

## **BAB II. PEMBAHASAN & SOLUSI MASALAH PARIWISATA MAJALENGKA**

### **II.1. Pengertian Pariwisata dan Wisata**

Setiap daerah memiliki potensi untuk berkembang karena dorongan dari masyarakat yang memiliki rutinitas dan tekana-tekanan hidup sehingga membutuhkannya suatu *refresing* dan *pleasure*. Berdasarkan semua itu keragaman sebuah motifasi dan tujuan pengembangan objek wisata pemilihan dan aktifitas wisata bervariasi.

Gamal (1997) menjelaskan, Pariwisata diartikan sebagai perjalanan wisata seseorang ataupun lebih yang bertujuan sekedar menikmati dan mengetahui sesuatu untuk memenuhi hasratnya. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai suatu kegiatan berupa berpergian ke tempat lain.

Bedasarkan penjelasan diatas, wisata merupakan sesuatu yang dilakukan dengan cara pergi ke tempat lain selain sebelumnya. Begitu juga dengan pariwisata yang merupakan sangkaian kegiatan wisata seseorang ataupun lebih yang memiliki tujuan hanya untuk menikmati dan sekedar ingin mengetahui.

#### **II.1.1. Macam – Macam Bentuk Wisata**

Ada berbagai macam perjalanan wisata bila ditinjau dari berbagai macam segi;

1. Pada segi jumlah, wisata dibedakan atas; a) *Individual Tour* atau wisatawan perorangan, b) *Family Grup Tour* atau wisata keluarga, c) *Group Tour* atau wisata rombongan.
2. Pada segi keperaturannya, wisatawan dibedakan atas; a) *Pr-arranged Tour* atau wisata rombongan, b) *Package Tour* atau wisata paket atau paket wisata, c) *Coach Tour* atau wisata terpimpin, d) *Special Arranged Tour* atau wisata khusus, e) *Optional Tour* atau wisata tambahan/manasuka.
3. Pada segi maksud dan tujuannya, wisatas dibedakan atas; a) *Holiday Tour* atau wisata liburan, b) *Familiarization Tour* atau wisata pengenalan, c) *Educational Tour* atau wisata pendidikan.

Bentuk perjalanan wisata dapat dibedakan dari segi jumlah, keperaturannya, dan maksud tujuannya. Semua bentuk segi juga dapat saling terhubung dan dapat menjadi gabungan yang teorganisir.

### **II.1.2. Pengertian Wisatawan**

Wisatawan merupakan seseorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan kegiatan wisata dalam waktu tinggal sekurang - kurangnya dari 24 jam selama pada tempat lain yang sedang dikunjungi.

Namun tidak semua orang yang melakukan perjalanan wisata merupakan wisatawan. Batasan dapat dikelompokan sebagai wisatawan dan bukan wisatawa, yaitu;

- a. Perjalanan dilakukan selama lebih dari 24 jam.
- b. Perjalanan hanya untuk waktu yang sementara.
- c. Melakukannya tidak bertujuan untuk mencari suatu nafkah ditempat lain yang sedang dikunjungi.

### **II.1.3. Pramuwisata**

Pramuwisata merupakan seorang yang mengarahkan petunjuk suatu perjalanan kepada wisatawan tentang segala sesuatu yang hendak dilihat dan disaksikan bila mengunjungi suatu objek wisata pada daerah tertentu.

#### **II.1.3.1. Jenis Pramuwisata**

Jenis pramuwisata berdasarkan bidang keahliannya dibagi menjadi;

1. Pramuwisata Umum atau *General Guide* adalah pramuwisata yang mempunyai pengetahuan mengenai kebudayaan, kekayaan alam, dan aspirasi kehidupan bangsa/penduduk secara umum.
2. Pramuwisata Khusus atau *Special Guide* adalah pramuwisata yang mempunyai pengetahuan yang khusus dan mendalam mengenai objek wisata seperti kebudayaan, arkeologi, sejarah, teknik, perdagangan, keamanan, ilmiah, margasatwa, dan pemburuan.

Perbedaan pramuwisata terdapat pada bidang keahliannya yang bersifat umum yaitu seseorang pemandu wisata yang memberikan penjelasan mengenai pengetahuan objek wisata secara umum. Sedangkan pramuwisata secara khusus yaitu seseorang pemandu wisata yang memberikan penjelasan mengenai informasi yang lebih mendalam terhadap suatu objek wisata.

#### **II.1.4. Jenis-Jenis Wisata**

Berikut jenis-jenis objek wisata menurut M. Kesrul (yang dikutip Desi Elvriyanti, 2014) dibagi menjadi tiga kategori:

##### **1. Wisata Alam**

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidayanya sebagai daya tarik wisata ke tempat tersebut.

##### **2. Wisata Bangunan**

Daya tarik utamanya pada wisata bangunan bersumber dari bangunan yang memiliki keindahan, nilai sejarah serta tata ruang yang dibangun. Wisata bangunan biasanya merupakan bangunan peninggalan jaman dahulu yang masih tertata kokoh dan kuat. Sehingga dengan melakukan wisata bangunan ini bisa mendapatkan berbagai pengalaman dan menambah ilmu dari nilai-nilai sejarah bangunan tua.

##### **3. Wisata Buatan**

Wisata Buatan merupakan tempat wisata yang sengaja dibuat oleh manusia untuk menarik pengunjung. Salah satu contohnya yaitu Kebun binatang karena tempat wisata ini dibuat menyerupai habitat hewan aslinya. Contoh lainnya adalah kolam renang, taman, telaga, danau.

