

**ANALISIS SWOT KOMPONEN PARIWISATA KOTA BANDUNG**



**Ersy Ervina, Vany Octaviani**  
**Dosen Universitas Telkom Bandung**  
**(Naskah diterima: 1 September 2019, disetujui: 28 Oktober 2019)**

*Abstract*

*This research aims to analyze tourism component in Bandung City which consist of tourism enterprises, tourism infrastructure & recreations, and tourism resources.*

*This research uses descriptive qualitative method with data collection methods through observation, in-depth interviews, and literature study. Data analysis using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities & Treath) with weighting on each dimension of the tourism component. The results showed that tourism companies are very feasible and become the main supporting component. While there are still many infrastructure components that need to be addressed to support sustainable tourism activities. On the side of tourism resources, namely tourism is still very limited, the attraction of the city of Bandung is greatly supported by several tourist destinations in Bandung Regency and West Bandung Regency. The government and related stakeholders need to make a tourism packaging strategy in order to increase the attractiveness of Bandung in addition to shopping and culinary tourism.*

**Keyword:** *Tourism component, Bandung City, SWOT Analysis.*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa komponen pendukung pariwisata kota Bandung yang terdiri dari perusahaan pendukung pariwisata (*tourism enterprises*), infrastruktur dan rekreasi pendukung pariwisata (*tourism infrastructure and recreation*) , dan sumber daya pariwisata (*tourism resource*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metoda pengumpulan data melalui observasi, wawancara (depth interview), dan desk studi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities & Treath*) dengan pembobotan pada masing – masing dimensi komponen pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi Tourism enterprises sudah sangat layak dan menjadi komponen pendukung utama. Sedangkan pada komponen infrastruktur masih banyak yang perlu dibenahi guna menunjang kegiatan pariwisata berkelanjutan. Pada sisi sumber daya pariwisata yaitu atraksi wisata masih sangat terbatas, daya Tarik wisata Kota Bandung sangat ditunjang dari beberapa destinasi wisata yang ada di sekelilingnya yakni di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Pemerintah dan para stakeholder terkait perlu kiranya membuat strategi mengemas atraksi wisata guna meningkatkan daya tarik Bandung selain belanja dan kuliner.

**Kata kunci:** Komponen Pariwisata, Anlisis SWOT, Kota Bandung.

## I. PENDAHULUAN

**S**ektor pariwisata menjadi sector yang memiliki nilai ekonomi bagi perkembangan seluruh negara (Dabphet, 2006) unggulan yang sudah terbukti mendatangkan devisa bagi negara. Sejak pemerintahan Jokowi berlangsung tahun 2014 pariwisata menjadi program pengembangan unggulan dan bidang yang memiliki potensi strategis bagi pemasukan negara.

Kota Bandung salah satu destinasi wisata yang banyak digemari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara memiliki sumber daya pariwisata yang popular. Sumber daya pariwisata itu antara lain sumber daya alam, wisata kuliner, fashion, seni dan budaya dan industri kreatif. Kondisi ini membuat bandung terkenal dengan kota wsiata belanja. Hal ini membuat pariwisata sebagai sektor yang diandalkan karena secara ekonomi parwisata telah mampu memberikan sumbangana PAD (Pendapatan Asli Daerah). Saat ini kontribusi pariwisata kota Bandung sebesar 10,03%. Dalam mendukung sektor Pariwisata tentunya dibutuhkan kelengkapan komponen pariwisata itu sendiri. Kompenen tersebut tidak

telepas dari 3A yaitu atraksi, amanitasm, dan aksesibilitas (Yoeti, 1996)

