



Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun di Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Yustisia Kristiana^{1*}, Maria Irma Jasintha Wea¹, Vedelieni Salimin¹

¹Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Corresponding author email: yustisia.kristiana@uph.edu

Article Info

ABSTRACT

Article history:

Received May 11, 2024

Approved June 15, 2024

Keywords:

Bogor Regency, development strategy, SWOT analysis, waterfall tourism

Waterfall tourism is a natural tourist attraction that is an option when traveling to Bogor Regency. The purpose of this research is to identify the potential for waterfall tourism in Bogor Regency and the strategy for developing waterfall tourism to become a leading tourist attraction in Bogor Regency. The research method used is a qualitative approach. The informants selected by purposive sampling technique were tourism stakeholders included in the keyperson, namely the Bogor Regency Tourism Office, managers of waterfall tourist attractions, tourists, business owners, and the local community. The data analysis technique used in this study is interactive analysis. For the selection of alternative development strategies, a SWOT analysis is carried out. The results of the study show that the tourism potential of waterfalls in Bogor Regency has an attractiveness and uniqueness which is its strength. Based on the Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) the main strength aspect is community participation in managing waterfall tourism and the biggest weakness is accessibility to waterfall tourism which is still difficult. Meanwhile, based on the External Factor Analysis Strategy (EFAS), the biggest opportunity aspect is tourists who help promote waterfall tourism and the biggest threat is natural disasters. The results of the SWOT analysis show that in developing waterfall tourism in Bogor Regency, a defensive strategy can be applied.

ABSTRAK

Wisata air terjun atau curug menjadi daya tarik wisata alam yang menjadi pilihan saat berwisata ke Kabupaten Bogor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata air terjun di Kabupaten Bogor dan strategi pengembangan wisata air terjun untuk menjadi daya tarik wisata unggulan di Kabupaten Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Informan yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* adalah pemangku kepentingan pariwisata yang termasuk dalam *keyperson*, yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor, pengelola daya tarik wisata air terjun, wisatawan, pemilik usaha, dan masyarakat setempat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Untuk pemilihan alternatif strategi pengembangan dilakukan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata air terjun di Kabupaten Bogor memiliki daya tarik dan keunikan yang menjadi kekuatan. Berdasarkan *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) aspek kekuatan utama adalah partisipasi

masyarakat dalam mengelola wisata air terjun dan kelemahan yang masih besar.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Kristiana, Y., Wea, M. I. J., & Salimin, V. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1333–1342. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2579>

PENDAHULUAN

Potensi pariwisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah yang dapat digunakan untuk menjadi daya tarik wisata yang menguntungkan secara ekonomi dengan mempertimbangkan faktor lain (Nawang Sari *et al.*, 2018). Kesenian, kebudayaan nasional dan lokal, keindahan alam, flora dan fauna, dan potensi lainnya menjadi penunjang dalam mengembangkan destinasi wisata. Dalam membangun destinasi wisata juga perlu memperhatikan fasilitas yang dapat memberikan kepuasan wisatawan (Hutasoit, 2021), selain produk yang utamanya dapat memengaruhi minat kunjungan wisatawan (Kristiana *et al.*, 2021). Ritzkal *et al.* (2018) menambahkan bahwa mempertahankan daya tarik wisata harus diikuti dengan menjaga fasilitas serta pelayanan yang baik untuk memberikan minat kunjungan wisatawan untuk terus berkunjung.

Kabupaten Bogor yang berada di Provinsi Jawa Barat memiliki keragaman daya tarik wisata alam sehingga menjadi tujuan wisatawan untuk berwisata. Air terjun atau curug adalah salah satu daya tarik wisata alam yang menjadi pilihan berwisata di Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor berada di dataran tinggi dan dikelilingi oleh pegunungan yang dapat menghasilkan berbagai macam air terjun dengan posisi dan volume air yang berbeda. Karakteristik air terjun memberikan daya tarik yang berbeda-beda menjadikan hal itu sebagai sumber kekuatan utamanya.