Objek wisata dapat dibedakan berdasarkan kategori, yaitu alam, bangunan, dan buatan. Masing-masing kategori tersebut memiliki ciri yang berbeda disetiap jenis objek wisatanya. Terdapat wisata keindahan yang alami, wisata bersejarah pada bangunan, dan wisata yang disengaja dibuat untuk dapat dinikmati wisatawan.

### **II.1.5. Industri Pariwisata**

Menurut pada Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009, menjelaskan “Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata”.

Industri pariwisata memiliki bidang yang menyangkut sektor ekonomi. Adapun aspek – aspek yang tercakup dalam suatu industri pariwisata menurut Dinas Kabupaten Pariwisata Kabupaten Bone pada situs artikelnya, yaitu rumah makan atau Restoran, Hotel atau Penginapan, Pelayanan Perjalanan, Media Transportasi, Pengembangan di daerah Tujuan Wisata, Fasilitas pada tempat Rekreasi, dan sebuah Aktrasi Wisata

### **II.1.6. Biro Perjalanan**

Industri Pariwisata merupakan suatu industri yang melibatkan bidang jasa dalam cangkupan pariwisata seperti misalnya transportasi, restoran, penginapan, dan pemandu wisata. Salah satu bentuk usaha lainnya yang dapat menghubungkan antara wisatawan dengan penyediaan jasa pariwisata adalah Biro Perjalanan Wisata merupakan perusahaan penyelenggaraan gerakan kegiatan membuat suatu paket-paket wisata dan agen perjalanan (Suwanto, 1997, 11).

Semua kegiatan yang menyangkut usaha biro perjalanan wisata adalah, a) Menyusun dan menjual paket wisata luar negeri atas dasar permintaan, b) Menyelenggarakan atau menjual pelayanan wisata (*cruise*), c) Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada umum atau atas dasar permintaan, d) Menyelenggarakan pemandu wisata, e) Menyediakan fasilitas untuk wisatawan, f) Menjual tiket/karcis sarana angkutan, dan lain, g) Mengadakan pemesanan sarana wisata, h) Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### **II.1.7. Agen Perjalanan Wisata**

Agen perjalanan wisata menurut Darmardjadi dalam kutipan (Yoeti, 2006) menjelaskan apa yang dimaksud dengan *Travel Agency* merupakan perusahaan yang mengkhususkan untuk menyelenggarakan dan mengatur suatu perjalanan kepada wisatawan, terdiri dari persiapan kelengkapan wisata.

Agen perjalanan wisata juga memiliki kegiatan mengurus dokumen tentang perjalanan wisata sesuai dengan peraturan, melakukan penjualan tiket, mengadakan pemesanan sarana dan perasanana berupa transportasi dan perlengkapan lainnya.

### **II.1.8. Perbedaan Agen dan Biro Perjalanan Wisata**

Berikut diatas merupakan penjelasan dan tugas-tugas dan Agen Perjalanan wisata dan Biro Perjalanan Wisata. Adapun perbedaan antara Agen dan Biro Perjalanan Wisata yang dijelaskan oleh Yoeti (2010), sebagai berikut:

1. Dalam Agen Perjalanan, pemesanan tiket dapat berupa angkutan udara, laut, darat dengan naik pada dalam negeri maupun luar negeri. Perantara penjualan paket wisata yang dikemas oleh BPW. Pemesanan akomodasi, restoran, tiket pertunjukan seni budaya, dan kunjungan ke objek wisata. Pengurusan dokumen perjalanan berupa paspor, visa, atau dokumen lainnya.
2. Sedangkan Biro Perjalanan Wisata, perencanaan dan pengemasan komponen perjalanan wisata, meliputi sarana, objek, dan daya tarik wisata yang dikemas dalam bentuk paket wisata. Penyelenggaraan penjualan paket wisata dengan cara menyalurkan melalui agen perjalanan dan atau menjualnya langsung kepada konsumen. Penyediaan pelayanan pramuwisata untuk paket wisata yang dijual, Layanan angkutan, pemasaran akomodasi, restoran, tempat konvensi, tiket pertunjukan seni budaya, dan perjalanan insentif.

Dapat disimpulkan pada penjelasan diatas bahwa agen wisata merupakan jasa pelayanan yang menangani penjualan berupa pemesanan tiket akomodasi tempat

wisata dan kepengurusan dokumen terkait dengan pariwisata. Sedangkan biro perjalanan merupakan suatu kelompok penyelenggaraan jasa termasuk agen wisata, untuk pelayanan dalam bentuk paket atau kumpulan kegiatan perjalanan wisata.

### **II.1.9. Ekonomi Kreatif**

Suryana (2013) menjelaskan orientasi ekonomi dapat tergeser oleh inovasi pada teknologi dan suatu kreativitas ilmu pengetahuan, begitu juga dengan pola ekonomi yang dapat terus berubah-ubah. Pada awal 2001 yang telah era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi digerakan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif berkembang sedemikian pesat tidak hanya terbatas pada produk barang dan jasa, tetapi juga pada produk seni budaya dan usaha kerajinan serta dalam bidang apapun.

