

Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Produk Umkm Di Dusun Bambu Bandung

Rizki Ahmad Fauzi^{1*}, Lathifaturahmah², Mina Mutiah³, Hanif Hasbillah⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Ekonomi / Ekonomi, Institut Pangeran Dharma Kusuma Indramayu, Indonesia

✉ risci404@gmail.com

Abstrak

Pariwisata merupakan industri penting di banyak negara di seluruh dunia dan sering kali memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian. Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten yang memiliki potensi serta daya tarik yang tinggi terhadap bidang pariwisata. Salah satunya objek wisata Dusun Bambu yang memusat di Kecamatan Lembang sebagian besar memiliki jenis fasilitas wisata dengan kualitas tinggi, menjadi kesempatan emas untuk meningkatkan produk UMKM setempat. Salah satu cara untuk mengetahui potensi serta daya tarik tersebut, Yaitu berupa pengembangan objek pariwisata dalam meningkatkan produk UMKM. Penelitian ini membahas strategi pengembangan objek pariwisata dalam konteks peningkatan produk UMKM di wilayah tersebut. Dengan memanfaatkan potensi pariwisata Dusun Bambu, studi ini mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat mendukung kolaborasi yang saling menguntungkan antara sektor pariwisata dan UMKM. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif, wawancara, survei, dan analisis data untuk memahami kebutuhan dan harapan pemilik UMKM serta preferensi wisatawan. teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder kemudian di perkuat dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengembangkan rencana strategi kualitas produk, pemasaran, dan integrasi dengan pengalaman pariwisata lokal menjadi fokus utama pengembangan. Melalui implementasi strategi ini, diharapkan bahwa Dusun Bambu dapat menjadi destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik bagi pengunjung tetapi juga memajukan UMKM lokal dengan meningkatkan visibilitas, penjualan, dan kualitas produk mereka. Rekomendasi inovatif seperti, pemasaran bersama dengan sektor pariwisata, pengembangan produk secara lokal, memfasilitasi pameran khusus UMKM di dusun bambu, program insentif dan edukasi secara terus menerus. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan yang berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal. Strategi ini sangat efektif digunakan untuk meningkatkan objek pariwisata dalam meningkatkan produk UMKM.

Kata Kunci:

Pengembangan Pariwisata; UMKM; SWOT; Keberlanjutan

Abstract

Tourism is an important industry in many countries around the world and often contributes greatly to the economy. West Bandung Regency is a district that has high potential and attractiveness in the tourism sector. One way to find out the potential and attractiveness, namely in the form of developing tourism objects in increasing MSME products. One of them is the Dusun Bambu tourist attraction, which is centred in Lembang District, mostly has the type of tourist facilities with high quality, which is a golden opportunity to increase

local MSME products. This research discusses the development strategy of tourism objects in the context of increasing MSME products in the region. By utilising Dusun Bambu's tourism potential, this study identifies key factors that can support mutually beneficial collaboration between the tourism sector and MSMEs. The research method used is descriptive qualitative, interviews, surveys, and data analysis to understand the needs and expectations of MSME owners and tourist preferences. data collection techniques using primary data and secondary data and then reinforced with SWOT analysis. The results showed that the importance of SWOT analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats to develop a strategic plan for product quality, marketing, and integration with local tourism experiences became the main focus of development. Through the implementation of this strategy, it is expected that Dusun Bambu can become a tourism destination that is not only attractive to visitors but also advances local MSMEs by increasing their visibility, sales, and product quality. Innovative recommendations such as, co-marketing with the tourism sector, developing products locally, facilitating special MSME exhibitions in Dusun Bambu, incentive programmes and continuous education. This research contributes to the context of sustainable tourism development that has a positive impact on local economic growth. This strategy is very effectively used to improve tourism objects in improving MSME products.

