

ANALISIS KUALITAS DESTINASI PARIWISATA CURUG KOLEANGKAK CIATER KABUPATEN SUBANG

Devy Widya Apriandi¹, Muhammad Rizal Sarif Hidayat² Maharani Ananda Putry³

¹ STIE SUTAATMADJA SUBANG, INDONESIA

² STIE SUTAATMADJA SUBANG, INDONESIA

kakarizal90@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 17-06-2024

Tgl. Diterima : 30-08-2024

Tersedia Online : 30-11-2024

Keywords:

Kualitas Pariwisata, Ciater,
Ekonomi

ABSTRACT

The tourism industry is crucial for national economies as it significantly contributes to foreign exchange earnings, economic growth, public welfare improvement, job creation, and unemployment reduction. Subang Regency, with its rich natural resources, leverages tourism as a key income source. Curug Koleangkak, a famous waterfall in Nagrak Village, Ciater, Subang, stands out for its natural beauty and eco-tourism potential. This research aims to analyze the quality of Curug Koleangkak as a tourism destination by evaluating its attractiveness, facilities, and accessibility. Using a mixed-method approach including surveys, interviews, and field observations, this study reveals high visitor appreciation for the natural appeal of Curug Koleangkak but identifies areas needing improvement in facility maintenance and accessibility. Recommendations include infrastructure development, increased promotional activities, and sustainable tourism practices to enhance the viability and attractiveness of Curug Koleangkak. These findings are intended to aid local authorities and stakeholders in strategic planning to elevate Curug Koleangkak's recognition beyond Subang Regency.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata menjadi sektor terpenting dalam suatu negara karena industri pariwisata menjadi salah satu sumber penghasil devisa, serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat, membuka lapangan kerja, dan mengatasi pengangguran.

KBBI mendefinisikan industri pariwisata sebagai semua kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan jasa dan barang yang disediakan untuk wisatawan, termasuk pelayanan perjalanan, akomodasi, dan hiburan.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan wilayah di

Kabupaten Subang. Menurut data dari pemerintah Kabupaten Subang, sektor pariwisata berada di urutan kelima dalam kontribusi terhadap pendapatan asli daerah (PAD) pada tahun 2023, informasi ini diungkapkan dalam laporan tahunan yang di publikasikan oleh BPS Kabupaten Subang dan berbagai sumber resmi pemerintah daerah Subang. Pariwisata Subang berfokus pada pengembangan destinasi seperti Curug Koleangkak ini, serta promosi untuk meningkatkan fasilitas di berbagai zona wisata, termasuk kawasan alam, wisata buatan, dan wisata budaya. PAD ini merupakan salah satu sumber utama pendapatan daerah yang digunakan untuk membiayai pembangunan dan pelayanan publik.

Salah satu yang dapat dikembangkan adalah objek wisata yang berbasis pada sumber daya alam, yaitu objek wisata curug yang merupakan pengembangan ekowisata. Salah satu objek wisata curug yang potensial memberikan kontribusi terhadap pendapatan wilayah di Kabupaten Subang adalah objek wisata Curug Koleangkak di Desa Nagrak, Ciater, Subang. Adapun curug lainnya yang berada di Kabupaten Subang, yaitu Curug Cileat, Ciwideng, Mandala, Ciangin, dan Curug Ponggang yang dilansir dari Disparpora kabupaten subang.

Curug Koleangkak-lah yang kami ambil sebagai bahan dari penelitian karena mempunyai pesona alam luar biasa menarik yang didukung oleh ketersediaan sumberdaya alam diantaranya kondisi sumber daya berupa air yang berwarna biru terang kehijauan yang menghiasi seluruh kawasan Curug Koleangkak serta sumber mata air di curug. Keindahan panorama alamnya, ketersediaan lahan untuk bersantai dan menikmati alam Curug Koleangkak dan sekitarnya. Kawasan sekitar curug dikelilingi oleh hamparan sawah yang indah, dukungan budaya lokal, religi dan edukasi. Komponen atraksi wisata yang sudah mulai dikembangkan pada kawasan wisata Curug Koleangkak ini adalah tempat camping, piknik bersama keluarga, disediakannya menyewa ban untuk berenang di Curug Koleangkak. Komponen aksesibilitas yang mendukung dari pengembangan kawasan wisata ini adalah ketersediaan jaringan jalan menuju kawasan wisata yang mudah diakses dan tidak jauh dari jalan raya kota.

