

BAB I

PENDAHULUAN

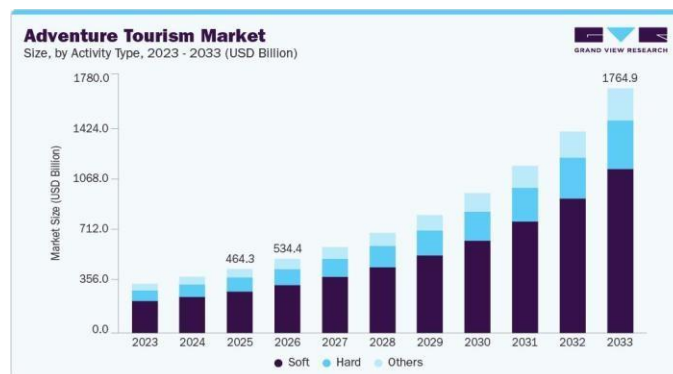
1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perspektif manajemen strategi, pengelolaan destinasi pariwisata menuntut adanya proses perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi yang dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Destinasi wisata tidak hanya berfungsi sebagai objek kunjungan, tetapi juga sebagai entitas ekonomi yang harus mampu bersaing dalam industri pariwisata yang dinamis. Indonesia sebagai negara dengan kekayaan sumber daya alam dan budaya memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata, termasuk wisata alam berbasis air terjun (curug). Di tingkat daerah, Bogor dikenal sebagai salah satu kawasan wisata alam unggulan di Jawa Barat dengan banyaknya destinasi air terjun yang menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun luar daerah. Secara aktual, perkembangan pariwisata global menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, khususnya pada segmen wisata alam dan petualangan. Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang autentik, alami, dan memberikan nilai rekreasi sekaligus edukasi lingkungan. Kondisi ini menjadi peluang strategis bagi destinasi wisata alam di Kabupaten Bogor untuk terus berkembang. Namun, perkembangan tersebut juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar destinasi, terutama pada objek wisata air terjun yang memiliki karakteristik serupa dalam hal keindahan alam, fasilitas, serta harga tiket masuk.

Salah satu destinasi wisata alam yang memiliki potensi besar adalah Curug Cikaracak yang terletak di Desa Cinagara, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Curug ini menawarkan keindahan air terjun alami dengan suasana asri serta jalur trekking yang menarik bagi wisatawan pecinta alam. Meskipun memiliki potensi daya tarik yang cukup kuat, Curug Cikaracak menghadapi persaingan dengan beberapa destinasi sejenis di wilayah Bogor seperti Curug Leuwi Hejo, Curug Cilember, Curug Nangka, dan Curug Pangeran yang lebih dikenal dan memiliki fasilitas yang lebih berkembang.

Berdasarkan data internal pengelola, jumlah pengunjung Curug Cikaracak dalam tiga tahun terakhir menunjukkan tren penurunan, yaitu dari 820 pengunjung

pada tahun 2023 menjadi 760 pengunjung pada tahun 2024, dan kembali menurun menjadi 540 pengunjung pada tahun 2025. Penurunan ini berdampak langsung pada penurunan pendapatan wisata. Selain itu, fasilitas pendukung seperti area parkir, toilet, dan spot foto masih terbatas, serta promosi wisata masih bersifat sederhana dan belum terstruktur secara digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal pengelolaan destinasi wisata berbasis manajemen strategi dengan kondisi aktual yang terjadi di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu merumuskan strategi pengembangan daya tarik wisata Curug Cikaracak secara sistematis melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis strategi (IFE, EFE, IE, dan QSPM) guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan wisata. Ukuran pasar pariwisata petualangan global diperkirakan mencapai USD 464,3 miliar pada tahun 2025 dan diperkirakan akan mencapai USD 1.764,87 miliar pada tahun 2033, tumbuh dengan CAGR sebesar 18,6% dari tahun 2026 hingga 2033. Pariwisata petualangan menawarkan peluang untuk eksplorasi dan pertumbuhan pribadi, memungkinkan wisatawan untuk berpartisipasi dalam kegiatan seperti mendaki gunung, panjat tebing, atau pertukaran budaya yang memberikan pengalaman langsung yang tak terlupakan



