

BAB II. WISATA CURUG MALELA KABUPATEN BANDUNG BARAT

II.1. Landasan Teori

II.1.1 Pariwisata

Oka A.Yoeti (1996) berpendapat bahwa secara etimologi, kata pariwisata berasal dari kata Sansakerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu maka kata Pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*” sedangkan untuk pengertian jamak, kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*”.(h.112). Wisata menurut Undang-Undang Kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Berdasarkan dari sumber yang perancang dapatkan maka bisa ditarik kesimpulan, bahwa wisata adalah suatu kegiatan atau aktivitas seseorang dalam melakukan perjalanan ke suatu daerah tertentu dengan tenggat waktu yang sementara dan tidak menetap namun memiliki tujuan untuk menikmati keindahan, fasilitas serta suasana pada daerah yang wisatawan kunjungi.

II.1.2. Wisata Berkembang Indonesia

Pengembangan wisata di Indonesia mengacu pada Undang-Undang kepariwisataan No.10 Tahun 2009 dimana wisata diselenggarakan sejalan dengan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, mengatasi pengangguran dan menghapus kemiskinan, melestarikan alam, sumber daya, dan lingkungan, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, dan mempererat persahabatan antar negara, serta memupuk rasa cinta terhadap tanah air memperkuat jati diri serta kesatuan bangsa dan negara. Usaha untuk mengembangkan dan meningkatkan suatu objek pariwisata yaitu dengan melalui pembangunan objek dan daya tarik sarana serta prasarananya, baik dalam bentuk

mengusahakan objek wisata yang sudah ada ataupun membuat objek wisata baru sebagai objek dan daya tarik bagi masyarakat. Setiap daerah wisata harus memiliki daya tarik untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut sehingga daerah tersebut bisa dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

II.1.3 Wisata Berkembang Kabupaten Bandung Barat

Menurut data Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat menjelaskan bahwa Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan kabupaten atau kota yang posisinya berada di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah hasil pemekaran dari wilayah Kabupaten Bandung. Kabupaten Bandung Barat berbatasan langsung dengan Kabupaten Purwakarta yang letaknya di sebelah Barat, Kabupaten Subang terletak di sebelah Utara, Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi letaknya di sebelah Timur, serta Kota Bandung yang terletak disebelah Selatan.

Kabupaten Bandung Barat adalah salah satu wilayah yang memiliki destinasi wisata yang beragam. Menurut data Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat, tercatat ada 28 destinasi wisata yang tersebar di delapan kecamatan di Kabupaten Bandung Barat. Dengan data kunjungan wisatawan sebanyak 6.634.998 wisatawan nusantara, dan 36.656 wisatawan mancanegara pada tahun 2018. Dari banyaknya destinasi Wisata yang dimiliki, Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi besar untuk menunjang perekonomian serta memajukan wisata Kabupaten Bandung Barat. Pada tahun 2019 Kabupaten Bandung Barat sedang fokus mengembangkan tiga destinasi wisata yang salah satunya adalah Wisata Curug Malela.

II.1.4 Jenis-Jenis Wisata

Indonesia memiliki berbagai keanekaragaman jenis objek wisata yang tersebar di seluruh penjuru nusantara, menurut Ismayanti (2010), berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, wisata dibagi menjadi berbagai jenis yaitu:

- Wisata pantai (*Marine Tourism*)
Wisata pantai merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, menyelam, memancing dan olahraga lainnya, termasuk juga prasarana akomodasi yang terdiri dari makan dan minum.
- Wisata Etnik (*Etnik Tourism*)
Wisata etnik merupakan jenis wisata yang melakukan suatu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup disuatu daerah yang di anggap menarik.
- Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*)
Wisata cagar alam merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan keindahan alam, kesegaran hawa di suatu pegunungan, keanekaragaman hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuhan yang jarang ditemukan di daerah lain.
- Wisata Buru
Wisata buru merupakan suatu jenis wisata yang dilakukan di negri-negri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang disahkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen wisata atau biro perjalanan.
- Wisata Olahraga
Wisata olahraga adalah suatu jenis wisata yang memadukan suatu kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Pada wisata ini dapat berupa wisata aktif yang mewajibkan wisatawan melakukan gerak olah tubuh secara langsung. Kegiatan lainnya berupa kegiatan olahraga pasif yang dimana wisatawan tidak harus melakukan kerakan olah tubuh, melainkan hanya menjadi pecinta, dan penkmat olahraga.
- Wisata Kuliner
Wisata kuliner adalah suatu jenis wisata yang bukan semata-mata hanya untuk makan dan memanjakan perut dengan keanekaragaman masakan khas disetiap daerah wisata, melainkan untuk mendapatkan pengalaman menarik juga menjadi motivasinya. Pengalaman makan dan memasak dari keanekaragaman makanan khas di suatu daerah wisata bisa membuat pengalaman yang didapat menjadi istimewa.

- **Wisata Religius**
Wisata religius merupakan suatu Wisata yang dilakukan untuk kegiatan yang bersifat keagamaan, religi dan ketuhanan. Wisatawan biasanya berwisata ke tempat-tempat yang kental dengan agama, seperti tempat beribadah, atau tempat lainnya.
- **Wisata Agro**
Wisata agro merupakan suatu wisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, dan rekreasi. Biasanya usaha agro yang dimanfaatkan berupa usaha di bidang peternakan, pertanian, perhutanan, perkebunan, ataupun perikanan.
- **Wisata Gua**
Wisata gua merupakan suatu wisata yang melakukan eksplorasi kedalam gua dan menikmati pemandangan yang disuguhkan di dalam gua.
- **Wisata Belanja**
Wisata belanja merupakan suatu wisata yang menjadikan belanja sebagai daya tarik utamanya, biasanya wisatawan berbelanja suatu barang dengan bertujuan untuk membawa oleh-oleh ciri khas daerah yang mereka kunjungi untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh atau cinderamata.
- **Wisata Ekologi**
Wisata ekologi adalah wisata yang merupakan bentuk wisata menarik wisatawan untuk peduli kepada alam dan sosial
- **Wisata Budaya**
Wisata budaya adalah wisata yang merupakan peninggalan sejarah purakala dan monumen, wisata ini termasuk dalam golongan wisata budaya, gedung bersejarah, monument nasional, kota, desa bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya.

Kesimpulan adalah bahwa Indonesia terdapat berbagai keanekaragaman wisata dengan berbagai jenis-jenis yang ada di penjuru nusantara, maka dari itu Indonesia menjadi negara yang kaya akan tempat wisata sehingga mampu bersaing dengan wisata yang dimiliki oleh negara lain.

II.2. Objek Perancangan

II.2.1 Sejarah Wisata Curug Malela

Curug malela merupakan nama yang diambil dari bahasa sunda yang artinya air terjun. Sedangkan nama malela merupakan nama dari seseorang tokoh penyebar agama islam yang bernama Eyang Prabu Tadjimalela. Eyang Prabu Taadjimalela berasal dari kerajaan sumedang larang. Konon katanya Curug Malela ini adalah tempat pertapanya Eyang Prabu Tadjimalela.