Pandemi yang terjadi memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bogor. Tahun 2020 menjadi tahun terendah dimana hanya 5.057.335 kunjungan wisatawan nusantara dan 60.552 kunjungan wisatawan mancanegara. Pada tahun 2021 kunjungan nusantara sebanyak 6.453.345 namun kunjungan wisatawan mancanegara hanya mencapai 2.609 wisatawan. Walaupun saat ini kondisi sudah lebih baik namun jumlah kunjungan wisatawan masih belum menyamai saat sebelum pandemi, yang dapat mencapai 9 juta wisatawan nusantara dan 300.000 wisatawan mancanegara.

Kabupaten Bogor memiliki 104 daya tarik wisata alam (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, 2021), dan diantaranya adalah air terjun. Islami dan Istiqomah (2017) membuktikan bahwa wisata air terjun dapat memberikan dampak ekonomi langsung, tidak langsung, dan lanjutan yang tergolong besar bagi masyarakat. Oleh karena itu diperlukan strategi pengelolaan yang baik melalui kerja sama dengan berbagai pihak untuk peningkatan kualitas daya tarik wisata air terjun. Firmansyah (2019) menyatakan bahwa pengembangan wisata air terjun perlu berkoordinasi dan bekerja sama dalam memberdayakan masyarakat agar ikut berperan sehingga dapat meningkatkan citra dari wisata air terjun. Dalam berwisata, wisatawan pada umumnya akan mengunjungi daya tarik wisata yang memberikan layanan dan fasilitas wisata yang lengkap. Pengalaman wisata yang baik akan mendorong wisatawan untuk merekomendasikan daya tarik wisata tersebut kepada orang lain. Rekomendasi ini memiliki

dampak positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Namun begitu, daya tarik wisata yang baru berkembang juga berpotensi untuk menjadi daya tarik wisata andalan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muni (2017) menyatakan bahwa strategi dalam peningkatan wisata alam di Kabupaten Bogor adalah dengan meningkatkan iklim investasi, perawatan sarana, meningkatkan kebersihan lingkungan, menambah sarana-sarana pendukung pariwisata, melakukan promosi yang lebih masif, melakukan perbaikan dan pelebaran jalan menuju daya tarik wisata, dan meningkatkan koordinasi antara Pemerintah Daerah dan pihak pengelola untuk melakukan inventarisasi potensi pariwisata. Kristiana, *et al.* (2020) menyatakan bahwa potensi wisata mampu memberikan kepuasan wisatawan yang pada akhirnya dapat membangun citra destinasi pariwisata. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Fujiyama dan Wipranata (2020) yang menyatakan bahwa untuk memperbaiki strategi pengelolaan, perlu diketahui beberapa masalah dan potensi pada kawasan tersebut sehingga dapat membuat strategi pengelolaan yang lebih baik dan dapat meningkatkan angka pengunjung tanpa merusak keseimbangan ekosistem di dalamnya dan menjadi pariwisata berkelanjutan. Perencanaan pembangunan pariwisata merupakan strategi yang digunakan untuk meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi oleh wisatawan dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dengan peningkatan kesejahteraan (Bugis *et al.*, 2019).