Daya tarik selanjutnya ialah terletak pada kolam yang menampung air terjun Curug Koleangkak lokasi Curug Biru/ Curug Koleangkak berada di wilayah Desa Nagrak Kecamatan Ciater tidak jauh dari pemandian air panas Sari Ater yang lebih dulu dikenal oleh wisatawan lokal dan mancanegara. Sesuai namanya curug ini dinamakan sebagai Curug Biru nama lain dari Curug Koleangkak karena pesona airnya yang tampak berwarna biru. Pepohonan sekitar curug terlihat rindang

menambah kesan sejuk dan indah bagi pengunjung. Air yang mengalir sangat jernih dan segar membuat curug ini kerap dijadikan sebagai salah satu tempat wisata yang wajib dikunjungi. Kedalaman curug terhitung mencapai 1 sampai 2 meter dengan tinggi kurang lebih mencapai 6 meter. Selain berenang, kita juga bisa mendirikan tenda atau piknik disekitarnya dan dengan keindahan alam yang memanjakan mata maka otomatis curug ini menjadi tempat favorit untuk melakukan kegiatan swafoto.

Harga tiket masuk Curug Koleangkak hanya dibandrol sebesar Rp10.000/orang. Harga yang terjangkau untuk melihat keindahan ciptaan Sang-Pencipta. Tiket masuk belum termasuk biaya parkir di mana, parkir kendaraan dikenakan biaya Rp5.000. Disediakan juga harga sewa saung dan tikar berkisar Rp15.000-an sampai Rp25.000-an dan sewa ban renang berkisar Rp10.000-an. Sedangkan untuk biaya bayar jasa penggunaan toilet, pengunjung hanya dikenakan biaya berkisar Rp2.000-an sampai Rp3.000-an.

Curug Koleangkak ini mempunyai banyak peluang khususnya di ekonomi kreatif yang masih harus terus digali dan dikembangkan. Ekonomi kreatif sendiri adalah sektor ekonomi yang berfokus pada penciptaan dan eksploitasi kekayaan intelektual serta kreativitas individu untuk menghasilkan nilai ekonomi. Sektor ini mencakup berbagai industri seperti seni, budaya, teknologi informasi, desain, dan media, yang semuanya bergantung pada kreativitas dan inovasi sebagai sumber daya utama. Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan penguatan identitas budaya.

Kecepatan adalah kunci untuk memenangkan persaingan, di mana kebutuhan dan keinginan konsumen telah menjadi prioritas setiap pelaku usaha UKM dalam menjalankan bisnisnya. Kualitas produk dan layanan telah menjadi syarat wajib dalam

memenuhi standar yang diminta konsumen. Layanan dan produk dirasakan menjadi pemicu bagi konsumen untuk merespon dan menilai apakah telah memenuhi harapan mereka atau tidak. Frekuensi menentukan seberapa sering konsumen menggunakan produk dan layanan serta sejauh mana pengalaman mereka. Secara umum, semakin sering akan menunjukkan kesetiaan, menurut Fajar Adi Prakoso, Najmudin Najmudin, Weni Novandari, Nandang Bakti Karnowati, Devy Widya Apriandi (2023).

Menurut UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), ekonomi kreatif adalah sektor yang sangat dinamis dengan potensi pertumbuhan yang besar, terutama di negara berkembang. Laporan UNCTAD menyebutkan bahwa ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong utama pembangunan berkelanjutan, dengan menciptakan lapangan kerja yang inklusif dan mendukung keberagaman budaya.

Inovasi dapat membuka pintu bagi UMKM untuk membuka segmen pasar baru atau mengisi ceruk pasar yang belum tersentuh oleh bisnis besar, inovasi juga dapat membantu UMKM atau ekonomi kreatif dalam membedakan diri dari pesaing dan berdampak pada orientasi pasar mereka hal ini mengharuskan pelaku usaha kecil harus terus memperhatikan orientasi inovasi untuk terus menciptakan suatu yang baru. (Apriandi, 2023). Beragam inovasi dan pengembangan harus dilakukan dengan bantuan masyarakat untuk bisa lebih memperkenalkan Curug Koleangkak ini kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut Joseph Schumpeter, seorang ekonom terkenal, mendefinisikan inovasi sebagai "creative destruction," yaitu proses di mana perusahaan-perusahaan baru dan inovasi menggantikan teknologi lama dan cara berbisnis yang usang, menciptakan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan industri. Inovasi lain yang bisa meningkatkan frekuensi pengunjung dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial karena berdasarkan kutipan dari

Fajar Adi Prakoso, Najmudin Najmudin, Weni Novandari, Nandang Bakti Karnowati, Devy Widya Apriandi (2023) bahwa Pengalaman Pelanggan Online secara substansial berdampak pada Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya UKM memberikan perhatian serius terhadap setiap kebutuhan konsumen, terutama secara online, untuk menciptakan pengalaman yang baik yang dapat dirasakan konsumen.

