indikator pariwisata yang digunakan dalam perhitungan daya dukung berdasarkan kelebihan, kekurangan, dan potensi penerapan dari metode metode penilaian daya dukung yang telah dilakukan sebelumnya. Tabel 2 menampilkan indikator yang dapat digunakan. Dijelaskan juga bahwa indikator ini dapat digunakan dalam metode yang digunakan saat ini.

Tabel 2. Indikator yang Digunakan Dalam Proyek ESPON

Literatur	Kelebihan	Kekurangan	Potensi Penerapan	Indikator
Jurando <i>et al.</i> (2021)	Penilaian daya dukung: 24 indikator (9 fisik, 9 ekonomi, 6 sosial)	Fokus pada Kawasan pesisir Ketersediaandata	Sedang	1. Ketersediaan tempat tidur 2. Kedatangan Pengunjung 3. Rata-rata lama waktu tinggal
UNWTO (2014)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepadatan, emisi CO2, konsumsi air, limbah padat, jumlah pengunjung per hari per 100 penduduk. ▪ Kepuasan penduduk, kemacetan dan intrusi, penggunaan layanan penting 	Hanya fokus pada perkotaan Ketersediaan data	Sedang	4. Pendapatan dari pariwisata 5. Bagian kontribusi pariwisata terhadap PDB. 6. Tingkatokupansi 7. Banyaknya kamar yang tersedia di situs akomodasi 8. Ketersediaan Airbnb
Gössling <i>et al.</i> (2015)	Jarang perjalanan dan estimasi emisi CO2	Hanya fokus pada tingkat nasional Ketersediaandata	Rendah	9. Sebaran kamar tidur 10. Distribusi permintaan 11. Kepadatan wisata 12. Intensitas wisata 13. Persentase pengunjung hari yang sama dengan total jumlah pengunjung
European Union (2016); European Commission (n.d.)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat 43 indikator inti ▪ Terdapat indikator tambahan khusus untuk destinasi tertentu 	-	Tinggi	14. Jarang dengan bandara, Pelabuhan, dan situs negara 15. Ulasan buruk di situs wisata 16. Kepuasan pengunjung dan masyarakat
González-Guerrero, Robles, Pérez, Ibarra, and Martínez (2016)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rangkuman dari penelitian daya dukung ▪ Terdapat evaluasi model manajemen pengunjung 	-	Rendah	
McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council(2017)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat 9 matriks Pengembangan diagnostik ▪ Terdapat 5 taktik dengan aksi spesifik 	Hanya fokus pada perkotaan	Tinggi	
UNWTO (2018, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat 11 strategi ▪ Terdapat 68 cara ukur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hanya fokus pada perkotaan ▪ Ketersediaan data 	Sedang	
Önder and Zekan (2019)	Rekomendasi	Hanya fokus pada perkotaan	Sedang	

Sumber: *Consortium*, 2020

3. Tahap 3

Kecamatan Lembang memiliki potensi wisata paling banyak diantara kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat. Hal ini ditunjukkan dari jumlah potensi wisata yang ada di

Kecamatan Lembang sebanyak 48 objek wisata yang terdiri atas wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan (Tabel 3). Hal ini juga diperkuat oleh potensi dari wilayah yang berdekatan dengan Kecamatan Lembang yaitu Kecamatan Parongpong dan Kecamatan Cisarua yang juga memiliki beberapa potensi wisata. Oleh karena itu, Lembang menjadi tujuan wisata unggulan dan paling banyak dikunjungi di Kabupaten Bandung Barat. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 sebanyak 907.580 orang berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat meningkat dari tahun 2021 sebanyak 1.862.855 (BPS, 2023).

Selain berkunjung ke objek wisata, wisatawan juga menginap di akomodasi yang tersedia di area Lembang. Akomodasi penting untuk memberikan wisatawan tempat singgah, istirahat, makan, dan minum. Akomodasi dapat juga memberikan kontribusi ekonomi karena membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Menurut data BPS tahun 2021, sebanyak 363.463 wisatawan menginap di akomodasi yang tersedia di Kabupaten Bandung Barat selama setahun. Akomodasi penginapan yang tersedia di Kabupaten Bandung Barat tahun 2021 sebanyak 98 akomodasi yang terdiri dari hotel bintang dan hotel non bintang (Tabel 5). Dalam penilaian daya dukung, jumlah tempat tidur yang tersedia menjadi salah satu hal penting untuk ditinjau. Tempat tidur yang tersedia di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2021 adalah 2.113 tempat tidur untuk hotel bintang dan 2.418 tempat tidur untuk hotel non bintang (Tabel 5). Tingkat okupansi hotel di Kabupaten Bandung Barat pada hari biasa rata-rata sebesar 20% sedangkan mendekati liburan natal dan tahun baru bisa mencapai lebih dari 77% bahkan sebagian akomodasi sudah penuh (Oot, 2022 dalam Hidayat, 2022). Rata-rata lama menginap wisatawan di Jawa Barat adalah 1,52 hari (BPS Nasional, 2023).