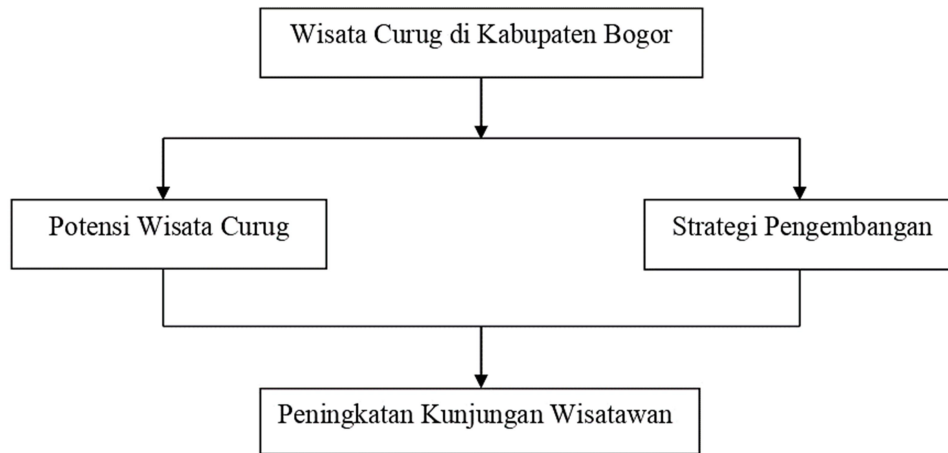
Berdasarkan penjelasan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata air terjun di Kabupaten Bogor dan strategi pengembangan wisata air terjun untuk menjadi daya tarik wisata unggulan di Kabupaten Bogor. Penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian yaitu: 1) bagaimana potensi wisata air terjun di Kabupaten Bogor; dan 2) bagaimana strategi pengembangan wisata air terjun di Kabupaten Bogor.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah di Curug Cigamea, Curug Cikuluwung 1, Curug Lontar, Curug Sawer, dan Curug Suakan Rumpin yang terletak di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Alasan pemilihan karena air terjun tersebut belum banyak dikunjungi oleh wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Informan sebagai sumber data yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dilakukan untuk menemukan jawaban melalui orang yang mengetahui permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2021). Informan yang dipilih adalah pemangku kepentingan pariwisata yang termasuk dalam *keyperson*, yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor, pengelola daya tarik wisata air terjun, wisatawan, pemilik usaha, dan masyarakat setempat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif menurut Miles dan Huberman (1994) yaitu pengumpulan data, reduksi data berarti merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak diperlukan, tahap selanjutnya adalah menyajikan data, dan langkah terakhir adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Untuk pemilihan alternatif strategi pengembangan dilakukan analisis SWOT dengan cara mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, tantangan dan ancaman yang diformulasikan ke dalam matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*External Factor Analysis Strategy*). Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Potensi Wisata Air Terjun di Kabupaten Bogor

Berdasarkan hasil observasi, berikut ini adalah potensi wisata air terjun yang ada di Kabupaten Bogor:

1. Curug Cigamea

Curug Cigamea terletak di kawasan Taman Nasional Halimun Salak. Pengelolaan Curug Cigamea awalnya adalah Pemda Kabupaten Bogor. Pada tahun 2010 terdapat kebijakan Kementerian Kehutanan mengenai perluasan kawasan Taman Nasional Halimun Salak sehingga diambil alih oleh taman nasional. Untuk mempermudah pengelolaan, di tahun 2013 dikeluarkan izin untuk mengelola wisata air terjun di kawasan Taman Nasional Halimun Salak yang dikelola oleh Koperasi Hijau. Curug Cigamea memiliki dua air terjun yang disebut dengan Curug Kembar, sehingga banyak yang mengatakan bahwa Curug Cigamea adalah Curug Kembar. Ketinggian dari kedua air terjun ini berbeda dengan kisaran 40 hingga 70 meter.

2. Curug Cikuwulung 1

Keunikan Curug Cikuwulung 1 adalah pada bebatuan alami yang tertata rapi. Ketinggian dari air terjun ini kurang lebih 8 meter dan memiliki tiga kolam yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Kolam pertama belum terukur kedalamannya namun diprediksi memiliki pusan air. Kolam kedua memiliki kedalaman sekitar 1 meter jika aliran dalam keadaan stabil, dan kolam ketiga memiliki kedalaman sekitar 2 meter. Wisatawan hanya dapat menikmati kolam kedua dan kolam ketiga saja untuk alasan keamanan. Curug Cikuwulung 1 juga memiliki tiga warna air yang dapat dinikmati seperti warna hijau, biru, dan cokelat. Ketiga warna ini dapat berubah sesuai dengan suhu dan juga musim.

3. Curug Lontar

Curug Lontar memiliki permukaan air 30 meter dan permukaan air ke atas batu sekitar 10 meter dengan kedalaman kurang lebih 25 meter. Curug Lontar merupakan situs geologi yang dibentuk oleh batuan yang berasal dari gunung api purba berumur antara era Pliosen-Pleistosen sekitar 2-4 juta tahun yang lalu. Di lokasi ini, terdapat batuan menyerupai tiang yang berdiri tegak (*collonade*) dan ditutupi oleh batuan yang memiliki pola tidak beraturan (*entablature*). Kedua jenis tipe batuan tersebut menutupi batuan yang disebut piroklastik.