Keywords:

Tourism Development; MSMEs; SWOT; Sustainability

PENDAHULUAAN

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata(Prasetyo & Suryoko, 2018). Perkembangan dunia pariwisata di Jawa Barat dapat dibilang cukup baik dan memiliki potensi yang besar karena jumlah wisatawan di objek wisata Jawa Barat terus meningkat setiap tahunnya. Pembangunan infrastruktur yang relatif cepat membuat Jawa Barat dapat menjadi andalan baru bagi pariwisata di Indonesia. Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat yang terkenal akan berbagai objek wisatanya(Sutiarani & Rahmafitria, 2016). Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten baru di Jawa Barat yang resmi berdiri menjadi daerah otonom di provinsi Jawa Barat. Keragaman dan keunikan sumberdaya alam yang menjanjikan pemandangan indah, udara segar dan arena petualangan serta didukung kekayaan kultural yang sangat beragam merupakan potensi bagi Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan pariwisata sebagai sektor unggulan(Utami, 2019). Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi (Suryani, 2017). pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam(Suryani, 2017). Dengan begitu Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan oleh orang pribadi atau kelompok yang mencari dan mendapatkan kenikmatan, kepuasan, serta menyegarkan pikiran-pikiran dari kepenatan dan kesibukan sehari-hari, dengan mengunjungi daerah-daerah destinasi wisata untuk dimanfaatkan dalam berlibur(Elsye, 2022).

Pariwisata dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) merupakan dua sektor ekonomi yang memiliki peran penting yang bersangkutan dalam pengembangan ekonomi suatu negara. Pariwisata tidak hanya memberikan pengalaman budaya dan wisata yang berharga bagi pengunjung, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Di sisi lain, UMKM seringkali menjadi tulang punggung ekonomi, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional (Ferdian dkk., 2023). Pengembangan pariwisata juga bisa membantu peningkatan pendapatan hal ini disebabkan adanya korelasi antara pengunjung wisatawan dengan pendapatan UMKM untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata dan UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Definisi UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) adalah sebagai berikut:

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Dengan begitu UMKM adalah usaha kecil yang produktif yang dimiliki seseorang dan bukan dari cabang perusahaan atau menjadi bagian dari usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih.

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan (Suci, t.t.).

Untuk pengembangan wisata dan UKM dibutuhkan beberapa langkah yang strategis sehingga mampu menjadi destinasi bagi wisatawan-wisatawan dan mendorong pendapatan di sektor UMKM dan dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan (Ferdian dkk., 2023). Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi, Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan (Prasetyo & Suryoko, 2018). Kita akan menjelaskan bagaimana sinergi antara pariwisata dan UMKM dapat menciptakan peluang pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan bagaimana pengembangan objek pariwisata yang cerdas dapat memberikan manfaat bagi kedua sektor ini.

Pariwisata memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya tarik ekonomi lokal dengan cara meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisatawan sering mencari pengalaman budaya dan produk lokal yang unik selama perjalanan mereka, di sinilah peran UMKM menjadi sangat penting (Utami, 2019). UMKM dapat menyediakan produk dan layanan yang mencerminkan budaya dan warisan lokal, sehingga meningkatkan pengalaman wisatawan. Produk-produk ini, seperti kerajinan tangan, makanan khas, dan layanan tur lokal, juga memberikan peluang pendapatan bagi UMKM.

Namun, strategi pengembangan objek pariwisata yang sukses memerlukan perencanaan dan kolaborasi yang baik antara pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat setempat. Hal ini mencakup investasi dalam infrastruktur pariwisata, pelatihan untuk pengusaha UMKM, promosi pariwisata yang efektif, dan peningkatan aksesibilitas (Sofianti & Herdiana, 2022).

Pendahuluan ini akan membuka pintu diskusi lebih lanjut tentang bagaimana strategi pengembangan objek pariwisata dapat memberikan dampak positif pada produk UMKM. Dengan sinergi yang kuat antara kedua sektor ini, kita dapat menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih kuat, berkelanjutan, dan inklusif, yang pada gilirannya akan memberikan manfaat bagi masyarakat luas serta memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi wisatawan.

METODE

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Metode kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. ditarik kesimpulan bahwa penelitian deskriptif kualitatif yaitu rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna. Metode penelitian ini akan melibatkan beberapa langkah penting yang mencakup perancangan penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil. Berikut adalah rincian tentang metodologi yang akan digunakan.