Perkembangan ekonomi kreatif juga terjadi pada bidang distribusi dan pemasaran. Berbagai strategi teknik distribusi dan pemasaran terus dikembangkan secara kreatif dan inovatif sehingga teknik-teknik distribusi dan pemasaran lebih aktif dan agresif. Misalnya, pemasaran melalui media digital dan jaringan internet lainnya.

### **II.1.10. Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif**

Menurut Rahayu (2016) menjelaskan, “Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif maupun memadukan antara keindahan alam dengan kekayaan budaya dan kearifan lokal yang dimiliki”.

Menyintir penjelasan Yoeti (1985) dalam Badrudin (2011), “Konsep pada kegiatan wisata dapat didefinisikan secara tiga faktor, yaitu harus ada *something to see* atau sesuatu yang dapat dilihat terkait dengan atraksi pada daerah untuk tujuan wisata, *something to do* atau sesuatu yang dapat dilakukan terkait dengan aktifitas wisatawan pada daerah tujuan wisata, dan *something to buy* atau sesuatu yang dapat dibeli terkait dengan barang atau souvenir ciri khas yang dapat dibeli sebagai memorabilia pribadi/wisatawan”.

Tabel II.1. Bentuk Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Sektor Wisata  
 Sumber : Yoeti, 1985 dan Badrudin

Wisata	Ekonomi Kreatif
1. <i>Something to see</i>	-Festival (contoh : Jember Fashion Carnival) -Proses kebudayaan (contoh : pembuatan kerajinan batik)
2. <i>Something to do</i>	Wisatawan berlaku sebagai konsumen aktif, tidak hanya melihat atraksi dan membeli souvenir tapi ikut serta dalam aktrasi
3. <i>Something to buy</i>	<i>Souvenir (handicraft</i> atau momorabilia)

Badrudin (2011) menjelaskan, Seiring kemajuannya teknologi dan perubahan paradigma wisata dari sekedar “melihat” menjadi “merasakan pengalaman baru”. Ekonomi kreatif berkembang melalui penggabungan tiga faktor yang telah dijelaskan diatas menjadikan sebuah paket wisata yang dapat menawarkan berbagai macam kegiatan yang memberikan pengalaman interaksi langsung terhadap kebudayaan lokal.

## II.2. Keadaan Umum Kabupaten Majalengka

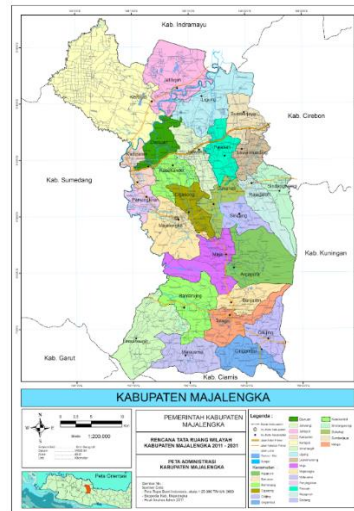
Majalengka adalah kabupaten yang berada pada Provinsi Jawa Barat dan terdapat sejumlah 27 kecamatan. Sebuah kota kecil yang memiliki sumberdaya alam yang asri karena itu disebut sebagai lumbung padi di Jawa Barat dan relatif pada hamparan bukit-bukit yang diarili sungai.



Gambar II.1. Bunderan Majalengka

Sumber : <https://jabar.tribunnews.com> (diakses senin 06 juli 2020)

Perbatasan Majalengka berada di wilayah selatan yaitu berbatasan dengan Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Tasikmalaya. Sebelah Barat, berbatasan dengan Kabupaten Sumedang. Sebelah Utara, berbatasan dengan Kabupaten Indramayu. Sebelah Timur, berbatasan dengan Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Kuningan.



Gambar II.2. Peta Daerah Kabupaten di Majalengka  
Sumber : <https://peta-kota.blogspot.com>\_(diakses senin 06 juli 2020)

### II.2.1. Keadaan Secara Geografis

Pada buku profil Majalengka tahun 2019 menjelaskan, Letak Majalengka secara geografis pada bagian timur Propinsi Jawa Barat yaitu sebelah Barat antara  $108^{\circ}03'$  -  $108^{\circ}19'$  Bujur Timur, sebelah Timur  $108^{\circ}12'$  -  $108^{\circ}25'$  Bujur Timur, sebelah Utara antara  $6^{\circ}37'$  -  $7^{\circ}10'$  Lintang Selatan dan Sebelah Selatan  $6^{\circ}43'$  -  $7^{\circ}44'$  Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Majalengka adalah  $1.204,24 \text{ km}^2$ , dengan ketinggian antara 19 – 857 m diatas permukaan laut.

Suhu dan kelembapan udara di suatu tempat ditentukannya oleh tinggi rendahnya tempat tersebut dari permukaan laut dan jarak dari pantai. Dilihat pada tahun 2019 suhu udara rata-rata berkisar antara  $22,6^{\circ}\text{C}$  sampai  $37,3^{\circ}\text{C}$ . Terjadinya suhu udara secara maksimum tersebut terjadi pada bulan oktober yaitu  $37,3^{\circ}\text{C}$ , sedangkan minimum terjadi pada bulan juli dan agustus yaitu dengan suhu  $22,6^{\circ}\text{C}$ .



Curah hujan dan keadaan angin dipengaruhi oleh iklim geografis dan pertemuan arus udara. Pada tahun 2019 tepatnya februari terjadi curah hujan yang tinggi mencapai 441,0 mm selama 25 hari dan terendah pada bulan juni sampai oktober bahkan tidak ada hujan.