Peran pendukung sangat diperlukan untuk membantu penyebaran pariwisata ini agar lebih dikenal oleh masyarakat diluar Kota Subang, selain dari masyarakatnya sendiri peran media sosial sangat dibutuhkan di jaman serba canggih ini, Media sosial tidak hanya untuk berbagi, berinteraksi berkomunikasi dengan teman, kolega, atau penggemar, tetapi juga dapat menjadi wadah yang efektif untuk mempromosikan atau mengiklankan produk secara online dan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Beriklan melalui media ini memiliki keunggulan, seperti efektivitas biaya dan efisien. Selain itu, promosi pemasaran virtual dapat dilihat secara langsung, sehingga memudahkan untuk menarik pelanggan baru. Itu juga dapat menjangkau berbagai profil konsumen dari segmen yang ada. Selain itu, ini membantu untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat serta mengikuti berita terbaru dan promosi merek kapan saja (Gugyh, 2023).

Dengan banyaknya potensi yang dimiliki dari kawasan pariwisata Curug Koleangkak ini, kami melakukan penelitian yang berjudul "**ANALISIS KUALITAS DESTINASI PARIWISATA CURUG KOLEANGKAK CIATER KABUPATEN SUBANG**"

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan, maka identifikasi masalah yang dapat dirumuskan adalah "bagaimana kualitas yang dimiliki dari pariwisata Curug Koleangkak."

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas yang dimiliki

pariwisata Curug Koleangkak itu sudah baik dari segi daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas menuju Curug Koleangkaknya.

3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang Curug Koleangkak di Kabupaten Subang dan dapat mengembangkannya hingga dikenal masyarakat diluar Kabupaten Subang.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian Pariwisata

Dalam Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Sedangkan wisata merupakan 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.

Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan:

1. Wisata 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.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul

sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Menurut Mayers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau berlibur. Sejalan dengan definisi tersebut, Richardson dan Fluker (2009), mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan atau orang-orang yang melakukan perjalanan dan tinggal di luar lingkungan mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, bisnis, dan tujuan lainnya.

2.2 Pengertian Destinasi Pariwisata

Dalam Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata disebutkan : Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Menurut Sunaryo (2013) kerangka pengembangan Destinasi Pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Objek dan Daya Tarik (*Atractions*) yang mencakup: daya tarik yang bisa berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan/*artificial*, seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interent*).
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain.
- c. Amenitas (*Amenities*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan (*food and baverage*), retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan,

pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.

d. Fasilitas pendukung (*Ancillary Services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.

e. Kelembagaan (*Institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*).

Keberhasilan suatu destinasi pariwisata dalam menarik kunjungan wisatawan tentunya tidak lepas dari kecermatan pengelola dalam memahami karakter dan ekspektasi pasar yang selanjutnya dijadikan acuan dalam pengembangan produk dan layanan serta fasilitas pendukung wisata yang terkait di dalamnya. Menurut Riznaldi Akbar tahun 2023 menyatakan bahwa keterbukaan regional memiliki dampak terbesar terhadap pariwisata inbound di Indonesia, diikuti dengan lingkungan politik yang stabil.

2.3 Pariwisata Alam

Pariwisata alam merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan memiliki potensi besar di Indonesia. Menurut Yoeti (2008), "Pariwisata alam adalah salah satu bentuk pariwisata yang memanfaatkan potensi alam sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan." Dalam konteks ini, air terjun atau curug menjadi salah satu daya tarik yang memiliki keunikan tersendiri. Air terjun tidak hanya menawarkan keindahan visual, tetapi juga pengalaman alam yang dapat menenangkan dan menyegarkan bagi para pengunjung.

Sebagai bagian dari pariwisata alam, air terjun di Indonesia memiliki daya tarik yang khas dan beragam. Menurut pendapat Maryani (2012), "Air terjun di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan karena keindahan alamnya yang luar biasa dan keragaman ekosistem yang menyertainya." Hal ini menunjukkan

bahwa pengembangan pariwisata curug dapat memberikan dampak positif bagi sektor pariwisata secara keseluruhan, asalkan dilakukan dengan perencanaan dan pengelolaan yang baik.