Perencanaan penelitian dilakukan dengan melakukan Identifikasi Tujuan Penelitian. Tujuan penelitian adalah Untuk memperoleh pengetahuan atau penemuan baru. Sebagai pembuktian atau pengujian tentang kebenaran dari pengetahuan yang sudah ada. Dengan begitu Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan rencana strategi kualitas produk dengan adanya sertifikasi, pemasaran dengan berbagai strategi, dan integrasi dengan pengalaman pariwisata yang dapat menguntungkan kedua pihak dan menjadi fokus utama pengembangan strategi ini.

teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam

penelitian ini diperoleh dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Wawancara digunakan untuk mendapatkan gambaran umum mengenai kondisi eksisting dari aspek lingkungan dalam pariwisata berkelanjutan serta program-program yang ada untuk meminimalisir kerusakan lingkungan di destinasi wisata Dusun Bambu. Untuk observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan terhadap kondisi eksisting di destinasi wisata Dusun Bambu termasuk mengamati bagaimana aspek lingkungan pariwisata berkelanjutan di terapkan pada destinasi wisata. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan selama kegiatan penelitian berlangsung, yang meliputi pengambilan gambar/foto kondisi eksisting dari destinasi wisata Dusun Bambu.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada berupa dokumen maupun artikel. Pada penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal dari buku-buku literatur dan sumber data lainnya seperti jurnal terkait bagaimana pariwisata berkelanjutan diterapkan, lalu didapatkan melalui standar-standar dari peraturan yang telah ada terkait lingkungan(Sofianti & Herdiana, 2022).

Tabel 1. Pengumpulan Data Sekunder

No	Jenis Data	Tujuan Penggunaan Data	Sumber Data
1	Teori tentang konsep Pengembangan pariwisata	Sebagai acuan dalam menganalisis data	Buku, jurnal dan skripsi
2	Teori tentang meningkatkan produk UMKM		
3	Gambaran umum wilayah penelitian		
4	Informasi pengembangan objek pariwisata dan UMKM	Dasar dalam menganalisis Data	Internet, jurnal
5	Peta eksisting wilayah penelitian	Sebagai gambaran umum wilayah penelitian	Pengelola dan instansi pemerintahan terkait

Dengan begitu interpretasi hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dusun Bambu dapat menjadi destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik bagi pengunjung tetapi juga memajukan UMKM lokal dengan meningkatkan visibilitas, penjualan, dan kualitas produk mereka. Rekomendasi inovatif seperti, pemasaran bersama dengan sektor pariwisata, pengembangan produk secara lokal, memfasilitasi pameran khusus UMKM di dusun bambu, program insentif dan edukasi secara terus menerus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awalnya dusun bambu di bangun pada tahun 2008 yang mana dulunya adalah lahan perkebunan yang tidak di kembangkan lagi. Lalu ada pengusaha yang mana prihatin akan lahan tersebut tidak terawat, kemudian pengusaha tersebut berinisiatif untuk membuat lahan yang besarnya 15 hektar tersebut untuk membuat pariwisata yang di penuhi oleh pohon bambu. Namun tidak mudah untuk membangun pariwisata tersebut, membutuhkan beberapa tahap

untuk mengubahnya menjadi tempat wisata. Dibutuhkan 3 tahun proses pembangunan untuk menjadi wisata yang indah dan segar, dimulai dari tahun 2014 dengan bertahap merenovasi terus menerus sampai memiliki fasilitas-fasilitas yang sangat diminati oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Dusun bambu adalah salah satu tempat wisata di daerah bandung barat, lebih tepatnya bertempat di kaki gunung burangrang kecamatan lembang. Dusun bambu lumayan sangat populer di daerah bandung dengan mempersembahkan pemandangan yang hijau, fasilitas yang sangat baik dan udaranya yang sangat segar. Dengan itu tidak aneh banyak wisatawan nusantara maupun mancanegara.



Gambar 1. Dusun Bambu

Wisata dusun bambu memiliki berbagai macam fasilitas yang menjadi daya tarik para wisatawan terdiri dari Bike Tracking, Taman Bermain Balad Lodaya, Menanam Padi Di Paddy Field, Berkemah Di Eagle Camp, dan masih banyak fasilitas dan juga di dukung dengan jalan alternatif yang sangat bagus. Berikut fasilitas-fasilitas yang di sajikan oleh dusun bambu:

1. Bike Tracking

Bike Tracking atau bersepeda di alam adalah salah satu keunikan yang ada di Dusun Bambu. Kegiatan olahraga yang menyenangkan disertai unsur tantangan ini sudah pasti menarik banyak wisatawan yang menyukai bersepeda di sekitar kebun teh yang eksotis. Dusun bambu tidak hanya menyediakan jalurnya saja tetapi dusun bambu juga menyediakan sepedahnya agar parawisata yang datang dapat menikmati wahana bike tracking ini walaupun tidak membawa sepeda dari rumah.