Penjelasan di atas menjelaskan Majalengka merupakan kota kecil yang memiliki keadaan curah hujan dan angin yang tinggi. Kondisi tempat kota yang berada pada dataran rendah yang dikelilingi oleh bukit dan pegunungan sebagai batas antar kota lainnya.

### **II.2.2. Visi Kabupaten Majalengka**

Dalam buku profil DISPARBUD mengatakan Pemerintahan Kabupaten Majalengka menetapkan Visi Rencana Pembangunan Jangka Menengah (2018-2023) sebagai guidelines dalam pelaksanaan pembangunan selama 5 tahun yaitu:

“Mewujudkan tata kehidupan dan penghidupan masyarakat Majalengka yang Religius, Adil, Harmonis, dan Kesejahteraan pada tahun 2023” (RAHARJA)

Rahaja dikatakan merupakan sebuah penggalan kata dari kalimat Majalengka “Sindangkasih Sugih Mukti Bagja Raharja” yang mempunyai tiga dimensi makna yang luhur menyatu dalam filosofi keberadaan suatu masyarakat Majalengka dan memiliki karakteristik keunggulan alam sebagai anugrah dari Allah (Bagja) sebagai *comperative degree*, serta selalu berusaha untuk mewujudkan suatu tata dalam kehidupan juga penghidupan Religius, Adil, Harmoris, dan Sejahtera.

### **II.2.3. Misi Kabupaten Majalengka**

Dalam buku profil DISPARBUD terdapat Misi Kabupaten yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1. Memantapkan kualitas kehidupan beragama yang didukung dengan pemenuhan sarana dan prasarana keagamaan, serta memberdayakan tokoh-tokoh agama.

2. Meneguhkan Nilai-nilai Kebangsaan untuk menciptakan pembangunan yang berkeadilan, rasa aman, tentram, dan tertib di masyarakat Mewujudkan infrastruktur yang proporsional dan berkelanjutan.
3. Membangun sinergi dan hubungan yang harmonis dengan seluruh mitra kerja dan pemangku kebijakan baik dengan unsur legislatif, pemerintah desa, pemerintah provinsi, dan pemerintah pusat serta para pemangku kepentingan lainnya.
4. Meningkatkan kualitas layanan publik terutama di sektor pendidikan, kesejahteraan, infrastruktur, pertanian, pariwisata, perizinan, penanaman, modal, dan sektor-sektor unggulan, dengan didukung oleh sumber daya aparatur yang berintegritas, profesional.
5. Membangun desa menuju pada kemandirian dengan berbasis potensial lokal untuk mewujudkan peningkatan daya beli dan kesejahteraan masyarakat yang berkeadilan.

#### **II.2.4. Sejarah Majalengka**

Menurut Miftahul Falah (berdasarkan Besluit, 1819) Komisaris Jendral Hindian Belanda membentuk Kabupaten Maja dengan batasan Wilayah dari Karangsombong ke arah timur Cipicung sampai ke perbatasan antara Cirebon dengan Kabupaten Sumedang.

Pada tahun 1840, Pemerintahan Hindia Belanda nama Kabupaten Maja mengubahnya menjadi Kabupaten Majalengka dan pusat pemerintahan yang sebelumnya yang bernama Sindangkasih menjadi Majalengka.

Nama Majalengka berasal dari nama kuno yaitu “maja pahit” atau “maja langu” diartikan sebagai buah maja yang pahit. Buah maja tidak bisa dimakan namun bisa digunakan sebagai obat malaria. Dalam bahasan Sansekerta buah maja disebut “bilva”, pahit disebut “tikta”. Namun kata “bilva” diubah kedalam tuturan bahasa Indonesia dan Jawa menjadi “wilwa”. Sehingga buah maja pahit itu merupakan wilwatikta.



Gambar II.3. Buah bernama Maja  
Sumber : <https://tatangmanguny.wordpress.com> (diakses senin 06 juli 2020)

#### II.2.5. Potensi Kepariwisata di Kabupaten Majalengka

Majalengka cukup prospektif dan potensial bagi pengembangan pariwisata sebagai penggerak perekonomian masyarakat. Secara umum obyek wisata itu dapat dikategorikan dalam dua bagian yaitu obyek wisata alam dan obyek wisata binaan, sedangkan secara rinci dapat dikelompokkan dalam beberapa bagian antara lain; obyek wisata alam, sejarah, budaya lingkungan, agro, pendidikan, religi dan lain-lain.



Gambar II.4. Logo Pariwisata Majalengka  
Sumber : Document Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka  
(diakses senin 12 Agustus 2020)

Majalengka masuk ke dalam kawasan wisata Cirebon. Pada umumnya Majalengka masih dalam tahapan pengembangan dan perlu pembenahan lebih banyak pada beberapa daya tarik objek wisata untuk menempatkan sebagai salah satu daerah tujuan berwisata di Jawa Barat. Daya tarik obyek wisata pada kawasan di Majalengka berupa obyek wisata alam, budaya, maupun wisata minat khusus. (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka, 2019).