Namun dibalik peningkatan pariwisata di Kota Bandung masih terdapat hal-hal yang perlu menjadi perhatian peemerintah seperti pengelolaan Perusahaan – perusahaan di bidang Pariwisata, Infrastruktur Pariwisata, dan sumber daya pariwisata. Pada sisi infrastruktur, Kota Bandung minim akan informasi yang memudahkan wisatawan dalam aktivitas wisatanya. Pembangunan pariwisata saat ini masih berfokus pada pembangunan hotel dan restaurant yang notabene ini merupakan uasaha yang dikelola secara swasta. Peran pemerintah sangatlah penting sebagai penentu kebijakan dan arah pariwisata Kota Bandung. seperti petunjuk arah untuk menuju objek-objek wisata belum memadai yang mana menyulitkan wisatawan untuk menemukan objek-objek wisata tersebut. Selain itu, Sumber Daya Pariwisata (*tourism resources*) masih belum termanfaatkan dengan baik. Dengan munculnya Perusahaan Pariwisata (*tourism enterprises*) di Kota Bandung yang menunjang kepariwisataan seperti akomodasi hotel-hotel, taman-taman dan café-café, infrastrukturnya harus memadai. Salah satunya adalah pengadaan jalur sepeda dan petunjuk arah

untuk menuju ke objek-objek wisata tersebut harus lebih memadai. Sehingga dengan adanya beberapa kategori wisata yang tersedia di Kota Bandung, hal ini mempengaruhi kondisi permintaan dan kondisi keseluruhan industri

## **II. KAJIAN TEORI**

### **2.1 Komponen Pariwisata**

Pariwisata merupakan industri yang berkembang dengan pesat dan telah terbukti memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dan suatu negara. Menurut Undang – undang pariwisata No 10 tahun 2009, kepariwisataan atau pariwisata adalah keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia yang merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemak-muran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Produk Wisata Produk industri pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan atau dinikmati wisatawan (Yoeti, 1985). Aspek yang terkait dengan sumber daya wisata (tourism

resources), yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik tujuan wisata. Cooper menjelaskan terdapat 4 komponen pariwsata yang harus dimiliki oleh daya Tarik wisata antara lain

1. Atraksi (Attraction) contohnya daya Tarik alam, kebudayaan dan event wisata
2. Aksesibilitas (accessibilities) seperti transportasi dan infrastruktur jalan
3. Amenitas (Amenitas) Seperti akomodasi, rumah makan dan agen perjalanan
4. Ancillary service yaitu organisasi yang terlibat dapan industry pariwisata.

### **2.2 Faktor internal Pariwisata**

Faktor internal komponen pariwisata dapat di Analisa memalui 3 dimensi yaitu tourism enterprises, tourism infrastructure & recreation dan tourism reseources.

Berdasarkan Damardjati (1992 dalam Karyono 1997) dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata adalah perusahaan yang menyediakan pelayanan dibidang jasa untuk wisatawan yang berkunjung. Berikut adalah jenis-jenis *Tourism Enterprises* atau Perusahaan Pariwisata:

1. *Accomodation Enterprises* (Perusahaan Akomodasi)

2. *Recreation Enterprises* (Perusahaan Rekreasi)
3. *Places for Conferences* (Tempat Konferensi)
4. *Travel Agencies* (Lembaga Perjalanan)
5. *Tour Operator* (Biro Perjalanan)
6. *Cullinary Heritages* (Warisan Kuliner)

Infrastruktur Pariwisata dan Rekreasi merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkunjung kesuatu daerah atau negara.

Berikut adalah bagian-bagian *Infrastructure of Tourism and Reception*:

1. *Public Transport* (Transportasi Umum)
2. *Tourism Information* (Informasi Pariwisata)
3. *Camping* (Berkemah)
4. *Guides* (Pramuwisata atau Pemandu)
5. *Bike Trails* (Jalur Sepeda)
6. *Bike Rent/Repair* (Penyewaan/Perbaikan Sepeda)
7. *Water Routes* (Rute Air)
8. *Rent of water amusement* (Wisata tirta/air)
9. *Hiking Traills* (Jalur Pendakian)
10. *Financial Institution and Possibilities of currency exchange* (Lembaga Keuangan dan Penukaran mata uang)

11. *Telecomunication for Tourist* (Telekomunikasi untuk Wisatawan)
12. *Safety for Tourist* (Keselamatan untuk Wisatawan)
13. *Retail Network* (Jaringan Ritel atau Bentuk Pemasaran melalui *network*)

*Tourism Resources* atau sumber daya pariwisata merupakan sekumpulan barang dan jasa, alam dan manusia, sosial dan budaya, ekonomi dan spiritual, fakta dan fiksi, sistemik dan kontekstual. Dan juga faktor-faktor yang menarik wisatawan ke suatu tujuan dan mempertahankan pengalaman mereka ketika mereka berada di sana.