Secara ilmiah Curug ini terbentuk diperkirakan sejak 5 sampai 10 juta tahun yang lalu. Diawali dengan meletusnya gunung merapi aktif pada masa itu, letusan gunung tersebut mengakibatkan kaldera raksasa berukuran sekitar 15 Km di daerah barat Ciwidey. Kaldera sendiri merupakan kawah vulkanik besar yang dihasilkan dari efek letusan gunung api. Gunung api yang memiliki kaldera biasanya mempunyai bentuk kerucut terpancung atau cekung kedalam pada bagian puncaknya.

Kaldera raksasa tersebut mengalir sungai Cidadap yang melewati kecamatan Gununghalu dan Rongga hingga Cisokan. Diantara aliran sungai itulah terdapat Curug Malela yang terbentuk dari Breksi dan Batu pasir. Endapan breksi dan batu pasir tersebut berasal dari beberapa gunung merapi purba di daerah selatan Jawa Barat yang Meletus pada zaman itu.

Sejak jaman dulu, Curug Malela dikelola secara turun temurun oleh masyarakat setempat, pada tahun 1985 mulai dibuat jalan setapak menuju Curug Malela untuk mempermudah akses menuju ke lokasi Curug. Sebelum menjadi tempat wisata, di sekitar Curug Malela merupakan tempat Bertani dan berkebun masyarakat setempat daerah itu. Pada tahun 2007, Curug Malela mulai terkenal di media sosial seperti facebook, dan mulai ramai dikunjungi oleh wisatawan. Karena peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela tersebut, maka dari itu Curug Malela mulai dikelola oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat

dan mulai dikembangkan menjadi salah satu wisata alam di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat.

II.2.2. Wisata Curug Malela

Menurut data Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat menjelaskan bahwa Wisata Curug Malela adalah sebuah wisata air terjun (Curug) dalam bahasa sunda yang artinya air terjun yang merupakan sebuah daya tarik wisata yang berkaitan dengan alam dan air yang berada di Kabupaten Bandung Barat tepatnya di Kampung Manglid, Desa Cicadas, Kecamatan Rongga, Kabupaten Bandung Barat. Curug Malela memiliki tinggi sekitar 50 meter dan dihiasi dengan bebatuan berjenis andesit yang menonjol dan rata, menjadikan air yang jatuh ke bawah seperti bertahap-tahap. Air yang jernih dan juga dingin yang turun dari gunung masigit itu sangat sejuk jika berenang di sekitarnya. di Curug Malela ini terdapat lima jalur air terjun yang terlihat gagah dan besar yang menjadikan daya tarik tersendiri untuk Wisata Curug Malela. Di daerah Curug ini ada enam air terjun atau Curug yang membawahi Curug Malela, curug-curug tersebut diantaranya, Curug Malela, Curug Katumiri, Curug Manglid, Curug Ngeubul, Curug Sumpel, Curug Palisir, dan Curug Pameumpeuk. Kondisi iklim Wisata Curug Malela termasuk dalam kedalam zona agroklimat B1, B2 dan B3 mempunyai bulan-bulan basah selama 7 sampai 9 bulan. Kondisi tanah yang ada di Wisata Curug Malela cenderung merah dan coklat, kemiringan lereng yang sangat terjal >40 (46,5%) dan adanya kawasan pertanian, Kawasan lindung, Kawasan budidaya, dan Kawasan Budidaya Non Pertanian yang menjadikan daya tarik Wisata Curug Malela.

II.2.3. Pengelolaan Wisata Curug Malela

Sejak tahun 2012 Wisata Curug Malela sudah diambil alih pengelolaannya oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat dari pengelola asal yaitu masyarakat setempat. Di Wisata Curug Malela berada di dua kawasan kewilayahan yang pertama di kordinat Curug Malela berada pada wilayah Desa Cicadas, sementara untuk area parkir merupakan area lahan Perhutani, yang kemudian pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat

melakukan Kerjasama melalui MOU dengan Perhutani untuk bisa dikelola oleh DISPARBUD KBB. Di Wisata Curug Malela sendiri terdapat sembilan orang pegawai lepas yang bertugas sebagai pengelola Wisata Curug Malela dengan tugas yang berbeda-beda disetiap orangnya. Berikut adalah tabel pengelolaan Wisata Curug Malela Kabupaten Bandung Barat :

Tabel II.1 Pengelola Wisata Curug Malela
Sumber: DISPARBUD KBB (2021)

NO.	NAMA	ALAMAT	TEMPAT TANGGAL LAHIR	JABATAN
1.	Cecep L	Kp.Cicadas Rt.01/06 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Bandung, 2 November 1968	Kebersihan
2.	Atih Karna	Kp.Manglid Ds.Cicadas Rt/Rw.02/08 Kec.Rongga	Bandung, 18 Februari 1968	Keamanan
3.	Ecep Hermaeny	Kp.Cisuren Rt.003/002 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Cianjur, 25 Juni 1982	Bendahara
4.	A. Mulyanudin	Kp.Cisuren Rt.003/002 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Bandung, 5 Mei 1958	Petugas Loker/Tiket
5.	Lucky Udiansyah	Kp.Nyalindung Rt.002/010 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Bandung, 16 November 1997	Keamanan
6.	Apen	Kp. Manglid Rt.003/008 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Bandung,01 Februari 1972	Petugas Loker/Tiket
7.	Hilman Mukhliah	Kp.Cicadas Rt.002/006 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Bandung, 10 Juli 1992	Kebersihan
8.	Dajat Sudrajat	Kp. Cikemang Rt. 001/004 Ds.Cicadas Kec.Rongga	Bandung, 17 Februari 1971	Keamanan
9.	Leo Marwan	Kp. Manglid Rt.003/008 Ds.Cicadas Kec. Rongga	Bandung, 20 Oktober 1976	Keamanan

Selama diambil alih pengelolaan oleh DISPARBUD KBB, Wisata Curug Malela mendapati pengembangan dari sarana prasarana serta fasilitas yang terlihat pada pembangunan-pembangunan yang dilakukan DISPARBUD KBB untuk Wisata Curug Malela, serta dibenahinya aksesibilitas jalan Wisata Curug Malela menjadikan kenaikan animo masyarakat atau pengunjung yang datang ke Wisata Curug Malela.

Dijelaskan sebagaimana di dalam tabel di bawah bahwa total jumlah pengunjung pada tahun 2014 ada sebanyak 1400 orang, pada tahun berikutnya tepatnya tahun 2015 terdapat kenaikan pengunjung sekitar 3000 orang pengunjung, pada tahun 2016 terjadi penurunan jumlah wisatawan menjadi 1800 orang pengunjung, pada tahun 2017 terjadi kenaikan pengunjung kembali menjadi 4500 orang pengunjung,

sementara pada tahun berikutnya tepatnya tahun 2018 terdapat kenaikan pengunjung yang signifikan menjadi 10.000 orang pengunjung, dan pada tahun 2019 Wisata Curug Malela mendapatkan lonjakan pengunjung sekitar 16.600 orang pengunjung, yang menjadikan lonjakan jumlah pengunjung yang sangat signifikan bagi Wisata Curug Malela.



Gambar II.1 Jumlah Kunjungan Wisata Curug Malela
Sumber: Database DISPARBUD KBB (2021)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Wisata Curug Malela dari tahun ke tahun mendapatkan sedikit penurunan jumlah pengunjung di beberapa tahun terakhir, sebelum direhabilitasi, dan kemudian Wisata Curug Malela mendapatkan lonjakan pengunjung yang sangat signifikan pada beberapa tahun terakhir ini karena sudah direhabilitasi oleh pengelola Wisata Curug Malela yaitu Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat .

II.3. Data Lapangan

II.3.1 Marketing Mix (7P)

Sumarmi dan Soeprihanto (2010) menjelaskan bahwa *marketing mix* adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari suatu *system* pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Dengan kata lain *marketing mix* adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen (h.274).

II.3.1.1. Product

1) Fasilitas Utama

a. Curug Malela

Curug ini merupakan objek utama di Wisata Curug Malela, masyarakat atau wisatawan yang datang untuk berkunjung ke objek Wisata Curug Malela tujuan utamanya untuk datang ke curug atau air terjunnya, air terjun yang memiliki ketinggian sekitar 60 sampai 70 meter dengan lebar mencapai sekitar 50 meter ini memiliki aliran air yang lumayan deras dan juga sejuk serta memiliki aliran air yang berjejeran seperti air terjun Niagara yang berada di Amerika, hal inilah yang menjadikan masyarakat banyak menyebut Curug Malela sebagai Niagaranya Bandung Barat.



Gambar II.2 Curug Malela
Sumber: Data Pribadi (2021)

Di sekitaran area Curug terdapat bebatuan-bebatuan kecil atau besar yang menambah Curug menjadi sangat indah, ditambah Curug yang dikelilingi hutan yang rimbun yang dimana sekitar Curug Malela merupakan perhutani Kabupaten Bandung Barat. Dengan ini maka tidak heran lagi jika banyak masyarakat atau wisatawan yang datang atau berkunjung ke Wisata Curug Malela menjadikan Curug Malela menjadi objek Wisata unggulan di Kabupaten Bandung Barat.

b. Menara Pandang & Signboard

Bangunan melingkar yang berada beberapa meter saja dari lokasi Curug ini merupakan fasilitas utama selain Curug yang ada di Objek Wisata Curug Malela,

bangunan ini berfungsi sebagai panggung ataupun menara pandang beserta *signboard*. Bangunan ini juga dilengkapi dengan jembatan yang menyebrangi aliran air Curug Malela, yang berguna untuk masyarakat atau wisatawan yang berkunjung untuk bisa melihat Curug dari dekat tanpa harus takut basah atau jatuh ke aliran sungai. Semenjak dibangun menara panggung ini, banyak wisatawan yang berfoto *selfie* dengan *background* Curug yang indah ataupun untuk menikmati pemandangan Curug Malela yang terkenal sangat indah.



Gambar II.3 Menara Pandang & *Signboard*
Sumber: Data Pribadi (2020)

2) Fasilitas Pendukung

a. *Shelter*

Bangunan *shelter* ini merupakan tempat peristirahatan (*rest area*) bagi para masyarakat atau wisatawan yang berkunjung ke Wisata Curug Malela, *shelter* tersebut terdapat 8 bangunan dan tersebar di beberapa titik disekitar Wisata Curug Malela dengan jarak 50 meter disetiap bangunanya. Untuk ukuran *shelter* ini adalah 4x4 meter ukuran ini cukup luas untuk wisatawan yang hendak berhenti dan beristirahat di bangunan ini.



Gambar II.4 Shelter
Sumber: Data Pribadi (2020)

b. Loket Penjualan Tiket

Loket penjualan tiket merupakan tempat pertama disinggahi bagi pengunjung atau wisatawan yang datang ke Wisata Curug Malela. Pengunjung yang datang diwajibkan membeli tiket masuk diloket ini dan harga tiket masuknya kurang dari sepuluh ribu rupiah, didalam harga tersebut sudah termasuk dengan biaya parkir kendaraan sehingga parkir tidak perlu mengeluarkan biaya lagi.



Gambar II.5 Loket Penjualan Tiket
Sumber: Data Pribadi (2021)

c. Toilet

Toilet ini merupakan fasilitas yang paling dicari oleh wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela yang hendak untuk membuang air kecil. Keadaan toilet di Wisata Curug Malela cukup bersih dikarenakan pengelola Wisata Curug Malela selalu membersihkan area toilet tersebut setiap hari bahkan sampai pengunjung tersebut selesai memakai toilet. Jika dihitung toilet yang ada di Wisata Curug Malela ini ada beberapa, namun jika dihitung di area Curug Malela saja cuman ada dua yaitu toilet pria dan toilet wanita yang dua-duanya terjamin kebersihan dan ketersediaan airnya.



Gambar II.6 Toilet
Sumber: Data Pribadi (2021)

Letak toilet ini cukup dekat dengan area Curug hanya beberapa meter saja sehingga tidak akan menyulitkan masyarakat atau wisatawan yang berkunjung ke Wisata Curug Malela.

d. Area Parkir

Area parkir ini merupakan tempat dimana pengunjung atau wisatawan yang berkunjung dan membawa kendaraan mobil atau motor bisa menghentikan dan meninggalkan kendaraanya di area ini, area parkirnya sangat aman karena ada penjaga parkir dari pihak Wisata Curug Malela yang terus menjaga dari mulai tempat wisata buka sampai tempat wisata tutup dan pengunjung mengambil kendaraannya.



Gambar II.7 Area Parkir
Sumber: Data Pribadi (2021)

Di area parkir Wisata Curug Malela ini bisa menampung kendaraan yang cukup banyak dimulai dari kendaraan motor maupun mobil. Namun jika ada lonjakan pengunjung yang datang ke Wisata Curug Malela banyak pengunjung yang memarkirkan kendaraanya terutama kendaraan roda empat di pinggir jalan utama, dikarenakan area parkir yang sudah penuh karena area parkirnya kurang luas sehingga tidak bisa menampung banyak kendaraan.

e. Warung/Tempat Makan

Warung atau tempat makan ini merupakan fasilitas yang selalu dicari oleh para pengunjung atau wisatawan yang datang ke Wisata Curug Malela. Warung dan tempat makan ini bisa dijumpai di berbagai titik Wisata Curug Malela dimulai dari sekitaran area parkir sampai area Curug Malela. Warung-warung yang ada di Wisata Curug Malela ini merupakan milik warga sekitar yang rumahnya tidak jauh dari lokasi Wisata Curug Malela.



Gambar II.8 Warung atau Tempat Makan
Sumber: Data Pribadi (2021)

Makanan atau minuman yang disediakan di warung atau tempat makan ini bermacam-macam dimulai dari makanan ringan seperti ciki-cikian hingga makanan berat seperti nasi dan lauk pauknya yang pastinya semua makanan dan minuman tersebut dijual dengan harga cukup terjangkau.

f. Area Cenderamata

Area cenderamata ini merupakan tempat dimana pengunjung atau wisatawan bisa membeli buah tangan atau cenderamata Wisata Curug Malela yang berupa kaos dan lainnya. Namun pada area cenderamata ini masih belum banyak *souvenir* atau cenderamata khas Wisata Curug Malela yang dijual.