Gambar 1. 1 Perkembangan Ukuran pasar pariwisata Global 2023-2033

Sumber: [grandviewresearch.com](https://www.grandviewresearch.com)

Tabel 1. 1 Persaingan Wisata Curug Cikaracak

No	Nama Curug	Kecamatan	Keunggulan Utama	Kisaran Harga
1	Curug Leuwi Hejo	Babakan Madang (Sentul)	Kolam air jernih kebiruan, akses populer, spot foto ikonik	Rp20.000 – Rp30.000
2	Curug Cilember	Cisarua (Puncak)	7 titik terjun dalam satu lokasi, ada penangkaran kupu-kupu	Rp25.000 (Domestik)
3	Curug Nangka	Ciapus (Taman Sari)	3 air terjun berdekatan, fasilitas camping memadai, viral	Rp35.000 – Rp40.000
4	Curug Pangeran	Pamijahan (Gunung Bunder)	Air jernih hijau toska, tebing untuk lompat, dekat parkir	Rp20.000 – Rp30.000

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing destinasi memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda, baik dari segi keunikan daya tarik, kelengkapan fasilitas, maupun harga tiket masuk. Kondisi ini menunjukkan bahwa Curug Cikaracak perlu memiliki strategi pengembangan yang tepat agar mampu bersaing dan meningkatkan daya tariknya di tengah banyaknya alternatif wisata air terjun di Kabupaten Bogor.

Secara internal, Curug Cikaracak juga menghadapi beberapa tantangan pengelolaan. Berdasarkan data dari pengelola, jumlah pengunjung dalam tiga tahun terakhir menunjukkan tren penurunan. Pada tahun 2023 tercatat sebanyak 820 pengunjung, kemudian menurun menjadi 760 pengunjung pada tahun 2024, dan kembali turun menjadi 540 pengunjung pada tahun 2025. Penurunan ini menunjukkan adanya permasalahan dalam mempertahankan minat kunjungan wisatawan. Untuk memperjelas kondisi tersebut, data jumlah pengunjung dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 2 Jumlah pengunjung Curug Cikaracak 2023-2025

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2023	820 Orang
2	2024	760 Orang
3	2025	540 Orang

Sumber: Pengelola Curug Cikaracak

Penurunan jumlah pengunjung berdampak langsung terhadap pendapatan objek wisata. Berdasarkan indeks pendapatan tiket masuk, terjadi penurunan

sebesar 7% pada tahun 2024 dibandingkan tahun 2023, dan penurunan yang lebih signifikan sebesar 23% pada tahun 2025. Data perubahan pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 3 Perubahan pendapatan Tiket Masuk (Indeks Persentase)

No	Tahun	Indeks Pendapatan	Perubahan (%)
1	2023	100%	-
2	2024	93%	-7%
3	2025	70%	-23%

Sumber: Pengelola Curug Cikaracak

Selain itu, fasilitas pendukung wisata seperti area parkir, toilet, dan spot foto masih terbatas sehingga belum mampu memberikan kenyamanan optimal bagi wisatawan. Dari sisi pemasaran, promosi wisata masih dilakukan secara sederhana dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal. Hal ini menyebabkan Curug Cikaracak kurang dikenal dibandingkan destinasi wisata lain yang lebih aktif dalam promosi.