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif guna mengungkapkan data fakta, dan fenomena dari variable yang diteliti. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2014: 63) dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan analisis SWOT. Adapun pendapat Menurut Simbolon (1999), bahwa analisis SWOT terdiri dari:

1. Kelebihan (*strengths*)
2. Kelemahan (*weaknesses*)
3. Peluang (*opportunities*)
4. Ancaman (*threats*)

Data yang diperoleh dari tiap-tiap dimensi akan dilakukan pembobotan guna memperoleh hasil gambaran pemeringkatakan tiap item komponen pariwisata.

Dari dari pembobotan maka dianalisis guna menentukan strategi pariwisata.

#### IV. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian terhadap daya dukung faktor internal pariwisata di kota Bandung yang terdiri dari :

Tourism Enterprises: yaitu perusahaan akomodasi, perusahaan rekreasi, tempat acara konferensi, travel agency, tour operator dan culinary heritage dapat dilihat secara rinci pada tabel berikut :

Perbandingan Komponen *Tourism Enterprises* di Kota Bandung

No	Tourism Enterprises	SWOT	Skor	Total Skor
1	<i>Accommodation Enterprises</i>	Internal (SW)	2,8	6,15
		Eksternal (OT)	2,35	
2	<i>Recreation Enterprises</i>	Internal (SW)	2,2	4,2
		Eksternal (OT)	2,1	
3	<i>Places of Conferences</i>	Internal (SW)	2,55	6,55
		Eksternal (OT)	4	
4	<i>Travel</i>	Internal	1,8	4,4

	Agencies	(SW)		
		Eksternal (OT)	2,6	
5	<i>Tour Operator</i>	Internal (SW)	2,6	6,3
		Eksternal (OT)	3,7	
6	<i>Culinary Heritage</i>	Internal (SW)	3,6	7

Dari hasil perusahaan-perusahaan pendukung kegiatan pariwisata diatas dapat diketahui bahwa Kota Bandung memiliki Culinary Heritage tertinggi diantara perusahaan-perusahaan lainnya. Hal ini dapat kita buktikan dengan banyaknya rumah makan dan restaurant yang ada di Kota Bandung

Perbandingan Komponen *Infrastructure of Tourism and Recreation* di Kota Bandung

N o	Infrastructure of Tourism and Recreation	SWOT	Skor	Total Skor
1	<i>Public Transport</i>	Internal (SW)	1,65	3,55
		Eksternal (OT)	1,9	
2	<i>Tourism Information</i>	Internal (SW)	1,4	5,1
		Eksternal (OT)	3,7	
3	<i>Camping</i>	Internal (SW)	1,7	4,2
		Eksternal (OT)	2,5	
4	<i>Guides</i>	Internal (SW)	1,6	4,6
		Eksternal (OT)	3	

**YAYASAN AKRAB PEKANBARU**  
**Jurnal AKRAB JUARA**  
Volume 4 Nomor 4 Edisi November 2019 (31-39)

5	<i>Bike Trails</i>	Internal (SW)	1,8	4,3
		Eksternal (OT)	2,5	
6	<i>Bike Rent/Repair</i>	Internal (SW)	1,8	3,4
		Eksternal (OT)	1,6	
7	<i>Water Routes</i>	Internal (SW)	1,2	3,1
		Eksternal (OT)	1,9	
8	<i>Rent of Water Amusement</i>	Internal (SW)	1,8	3,8
		Eksternal (OT)	2	
9	<i>Hiking Trails</i>	Internal (SW)	1	2,5
		Eksternal (OT)	1,5	
10	<i>Financial Institution and Possibilities of Currency exchange</i>	Internal (SW)	2,2	4,1
		Eksternal (OT)	1,9	
11	<i>Telecommunication for Tourist</i>	Internal (SW)	1,5	3,1
		Eksternal (OT)	1,6	
12	<i>Safety for Tourist</i>	Internal (SW)	1,9	3,1
		Eksternal (OT)	2,2	
13	<i>Retail Network</i>	Internal (SW)	1,9	3,6

Dari Komponen infrastruktur pariwisata di kota Bandung Dapat diketahui bahwa hal yang paling dominan adalah pada tourism information atau penyedia layanan informasi bagi turis. Hal ini dirasa masih sangat kurang