Gambar II.9 Area Cenderamata
Sumber: Data Pribadi (2021)

g. Area *Camping*

Area *camping* ini merupakan tempat bagi wisatawan yang ingin bermalam di Wisata Curug Malela dengan cara berkemah di area *camping* yang disediakan di Wisata Curug Malela. sudah banyak pengunjung atau wisatawan yang bermalam di Curug Malela dengan bertujuan untuk menikmati suasana malam di sekitar Curug Malela dengan lokasi yang sudah cukup mendukung bagi pengunjung yang ingin berkemah, dengan fasilitas toilet yang tidak jauh dari area *camping*.



Gambar II.10 Area *Camping*

Sumber: <https://plesirankotatua.blogspot.com/>(2021)

h. Musala

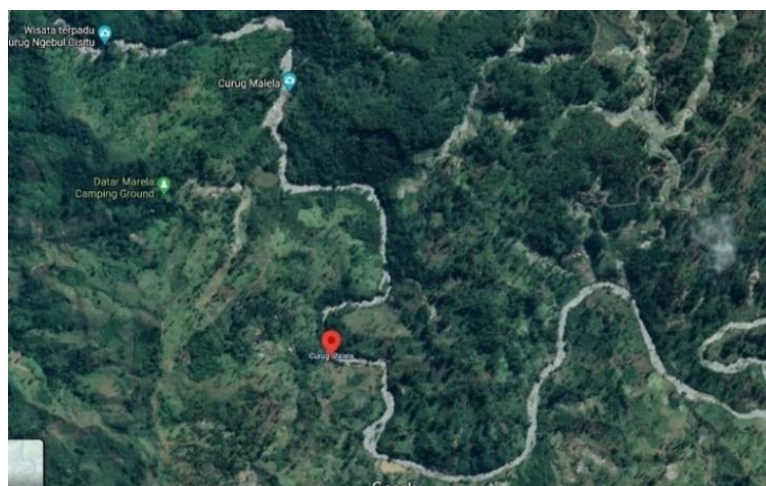
Musala merupakan tempat beribadah bagi wisatawan beragama islam yang berkunjung ke Wisata Curug Malela. Musala ini merupakan salah satu dari beberapa musala yang ada di Wisata Curug Malela, fasilitas yang terdapat pada musala ini ialah mukena sarung dan sendal, ruang salat antara laki laki dan perempuan digabungkan dengan memberi batas jarak antara laki laki dan perempuan.



Gambar II.11 Musala
Sumber: Data Pribadi (2021)

II.3.1.2 Place

Wisata Curug Malela berada di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang beralamatkan di kampung Manglid, Desa Cicadas, Kecamatan Rongga, Kabupaten Bandung Barat. Kondisi iklim daya tarik Wisata Curug Malela termasuk dalam zona agroklimat B1, B2 dan B3 mempunyai bulan-bulan basah selama 7 sampai 9 bulan. Kondisi tanah yang ada di Wisata Curug Malela cenderung merah dan coklat, kemiringan lereng yang sangat terjal >40 (46,5%) dan adanya kawasan lindung, Kawasan pertanian, Kawasan Budidaya, dan Kawasan Lindung, dan Kawasan Non Pertanian yang menjadikan daya tarik Wisata Curug Malela.



Gambar II.12 Peta Lokasi
Sumber: <https://www.google.co.id/maps/place/Curug+Malela> (diakses pada 24/04/2021)

II.3.1.3 Price

a. Jam Buka

Jam buka Wisata Curug Malela adalah sebagai berikut :

Senin	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Selasa	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Rabu	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Kamis	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Jumat	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Sabtu	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Minggu dan Hari Libur Nasional	: 08.00 WIB – 17.00 WIB

b. Tiket Masuk

Harga yang ditawarkan oleh Wisata Curug Malela cukup terjangkau oleh kalangan anak muda, orang dewasa, maupun keluarga. Harga tiket masuk Wisata Curug Malela sebesar Rp. 5000,-. kemudian untuk tiket parkir motor, biayanya dikenakan sebesar Rp. 2000,-. Lalu untuk kendaraan mobil , dikenakan biaya sebesar Rp. 5000,-. Dengan harga yang ditawarkan ini cukup sebanding dengan fasilitas yang disediakan oleh Wisata Curug Malela.



Gambar II.13 Tiket Masuk dan Parkir Wisata Curug Malela
Sumber: Data Pribadi (2021)

II.3.1.4 Promotion

Simanjuntak, Tanjung, Dan Nasution (2017) berpendapat bahwa: “kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat. Dalam kegiatan promosi, diadakan usaha untuk memperbesar daya tarik produk wisata terhadap calon Konsumen dan permintaanya tidak digarap, tetapi produknya yang lebih disesuaikan dengan permintaan konsumen.” (h.89).



Gambar II.14 Promosi Liputan CNN

Sumber:

https://www.youtube.com/watch?v=yc2fsnZtHZs&ab_channel=ATLASADVENTUR
(diakses pada 24/04/2021)

Wisata Curug Malela juga berupaya untuk mengenalkan produk kepada konsumen dengan dukungan dari Dinas Pariwisata Dan Kaebudayaan Kabupaten Bandung Barat yang berkerjasama dengan stasiun televisi Trans7 dan CNN melakukan promosi berupa liputan tempat Wisata Curug Malela.

II.3.1.5 People

Pelayanan yang diberikan oleh Wisata Curug Malela dalam kenyamanan serta keamanan pengunjung sudah cukup baik dan memadai. Namun, masih ada kekurangan yang terlihat seperti sampah yang berserakan dimana-mana dikarenakan kurangnya tempat sampah di beberapa titik yang menjadikan wisatawan atau pengunjung sulit untuk membuang sampah mereka ke tempat sampah, hal lainnya ialah fasilitas informasi seperti petunjuk jalan *signage* yang kurang baik keterbacaanya sehingga membuat bingung pengunjung. Saat

perancang pertama kali berkunjung ke Wisata Curug Malela hingga saat ini pihak pengelola masih terus berupaya untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada di Wisata Curug Malela.

II.3.1.5 Process

Masyarakat yang datang berkunjung ke Wisata Curug Malela akan melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. Pertama pengunjung diperwajibkan untuk membeli tiket terlebih dahulu untuk bisa masuk ke Wisata Curug Malela.
2. Pengunjung memarkirkan kendaraan yang di bawa sesuai arahan petugas atau penjaga area parkir Wisata Curug Malela.
3. Pengunjung masuk ke Wisata Curug Malela dengan melewati jalan mudun yang tidak jauh dari area parkir.
4. Pengunjung diharuskan untuk berjalan kaki kurang lebih sekitar 1.5 jam perjalanan untuk bisa sampai di area Curug Malela.
5. Pengunjung sampai, pengunjung bebas memakai fasilitas yang ada di area Curug Malela.
6. Pengunjung yang akan pulang, diwajibkan untuk sudah berangkat dari jam 16.30 untuk menuju ke pintu masuk Wisata dan area parkir. karna pihak Wisata Curug Malela berupaya untuk mensterilkan Area Wisata Curug Malela dari pengunjung sebelum jam 17.00 sore.