Gambar 2 Bike Tracking

2. Taman Bermain Balad Lodaya

Taman bermain yang dilengkapi berbagai permainan tradisional ini pas sekali jika berkunjung dengan anak-anak. Disana anak-anak juga dapat mengeksplor alam sekitar sekaligus bermain dengan wahana-wahana tradisional yang seru.



Gambar 3. Balad Lodaya

3. Menanam Padi Di Paddy Field

Masih kegembiraan bersama anak-anak, menanam padi di Paddy Field sudah pasti kegiatan yang dapat memancing rasa ingin tahu anak-anak yang mengunjungi Dusun Bambu Lembang Bandung. Selain menyenangkan, hal ini juga dapat menambah pengetahuan anak-anak tentang memanen padi. Namun kegiatan ini hanya bisa dilangsungkan ketika musim panen tiba. Namun, tak perlu khawatir. Meskipun tidak bisa panen padi, pengunjung tetap bisa mengambil gambar dan foto sepuasnya.



Gambar 4. Paddy Field

4. Berkemah Di Eagle Camp

Melakukan camping di area pegunungan pastilah sebuah kegiatan yang mengasyikkan sekaligus penuh tantangan. Area caping ini disajikan langsung dengan pemandangan pegunungan yang indah, dengan menyediakan fasilitas yang lengkap. Dengan berkemah disana, pengunjung dapat menikmati suasana sejuk kaki gunung secara alami. Dan tentu saja menambah pengalaman dalam hidup berkemah di alam terbuka.



Gambar 5. Eagle Camp

5. Cafe Burangrang

Cafe yang terletak di kaki gunung burangrang dan dekat danau kecil, ini merupakan tempat yang cukup mewah dikunjungi. Disana pengunjung dapat menikmati keindahan kaki gunung burangrang dan danau sambil minum kopi karna desains bangunannya yang dominan dengan kaca, karna itulah cafe burangrang ini sangat di minati pengunjung untuk menikmati keindahan sambil minum kopi.



Gambar 6. Cafe Burangrang

6. Restoran Purbasari

Restoran yang kerap muncul di televisi ini memang tidak dapat diragukan lagi keunikannya. Terletak mengitari sebuah danau kecil dengan saung-saung dari bambu ini menambah kesan berlibur menjadi lebih membekas. Di restoran purbasari di bilang tempat makan dengan menu khas dari sunda. Dengan begitu sangat cocok Untuk bersantap disana sambil menikmati suasana danau yang indah.



Gambar 7. Restoran Purbasari

7. Restoran Lutung Kasarung

Lutung kasarung adalah sebuah restoran berbentuk sarang burung dan terletak di ketinggian. Terdapat platform juga yang mengitari area pohon. Mulanya, resto ini merupakan tempat spot berfoto paling populer bagi pengunjung yang datang.



Gambar 8. Restoran Lutung Kasarung

8. Pasar Khatulistiwa

Pasar yang dikenal bersih ini adalah tempat terkenal dalam berbelanja berbagai macam sayuran, buah segar, makanan khas lembang dan kerajinan lokal. Banyak para wisatawan yang mampir di tempat ini untuk sekedar berbelanja atau mencari oleh-oleh ketika datang ke objek wisata ini.



Gambar 9. Pasar Khatulistiwa

9. Kampung Layung Villas

Villa yang berderet dengan struktur bangunan yang menunjukkan nilai-nilai tradisional ini tempat yang sangat nyaman untuk waktu bermalam. Meski dari luar bangunan tersebut terlihat tradisional, perabot yang ada didalamnya merupakan perabot modern demi kenyamanan pengunjung yang memutuskan menginap.