4. Curug Sawer

Wisata Curug Sawer mulai banyak dikunjungi oleh wisatawan pada tahun 2019. Kapasitas Curug Sawer dapat menampung 200 orang dan pada lokasi ini wisatawan dapat melakukan camping. Keunikan dari Curug Sawer berada pada letaknya yang berada di dalam hutan sehingga wisatawan bukan hanya menikmati keindahan air terjun tetapi juga suasana hutan yang asri.

5. Curug Suakan Rumpin

Curug Suakan Rumpin mempunyai aliran air sedang dengan keindahan bebatuan. Curug Suakan Rumpin disebut juga dengan Curug Mini karena ketinggian alirannya yang tergolong kecil, berbeda dengan air terjun pada umumnya. Kedalaman air terjun ini kurang dari tiga meter dan memiliki luas kurang lebih 100-150 meter.

Analisis SWOT

Berdasarkan hasil pengumpulan data maka rincian tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman wisata air terjun di Kabupaten Bogor adalah sebagai berikut:

Faktor internal

1. Kekuatan

- a. Keindahan pemandangan wisata air terjun di Kabupaten Bogor yang masih alami.
- b. Aliran air terjun sangat jernih.
- c. Memiliki lahan parkir yang luas.
- d. Partisipasi masyarakat untuk mengelola wisata air terjun.

2. Kelemahan

- a. Aksesibilitas menuju wisata air terjun sulit ditempuh.
- b. Kurangnya pengelolaan media sosial sehingga tidak banyak mempromosikan wisata air terjun kepada wisatawan.
- c. Kegiatan kebersihan di area wisata air terjun yang tidak rutin.
- d. Sumber daya manusia yang masih sulit untuk bekerja sama dalam mengelola wisata air terjun.
- e. Arah petunjuk menuju wisata air terjun yang masih sedikit.
- f. Fasilitas pendukung masih tergolong kurang.
- g. Keterbatasan dana untuk pembangunan fasilitas.

Faktor eksternal

1. Peluang

- a. Wisatawan yang datang dan membantu mempromosikan wisata air terjun Kabupaten Bogor melalui media sosial.
- b. Wisatawan memilih wisata alam terbuka untuk refreshing.
- c. Wisata air terjun akan menjadi alternatif rekreasi.

2. Ancaman

- a. Bencana alam seperti banjir dan longsor.
- b. Munculnya krisis (ekonomi, kesehatan) yang dapat memengaruhi kunjungan ke daya tarik wisata.
- c. Munculnya daya tarik wisata baru di sekitar lokasi wisata air terjun.

Faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi kemudian dilakukan pembobotan dan perhitungan. Pemberian bobot masing-masing faktor strategis pada kolom bobot, dengan skala 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting). Semua bobot tersebut jumlahnya

tidak melebihi dari skor total = 1,00. Selanjutnya pemberian rating pada kolom rating mulai dari skala 1 (sangat lemah) sampai 4 (sangat kuat).

Tabel 1. Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

| Faktor Strategis | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------------|---------------|-------------|
| Kekuatan | | | |
| Keindahan pemandangan wisata air terjun masih alami | 0,13 | 4 | 0,52 |
| Aliran air terjun sangat jernih | 0,12 | 4 | 0,48 |
| Memiliki lahan parkir yang luas | 0,1 | 3 | 0,3 |
| Partisipasi masyarakat untuk mengelola wisata air terjun | 0,15 | 4 | 0,6 |
| Sub total | 0,5 | | 1,9 |
| Kelemahan | | | |
| Aksesibilitas menuju wisata air terjun sulit ditempuh | 0,13 | 4 | 0,52 |
| Kurangnya pengelolaan media sosial sehingga tidak banyak mempromosikan wisata air terjun kepada wisatawan | 0,04 | 2 | 0,08 |
| Kegiatan kebersihan di area wisata air terjun yang tidak rutin | 0,04 | 2 | 0,08 |
| Sumber daya manusia yang masih sulit untuk bekerja sama dalam mengelola wisata air terjun | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Arah petunjuk menuju wisata air terjun masih sedikit | 0,05 | 2 | 0,1 |
| Fasilitas pendukung masih tergolong kurang | 0,08 | 4 | 0,32 |
| Keterbatasan dana untuk pembangunan fasilitas | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Sub total | 0,5 | | 1,58 |
| Total | 0,1 | | 3,48 |