II.3.1.7 Physical Evidence

Physical evidence adalah salah satu dari bauran pemasaran yang sangat penting untuk memutuskan keputusan konsumen untuk membeli. *Physical evidence* merupakan bentuk penyampaian yang berupa aspek lingkungan, fasilitas, dan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang berupa keseluruhan dari perusahaan tersebut (Mery Jo Bitner, 2008, h.71). Fasilitas-fasilitas serta aset-aset yang dimiliki oleh Wisata Curug Malela hingga saat ini masih akan terus dikembangkan. Fasilitas dan aset tersebut berupa fisik guna mempengaruhi keputusan konsumen untuk dapat memakai produk dan jasa yang ditawarkan oleh

Wisata Curug Malela. Untuk sarana fisik berupa bangunan panggung, *shelter*, toilet, musala, area parkir, dan area tempat makan yang bisa dipergunakan oleh masyarakat yang berkunjung ke Wisata Curug Malela. Untuk peralatan terdiri dari peralatan kebersihan yang ada di area Wisata Curug Malela dan tandu untuk mengangkat pengunjung bila terjadi hal yang tidak di inginkan. Sedangkan untuk kendaraan yang disediakan adalah berupa kendaraan bermotor khusus untuk pengelola Wisata Curug Malela.

II.4. Analisis

II.4.1 Analisis SWOT

Rangkuti dalam idtesis.com (1977) menyatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses identifikasi dari berbagai faktor yang dilakukan dengan cara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan benar dan tepat. Faktor-faktor yang mempengaruhi analisis SWOT terbagi menjadi dua kelompok, kelompok yang pertama adalah faktor *internal* yang terdiri dari *Strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan). Kelompok kedua, faktor *eksternal* yang terdiri dari *opportunity* peluang dan *treath* (ancaman).

1) *Strength* (Kekuatan)

- Memiliki ukuran air terjun yang lebar seperti air terjun Niagara.
- Memiliki aliran air yang jarang surut cenderung memiliki aliran air yang besar.
- Memiliki bangunan berupa *plaza* sehingga membuat pengunjung aman dari air Curug yang deras.
- Terdapat bangunan *shelter* di berbagai titik untuk tempat peristirahatan pengunjung.
- Harga tiket yang terbilang murah dibanding yang lain.

2) *Weakness* (Kelemahan)

- Letak lokasi Wisata Curug Malela yang cukup jauh dari pusat kota.
- Akses jalan menuju lokasi Curug masih sulit dilalui.
- Area parkir kurang luas.

- Beberapa fasilitas masih belum beres sepenuhnya.

3) *Opportunity* (Peluang)

- Wisata Curug Malela merupakan primadona untuk wilayah selatan Kabupaten Bandung Barat.
- Dibeberapa tahun terakhir Wisata Curug Malela mendapati kenaikan pengunjung yang sangat signifikan.

4) *Threats* (Ancaman)

- Banyak objek wisata yang letak lokasinya dekat dengan pusat kota.
- Memiliki pemandangan yang masih alami.
- Akses jalan yang mudah untuk dilalui untuk pengunjung.
- Pesaing berada di daerah yang terkenal dengan wisata alamnya.

Kesimpulan dari analisis SWOT ini adalah bahwa Wisata Curug Malela ini terdapat beberapa kekuatan yang bisa dijadikan acuan untuk menjadi pembeda dari kompetitor yang salah satunya Curug Malela memiliki bentuk air terjun yang lebar seperti air terjun Niagara di Amerika dan terdapat bangunan panggung serta *shelter* yang tidak dimiliki oleh kompetitor, yang menjadikan kekuatan yang akan ditonjolkan pada Wisata Curug Malela.

II.4.2 Peta Pesaing

Garut memiliki banyak destinasi wisata alam yang indah, entah itu pegunungan, hutan maupun air terjun, salah wisata alam air terjun di Garut yang sedang tenar yaitu Curug Sanghyang Taraje. Curug Sanghyang Taraje merupakan wisata alam air terjun yang berada di Kabupaten Garut tepatnya di Kampung Kombongan, Desa Pakanjeng, Kecamatan Pamulihan, Curug sanghyang taraje berada dekat dengan kawasan gunung papandayan Garut yang menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Curug Sanghyang Taraje memiliki tinggi sekitar 82 meter dengan dialiri air yang cukup deras. Panoram yang masih alami yang ada di sekitar Curug Sanghyang Taraje dikelilingi oleh pepohonan hijau yang menjadikan hawa di lokasi curug menjadi sejuk dan juga ditambah airnya yang dingin.



Gambar II.15 Curug Sanghyang Taraje

Sumber: <https://travelspromo.com/htm-wisata/curug-sanghyang-taraje-garut/>
(diakses pada 24/04/2021)

Curug Sanghyang Taraje dikelola oleh Perhutani Garut, Adapun masyarakat setempat yang mencoba untuk mengelola kawasan Curug Sanghyang Taraje namun hanya pada hari tertentu saja seperti hari raya atau hari libur nasional. Luas yang dimiliki Curug Sanghyang Taraje sekitar 500 m², dengan tinggi Curug sekitar 100m. pada saat musim kemarau debit air terjun agak mengecil namun airnya menjadi sangat jernih sedangkan pada musim hujan debit airnya menjadi besar yang menjadikan warna airnya menjadi keruh dan kurang menarik untuk dilihat. Namun dibalik itu semua Curug Sanghyang Taraje adalah pesona tersembunyi yang ada di Garut Selatan.

II.4.3 SWOT

1) *Strength* (Kekuatan)

- Memiliki ukuran Curug yang tinggi dibanding yang lain
- Udara sejuk
- Salah satu Curug terkenal di wilayah Garut
- Kondisi alam yang masih alami

2) **Weakness (Kelemahan)**

- Area parkir kurang luas
- Harga tiket lebih mahal di banding yang lain
- Hari *weekend* harga tiket lebih mahal dibanding hari biasa

5) **Opportunity (Peluang)**

- Curug Sanghyang Taraje merupakan salah satu wisata alam terpopuler di wilayah Garut Selatan
- Curug Sanghyang Taraje berlokasi di daerah Garut yang terkenal dengan objek wisata alamnya

6) **Threats (Ancaman)**

- Ada objek wisata yang memiliki harga lebih terjangkau dibanding Curug Sanghyang Taraje
- Ada objek wisata yang memiliki area parkir lebih memadai
- Mempunyai fasilitas-fasilitas yang lebih memadai

Kesimpulan dari analisis SWOT kompetitor ini adalah, bahwa Curug Sanghyang Taraje memiliki beberapa kekuatan dan juga kelemahan yang ada pada Curug Sanghyang Taraje, kekuatan yang paling menonjol pada Curug Sanghyang Taraje adalah ukuran air terjun yang tinggi dan berada di daerah yang terkenal dengan Wisata Alamnya.