Dengan adanya berbagai fasilitas-fasilitas di wisata dusun bambu banyak wisatawan yang tertarik akan keindahan alam yang sejuk dan indah. daerah tersebut mendapatkan peningkatan ekonomi daerah dan memberi peluang untuk masyarakat membangun UMKM. cara dusun bambu untuk meningkatkan umkm daerah dengan mengajak para pelaku UMKM daerah untuk berkolaborasi yang mana produk tersebut akan di jual di pasar khatulistiwa yang terletak di dusun bambu. Ada berbagai macam produk umkm yang di jual seperti bolu susulembang, susu murni, dan opak kolontong. ada juga kerajinan-kerajinan buatan masyarakat

yang terbuat dari bahan bambu seperti kaligrafi, gelas, piring dan gantungan kunci, dan ada juga dari bahan kain seperti dompet, boneka dan topi, ada juga beberapa kerajinan lainnya yang unik.

Oleh karena itu perkembangan pariwisata untuk meningkatkan produk UMKM dibutuhkan strategi Analisis SWOT. Analisis SWOT dapat didefinisikan sebagai alat yang berhubungan dengan situasi strategis yang kompleks dengan menghadirkan dan mengatur informasi dengan cara yang jelas untuk pengambilan keputusan. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan kekuatan, dan untuk menghapus atau mengurangi kelemahan sambil mengevaluasi peluang dan mengidentifikasi ancaman (Büyüközkan dkk., 2021).

Analisis ini membantu perkembangan pariwisata di dusun bambu dalam merencanakan langkah-langkah strategis dengan lebih baik. Berikut analisis SWOT dari Strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan produk UMKM di Dusun Bambu Bandung.

FAKTOR INTERNAL FAKTOR INTERNAL	STRENGTH 1. Fasilitas wisata yang berkualitas 2. kolaborasi antara sektor pariwisata dan UMKM 3. UMKM lokal dapat menyediakan produk-produk unik dan otentik	WEAKNESS 1. Minimnya infrastruktur dan aksesibilitas 2. Terbatasnya pemasaran dan promosi 3. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan pemilik UMKM
	Strategi SO Peningkatan kualitas produk UMKM Menarik perhatian para wisatawan	Strategi WO Pengembangan Infrastruktur Mempasilitasi umkm lokal
OPPORTUNITY 1. Meningkatnya jumlah wisatawan 2. Pengembangan produk dan pengalaman pariwisata baru 3. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan pariwisata lainnya		
THREAT 1. Persaingan dengan destinasi wisata lain 2. Bencana alam dan permasalahan lingkungan hidup 3. Ketidakstabilan ekonomi dan politik	Strategi ST Keamanan dan pengelolaan lingkungan Meningkatkan pendapatan umkm	Strategi WT Disersifikasi produk UMKM Disertidikasi pariwisata

A. Strengths (kekuatan)

Kekuatan adalah atribut positif internal yang memberikan keunggulan komparatif dalam mencapai tujuan. Ini bisa mencakup sumber daya yang kuat, keahlian, merek yang kuat, keunggulan operasional, dan lainnya (Büyüközkan dkk., 2021). Berikut adalah kekuatan dari dusun bambu:

1. Dusun bambu memiliki banyak fasilitas-fasilitas wisata berkualitas yang mampu menarik pengunjung.
2. Kolaborasi antara sektor pariwisata dan UMKM dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.
3. UMKM lokal dapat menyediakan produk-produk unik dan otentik yang mencerminkan budaya dan warisan lokal.

B. Weaknesses (kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang dapat menghambat pencapaian tujuan. Ini bisa termasuk ketidak mampuan untuk bersaing dalam harga, kurangnya sumber daya finansial, kekurangan dalam manajemen, atau masalah internal lainnya. Menyadari kelemahan membantu organisasi mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki (Büyüközkan dkk., 2021). Berikut kelemahan yang ada di dusun bambu:

1. Minimnya infrastruktur dan aksesibilitas dapat menghambat perkembangan pariwisata dan UMKM.
2. Terbatasnya pemasaran dan promosi dusun bambu dapat membatasi visibilitas dusun bambu kepada calon pengunjung.
3. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan pemilik UMKM dalam pengembangan produk dan pemasaran dapat mempengaruhi kualitas produknya.