Gambar II.5. Majalengka Tourism Map  
 Sumber : Document Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka  
 (diakses senin 12 Agustus 2020)

### II.2.6. Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Majalengka

Kawasan strategis pariwisata Majalengka adalah kawasan pengembangan pada pariwisata Majalengka yang memiliki nilai dalam menjawab suatu isu pembangunan pada kepariwisataan Kabupaten Majalengka. Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Majalengka, terdiri dari tiga kawasan yaitu: a. Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Seni Budaya Kreatif Jatiwangi dan sekitarnya, b. Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Olahraga Petualangan dan Edu-Rekreasi Perkotaan Majalengka-sekitarnya, c. Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Ekowisata Sindangwangi – Argapura dan sekitarnya. Beberapa kriteria yang termasuk dalam wisata di Kabupaten Majalengka, sebagai berikut;

Tabel II.2. Daftar Wisata Alam Majalengka

Sumber: Buku Saku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka (2020)

No	Nama Wisata	Jenis	Alamat
1	Curug Sempong	Alam	Desa Sidamukti, Kec. Munjul
2	Ciboer Pass	Alam	Desa Bantaragung, Kec. Sindangwangi

3	Cadas Gantung	Alam	Desa Mirat, Kec. Leuwimunding
4	Gunung Cereme	Alam	Desa Bantaragung, Kec. Sindangwangi
5	Taman Dirgantara	Buatan	Kec. Majalengka
6	Perkebunan Cipasung	Alam	Desa Cipasung, Kec. Lemahsugih
7	Situ Cipaten	Alam	Desa Gunung Kuning, Kec. Sindang
8	Gunung Ciwaru	Alam	Desa Payung, Kec. Rajagaluh
9	Talaga Herang	Alam	Desa Lengkong, Kec. Sindangwangi
10	Buper Cidewata	Alam	Desa Sadarehe Payung, Kec. Rajagaluh
11	Jembar Waterpark	Buatan	Desa Ranji Wetan, Kec. Kasokandel
12	Grage Waterboom	Buatan	Kec. Majalengka
13	Tirta Indah Waterboom	Buatan	Desa Lengkong Kulon, Kec. Sindangwangi
14	Cikadongdong River Tubing	Alam	Desa Sukadana, Kec. Argapura
15	Panjalin Tradisional House	Budaya	Kec. Sumberjaya
16	Curug Ibum	Alam	Desa Sukasari Kaler, Kec. Argapura
17	Buper Cipaten	Buatan	Kec. Argapura
18	Jalur Pendakian Gunung Ciremai	Alam	Kec. Apuy Argapura

Pada tabel diatas merupakan 18 seleksi rekomendasi destinasi wisata alam di Majalengka. Telah tersusun menurut *tourism map* pada gambar II.5 yang menggunakan angka sebagai tata letak wisata.

### II.2.7. Wisata Majalengka

Tempat objek Wisata yang berada tersebar di berbagai daerah wilayah Majalengka terdiri dari alam, buatan, dan budaya. Berikut beberapa wisata yang ada di Majalengka :

a. Curug Sempong

Curug yang beradap di cisempong, tepatnya di Desa Sidamukti Kecamatan Majalengka, memiliki ketinggian kurang lebih 10 meter. Curug Sempong berbeda dari curug lainnya di Majalengka karena terdapat goa yang terbentuk dari tebing-tebing yang terkikis. Air terjun yang bersih dan bening sehingga dapat untuk berenang.

b. Ciboer Pass

Objek wisata ini menawarkan sensasi rekreasi sekaligus relaksasi menikmati pemandangan hamparan sawah. Wisatawan dapat berkunjung pada sore hari untuk menikmati sunset atau matahari tenggelam yang eksotis. Tidak hanya itu, fasilitas tambahan yang ada di Ciboer yaitu titik untuk selfie dan foto-foto. Sejumlah titik spot foto yang menarik perhatian.

c. Cadas Gantung

Cadas Gantung merupakan tempat berupa tebing yang terletak di atas bukit. Menyuguhkan pemandangan alam yang indah dan terdapat sebuah gubuk yang disediakan untuk beristirahat melepas rasa lelah dan penat dalam perjalanan.

d. Talaga Pancar

Talaga Pancar dipenuhi pohon pinus sangat tepat dijadikan lokasi perkemahan dan juga menawarkan keindahan pemandangan alam yang menjanjikan, ditambah udara sejuk pegunungan yang terasa ingin lebih lama untuk menikmati keindahan alamnya.

e. Taman Dirgantara

Taman dirgantara merupakan salah satu taman di pusat keramaian keramaian kota. Ditaman ini terdapat pesawat yang bertengker ditengah taman yaitu pesawat jet jenis A.4 Skyhope hibah dari TNI sebagai wahana wisata. Selain itu, pengunjung padat berjogging di track yang sudah disediakan dan arena bermain anak di setiap minggu atau momen tertentu. Pengunjung dapat menikmati di siang hari saja, pengunjung dapat menikmati keindahan aman dengan panorama alam dengan aneka cahaya yang disajikan.

f. Kebun Teh Cipasung

Kebun Teh Cipasung memiliki keindahan alam yang menarik dibandingkan objek wisata yang lainnya. Pengunjung dapat menikmati udara yang sejuk dengan dihamparkan teh yang luas.

g. Situ Cipaten

Situ yang memiliki tiga manfaat, diantaranya untuk pengairan, perikanan, dan pariwisata. Memberikan kesejukan udara sambil menikmati pemandangan situ yang tenang. Pengunjung juga dapat menaiki perahu yang dapat dinikmati.