II.4.4 Tabel SWOT

Tabel SWOT berfungsi untuk memetakan kondisi objek yang sudah diteliti sebelumnya dan juga untuk menemukan aspek-aspek penting yang terdapat pada Perancangan Promosi Wisata Curug Malela, pada tabel tersebut terdapat empat aspek yang meliputi *Streangth* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threaths* (ancaman) yang masing-masing dari empat aspek tersebut terdapat pada objek perancangan yaitu pada Wisata Curug Malela Kabupaten Bandung Barat. Sebagaimana tabel SWOT pada Perancangan Promosi Wisata Curug Malela digambarkan sebagai berikut :

Tabel II.2 Strategi Analisis SWOT Objek dan Pesaing
 Sumber: Analisis Pribadi (2021)

Internal		
Eksternal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity</i> (Peluang)	Wisata menyenangkan yang aman dan nyaman	Sebagian besar pengunjung baru berasal dari daerah Bandung Barat
<i>Threats</i> (Ancaman)	Pengembangan masih terus dilakukan untuk menaikkan daya tarik pengunjung	Memperkenalkan potensi objek wisata yang menjadi primadona di daerahnya

Pada tabel SWOT diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa Wisata Curug Malela memberikan beberapa keunggulan yaitu berupa wisata air terjun yang bisa memberikan pengalaman liburan yang menyenangkan dengan aman dan nyaman serta pengembangan yang masih terus dilakukan untuk memuaskan para pengunjung Wisata Curug Malela. Namun Wisata Curug Malela juga memiliki kekurangan berupa Sebagian besar pengunjung berasal dari daerah Jawa Barat padahal jika melihat dari potensi serta kunggulan yang dimiliki Wisata Curug Malela sangat berpeluang besar untuk bisa menarik pengunjung diluar daerah Bandung Barat, dan juga mampu bersaing dengan Wisata yang ada diluar Jawa Barat.

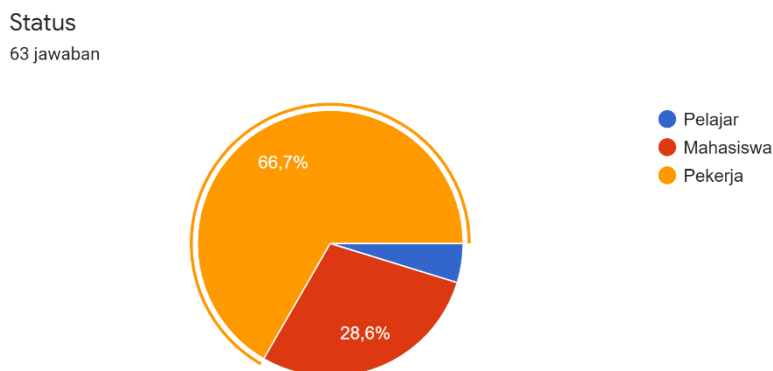
II.4.5 Kuisisioner

Kuisisioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2005) kuisisioner terbagi menjadi dua jenis diantaranya :

- Kuisisioner Terbuka
Kuisisioner terbuka merupakan kuisisioner yang memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab dan di sediakan pilihan jawaban.
- Kuisisioner Tertutup
Kuisisioner tertutup merupakan kuisisioner yang tidak memberikan responden kesempatan dalam menjawab kuisisioner, jawaban dari pernyataan kuisisioner sudah disediakan oleh pembuat, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang paling benar.

Berdasarkan dari analisis yang perancang lakukan maka jenis kuesioner yang tepat digunakan pada Wisata Curug Malela adalah jenis Kuesioner Tertutup. Kuesioner disebarkan kepada 63 responden yang kebanyakan merdomisili dari Provinsi Jawa Barat. Responden dituntun untuk memberikan jawaban sesuai dengan yang mereka alami. Berikut adalah kuisisioner yang diajukan dalam kuesioner tertutup yang dimulai pada tanggal 21 April 2021 :

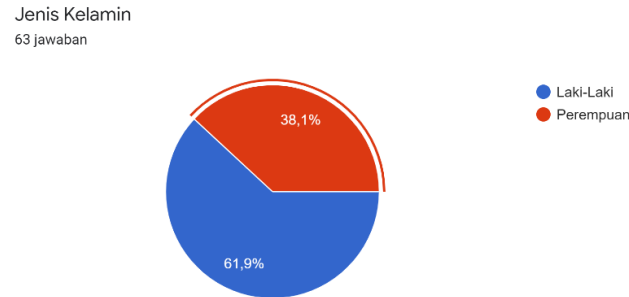
1) Status Responden ?



Gambar II.16 Diagram Kuisisioner 1
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan dari jumlah 63 orang responden, sebanyak 66,7% merupakan pekerja, 28,6% merupakan mahasiswa, dan 4,8% merupakan pelajar.

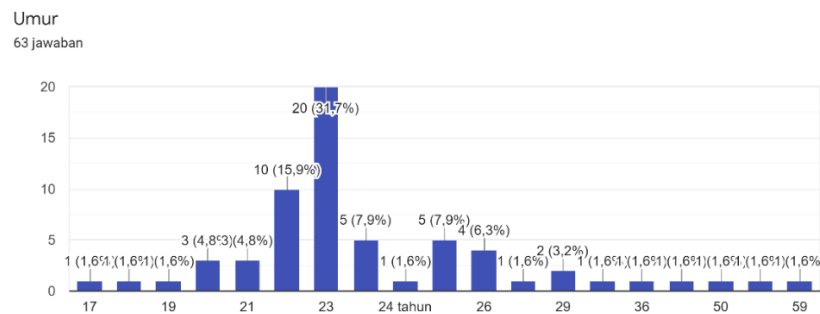
2) Jenis kelamin/gender responden



Gambar II.17 Diagram Kuisisioner 2
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan dengan jumlah 63 responden, sebanyak 61,9% responden merupakan berjenis kelamin laki-laki, dan sebanyak 38,1% responden merupakan jenis kelamin perempuan.

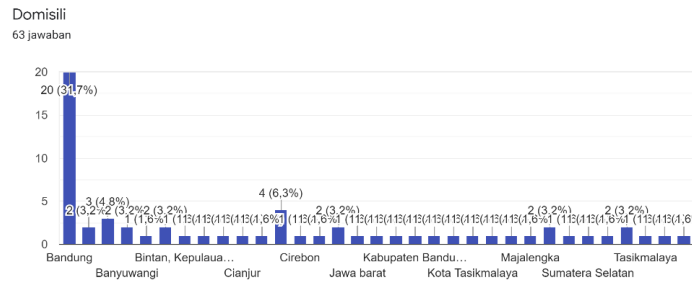
3) Umur Responden



Gambar II.18 Diagram Kuisisioner 3
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan dengan jumlah 63 responden, pada urutan pertama 31,7% berada pada umur 23 tahun dengan responden paling banyak, dan di urutan kedua 15,9% responden berumur 22 tahun, dan di urutan ketiga 7,9% ada di rentang usia 24 ssampai 25 tahun, disusul dengan umur 26 sebanyak 6,3%, umur 20 dan 21 tahun 4,8%, umur 29 tahun 3,2% dan sisanya kisaran 1,6%.

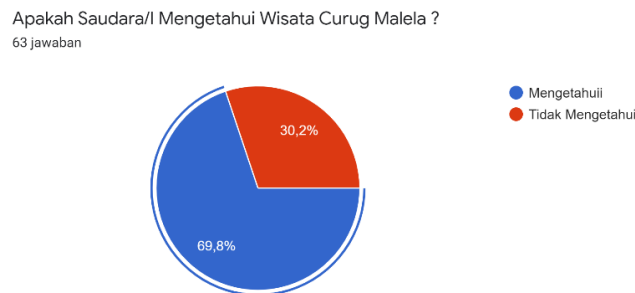
4) Domisili responden



Gambar II.19 Diagram Kuisisioner 4
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan kuisisioner yang telah disebar dengan jumlah 63 responden, sekitar 31,7% responden berdomisili di Bandung, namun sisanya rata-rata berada di kawasan Jawa Barat sehingga menjadikan Jawa Barat menjadi jumlah responden terbanyak.