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa skor IFAS dari hasil analisis SWOT wisata air terjun di Kabupaten Bogor adalah sebesar 3,48 dengan aspek kekuatan utama adalah partisipasi masyarakat dalam mengelola wisata air terjun dan kelemahan yang masih besar adalah aksesibilitas menuju wisata air terjun yang masih sulit.

Tabel 2. External Factor Analysis Strategy (EFAS)

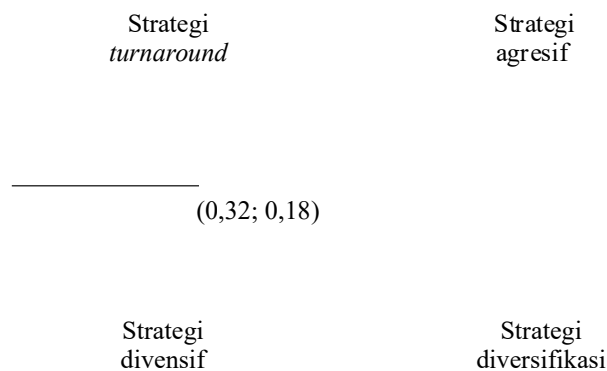
| Faktor Strategis | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------------|---------------|-------------|
| Peluang | | | |
| Wisatawan yang datang dan membantu mempromosikan wisata air terjun Kabupaten Bogor melalui media sosial | 0,18 | 3 | 0,54 |
| Wisatawan memilih wisata alam terbuka untuk <i>refreshing</i> | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Wisata air terjun akan menjadi alternatif rekreasi | 0,12 | 3 | 0,36 |
| Sub total | 0,5 | | 1,58 |
| Ancaman | | | |

| Faktor Strategis | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------------|---------------|-------------|
| Bencana alam seperti banjir dan longsor | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Munculnya krisis (ekonomi, kesehatan) yang dapat memengaruhi kunjungan ke daya tarik wisata | 0,17 | 2 | 0,34 |
| Munculnya daya tarik wisata baru di sekitar lokasi wisata air terjun | 0,13 | 2 | 0,26 |
| Sub total | 0,5 | | 1,4 |
| Total | 0,1 | | 2,98 |

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa skor EFAS dari hasil analisis SWOT wisata air terjun di Kabupaten Bogor adalah sebesar 3,15 dengan aspek peluang terbesar adalah wisatawan yang membantu mempromosikan wisata air terjun dan ancaman besar adalah bencana alam.

Untuk mengetahui koordinat IFAS sebagai sumbu x penentuannya adalah total skor kekuatan (1,9) dikurangi total skor kelemahan (1,58), didapatkan hasilnya adalah 0,32. Sedangkan untuk mengetahui koordinat sumbu y yang mewakili skor EFAS adalah dengan mengurangkan skor peluang (1,58) dan skor ancaman (1,4) didapatkan hasilnya adalah 0,18. Selanjutnya akan terlihat pada Gambar 2 posisi dari wisata air terjun di Kabupaten Bogor pada diagram SWOT.



Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 2. Diagram SWOT Wisata Air Terjun di Kabupaten Bogor

Pembahasan

Hasil penelitian ini memunculkan beberapa hal penting terkait dengan potensi wisata air terjun serta faktor internal dan eksternal yang dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi pengembangan wisata air terjun di Kabupaten Bogor. Analisis SWOT menunjukkan bahwa wisata air terjun di Kabupaten Bogor dapat menerapkan strategi defensif karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan. Namun karena faktor internal dan eksternal memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya maka strategi yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi Kekuatan-Peluang (mendukung strategi agresif):