h. Gunung Ciwaru

Di dalamnya ada Landmark Hutan Pinus yang hijau dan memanjakan mata, hamparan hutan ini lengkap dengan jajaran pinus yang seakan ditata rapi oleh alam. Ada pula di bagian selatan wisata ini kamu bisa melihat Gunung Cermani, yang merupakan gunung tertinggi di Jawa Barat. Pengunjung yang ingin menyaksikan keindahan dari panorama Gunung Cermani dengan kabut, bisa datang pagi ataupun juga sore hari.

i. Talaga Herang

Talaga Herang menonjolkan daya tarik air talaga yang sangat bening dan adanya mata air yang keluar dari perut bumi ditengah telaga sehingga pengunjung dapat melihat sampai ke dasar talaga. Selain itu terdapat koleksi berbagai jenis ikan yang terdapat di talaga, pengunjung dapat menikmati keindahan talaga dengan menggunakan becak air atau perahu kecil.

j. Buper Cidewata

Buper cidewata sadarehe merupakan tempat wisata majalengka, yang menawarkan camping ground. Sadarehe memiliki pemandangan yang indah, dengan bentuk alam penuh batuan beku dari sisa letusan Gunung Ciremai. Kawasan bukit padang ilalangnya, Serta pemandangan dengan lanskap yang begitu indah. Dari sisi yang berbeda dengan pandangan indahnya pegunungan kromong, serta panorama pantai utara pula jawa. Buper Cidewata sadarehe juga menawarkan beberapa wahana spot selfie. Beberapa spot selfie yang ditawarkan di wisata buper cidewata ini,

diantaranya spot selfie sepeda gantung atau zip. Tidak hanya itu, terdapat Kebun Mawar Sadarehe Perkebunan yang didesain secara khusus, agar sinar matahari tidak langsung menyinari langsung bunga mawar. Maka dibuatkan bangunan yang tradisional dari bambu, dan plastik sebagai dindingnya.

k. Jember Waterpark

Jember merupakan objek wisata air berupa kolam renang yang bertemakan purbakala. Wahana yang disajikan berupa patung dinosaurus dapat menjadi edukasi anak-anak dan Wahan kolam, diantaranya kolam arus, waterboom, ember tumpah dan juga kolam atlet.

l. Grage Waterboom

Grage merupakan objek wisata air kolam renang dewasa dan anak dengan wahana bermain yang unik. Tidak sekedar berenang Grage Waterboom juga mengadakan pelatihan dan tempat perlombaan renang.

m. Tirta Indah Waterboom

Tirta Indah merupakan destinasi wisata wahana air yang unik lainnya di Majalengka. Terdapat wahana yang tersediakan diantaranya Flying fox, waterboom, kereta mini, kebun binatang mini, Ruang tunggu, teraphy ikan, perahu kecil, kincir dan yang lainnya.

n. Grand Canyon

Grand Canyon merupakan satu kawasan gua, sungai, dan air terjun bernama Curug Ibum. pengunjung dapat menikmati keindahan bebatuan beku atau andesit pada dinding dengan sungainya yang berair es seperti Grand Canyon di Amerika.

o. Rumah Adat Panjali

Rumah adat panjalin ini merupakan peninggalan sejarah atau obyek wisata budaya pada masa lampau dari eyang sanata, rumah adat panjalin ini hamper sama dengan rumah adat Minahasa, rumah adat panjalin pada masa dulu di beri nama alas panjalin yang artinya “hutan rotan”. Rumah adat ini hamper punah karena peninggalan benda-benda yang ada sudah tidak ada karena kurangnya perhatian dari pemerintah setempat dan kurangnya pengelolaan.



p. Curug Ibum

Curug Ibum menyajikan pesona alam yang mengagumkan, Keindahan tebing batuan yang menjulang tinggi di Curug Ibum Pelangi membuat tempat ini menjadi salah satu spot foto terbaik di Majalengka.

q. Buper Cipaten

Buper Cipaten menyajikan keindahan alam bukit yang hijau , udara yang sejuk, terasering yang berundak, serta pemandangan hutan pohon pinus. Pengunjung juga dapat melakukan camping atau berkemah di Cipaten.

r. Jalur Pendakian Gunung Ciremai

Bagi pengunjung pencinta pendaki gunung. Ada reconmmend nih, Pendakian Gunung Ciremai memiliki 3 jalur yang bisa dilalui. diantaranya jalur pendakian Linggajati, Linggasana, dan Palutungan di Kabupaten Kuninga. Ada salah satu Tanjakan yang menarik nih, namanya tanjakan Baba Tere yang berada di jalur pendakian Gunung Ciremai via Linggarjati. Menariknya tanjakan ini begitu terjal, bahkan memiliki sudut kemiringan yang hampir vertikal dengan tinggi antara 10-15 meter. Dan banyak mitos-mitos menyeramkan.

Diatas merupakan destinasi wisata yang direkomendasikan karena pengembangan yang telah dilakukan sehingga menjadi lebih baik untuk sebagai tempat berwisata.

### **II.2.8. Bencana Covid-19**

Bencana dijelaskan oleh Priambono (2009), merupakan sebagai suatu tragedi kejadian alam, buatan manusia atau perpaduan antara keduanya yang terjadi secara tiba-tiba sehingga menimbulkan dampak negatif yang dahsyat bagi kelangsungan kehidupan. (Pemerintah Indonesia, 2007).

Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 menyatakan COVID-19 sebagai bencana non-alam dan ditetapkannya Covid-19 sebagai bencana nasional non-alam melalui Keppres 12 Tahun 2020. Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 Pasal 6 disebutkan bahwa tanggung jawab pemerintah dalam

penyelenggaraan penanggulangan bencana, maka upaya penanggulangan bencana COVID-19 sebagai bencana nasional menjadi tanggung jawab pemerintah pusat yang meliputi proses penanggulangan dampak bencana sampai dengan proses pemulihan bencana. Meskipun begitu peran pemerintah daerah dan masyarakat juga begitu penting untuk mengatur tanggung jawab dalam penanggulangan bencana.

Kondisi COVID-19 sudah menimbulkan banyak dampak negatif sehingga perlunya perencanaan pemulihan pembangunan seperti penjelasan oleh Purmana (2020), Puncak persebaran COVID-19 terjadi pada bulan Mei 2020, menurut kesimpulan penelitian oleh tim simulasi dan permodelan COVID-19 Indonesia, dengan catatan pemerintah hanya melakukan kebijakan pembatasan sosial (PSBB) dan bukan memberlakukan kebijakan karantina wilayah/lockdown.

## **II.3. Analisa**

### **II.3.1. Studi Literatur**

Dalam melakukan penelitian ini dengan melakukan studi literatur pencarian terhadap berbagai sumber tertulis, berupa buku-buku, majalah, artikel, jurnal, penelitian yang telah dilakukan, dan dokumen-dokumen yang relevan.

### **II.3.2. Metode Penelitian**

Pada metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Ada dua jenis yang dapat digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer

Suatu data yang dapat diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisisioner mengenai pariwisata Majalengka.

2. Data sekunder

Data pendukung yang merupakan bersumber dari suatu data literatur maupun data referensi yang ada.

### **II.3.3. Analisis SWOT**

Menurut Freddy Rangkti “analisis SWOT merupakan analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang

(*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)” (h.19).

Penjelasan diatas, disimpulkan bahwa SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strength*) adalah keunggulan lain yang dimiliki relatif terhadap pesaing, kelemahan (*weakness*) adalah kekurangan atau keterbatasan yang dimiliki yang dapat menghambat kinerja, peluang (*opportunity*) adalah situasi yang menguntungkan, ancaman (*threath*) adalah situasi yang dapat mempersulit keuntungan dan memperlambat pertumbuhannya. Analisi SWOT adalah suatu metode yang dapat meninjau kondisi dan mengevaluasi suatu permasalahan berdasarkan faktor internal maupun eksternal pada suatu objek yang sedang dilakukan.

Maka dari itu, dilakukannya analisis SWOT dalam membahas permasalahan pariwisata Majalengka ini dapat dilihat pada tabel II. 3 :

Tabel II.3. Analisi SWOT  
Sumber: Pribadi

<p>Faktor Internal dan Eksternal</p>	<p>(S) <i>Strengths</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi alam yang eksotis dan alami</li> <li>• Memiliki iklim yang kondusif</li> <li>• Terdapat beragam wisata alam dan budaya</li> </ul>	<p>(W) <i>Weakness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurangnya aksesibilitas ke pusat Satuan dan antar Kawasan Wisata</li> <li>• Kurangnya sarana dan prasarana pariwisata</li> <li>• Kurangnya sistem informasi</li> <li>• Kurangnya kualitas pemasaran dan promosi</li> <li>• Kurangnya wahana dan akurasi baru.</li> </ul>
<p>(O) <i>Opportunities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluang potensi perekonomian</li> <li>• Meningkatkan defisit sektor pariwisata</li> <li>• Meningkatkan defisit sektor pariwisata</li> </ul>	<p>Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan koordinasi dan konsolidasi antar lembaga pemerintahan tingkat provinsi atau kabupaten/kota serta antar pemerintah dengan swasta dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata</li> <li>• Pengembangan lembaga pendidikan pariwisata sebagai pecetak sumber daya manusia pariwisata yang kompeten atau berkualitas</li> <li>• Peningkatan koordinasi antar lembaga pariwisata ataupun non pariwisata dengan pihak kedua (swasta dan masyarakat) dalam pengembangan pariwisata</li> </ul>	<p>Strategi (OW)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan dan peningkatan sistem informasi, kualitas pemasaran dan promosi yang efektif</li> <li>• Pengembangan pasar untuk wisatawan lokal</li> <li>• Peningkatan aksesibilitas</li> <li>• Pemenuhan penyediaan sarana dan prasarana</li> <li>• Peningkatan penyediaan dan pelayanan infrastruktur</li> </ul>

<p>(T) <i>Threatss</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wisata kurang menarik bervariasi dengan wisata kota lainnya</li> <li>• Terjadinya penutupan obyek wisata karena korona</li> </ul>	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan pariwisata yang bernuansa kedaerahan serta kekayaan alam yang memunculkan identitas/keunikan dan berdaya saing sebagai tema pengembangan pariwisata</li> <li>• Pengembangan daya tarik wisata difokuskan pada daya tarik wisata yang mendukung tema pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan</li> <li>• Pengembangan wisata buatan yang mendukung tema pengembangan pariwisata dengan memanfaatkan potensi-potensi obyek wisata yang telah ada</li> </ul>	<p>Strategi (TW)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan paket wisata dengan paket wisata yang bervariasi baik wisata alam, budaya, minat khusus maupun lainnya.</li> <li>• Peningkatan mutu jasa dan pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata</li> </ul>
---	--	---

Pada tabel di atas, setelah tersusunnya SWOT pariwisata Majalengka selanjutnya dibuat perencanaan strategi penggabungan yaitu SO (*strengths+opportunities*), OW (*opportunities+weakness*), ST (*strengths+threatss*), TW (*threatss+weakness*) sehingga dapat melihat gambaran seperti apa strategi untuk pemulihan mengenai Pariwisata Majalengka.