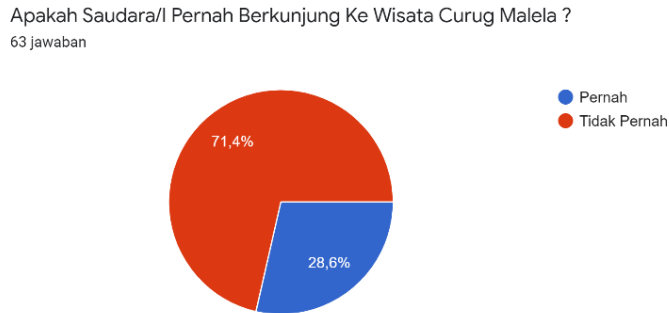
5) Apakah Saudara/I Mengetahui Wisata Curug Malela ?



Gambar II.20 Diagram Kuisisioner 5
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan kuisisioner yang disebar dengan jumlah 63 responden, sekitar 69,8% responden sudah mengetahui Wisata Curug Malela, dan sekitar 30,2% responden masih belum mengetahui Wisata Curug Malela.

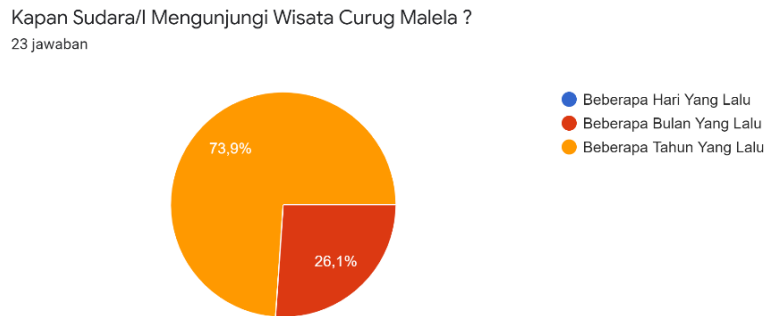
6) Apakah Saudara/I Pernah Berkunjung Ke Wisata Curug Malela ?



Gambar II.21 Diagram Kuisisioner 6
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan kuesioner yang disebar dengan jumlah 63 responden, sekitar 71,4% responden tidak pernah berkunjung ke Wisata Curug Malela, dan sekitar 28,6% responden sudah pernah berkunjung ke Wisata Curug Malela.

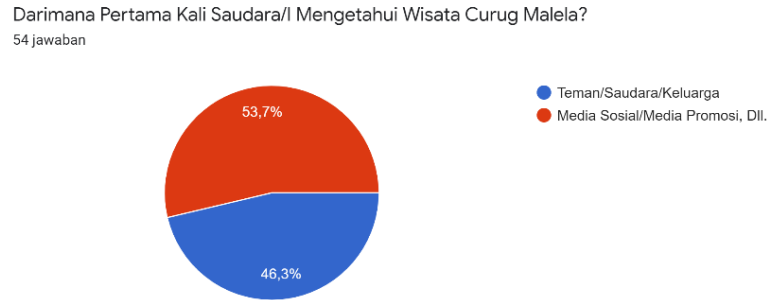
7) Kapan Sudara/I Mengunjungi Wisata Curug Malela ?



Gambar II.22 Diagram Kuisisioner 7
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan dari kuesioner yang disebar dengan jumlah 23 responden, sekitar 73,9% responden pernah mengunjungi Wisata Curug Malela pada beberapa tahun yang lalu, dan sekitar 26,1% responden mengunjungi Wisata Curug Malela pada beberapa bulan yang lalu.

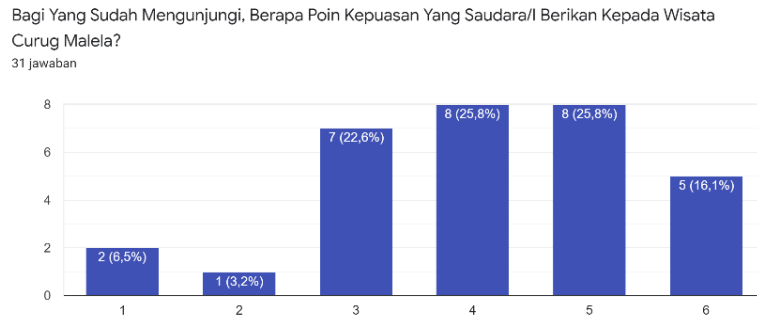
8) Darimana Pertama Kali Saudara/I Mengetahui Wisata Curug Malela?



Gambar II.23 Diagram Kuisiner 8
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan dari kuesioner yang disebar dengan jumlah 54 responden, sekitar 53,7% responden pertamakali mengetahui Wisata Curug Malela dari media sosial atau media promosi dan lain-lain. Dan sekitar 46,3% responden pertamakali mengetahui Wisata Curug Malela dari Teman, sodara, atau keluarga.

9) Bagi Yang Sudah Mengunjungi, Berapa Poin Kepuasan Yang Saudara/I Berikan Kepada Wisata Curug Malela?



Gambar II.24 Diagram Kuisiner 9
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan dari kuesioner yang telah disebar dengan jumlah 31 responden, sekitar 25,8 persen responden yang pernah mengunjungi Wisata Curug Malela memberikan 4 dan 5 poin kepuasan, dan sekitar 16,1% responden yang pernah

mengunjungi Wisata Curug Malela memberikan 6 poin kepuasan, sisanya berada di poin 1 dan 2 dengan jumlah responden 6,5% serta 3,2%.

10) Bagi Yang Belum Tahu Dan Belum Pernah Mengunjungi Apakah Saudara/I Ingin Mengunjungi Wisata Curug Malela?



Gambar II.25 Diagram Kuisisioner 10
Sumber: Data Pribadi (24 April 2021)

Berdasarkan dari kuesioner yang telah disebar dengan jumlah 52 responden, sekitar 69,2% responden ingin mengunjungi Wisata Curug Malela, kemudian sekitar 28,8% responden memungkinkan untuk mengunjungi Wisata Curug Malela, dan sekitar 1,9% responden tidak ingin mengunjungi Wisata Curug Malela.

II.4.6 Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara terstruktur maupun tidak terstruktur bisa dilakukan menggunakan cara tatap muka secara langsung dengan narasumber atau melalui jaringan telepon. (Sugiyono, 2017)

Ada dua macam wawancara yang bisa dilakukan diantaranya :

- Wawancara Bebas

Wawancara bebas adalah jenis wawancara yang pertanyaannya tidak di susun dahulu, yang dimana pertanyaan akan muncul sesuai dengan suasana yang ada saat proses wawancara berlangsung, dengan arti lain secara spontan.