Curug Koleangkak, sebagai salah satu air terjun di Subang, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang populer. Menurut Kurniawan (2015), "Pengembangan destinasi wisata air terjun harus memperhatikan aspek-aspek seperti aksesibilitas, fasilitas pendukung, serta pelestarian lingkungan agar dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi wisatawan tanpa merusak ekosistem." Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara pengembangan wisata dan pelestarian lingkungan agar potensi wisata dapat terus berkelanjutan.

Selain itu, partisipasi masyarakat lokal juga menjadi faktor penting dalam pengembangan destinasi wisata alam. Sebagaimana diungkapkan oleh Nugroho (2013), "Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata alam tidak hanya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka, tetapi juga membantu dalam menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar destinasi wisata." Dengan demikian, strategi pengembangan destinasi wisata Curug Koleangkak perlu melibatkan masyarakat setempat secara aktif agar dapat menciptakan sinergi yang positif antara pengembangan wisata dan keberlanjutan lingkungan.

Landasan teori yang kuat dan didukung oleh pendapat para ahli, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut potensi dan tantangan yang ada dalam pengembangan Curug Koleangkak sebagai destinasi wisata unggulan di Subang. Analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang komprehensif untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

2.4 Konsep Pariwisata Alam

Wisata alam merupakan destinasi wisata yang berfokus pada kepuasan terhadap alam, biasanya dilingkungan yang jarang tersentuh oleh kegiatan manusia. Menurut Yoeti (2008), "Pariwisata alam adalah salah satu bentuk pariwisata yang memanfaatkan potensi alam sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan." Dalam konteks ini, air terjun atau curug menjadi salah satu daya tarik yang memiliki keunikan tersendiri. Air terjun tidak hanya menawarkan keindahan visual, tetapi juga pengalaman alam yang dapat menenangkan dan menyegarkan bagi para pengunjung.

2.5 Perspektif Kualitas Menurut Gavin

David A. Garvin mengidentifikasi delapan dimensi kualitas dalam artikel "Competing on the Eight Dimensions of Quality" yang dipublikasikan di Harvard Business Review pada tahun 1987 dan dalam buku "Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge" (1988). Berikut adalah delapan dimensi tersebut:

1. *Performance* (Kinerja)

Definisi: Seberapa baik fungsi utama produk sesuai dengan tujuannya.

Contoh: Kinerja Curug Koleangkak dapat diukur dari kualitas air terjun, kebersihan area, dan keberagaman aktivitas wisata yang dapat dilakukan oleh pengunjung.

2. *Features* (Fitur)

Definisi: Karakteristik tambahan yang meningkatkan daya tarik atau kegunaan produk.

Contoh: Adanya fasilitas tambahan seperti area piknik, jalur pejalan kaki, pemandu wisata, area berenang, dll.

3. *Reliability* (Keandalan)

Definisi: Konsistensi kinerja dan kemampuan untuk berfungsi tanpa masalah.

Contoh: Kendala Curug Koleangkak dapat dilihat dari keteraturan pemeliharaan fasilitas, keamanan pengunjung dan ketersediaan air terjun yang baik.

4. *Conformance* (Kesesuaian)

Definisi: Sejauh mana produk memenuhi standar dan spesifikasi yang ditetapkan.

Contoh: Kesesuaian Curug Koleangkak dapat diukur dari kepatuhan terhadap

regulasi lingkungan, standar keselamatan, dan pedoman pelayanan pariwisata.

5. *Durability* (Daya Tahan)

Definisi: Umur produk atau seberapa lama produk dapat digunakan sebelum memerlukan penggantian.

Contoh: Daya tahan Curug Koleangkak dapat dilihat dari Upaya konservasi lingkungan, pemeliharaan infrastruktur, dan adaptasi terhadap perubahan cuaca dan musim.

6. *Serviceability* (Kemudahan Servis)

Definisi: Kemudahan dan kecepatan produk dapat diperbaiki serta pelayanan yang diberikan.

Contoh: Kemudahan akses dan pemeliharaan destinasi, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung.

7. *Aesthetics* (Estetika)

Definisi: Bagaimana produk tampak, terasa, dan terdengar bagi pengguna.

Contoh: Estetika dapat dilihat dari keindahan warna air Curug koleangkak dan keindahan alam sekitarnya, tata ruang yang rapi, dan suasana alami menenangkan.

8. *Perceived Quality* (Kualitas Persepsi)

Definisi: Persepsi dan reputasi kualitas produk yang dimiliki oleh pelanggan.

Contoh: Kualitas persepsi dapat diukur dari ulasan pengunjung, rekomendasi dari media social, dan reputasi Curug Koleangkak sebagai destinasi wisata di Kabupaten Subang.