Dari aspek pengelolaan, kegiatan operasional wisata masih dilakukan secara swadaya oleh masyarakat lokal dan belum didukung oleh perencanaan strategis yang terstruktur dan berkelanjutan. Keterbatasan sumber daya manusia serta belum optimalnya sistem pengelolaan menjadi faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan wisata. Di sisi lain, Curug Cikaracak juga menghadapi persaingan dengan berbagai destinasi wisata air terjun lain di Kabupaten Bogor yang memiliki keunggulan masing-masing, baik dari segi fasilitas, aksesibilitas, maupun popularitas

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan Curug Cikaracak belum didasarkan pada analisis strategis yang komprehensif, baik dari sisi internal maupun eksternal. Padahal, identifikasi terhadap faktor kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal sangat penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analisis strategis yang mampu mengkaji kondisi internal dan eksternal secara sistematis. Dalam penelitian ini digunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Curug Cikaracak. Selanjutnya, analisis tersebut diperkuat dengan Matriks IFE, EFE, IE, dan QSPM untuk menghasilkan

alternatif strategi serta menentukan prioritas strategi pengembangan yang paling efektif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan jumlah pengunjung dalam tiga tahun terakhir (2023–2025) yang berdampak pada menurunnya pendapatan wisata.
2. Keterbatasan fasilitas pendukung seperti area parkir, toilet, dan spot foto yang belum memadai untuk menunjang kenyamanan wisatawan.
3. Aktivitas promosi wisata yang masih sederhana dan belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal.
4. Pengelolaan wisata yang masih dilakukan secara swadaya oleh masyarakat lokal tanpa perencanaan strategis yang terstruktur.
5. Meningkatnya persaingan dengan destinasi wisata curug lain di Kabupaten Bogor yang memiliki keunggulan fasilitas dan popularitas.
6. Lokasi Curug Cikaracak yang masih memiliki potensi strategis sebagai wisata alam berbasis petualangan (trekking dan keindahan alami).
7. Daya tarik utama berupa keaslian alam, suasana asri, dan pengalaman wisata alam yang masih alami sebagai nilai unggulan destinasi.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus, batasan masalah penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan pada objek wisata Curug Cikaracak yang berlokasi di Desa Cinagara, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor.
2. Penelitian difokuskan pada strategi pengembangan daya tarik wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
3. Analisis model bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).
4. Analisis strategi dalam penelitian ini meliputi analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan QSPM.
5. Data penelitian diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner kepada pihak pengelola serta wisatawan.

6. Penelitian tidak membahas secara mendalam aspek keuangan secara rinci, melainkan hanya sebagai data pendukung dalam analisis strategi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah, maka rumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisis model bisnis dalam pengembangan daya tarik wisata Curug Cikaracak?
2. Apa saja faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan wisata Curug Cikaracak?
3. Apa saja faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman wisata Curug Cikaracak?
4. Alternatif strategi apa saja yang dapat digunakan dalam pengembangan daya tarik wisata Curug Cikaracak?
5. Strategi prioritas apa yang dapat diterapkan dalam wisata Curug Cikaracak?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Maksud Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan daya tarik wisata pada Curug Cikaracak di Desa Cinagara, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor.

2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bisnis saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).
- b. Untuk mengetahui faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam wisata Curug Cikaracak.
- c. Untuk mengetahui faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam wisata Curug Cikaracak.
- d. Untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat digunakan dalam daya tarik wisata Curug Cikaracak.
- e. Untuk mengetahui prioritas strategi yang dapat diterapkan pada Curug Cikaracak.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian mengenai kondisi pengelolaan Curug Cikaracak, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, maksud dan tujuan penelitian

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Membahas landasan teori terkait manajemen strategi, analisis lingkungan internal dan eksternal, SWOT, Matriks IFE, EFE, IE, QSPM, Business Model Canvas (BMC), penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data menggunakan IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, dan BMC.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi tentang objek yang didasarkan tteeliti, hasil dari penelitian serta pembahasan mendalam terkait dengan penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan hasil penelitian dan saran untuk pihak objek penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang daftar buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi data dan dokumen pendukung penelitian, meliputi hasil wawancara, pembobotan dan rating, Matriks IFE, EFE, SWOT, QSPM, dokumentasi penelitian, kartu bimbingan, serta hasil cek plagiarisme.