Tabel 3. Potensi Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat Tahun 2022

Kecamatan	Wisata Alam	Wisata Budaya	Wisata Buatan
Lembang	20	2	26
Parongpong	4	0	2
Cisarua	12	2	6
Bandung Barat	88	19	45

Sumber: BPS, 2023

Tabel 4. Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kabupaten Bandung Barat tahun 2021

Jenis Wisatawan	Objek Wisata	Akomodasi
Wisatawan Domestik	2.202.146	363.463

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, 2022

Table 5. Jumlah Perangkat Akomodasi yang Tersedia pada Hotel Bintang dan Non Bintang di Kabupaten Bandung Barat Tahun 2021

Perangkat Akomodasi	Hotel Bintang	Hotel Non Bintang
Akomodasi	19	79
Kamar	1203	1547
Tempat tidur	2113	2418

Sumber: BPS, 2021

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian daerah dengan cepat. Salah satunya dari Pendapatan Asli Daerah yang didapat dari sektor wisata. Menurut Open Data Jabar, sektor pariwisata Kabupaten Bandung Barat menghasilkan pendapatan asli daerah sekitar 75 milyar rupiah (Tabel 6). Sumber pendapatan ini terbagi menjadi beberapa sektor yaitu hotel, restoran, hiburan, dan retribusi.

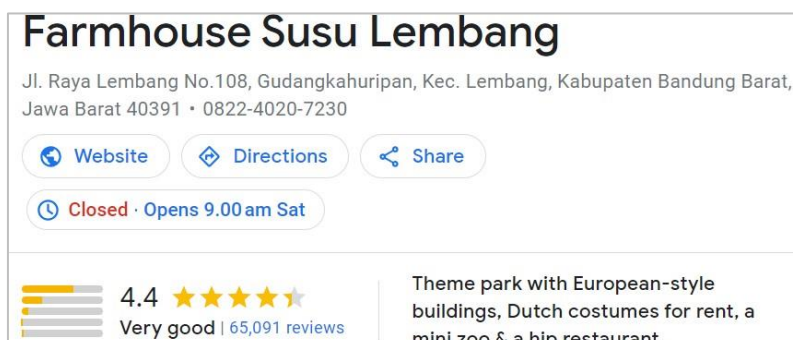
Tabel 6. Jumlah Pendapatan Asli Daerah Bidang Pariwisata di Kabupaten Bandung Barat Tahun 2022

Sektor Wisata	Jumlah Pendapatan (rupiah)
Hotel	20,113,105,072
Restoran/ Rumah Makan	49,422,004,020
Hiburan	3,938,179,404
Retribusi	1,812,364,925
Total	75,285,653,421

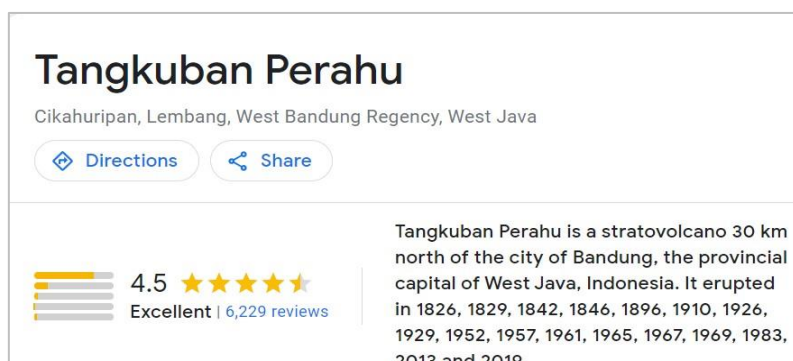
Sumber: Open Data Jabar, 2023

a. Ulasan Wisatawan terhadap Kawasan Wisata

Berikut adalah beberapa ulasan wisatawan terhadap objek wisata di Lembang:



Gambar 2. Rating Objek Wisata Farmhouse, Lembang
(Sumber: Google Review, 2023)