Perbandingan Komponen *Tourism Resources* di Kota Bandung

No	Tourism Resources	SWOT	Skor	Total Skor
1	<i>Historical Cultural Resources</i>	Internal (SW)	2,6	5,4
		Eksternal (OT)	2,8	
2	<i>Natural Resources</i>	Internal (SW)	1,8	3,6
		Eksternal (OT)	1,8	

Berdasarkan hasil perbandingan menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap daya saing faktor internal *Tourism Resources* di Kota Bandung yakni *Historical Cultural Resources* dengan skor total 5,4.

Perbandingan Daya Saing Faktor Internal Pariwisata dengan kota-kota sekitarnya

#### 1. *Tourism Enterprises*

Daya Saing Faktor Internal Tourism Enterprises di beberapa kota menunjukkan bahwa Kota Bandung telah memenuhi semua aspek dalam *Tourism Enterprises*. Selain itu, Kota Bogor, Kota Bekasi, dan Kota Denpasar juga mampu untuk memenuhi beberapa aspek tersebut. Namun di Kota Surakarta, aspek Places for Conferences dan Travel Agencies masih terbatas dan perlu ditingkatkan.

#### 2. *Infrastructure of Tourism and Recreation*

Daya Saing Faktor Internal Infrastructure of Tourism and Recreation di beberapa kota menunjukkan bahwa Kota Bandung telah

memenuhi sebagian besar aspek dalam Infrastructure of Tourism and Recreation. Namun Kota Bandung memiliki keterbatasan dalam aspek Camping dan Hiking Trails. Selain itu, Kota Bogor, Kota Bekasi, dan Surakarta masih memiliki keterbatasan dalam beberapa aspek. Namun di Kota Denpasar, semua aspek sudah dapat terpenuhi dan dapat mendukung tingkat kunjungan wisata di kota tersebut.

### 3. *Tourism Resources*

Daya Saing Faktor Internal Tourism Resources di beberapa kota menunjukkan bahwa Kota Bandung memiliki keterbatasan pada aspek Natural Resources. Berbeda dengan kota lainnya yang seluruh aspeknya dapat terpenuhi dan dapat meningkatkan pariwisata di kota tersebut.

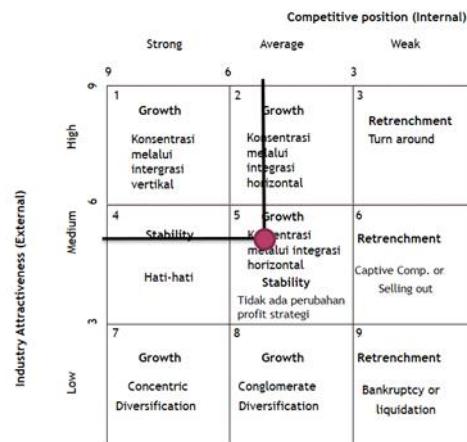
Tabel Komparasi Analisis SWOT  
Daya Komponen Pariwisata Kota Bandung

No	Faktor Internal Pariwisata	Sub-faktor	Total Skor
1	<i>Tourism Enterprises</i>	<i>Culinary Heritages</i>	7
2	<i>Infrastructure of Tourism and Recreation</i>	<i>Turism Information</i>	5,1
3	<i>Tourism Resources</i>	<i>Historical Cultural Resources</i>	5,4

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa komponen yang paling

berpengaruh dalam pariwisata di Kota Bandung yakni faktor Tourism Enterprises pada sub faktor Culinary Heritages dengan Total Skor 7. Data tersebut semakin memperkuat posisi Kota Bandung sebagai destinasi wisata kuliner dengan memiliki beragam Culinary Heritages sebagai komponen pariwisata yang sudah memadai.

Berdasarkan hasil komparasi tersebut maka dapat digambarkan matrik tingkat perkembangan Pariwisata Kota Bandung sebagai berikut :



Gambar 1 : Matriks SWOT  
Perkembangan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan Gambar diatas maka dapat diberikan makna bahwa titik matriks berada pada kolom ke 5 yang menunjukkan bahwa Pariwisata Kota Bandung menunjukkan perkembangan yang baik, hal ini didukung

dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan Kota Bandung sampai tahun 2018.