C. Opportunities (peluang)

Peluang adalah faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan untuk keuntungan organisasi. Ini dapat mencakup perubahan tren pasar, pertumbuhan permintaan, perkembangan teknologi, atau perubahan regulasi. Mengidentifikasi peluang membantu organisasi merencanakan strategi untuk pertumbuhan dan perkembangan (Büyüközkan dkk., 2021). Berikut peluang yang dimiliki dusun bambu:

1. Meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung dapat menciptakan pasar potensial bagi produk UMKM.
2. Pengembangan produk dan pengalaman pariwisata baru dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pengeluaran mereka.
3. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan pariwisata lainnya, seperti hotel dan restoran, dapat menciptakan pariwisata yang lebih komprehensif.

D. Threats (ancaman)

Ancaman (Threats) adalah faktor eksternal yang dapat menghambat pencapaian tujuan atau mengancam keberlanjutan organisasi. Ini bisa termasuk persaingan yang intens, perubahan kebijakan pemerintah, risiko ekonomi, atau masalah lingkungan. Mengidentifikasi ancaman membantu organisasi mempersiapkan langkah-langkah mitigasi (Büyüközkan dkk., 2021). Berikut ancaman dusun bambu:

1. Persaingan dengan destinasi wisata lain di Bandung dan Jawa Barat dapat mempengaruhi jumlah pengunjung dusun bambu.
2. Bencana alam dan permasalahan lingkungan hidup dapat mempengaruhi keamanan dan daya tarik destinasi pariwisata.
3. Ketidak stabilan ekonomi dan politik dapat mempengaruhi industri pariwisata dan daya beli pengunjung.

Berdasarkan analisis SWOT, strategi pengembangan pariwisata dusun bambu untuk meningkatkan produk UMKM sebaiknya fokus pada hal-hal berikut:

1. Peningkatan kualitas

Meningkatkan kualitas produk dan layanan UMKM untuk memenuhi harapan pengunjung. Hal ini dapat dicapai melalui program pelatihan dan pendidikan bagi pemilik UMKM.

2. Pemasaran dan promosi

Meningkatkan visibilitas dusun bambu kepada calon pengunjung melalui strategi pemasaran dan promosi yang efektif. Hal ini dapat dilakukan melalui kolaborasi dengan pemangku kepentingan pariwisata dan penggunaan alat pemasaran digital.

3. Kolaborasi

Memperkuat kolaborasi antara sektor pariwisata dan UMKM untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Hal ini dapat dicapai melalui kegiatan pemasaran dan promosi bersama, pengembangan produk, dan fasilitas pameran UMKM.

4. Inovasi

Mendorong inovasi dalam produk dan pengalaman pariwisata untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pengeluaran mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan produk dan pengalaman pariwisata baru yang mencerminkan budaya dan warisan lokal.

5. Dengan menerapkan strategi tersebut, dusun bambu dapat menjadi destinasi wisata berkelanjutan yang tidak hanya menarik pengunjung tetapi juga memberikan manfaat bagi UMKM setempat dengan meningkatkan visibilitas, penjualan, dan kualitas produk.

Berdasarkan analisis ini juga, maka dapat merancang strategi dengan menggunakan matriks SO (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threat), dan WT (Weakness-Threat). Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan :

A. Strategi SO (Strength-Opportunity)

1. Peningkatan kualitas produk UMKM, memanfaatkan kekuatan dalam fasilitas wisata berkualitas dan produk UMKM yang unik untuk mengejar peluang pasar yang berkembang dengan meningkatkan kualitas produk UMKM.
2. Menarik perhatian para wisatawan, dengan banyaknya fasilitas yang menarik dan memadai dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke dusun bambu.

B. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

1. Pengembangan infrastrukturnya, mengatasi kelemahan dalam infrastruktur dan aksesibilitas dengan berkolaborasi dengan pihak berwenang untuk meningkatkan infrastruktur, memungkinkan akses yang lebih baik bagi pengunjung dan memanfaatkan peluang pertumbuhan wisata.
2. memfasilitasi umkm lokal, dengan adanya fasilitas tersebut maka pelaku UMKM dapat dengan mudah berkontribusi dengan sektor pariwisata.