Teori gavin ini sesuai dengan penilaian terhadap analisis kualitas destinasi pariwisata Curug Koleangkak yang diteliti.

2.6 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sektor industri rumahan (UMKM) baik yang dilakukan oleh individu maupun BUM Desa cukup banyak yang telah berhasil di bidang ekonomi kreatif (Hasan, 2018). Dalam pemberdayaan masyarakat yang mengedepankan ekonomi kreatif, perlu menggalang dan mengasah potensi creativity, innovation, invention

dalam diri masyarakat. Secara umum ekonomi kreatif merupakan suatu konsep untuk merealisasikan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Dalam paradigma ekonomi kreatif, pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas yang ada dalam diri masyarakat (Purnomo, 2016). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu pilihan terbaik dalam upaya pemberdayaan masyarakat. UMKM juga perlu memperhatikan loyalitas kepada pelanggan karena jika kualitas yang dimiliki suatu UMKM dalam suatu tempat selain destinasi utamanya, maka pelanggan atau wisatawan akan puas dan cenderung membeli lagi dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain yang dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung (Fajar Adi Prakoso, Najmudin Najmudin, Weni Novandari, Nandang Bektu Karnowati, Devy Widya Apriandi, 2023).

2.7 kewirausahaan

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah pemegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, peningkatan produktivitas dan pengembangan sosial (Denanyoh, 2015; Audretsch dan Keilbach, 2008; Wenneker, Van Stel, Caree, & Thurik, 2010). Hasil penelitian diatas menekankan bahwa kewira-usahaan harus dibentuk dan dipelajari untuk mendukung pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Juga menjadi wawasan bahwa pendidikan kewirausahaan harus dirancang dengan seksama agar dapat membekali siswa dengan kewirausahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang mengkaji pendidikan kewirausahaan, menyatakan bahwa mahasiswa yang berpengalaman mengembangkan berbagai ketrampilan teknis dan pelatihan lebih percaya diri menjadi wirausaha (Chen, Weng, & Hsu, 2010). Tetapi, hasil penelitian Cheng, Chan, & Mahmood. (2009) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan minat memulai usaha

tidak berhubungan secara signifikan, karena metode pembelajaran kewirausahaan yang digunakan tidak efektif.

2.8 Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas wisata yang dimiliki pada Curug Koleangkak ini.

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2013).

Pengertian metode deskriptif menurut (sujarweni, 2015) "Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif juga merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif."

3.2 Unit Analisis

Penelitian ini dilakukan di Ciater Kabupaten Subang untuk mengetahui potensi kualitas yang dimiliki Curug Koleangkak di mata masyarakat.

3.3 Unit Observasi

Unit observasi dalam penelitian ini adalah Curug Koleangkak dan sekitarnya.

3.4 Unit Penelitian

Unit penelitian ini adalah menggambarkan kualitas pengembangan daya tarik pariwisata, faasilitas, serta aksesibilitas yang ada di Curug Koleangkak.

3.5 Sumber Data

1. Data Primer

Dalam penelitian ini yang masuk kedalam data primer adalah data yang didapat dari penyebaran kusioner yang sudah diisi oleh wisatawan masyarakat Subang yang sudah datang ke wisata Curug Koleangkak.

2. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang dikumpulkan, diolah, dan diterbitkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Subang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Kusioner

Teknik pengumpulan data dengan kusioner adalah metode di mana data dikumpulkan dari responden menggunakan serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis. Kusioner dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai sikap, opini, perilaku, atau karakteristik demografis dari sekelompok orang.

2. Observasi

Metode yang dilakukan dengan cara mengamati dan meninjau secara cermat dan langsung ke lokasi penelitian untuk mengetahui kebenaran yang terjadi dilapangan tempat pariwisata Curug Koleangkak.

3.7 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:135). Maka dalam penelitian ini populasinya adalah Masyarakat Subang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2015:73). Sampel yang

digunakan pada penelitian ini adalah Masyarakat yang sudah pernah mengunjungi Curug Koleangkak Ciater, Kabupaten Subang.