- a. Pengelola bekerja sama dengan wisatawan yang datang untuk membantu mempromosikan wisata air terjun Kabupaten Bogor melalui media sosial.
 - b. Pemerintah memperbanyak wisata alam di Kabupaten Bogor dan menjaga wisata alam agar tetap alami dan sejuk.
 - c. Pengelola bekerja sama dengan Pemerintah melakukan promosi wisata air terjun untuk meningkatkan minat wisatawan.
2. Strategi Kekuatan-Ancaman (mendukung strategi diversifikasi):
- a. Pemerintah dan pengelola wisata air terjun melakukan kegiatan mitigasi untuk mengantisipasi adanya bencana alam.
 - b. Pemerintah memberikan pelatihan kepada pengelola wisata air terjun dan masyarakat.
 - c. Pengelola bekerja sama dengan Pemerintah melakukan promosi di luar wilayah Kabupaten Bogor sehingga adanya ketertarikan wisatawan yang berasal dari luar Kabupaten Bogor.
3. Strategi Kelemahan-Peluang (mendukung strategi *turnaround*):
- a. Pengelola melakukan kerja sama antara pemerintah dengan pihak lain untuk perbaikan aksesibilitas agar kendaraan dapat masuk ke wisata air terjun.
 - b. Pemerintah mendorong pengelola untuk membuat media sosial resmi wisata air terjun Kabupaten Bogor dan memfokuskan penanggung jawab terhadap pengelolaannya.
 - c. Pengelola secara aktif merancang program kerja salah satunya terkait dengan pengelolaan kebersihan kawasan.
 - d. Pengelola melakukan kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan pihak lain dalam pembuatan papan penunjuk jalan ke wisata air terjun.
4. Strategi Kelemahan-Ancaman (mendukung strategi *divensif*):
- a. Pemerintah secara aktif melakukan pengembangan aksesibilitas dan fasilitas wisata air terjun.
 - b. Pemerintah menginisiasi kerja sama dengan pihak lain untuk membantu perkembangan fasilitas wisata air terjun.
 - c. Pemerintah memberikan pelatihan pengembangan kapasitas pengelola wisata air terjun dan masyarakat setempat.
 - d. Pengelola secara aktif meningkatkan sistem promosi melalui *website* resmi pemerintah, media cetak, dan media sosial.
 - e. Pengelola menyusun program kerja terkait dengan kegiatan bersih lingkungan.
 - f. Pengelola membuat tata kelola yang baik untuk mendukung pengembangan wisata air terjun.
 - g. Pengelola bekerja sama dengan lembaga yang dapat memberikan bantuan dana melalui program *corporate social and responsibility*.

Dengan penyusunan strategi yang baik, maka wisata air terjun di Kabupaten Bogor dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Hal ini sejalan dengan studi-studi yang dilakukan sebelumnya (Bugis *et al.*, 2019; Kristiana & Nathalia, 2021). Faktor keselamatan juga perlu diperhatikan dalam pengembangan wisata air terjun untuk meningkatkan kepuasan wisatawan (Binawa *et al.*, 2023). Peningkatan dalam pengelolaan kawasan pariwisata yang lebih baik, dengan memperhatikan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, akan secara signifikan mendukung peningkatan minat wisatawan untuk mengunjungi kawasan tersebut. (Lengkong *et al.*, 2018). Pengelolaan kawasan pariwisata juga mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali (Adinugroho & Sofiani, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan, maka dapat ditarik simpulan bahwa potensi wisata air terjun di Kabupaten Bogor memiliki daya tarik dan keunikan masing-masing menjadi salah satu kekuatan wisata air terjun untuk memperkenalkan kepada wisatawan. Gambaran mengenai faktor-faktor internal dan eksternal, dimana berdasarkan Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) aspek kekuatan utama adalah partisipasi masyarakat dalam mengelola wisata air terjun dan kelemahan yang masih besar adalah aksesibilitas menuju wisata air terjun yang masih sulit. Sedangkan berdasarkan *External Factor Analysis Strategy* (EFAS) aspek peluang terbesar adalah wisatawan yang membantu mempromosikan wisata air terjun dan ancaman besar adalah bencana alam. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa dalam pengembangan wisata air terjun di Kabupaten Bogor dapat menerapkan strategi diversifikasi karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan. Namun dikembangkan alternatif strategi pengembangan wisata air terjun di Kabupaten Bogor.