Gambar 3. Rating Objek Wisata Tangkuban Perahu, Lembang
(Sumber: Google Review, 2023)

The Lodge Maribaya

Jalan Maribaya No. 149/252 RT. 03 / RW. 15 Babakan, Gentong, Cibodas, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391 • 0811-2264-808

[Website](#)
[Directions](#)
[Save](#)
[Share](#)

4.3 ★ ★ ★ ★ ★

Very good | 21,689 reviews

Gambar4. Rating Objek Wisata The Lodge Maribaya, Lembang
(Sumber: Google Review, 2023)

Hans Wilsen Cahyadinata
3 months ago on Google

5/5

Place is easy to get to and has good amount of parking space. There's a bridge to connect to The Great Asia Africa across the street. Good place to go with family to take pictures of the buildings and animals in the mini zoo. The ticket price also include an exchange ticket for a cup of milk that you can use inside.

siti nuzulah
a month ago on Google

5/5

MasyaAllah indah bgd..dan Semakin bagus, toilet bersih bersih bgd, trus rapih juga penataan untuk tempat oleh2. Ontang anting penjemputan untuk ke kawah juga bagus2 bgd unit mobilnya. Puas bgd disini alhamdulillah
(Translated by Google)
MasyaAllah, it's really beautiful...and it's getting better, the toilets are really clean, and the arrangement for souvenirs is also neat. The pick-up earring for going to the crater is also very good as a car unit. Very satisfied here, thank God

Gambar 2. Ulasan Positif terhadap Objek di Kawasan Wisata Lembang
(Sumber: Google Review, 2023)

Chandra
a week ago on Google

2/5

Well, the place is below my expectation. I am expecting it has a farm full of cow, sheep, etc. but in reality the cow only 3, and it is not treated well. In the contrary, the sheep farm bit exciting, we can buy carrot and feed them. It has manby place for taking photoshoot, but less in nature experience.

Adrassa ID
2 months ago on Google

1/5

NOT REALLY RECOMENDED!!! Pengalaman saya ke sini tidak terlalu menyenangkan. Hanya menghabiskan penasaran saja ke sini. Selain pemandangan kawahnya yang bagus, yang lainnya BIASA aja. Terus di sini banyak sekali pedagang asongan yang cenderung sedikit agak maksa, bahkan sampe memberhentikan mobil. Kirain ada apa, ternyata mau jualan. Saya tidak melarang pedagang asongan, tapi bagus nya lebih tertib lagi, kita kan ke sana mau wisata, bukan mau ngobrol sama pedagang sambil agak maksa beli. Jadinya kita sibuk menolak pegadagang asongan dari pada menikmati wisatanya. Kalau kita memang tertarik, ya pasti kita juga beli, tidak perlu memaksa. Dan yang paling tidak enak, kalau nembangin drone kena charge Rp 800.000, wow banget sih kalau menurutku. Cukup sekali saja ke sini !!!

Anggie 2904
6 days ago on Google

2/5

Vacation | Family

Underwhelming bgt setelah masuk kesini. Memang sih beberapa spot foto ada yg pemandangannya memang ok, cuma ya gitu. Overpriced. Dikirain bayar 50k - 70k udh plus tebus softcopy foto gataunya BAYAR LAGI DONG pas di kasir. Kalo mau ambil semua foto lsg digetol nett 200k, syok? Jelas. Harusnya dikasih tau di awal kalau mau tebus foto dikenakan biaya lg. Ah dan satu lagi, BANYAK LALAT ya Tuhaaan pas gue nunggu antrian naik wahana ayunan.

Gambar 3. Ulasan Negatif terhadap Objek di Kawasan Wisata Lembang
(Sumber: Google Review, 2023)

4. Tahap 4

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari Kawasan Wisata Lembang. Identifikasi ini dilakukan berdasarkan hasil analisis pada tahap-tahap sebelumnya. Hasil identifikasi SWOT ini selanjutnya menjadi dasar dalam penentuan strategi yang digunakan untuk mengembangkan Kawasan Wisata Lembang.