Octaviany dan Ervina (2016:60) mengatakan bahwasanya pariwisata di Kota Bandung sedang berkembang dengan pesat. Para wisatawan tertarik untuk mengunjungi Kota Bandung didasari oleh dua elemen yaitu elemen primer dan elemen sekunder. Elemen primer terdiri dari pemandangan, pameran atau museum, aktivitas berbasis budaya, usaha, olah raga, sejarah, warisan, dan daerah percontohan. Sedangkan elemen sekunder terdiri dari perbelanjaan, pasar-pasar, cendramata, sarana hiburan, restoran, dan fungsi-fungsi perkotaan seperti pendidikan, kesehatan dan daya cipta.

Faktor yang paling berperan dalam peningkatan tersebut yakni keberagaman kuliner di Kota Bandung yang menjadi magnet wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bandung. Selain itu, suasana Kota Bandung juga menjadi keunggulan tersendiri untuk menarik wisatawan.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komponen pariwisata *tourism enterprises* terdiri dari Accomodation Enterprises,

Recreation Enterprises, Place for Conferences, Travel Agencies, Tour Operator, dan Culinary Heritages. Keenam jenis perusahaan pariwisata tersebut sudah tersedia di Kota Bandung. Kota Bandung memiliki predikat bahwa Bandung overbranded, smart city dan creative city.

2. Komponen Pariwisata *Infrastructure of Tourism and Recreation* di Kota Bandung belum lengkap. Hal ini terbukti dari hanya tersedianya sebelas dari tiga belas indikator yang dianalisis; Kota Bandung sudah memiliki Public Transport, Tourism Information, Guides, Bike Trails, Bike Rent/repair, Water Routes, Rent of Water Amusement, Financial Institution and Possibilities of Currency Exchange, Telecommunication for Tourist, Safety for Tourist dan Retail Network. Akan tetapi, untuk Camping dan Hiking Trails masih belum tersedia di Kota Bandung. Selain itu, Kota Bandung masih belum memiliki jalur khusus untuk alat transportasi bis, sehingga dapat menyebabkan kemacetan dan penyalahgunaan jalur sepeda oleh pengendara kendaraan bermotor. Hal tersebut dapat menyebabkan penyewaan sepeda atau Bike Rent menjadi sepi peminat.

3. Komponen Pariwisata *Tourism Resources* di Kota Bandung sudah lengkap. Kota Bandung sudah memiliki beberapa objek wisata yang berbasis alam (Natural Resources) dan berbasis sejarah (Historical Resources). Akan tetapi, jumlah sumberdaya alami yang dimanfaatkan menjadi objek wisata masih sedikit, hal ini dapat dilihat dari hanya sungai Cikapundung dan hutan kota Babakan Siliwangi yang telah dimanfaatkan menjadi objek wisata. Kota Bandung saat ini telah mampu memenuhi aspek-aspek komponen Pariwisata yang terdiri dari *Tourism Enterprises*, *Infrastrucrure of Tourism and Recreation*, dan *Tourism Resources*. Sehingga Kota Bandung dapat dikatakan mampu bersaing dengan Kota sekitarnya seperti Kota Denpasar, Kota Surakarta, Kota Bogor dan Kota Bekasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Cooper, C. Et all 2005. *Tourism Principles and Practice*. Pearson Education.
- Dabphet, S. 2006. *The key stakeholders in the implementation of sustainable tourism development in two rural towns of thailand.*
- Handriani, E. 2011. Analisis faktor daya saing di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2 (1):17-25.
- Karyono. 1997. *Industri Pariwisata*. Bandung.
- Lestari, R. B., & Aprilia, R. 2013. Membangun nation branding dalam upaya meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia. *PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 358-366
- Muhardi. 2007. *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Garaha Pustaka.
- Octaviani, V. & Ervina, E. 2016. *The Creation of Visistor Satisfaction Through Quality of Experience in The Gastronomic Tourism at The City of Bandung*, Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2 (1), 60-70.
- Simbolon, R. 1999. *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Dirjen Dikti, Depdiknas.
- Sitorus, T. 2013. Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Kota Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, O. A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.