- **Wawancara Terpimpin**
Wawancara terpimpin adalah suatu jenis wawancara yang dimana pertanyaannya harus dipersiapkan dahulu. Jenis wawancara ini bisa disebut juga dengan wawancara berstruktur.
- **Wawancara Bebas Terpimpin**
Wawancara bebas terpimpin adalah suatu jenis wawancara yang dimana pewawancara melakukan percampuran antara wawancara bebas dengan wawancara terpimpin, dan pelaksanaannya sesuai dengan pedoman mengenai topik yang dibahas.
- **Wawancara Individual**
Wawancara individual adalah suatu jenis wawancara yang dilakukan oleh seorang pewawancara pada narasumber tunggal.
- **Wawancara Konferensi**
Wawancara konferensi adalah suatu jenis wawancara yang dilakukan pewawancara dengan responden lebih dari satu atau wawancara yang dilakukan oleh beberapa pewawancara dengan satu orang responden.
- **Wawancara Terbuka**
Wawancara terbuka adalah suatu jenis wawancara yang pertanyaannya tidak terbatas. Biasanya pertanyaannya akan menghendaki penjelasan dan pendapat dari narasumber tersebut.
- **Wawancara Tertutup**
Wawancara tertutup adalah suatu jenis wawancara yang pertanyaannya terbatas, biasanya wawancara ini menyiapkan lembar pertanyaan melalui kuesioner dengan jawaban yang telah ada dan tinggal dipilih, seperti ya atau tidak atau setuju atau tidak.

II.4.6.1 Wawancara dengan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat

Wawancara langsung dilakukan pada tanggal 26 februari 2021 di kantor Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat, beliau adalah David Oot salah satu pegawai DISPARBUD KBB dengan jabatan Kabid DISPARBUD KBB beliau mengatakan bahwa Wisata Curug Malela sangat berpotensi untuk bisa

menarik pengunjung lebih banyak lagi dikarenakan Wisata Curug Malela adalah maskot untuk Wilayah Selatan Kabupaten Bandung Barat. Selain itu Wisata Curug Malela akan masih terus dikembangkan mulai dari fasilitas, sarana dan prasarana nya sehingga menjadikan Wisata Curug Malela lebih baik kedepanya serta mampu bersaing dengan wisata lainnya.



Gambar II.26 David Oot
Sumber: Data Pribadi (26 April 2021)

Pihak DISPARBUD KBB pun melakukan berbagai upaya promosi untuk memperkenalkan Wisata Curug Malela ke masyarakat luas, wawancara dilakukan di kantor Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat beliau adalah Edo Endrawan beliau merupakan pegawai DISPARBUD KBB dengan jabatan sebagai bagian Strategi Pemasaran beliau mengatakan bahwa DISPARBUD KBB telah melakukan upaya promosi melalui *platform* media sosial berupa Instagram, Tiktok, dan Youtube. serta melalukan kerjasama dengan *platform media digital* nasional, regional dan lokal, untuk media nasional melalui Sindonews, untuk yang regional melalui Galamedia, dan untuk yang lokal melalui Daramedia yang diharapkan bisa menaikan potensi serta daya taraiwisatawan lokal maupun *nonlocal* utuk berkunjung ke Curug Malela, dan juga kedepanya Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat akan melakukan pameran dengan berkejasama dengan komunitas-komunitas wisata atau pelaku industri kreatif dan juga akan melakukan *festival* untuk bisa mamperkenalkan Wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat dan juga menarik pengunjung luar Bandung Barat.



Gambar II.27 Edo Endrawan
Sumber: Data Pribadi (26 April 2021)

II.4.6.2 Wawancara Dengan Pengelola Wisata Curug Malela

Wawancara langsung dilakukan pada tanggal 26 April 2021 di lokasi Wisata Curug Malela bersama pengelola lapangan Wisata Curug Malela yaitu Pa Apen, beliau mengatakan bahwa pertama kali Wisata Curug Malela dikelola oleh masyarakat sekitar yang seiring berjalanya waktu Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat mengambil alih pengelolaan Wisata Curug Malela dari pengelola asal yaitu masyarakat sekitar. Semenjak diambil alih pengelolaan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat.



Gambar II.28 Apen
Sumber: Data Pribadi (25 April 2021)

Pemda KBB meberikan pengembangan-pengembangan dari fasilitas-fasilitas, sarana dan prasarana serta aksesibilitas diperbaiki sehingga menjadikan Wisata Curug Malela tampil lebih baru dan menjadikan daya tarik bagi pengunjung. Semenjak diambil alih oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat dan memberi pengembangan-pengembangan yang signifikan, Wisata Curug Malela menjadi banyak diminati wisatawan yang berkunjung terutama pada hari libur.

II.5. Resume

Berdasarkan dari hasil observasi secara langsung ke lokasi Wisata Curug Malela dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat, mendapatkan informasi bahwa pihak pengelola masih terus berupaya untuk meningkatkan potensi Wisata Curug Malela, dengan melakukan pengembangan fasilitas-fasilitas, sarana dan prasarana serta aksesibilitas untuk bisa bersaing dengan objek wisata lainnya. Pihak pengelola pun telah melakukan upaya untuk memperkenalkan Wisata Curug Malela ke masyarakat luas dengan berkerjasama dengan *platform* media nasional, regional dan daerah yang diharapkan bisa menaikan potensi Wisata Curug Malela, dan menarik daya tarik pengunjung lokal maupun non lokal.

Hasil analisis SWOT Wisata Curug Malela dengan pesaing didapat bahwa persaingan wisata bisa terjadi satu sama lain dan tidak memandang jarak namun lebih melihat kualitas yang dimiliki. Persaingan yang ketat masih terjadi antara Wisata Curug Malela dengan kompetitornya, yang dimana keduabelah pihak masih terus berupaya untuk memberikan pengembangan-pengembangan yang bisa menaikan potensi objek wisatanya masing-masing.

Pada kuisioner tertutup yang disebar terdapat kesimpulan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan belum pernah mengunjungi Wisata Curug Malela, serta banyak masyarakat yang belum pernah berkunjung, ingin berkunjung ke Wisata Curug Malela, karena masih banyak masyarakat yang mengetahui Wisata Curug Malela dari orang orang maka dari itu perlu dilakukanya perbaikan *system* promosi wisata. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Wisata Curug Malela beserta pemerintah daerah Kabupaten Bandung Barat, terlihat dari

banyaknya masyarakat yang masih belum mengetahui keberadaan Wisata Curug Malela. Bentuk perancangan yang diusulkan setelah ditemukannya masalah yang terdapat pada objek yaitu melakukan suatu kampanye komersial dengan batasan mengenai potensi serta keunikan yang dimiliki Wisata Curug Malela. tujuan suatu promosi adalah untuk menjadikan Wisata Curug Malela Kabupaten Bandung Barat sebagai destinasi wisata alam unggulan di Provinsi Jawa Barat dan memperluas pasar hingga luar Pulau Jawa.

II.6 Solusi Perancangan

Solusi perancangan terhadap Wisata Curug Malela adalah dengan melakukan suatu kampanye komersial berupa promosi dengan tujuan memperkenalkan ke masyarakat luas tentang potensi, keunggulan, serta keunikan-keunikan yang dimiliki Wisata Curug Malela. Potensi, keunggulan serta keunikan tersebut berupa pemandangan indah air terjun yang lebar. Batasan masalah dalam perancangan adalah menaikkan potensi serta menarik daya tarik wisatawan daerah Bandung Barat, dan luar daerah Bandung Barat dengan membangun citra merek di masyarakat dari potensi dan keunikan yang dimiliki Wisata Curug Malela. Sehingga, harapan Wisata Curug Malela menjadi salah satu destinasi wisata alam unggulan dan favorit di daerah Jawa Barat.