3.8 Nilai, Nilai Rata-rata dan Kriteria Mengenai Destinasi Pariwisata

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator
Destinasi Pariwisata	Daerah tujuan wisata yaitu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative	Daya tarik wisata	1. Keindahan Curug Koleangkak 2. Keasrian Lingkungan Curug Koleangkak 3. Kebersihan Sekitar Curug Koleangkak 4. Kenyamanan Berwisata di Curug Koleangkak
		Fasilitas	1. Ketersediaan MCK 2. Ketersediaan penjual atau UMKM 3. Ketersediaan fasilitas permainan air 4. Ketersediaan tempat untuk berpiknik
		Aksesibilitas dan transformasi	1. Kemudahan transportasi

			2. Keamanan Jalur
--	--	--	-------------------

(tabel 1)

3.9 Operasionalisasi Variabel Penelitian (tabel 2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengukur destinasi pariwisata pada penelitian ini digunakan 3 dimensi yaitu : 1. Daya Tarik wisata, 2. Fasilitas wisata, dan 3. Aksesibilitas. Dari 3 dimensi tersebut dibuat 10 pertanyaan (indikator) yang digunakan dengan nilai jawaban terendah sama dengan 1 dan nilai tertinggi adalah 4.

1. Daya Tarik Wisata Curug Koleangkak

Daya Tarik wisata Curug Koleangkak yang ada di Ciater Kabupaten Subang yaitu keindahan air biru kehijauannya yang jernih dan juga bersih, dikelilingi lingkungan pepohonan yang asri dan menyenangkan sangat cocok untuk bersantai, berpiknik, atau hanya sekedar berendam di Curug. Curug Koleangkak yang berada di Jalan desa Nagrak, Ciater, Kabupaten Subang ini berada tidak jauh dari destinasi pemandian air panas Ciater dan dekat dengan tempat penyewaan Villa. Wisatawan akan sangat senang karena tempat wisata ini berada di daerah pariwisata yang dekat dengan tempat pariwisata lain, pemandian air panas, tempat penginapan, dan pastinya destinasi wisata air biru di Curug Koleangkak.

Wisatawan yang baru akan mencoba Curug Koleangkak sangat lah cocok untuk pemula yang belum bisa mendaki terlalu jauh, karena jalan menuju Curug Koleangkak ini tidak semuanya mendaki tapi lebih banyak menurun dan jalan yang sudah disediakan sehingga lebih aman dan memudahkan wisatawan yang akan berkunjung. Walaupun jaraknya tidak terlalu jauh seperti Curug-curug lainnya, tetapi wisatawan tetap bisa beristirahat di saung-saung yang sudah disediakan disisi jalur.

Wisatawan dapat melihat persawahan, udara yang sejuk, melintasi hutan bebatuan yang indah untuk menuju ke Curug Koleangkak dengan berjalan kaki.

1. Rekapitulasi Kualitas Daya Tarik Curug Koleangkak

No	Daya Tarik Wisata	Nilai Rata-rata	Kriteria
1	Keindahan Curug Koleangkak	3,44	Baik
2	Keasrian Lingkungan Curug Koleangkak	3,64	Sangat Baik
3	Kebersihan Sekitar Curug Koleangkak	3,16	Baik
4	Kenyamanan Berwisata di Curug Koleangkak	3,24	Baik
Rata-rata		3,37	Baik

(tabel 3)

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai tertinggi yaitu mengenai keasrian lingkungan Curug Koleangkak dengan nilai rata-rata 3,64 yang termasuk kategori sangat indah atau sangat baik, sedangkan nilai terendah yaitu mengenai kebersihan sekitar Curug Koleangkak dengan nilai rata-rata 3,16, hal ini dikarenakan masih banyaknya sampah yang berserakan di sekitar lahan piknik atau camping yang ada di area wisata Curug Koleangkak dan masih minimnya tempat sampah yang disediakan menyebabkan sampah membludak dan berserakan.

2. Fasilitas Pariwisata

Fasilitas Pariwisata merupakan unsur penting pembentuk produk pariwisata yang berperan menunjang kemudahan dan kenyamanan wisatawan seperti, ketersediaan sarana WC, penyewaan ban untuk bermain air, tersedianya penjual untuk membeli makan, dan disediakan lahan untuk berpiknik bersantai bersama keluarga. Berdasarkan hasil penelitian responden mengenai fasilitas wisata Curug Koleangkak disajikan pada Tabel 4.