#### II.3.4. 5W + 1H Pariwisata Majalengka

Setelah dilakukannya analisis SWOT dan dari berbagai aspek, buku saku pariwisata Majalengka, dan wawancara. Selanjutnya dilakukan analisis 5W + 1H yang menurut Romli adalah kata tanya yang meliputi lima inisial w dalam bahasa Inggris

yaitu apa (*what*), siapa (*who*), kapan (*where*), dimana (*when*), mengapa (*how*), dan inisial h dalam bahasa inggris bagaimana (*how*).

Teknik ini digunakan untuk mengetahui jawaban apa yang sedang dipertanyakan dalam permasalahan sehingga dapat diselesaikan perencanaan penembangan pemulihan pada pariwisata Majalengka. Analisis 5W + 1H dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II.4. Analisis 5W + 1H  
Sumber: Pribadi

<b>5W + 1H</b>	<b>Hasil Analisis</b>
<i>What</i> ; Apa permasalahan yang dapat dibahas pada penelitian?	Permasalahan yang diangkat adalah pengembangan sistem informasi pariwisata Majalengka
<i>Where</i> ; Dimana lokasi permasalahan tersebut terjadi?	Di ruang lingkup kawasan pariwisata Majalengka
<i>When</i> ; Kapan permasalahan tersebut terjadi?	Pada awal terjadinya pandemi, lebih tepatnya juli 2020
<i>Who</i> ; Siapa yang terlibat dalam permasalahan tersebut?	Pemerintah kabupaten Majalengka, dinas pariwisata dan ekonomi kreatif, investor, dan wisatawan
<i>Why</i> ; Mengapa permasalahan tersebut terjadi?	Hal tersebut karena adanya virus Covid-19 yang menyebabkan terganggunya sektor pariwisata Majalengka.
<i>How</i> ; Bagaimana cara mengatasi permasalahan tersebut?	Diperlukannya media promosi dengan memanfaatkan media digital dan cetak serta media sosial sebagai penunjang pengembangan.

Pada tabek analisis 5W + 1H diatas, menjelaskan pertanyaan permasalahan bedasarkan yang telah dianalisis sebelumnya sehingga dapat menggambarkan bagaimana cara untuk mengatasi permasalahan tersebut.

#### II.4. Resume

Dilihat pada pengumpulan data, dapat dianalisa bahwa objek-objek wisata Majalengka sangat berpotensi dan dapat terus untuk dikembangkan serta pembenahan untuk menjadi tujuan obyek wisata di Jawa Barat. Hasil wawancara dengan Arif Gunawan selaku Kepala Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka, mengatakan Pariwisata Majalengka sudah menerapkan program ekonomi kreatif yaitu wisata alam yang dikaloborasikan dengan kreatifitas sehingga tercapainya predikat dan terpilih sebagai kota kreatif nomor 4 sensasional.

Disisi lain dalam pelaksanaan program tersebut, berdasarkan atas hasil dari wawancara dengan beberapa pengunjung yang sudah pernah berwisata di Majalengka, masih terdapat kendala pada Aksesibilitas jalan yang masih terlalu kecil dan beberapa masih ada yang belum diperbaiki, Tranportasi umum untuk menuju obyek wisata belum ada dan fasilitas di beberapa obyek wisata masih ada yang belum terpenuhi.

Namun Arif Gunawan menyatakan bahwa permasalahan tersebut tidak sepenuhnya menjadi *weakness* melainkan menjadi sebuah *opportunities* yaitu sebagai keunikan tersendiri dengan jalanan yang estetik sehingga dapat menjadi sebuah pengalaman dan dikenang untuk wisatawan. Begitu juga dengan transportasi yang dapat dikembangkan menjadi peluang potensi perekonomian sebagai pengadaan program seperti bus *travel* atau *offroad* untuk berwisata.

Pada tahun 2020 terjadinya pandemi sehingga program ekonomi kreatif yang dilakukan sebagai penunjang pengembangannya pariwisata di Majalengka menjadi terganggu dan mengakibatkan penutupan destinasi wisata sehingga terjadi penurunannya pengunjung karena wisatawan yang berkunjung hanya sampai bulan Juli.

Pelaksanaan kegiatan bidang pengembanagan pariwisata perlu dilakukan kembali. Dengan adanya strategi dan kebijakan yang sudah dibuat oleh dinas pariwisata dan

kebudayaan majalengka dengan menerapkan beberapa aspek-aspek pengembangan pariwisata diharapkan dapat menjadi penggerak perubahan yang berkelanjutan.

### **II.5. Solusi Perancangan**

Setelah menganalisa dari data-data yang didapat diperlukannya suatu media untuk menginformasikan kembali kepada masyarakat mengenai pariwisata yang ada di Majalengka. Pemilihan perancangan media interaktif sebagai media utama dilakukan karena selain untuk memberitahukan kepada masyarakat, media dapat menjadi sebuah strategi pengembangan pemasaran dan promosi dengan mudah secara jangkauan yang luas. Sehingga diharapkan dapat membangun kembali pariwisata Majalengka.