SARAN

Untuk meningkatkan kualitas wisata air terjun di Kabupaten Bogor maka semua pemangku kepentingan pariwisata perlu berkolaborasi untuk menentukan prioritas pengembangan. Dengan begitu maka dapat memunculkan minat kunjungan wisatawan untuk menikmati wisata air terjun di Kabupaten Bogor. Saran untuk penelitian yang akan datang adalah melakukan penelitian dengan topik yang sama tetapi dilakukan di lokasi yang berbeda. Selain itu dapat juga melakukan penelitian untuk jenis daya tarik wisata lain, misalnya budaya. Sedangkan untuk lokasi saat ini, penelitian yang akan datang dapat mengambil topik dampak pengembangan pariwisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Pelita Harapan (No. P-027-M/FPar/IX/2022) dan Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan yang telah mendukung dalam pelaksanaan penelitian. Terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor, pengelola daya tarik wisata air terjun, pemilik usaha, masyarakat, dan semua pihak yang membantu dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, G., & Sofiani, S. (2023). Analisis strategi pengelolaan destinasi wisata Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk sebagai destinasi ekowisata di Kota Jakarta Utara guna meningkatkan minat berkunjung kembali. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1800–1809.
- Binawa, I. G. P., Indrawati, Y., & Mananda, I. G. P. B. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan keselamatan wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di daya tarik wisata air terjun Tegenungan Gianyar Bali. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2174–2182.
- Bugis T. S., Kawung, E. J. R., & Lasut, J. J. (2019). Pengembangan objek wisata Pantai Batu Pinagut dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Boroko Utara Kecamatan Kaidipang Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *HOLISTIK. Journal of Science and Culture*, 12(4), 1-21.
- Firmansyah (2019). Pengembangan obyek wisata Curug Leuwi Hejo sebagai daya tarik wisata di Bogor Jawa Barat. (Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta).

- Fujiyama, R. A. W., & Wipranata, I. (2020). Evaluasi strategi pengelolaan wisata alam kawasan Curug Luhur, Kabupaten Bogor. *Jurnal Stupa*, 2(1), 1167-1187.
- Hutasoit, R. M. V. (2021). Kepuasan wisatawan terhadap fasilitas pendukung di objek wisata Sipinsur, Sumatera Utara. (Skripsi Sarjana, Institut Teknologi Sumatera).
- Islami, A. F., & Istiqomah, A. (2017). Dampak ekonomi dan strategi pengelolaan wana wisata Curug Putri Kencana Kabupaten Bogor (Skripsi, Institut Pertanian Bogor).
- Kristiana, Y., Angel, C. B. C., & Aurelia, N. (2020). Identifikasi potensi wisata kreatif di Kabupaten Serang dan Kabupaten Pandeglang, *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 197-208.
- Kristiana, Y. & Nathalia T. C. (2021). Identifikasi manfaat ekonomi untuk masyarakat lokal dalam penerapan pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Kereng Bangkirai. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(2), 145-153.
- Kristiana Y., Patricia L, & Tanjung V. D. (2022). Peranan produk dan promosi dalam meningkatkan minat kunjungan ke Jakarta Aquarium & Safari. *JETT: Journal of Event, Travel and Tour Management*, 2(1), 38-45.
- Lengkong, J., Mandey, L. C., & Ngangi, C. R. (2018). Strategi pengembangan kawasan wisata Likupang Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-sosioekonomi*, 14(1), 425-438.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Muni, F. (2017). Pola pengembangan wisata alam di Kabupaten Bogor. *Jurnal Hospitality & Pariwisata*, 3(1), 285-293.
- Nawangsari, D., Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). Pengembangan wisata pantai Desa Watu Karung dan Desa Sendang Kabupaten Pacitan tahun 2017. *Jurnal GeoEco*, 4(1), 31-40. <https://doi.org/10.20961/ge.v4i1.19172>
- Ritzkal, Karbella, M., & Amalia, N. R. (2018). Pengembangan objek wisata curug saderi dan camping ground di Desa Ciasmara. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3).
- Sugiyono (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.