C. Strategi ST (Strength-Threat)

1. Keamanan dan pengelolaan lingkungan, menciptakan strategi

2. pemantauan dan manajemen lingkungan untuk mengatasi ancaman dari bencana alam dan permasalahan lingkungan, sehingga dapat mempertahankan daya tarik destinasi pariwisata.
3. Meningkatkan pendapatan UMKM, dengan adanya kolaborasi antara sektor pariwisata dan pelaku UMKM dapat meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

D. Strategi WT (Weakness-Threat)

1. Disersifikasi produk UMKM, mengatasi ketidak stabilan ekonomi dengan menciptakan produk UMKM yang dapat mengakomodasi berbagai tingkat daya beli pengunjung, sehingga mengurangi dampak potensial dari fluktuasi ekonomi dan politik.
2. Disertifikasi wisata, dengan sertifikasi dapat meningkatkan kepercayaan dan dapat merasa aman dan nyaman ketika berkunjung ke kawasan dusun bambu.

Dengan penelitian analisis SWOT ini terdapat strategi dan beberapa faktor yang mempengaruhi berkembangnya wisata dusun bambu dalam meningkatkan produk UMKM lokal. Terlihat bahwa semakin berkembangnya dusun bambu dengan melengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung untuk menarik perhatian para wisatawan dapat meningkatkan pendapatan produk UMKM lokal yang sangat berfaedah dan unik. Hal ini menandakan bahwa wisata dusun bambu dapat memunculkan kesempatan perekonomian masyarakat lokal dalam bentuk usaha mikro kecil dan menengah sebagai sarana pariwisata dan bisa menarik para wisatawan untuk berkunjung ke dusun bambu. Peningkatan usaha mikro kecil dan menengah di pariwisata dusun bambu sangat baik dikarenakan dusun bambu menyediakan tempat khusus untuk mempermudah para wisatawan berbelanja dan juga terlihat setiap tahunnya terjadi peningkatan karena banyaknya parawisatawan.

KESIMPULAN

Dari pembahasan dan analisis data mengenai strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan produk UMKM di dusun bambu bahwa maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jika dusun bambu dikelola dengan baik, sarana dan prasarana objek wisata selalu dievaluasi dan diperbaiki, maka para wisatawan dapat merasakan kenyamanan saat berkunjung. Dengan begitu wisata dusun bambu dapat meningkatkan UMKM lokal. UMKM lokal sebagai sarana pariwisata dusun bambu mampu terus meningkat seiring berkembangnya wisata dusun bambu, hal ini berarti berkembangnya wisata dusun bambu dapat meningkatkan produk UMKM lokal, yang berdasar bahwa semakin berkembangnya pariwisata maka akan mendatangkan banyak wisatawan dan bertambah juga masyarakat yang ikut serta dalam menjual produknya di dusun bambu. Dengan begitu wisata Dusun Bambu dapat menjadi destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik bagi pengunjung tetapi juga memajukan UMKM lokal dengan meningkatkan visibilitas dengan pemasaran bersama dengan sektor pariwisata untuk mempermudah penjualan, dan menjaga kualitas produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Büyükoçkan, G., Mukul, E., & Kongar, E. (2021). Health tourism strategy selection via SWOT analysis and integrated hesitant fuzzy linguistic AHP-MABAC approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100929. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100929>
- Elsye, R. (2022). Pengembangan UMKM pada Destinasi Wisata Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(1), 64–72. <https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i1.2399>
- Ferdian, A., D., D., Muhallim, M., Nurhuda, N., Kambau, A. M. C., Fikri, M., Abduh, H., & Afiyah, S. (2023). Pengembangan Objek Wisata dan Pemberdayaan Kelompok UKM di Kawasan Pesisir Danau Towuti Desa Tokalimbo. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 189. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i1.1565>
- Prasetyo, B., & Suryoko, S. (2018). *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perkembangan Umkm Pada Kawasan Wisata Dieng*.
- Sofianti, A., & Herdiana, S. (2022). *Identifikasi Penerapan Aspek Lingkungan Dalam Konsep Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Dusun Bambu*.
- Suci, Y. R. (t.t.). *Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia*.
- Suryani, A. I. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal. *Jurnal Spasial*, 3(1). <https://doi.org/10.22202/js.v3i1.1595>
- Sutiarani, H., & Rahmafitria, F. (2016). Dampak Keberadaan Dusun Bambu Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua. *Tourism Scientific Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.32659/tsj.v1i1.1>
- Utami, A. R. (2019). Analisis Daya Tarik Unggulan Ekowisata Dusun Bambu Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 2(1), 21–26. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v2i1.27>