4.2.2 Rekapitulasi Kualitas Fasilitas Pariwisata Curug Koleangkak (tabel 4)

No.	Fasilitas Pariwisata	Nilai Rata-rata	Kriteria
1.	Ketersediaan WC	2,86	Baik
2.	Ketersediaan Penjual Makanan dan Minuman	3,1	Baik
3.	Ketersediaan Fasilitas Bermain air	3,22	Baik
4.	Ketersediaan Tempat Berpiknik atau Camping	3,42	Baik
Rata-rata		3,15	Baik

Ketersediaan tempat berpiknik dan bercamping berdasarkan penilaian wisatawan mempunyai rata-rata yang tinggi yaitu 3,42 yang masuk pada kategori baik. Tempat yang disediakan ini cukup luas ada pada depan curug sisi kanan dan kirinya adapun yang lebih jauh namun tetap dapat melihat Curug Koleangkak. Wisatawan sangat menikmati berpiknik bersama keluarga dan berenang di danau Curug Koleangkak yang mempunyai air biru indah.

Berdasarkan hasil penilaian wisatawan Ketersediaan WC memiliki rata-rata terendah dengan 2,86 masuk pada kategori baik. Hal ini disebabkan minimnya ketersediaan WC bersih dan sedikitnya WC yang ada di Curug Koleangkak ini wisatawan sering mengeluhkan akan hal ini. Inilah yang perlu ditingkatkan pada pariwisata Curug Koleangkak.

3. Aksesibilitas

Akses menuju Curug Koleangkak karena ada di daerah pariwisata Ciater maka sangat mudah untuk dijangkau melalui transportasi darat yang sudah sangat memadai dan bisa dilalui oleh kendaraan darat apa saja. Terdapat beberapa jalan menuju ke Curug Koleangkak, yaitu:

1. Dari Arah Bandung

Dari arah Bandung yakni, Kota Bandung lalu menuju dan lanjut ke Lembang, Tangkuban Perahu, kemudian tidak jauh dari situ masuk ke gerbang Sari Ater ambil lajur kanan untuk menuju Desa Nagrak, sekitar 3 kilometer dari pintu gerbang anda akan menemukan pintu gerbang Curug Koleangkak.

2. Dari Arah Subang

Dari arah subang melewati jalan cagak sehingga ketika masuk ke gerbang ciater ambil lajur kanan untuk menuju desa nagrak sekitar 3 kilometer dari pintu gerbang Anda akan menemukan pintu gerbang Curug Koleangkak.

3. Dari Arah Purwakarta

Dari arah purwakarta melewati sagalaherang lurus dan ketika pertigaan jalan cagak ambil lajur kanan sampai menuju gerbang sariater ambil arah kanan.

Hasil penelitian pendapat wisatawan mengenai aksesibilitas Curug Koleangkak disajikan pada tabel 5.

1. Rekapitulasi Aksesibilitas Curug Koleangkak

No	Aksesibilitas	Nilai Rata-rata	Kriteria
1	Kemudahan Transportasi	3,16	Baik
2	Keamanan Jalur	3,22	Baik
Rata-rata		3,19	Baik

(tabel 5)

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Keamanan jalur mempunyai rata rata yang tinggi sebesar 3,22 dengan kategori baik dan rata -rata nilai yang rendah ada pada Kemudahan Transportasi dengan rata-rata 3,16 yang masuk pada kategori baik. Keamanan Jalur lebih rendah dari pada Kemudahan Transportasi karena jalur menuju Curug Koleangkak masi berupa tanah merah, walaupun sudah beberapa jalur dibuat bebatuan dan dipasang bambu tapi masih kurang keamanan pada sisi kanan kirinya yang langsung jurang. Jika pada musim hujan jalanan atau jalur menuju Curug

Koleangkak akan licin dan membahayakan.

4.4 Rekapitulasi Keseluruhan

Berdasarkan tabel 3,4, dan 5 dapat disajikan rekapitulasi destinasi wisata Curug Koleangkak yang disajikan pada dibawah ini. (tabel 6)

No	Destinasi Wisata	Nilai R ata- rata	Kriteria
Daya Tarik Wisata		3,37	Baik
1	Keindahan Curug Koleangkak	3,44	Baik
2	Keasrian Lingkungan Curug Koleangkak	3,64	Sangat Baik
3	Kebersihan Sekitar Curug Koleangkak	3,16	Baik
4	Kenyamanan Berwisata di Curug Koleangkak	3,24	Baik
Fasilitas Pariwisata		3,15	Baik
5	Ketersediaan WC	2,86	Baik
6	Ketersediaan Penjual Makanan dan Minuman	3,1	Baik
7	Ketersediaan Fasilitas Bermain Air	3,22	Baik
8	Ketersediaan Tempat Berpiknik dan Camping	3,42	Baik
Aksesibilitas		3,19	Baik
9	Kemudahan Transportasi	3,16	Baik
10	Kenyamanan Jalur	3,22	Baik
Rata-rata		3,24	Baik

(Tabel 6)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata mengenai Daya Tarik Wisata yaitu 3,37 yang merupakan nilai dengan rata-rata tertinggi, sedangkan nilai rata-rata terendah ada pada Fasilitas Pariwisata dengan nilai rata-rata 3,1.