Hasil identifikasi SWOT menghasilkan 3 kekuatan, 4 kelemahan, 3 peluang, dan 3 ancaman. Secara lengkap uraian SWOT dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis SWOT Kawasan Wisata Lembang

<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya potensi objek wisata 2. Jumlah akomodasi yang mencukupi kunjungan wisatawan 3. Kekayaan alam dan budaya 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pembuangan sampah liar di kawasan wisata 2. Adanya objek wisata yang fasilitas umumnya kurang memadai 3. Adanya objek wisata yang memiliki harga tiket yang mahal 4. Akses menuju objek wisata yang sering terdapat kemacetan
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan pemerintah dalam menyokong perekonomian masyarakat sekitar kawasan wisata 2. Adanya dukungan pemerintah untuk mengembangkan kawasan wisata 3. Adanya kemudahan promosi objek wisata melalui media sosial 4. Banyaknya masyarakat sekitar kawasan wisata yang berpartisipasi dalam mengembangkan kawasan wisata 	<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya penegakan hukum terhadap perilaku wisatawan yang tidak bertanggung jawab 2. Kurangnya penegakan hukum terhadap pengelola kawasan wisata yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan, wisatawan dan masyarakat sekitar 3. Adanya ulasan buruk di internet

5. Tahap 5

Perumusan strategi dilakukan berdasarkan hasil analisis SWOT pada tahap sebelumnya. Dihasilkan 8 strategi yang terbagi menjadi strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T. Strategi S-O ditentukan berdasarkan kekuatan dan peluang, strategi W-O ditentukan berdasarkan kelemahan dan peluang, strategi S-T ditentukan berdasarkan kekuatan dan ancaman, dan strategi W-T ditentukan berdasarkan kelemahan dan ancaman. Secara lengkap, strategi dapat dilihat pada Tabel 8. Selanjutnya strategi ini dapat dijadikan acuan untuk pemangku kepentingan dalam membuat kebijakan dan strategi pengembangan masing-masing objek wisata.

Tabel 8. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Lembang

	Strength	Weakness
Opportunities	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggalakan promosi keindahan alam dan pelestarian budaya melaluisosial media 2. Memanfaatkan kekayaanalam dan budaya dengan bijaksana untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melibatkan semua pihak (pengelola, pemerintah, masyarakat dan wisatawan) dalam menjaga fasilitas umumobjek wisata 2. Melibatkan semua pihak (pengelola, pemerintah, masyarakat dan wisatawan) agar dapat mengelola sampahdengan baik 3. Memanfaatkan dukungan pemerintah agar dapat memberikan harga tiket yangsesuai 4. Mendesak pemerintah untuk menyelesaikan masalah kemacetan untuk mempermudah akses ke kawasan wisata
	Threats	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadikan ulasan buruk wisatawan sebagai evaluasibagi pengelola objek wisata, terutama yang berkaitan dengan perbaikanfasilitas umum 2. Menjaga kekayaan alamdengan memberi sanksiyang tegas pada oknum yang merusak alam di kawasan wisata 3. Memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan seluruhobjek wisata yang ada

KESIMPULAN

Daya dukung wisata di kawasan wisata Lembang apabila dilihat secara umum sudah memadai dengan jumlah potensi wisata yang ada di Kecamatan Lembang sebanyak 48 objek wisata yang terdiri atas wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan. Selain objek wisata, akomodasi yang terdapat di kawasan wisata Lembang dan sekitarnya pun dinilai sudah cukup dengan jumlah kamar dan jumlah tempat tidur yang bisa mengakomodir wisatawan. Namun, apabila ditelaah lebih jauh, ternyata masih banyak permasalahan yang harus diselesaikan dan kebutuhan yang perlu dipenuhi agar industri pariwisata di kawasan wisata Lembang dapat meningkatkan kualitasnya. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, berikut adalah kebutuhan dari kawasan wisata Lembang:

- 1) Kegiatan pelestarian budaya
- 2) Penambahan, perbaikan, dan pemeliharaan fasilitas umum

- 3) Pengaturan alur pengunjung
- 4) Perhitungan harga tiket wisata sesuai kualitas
- 5) Perencanaan wisata yang matang
- 6) Pemberdayaan dan pengembangan masyarakat.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dilakukan penilaian daya dukung yang diadaptasi dari metode ESPON. Metode tersebut terdiri dari beberapa tahapan, yaitu tinjauan umum destinasi wisata, tinjauan destinasi wisata dari sudut pandang pembangunan berkelanjutan dan pengembangan pariwisata, pengumpulan data destinasi wisata, identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), dan perumusan strategi. Sehingga menghasilkan strategi sebagai berikut:

- 1) Menggalakan promosi keindahan alam dan pelestarian budaya melalui sosial media
- 2) Memanfaatkan kekayaan alam dan budaya dengan bijaksana untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata
- 3) Melibatkan semua pihak (pengelola, pemerintah, masyarakat dan wisatawan) dalam menjaga fasilitas umum objek wisata
- 4) Melibatkan semua pihak (pengelola, pemerintah, masyarakat dan wisatawan) agar dapat mengelola sampah dengan baik
- 5) Memanfaatkan dukungan pemerintah agar dapat memberikan harga tiket yang sesuai
- 6) Mendesak pemerintah untuk menyelesaikan masalah kemacetan untuk mempermudah akses ke kawasan wisata
- 7) Menjadikan ulasan buruk wisatawan sebagai evaluasi bagi pengelola objek wisata, terutama yang berkaitan dengan perbaikan fasilitas umum
- 8) Menjaga kekayaan alam dengan memberi sanksi yang tegas pada oknum yang merusak alam di kawasan wisata
- 9) Memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan seluruh objek wisata yang ada
- 10) Memberi sanksi yang tegas kepada pelanggar hukum yang fasilitas umum objek wisata
- 11) Membuat panduan resmi mengenai pengelolaan sampah

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat. (2021). Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kabupaten Bandung Barat. BPS Bandung Barat. Tanggal akses: 13 Desember 2023. <https://bandungbaratkab.bps.go.id/statictable/2022/07/13/40/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-akomodasi-di-kabupaten-bandung-barat-2020-2021.html>.
- Bhudiharty, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Farmhouse Lembang. *Management and Accounting Expose*, 2(1), 10-20.
- BPS Nasional. (2023). Rata-Rata Lama Menginap Tamu Pada Hotel Bintang Menurut Provinsi (Hari), 2021-2022. DKI Jakarta. Tanggal akses: 14 Desember 2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzYylzl=/rata-rata-lama-menginap-tamu-pada-hotel-bintang-menurut-provinsi--hari-.html>
- BPS. (2021). Jumlah Perangkat Akomodasi yang Tersedia pada Hotel Bintang dan Non Bintang di Kabupaten Bandung Barat. BPS Bandung Barat. Tanggal akses: 13 Desember 2023. <https://bandungbaratkab.bps.go.id/indicator/16/173/1/jumlah-akomodasi-kamar-dan-tempat-tidur-yang-tersedia-pada-hotel-bintang.html>

- BPS. (2022). Provinsi Jawa Barat Dalam Angka. Jawa Barat, Jawa Barat.
- BPS. (2023). Kabupaten Bandung Barat Dalam Angka. Jawa Barat, Kabupaten Bandung Barat. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. (2009). Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat. Kerjasama Direktorat Produk Pariwisata, Ditjen Pengembangan Destinasi
- Pariwisata dan WWF-Indonesia: Jakarta.
- Dewi, J.I. 2011. Implementasi dan Implikasi kelembagaan pemasaran pariwisata yang bertanggungjawab (responsible tourism marketing). Yogyakarta Pinus B. Publ.
- Fadhil, A., Ervina, E., & Baharta, E. (2019). Efektivitas Alur Kunjungan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Di Kawasan Lembang Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan 2019 (Studi Kasus: Grafika Cikole, Floating Market, Dan Orchid Forest). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Ferbita, L. V., & Wirakusumah, T. K. (2021). WISATA ALAM GUNUNG TANGKUBAN PERAHU DALAM MENJAGA CULTURAL HERITAGE.
- Freddy, Rangkuti. 2014. Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hidayat, Kholid. (2022). Libur Nataru, Tingkat Okupansi Hotel di Lembang Capai 100%. *iNews Dumai*. Tanggal Akses: 11 Desember 2023. <https://dumai.inews.id/read/229351/libur-nataru-tingkat-okupansi-hotel-di-lembang-capai-100>.
- Lucyanti, S. (2013). Penilaian Daya Dukung Wisatadi Obyek Wisata Bumi Perkemahan Palutungan Taman Nasional Gunung Ciremai Propinsi Jawa Barat.
- Mahoni, C. B. C. (2018). Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Obyek Wisata The Lodge Maribaya Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 3(2), 269-278.
- Nurlatifah, M., & Saraswati, T. G. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 167-177.
- SETIAWAN, R. A. (2015). MANAJEMEN PENGELOLAAN KEGIATAN OUTBOUND OBJEK WISATA CIKOLE LEMBANG BANDUNG (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Setiyanto, A. T. (2018). Tourist Experience Terhadap Niat Berkunjung Kembali Objek Wisata the Lodge Maribaya (Doctoral dissertation, STIE Ekuitas).
- Soemarwoto, Otto. (2004). Ekologi, Lingkungan Hidup dan Pembangunan Edisi ke 10. Penerbit Djambatan: Jakarta
- Suarto, E. (2017). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).