4.5 Realisasi

Peningkatan kualitas destinasi wisata memerlukan implementasi program yang tepat dan fasilitas yang memadai. Untuk Curug Koleangkak, evaluasi realisasi program dan fasilitas dapat dikelompokkan menjadi dua kategori: yang sudah terealisasi dan yang belum terealisasi.

Program dan Fasilitas yang sudah terealisasi di Curug Koleangkak antara lain:

1. Peningkatan Aksesibilitas
Telah dilakukan perbaikan jalan menuju curug koleangkak untuk memudahkan akses bagi wisatawan yang membawa kendaraan roda 2 maupun kendaraan roda 4
2. Penyediaan Lahan Parkir yang memadai
Pengelola Curug Koleangkak telah menyediakan lahan parkir yang cukup luas untuk memuat kendaraan wisatawan yang berkunjung sehingga menimbulkan rasa aman bagi para wisatawan
3. Penyediaan Fasilitas Dasar
Pembangunan toilet umum, dan area piknik seperti saung sudah tersedia dan mulai digunakan oleh pengunjung
4. Pemasangan Rambu Informasi dan Petunjuk
Pemasangan rambu-rambu informasi dan petunjuk peraturan di area curug dan jalur menuju curug sudah dipasang
5. Penyediaan Alat Keselamatan
Disediakan pelampung disekitar curug koleangkak untuk

mengantisipasi adanya kecelakaan.

Program dan Fasilitas yang belum terealisasi di Curug Koleangkak antara lain:

1. Pengembangan Wahana Bermain.
Belum ada wahana bermain lain, yang dapat menunjang daya Tarik pada curug ini seperti outbond sehingga masih mengandalkan wahana air nya saja
2. Area Spot Foto
Tidak ada spot foto selain curug nya itu sendiri yang disediakan, seperti backdrop atau bangunan-bangunan estetik lainnya
3. Promosi Online
Promosi online pada akun social media belum maksimal dilakukan oleh pihak pengelola sehingga belum dikenal secara luas diluar wilayah subang

KESIMPULAN

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil yang sudah dipaparkan destinasi Curug Koleangkak Kabupaten Subang mempunyai nilai kualitas sebesar 3,24 dan masuk pada kategori BAIK dengan indikator tertinggi sebesar 3.64 pada keterangan Keasrian Lingkungan Curug Koleangkak dan indicator terendah sebesar 2,86 pada keterangan Ketersediaan WC. Hal ini menjadikan destinasi Curug Koleangkak sangat direkomendasikan sebagai tujuan destinasi wisata bagi wisatawan domestik maupun manca negara sebagai tempat berekreasi, mencari pengalaman baru, camping, atau sekedar melepas penat.

Saran:

1. Pihak pemerintah, Masyarakat, dan pengelola Kawasan wisata Curug Koleangkak harus secara bersamaan berusaha untuk mempertahankan, mengembangkan, serta meningkatkan kualitas destinasi wisata yang ada, dan terus

mempromosikan destinasi wisata terutama Curug Koleangkak, agar jumlah wisatawan yang datang terus meningkat.

2. Kebersihan Curug Koleangkak dan sekitarnya harus selalu terjaga mulai dari jalur menuju Curug Koleangkak sampai pada sekitaran Curug Koleangkaknya dengan menambah ketersediaan tempat sampah.
3. Meningkatkan ketersediaan WC dengan menambah dan menjaga kebersihannya.

Peningkatan dan Promosi. Pemerintah, masyarakat, dan pengelola wisata Curug Koleangkak harus bekerja sama untuk mempertahankan, mengembangkan, dan meningkatkan kualitas destinasi wisata. Promosi destinasi wisata, terutama Curug Koleangkak, perlu terus ditingkatkan agar jumlah wisatawan terus bertambah.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting:

1. Pengembangan Destinasi Wisata: Temuan ini menunjukkan bahwa Curug Koleangkak memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai destinasi wisata utama di Kabupaten Subang.
2. Partisipasi Masyarakat: Peningkatan partisipasi masyarakat lokal dalam menjaga dan mempromosikan destinasi wisata ini sangat penting untuk keberlanjutan dan pengembangan destinasi tersebut.

Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan:

1. Keterbatasan Data: Data yang digunakan dalam penelitian ini mungkin tidak mencakup semua aspek yang relevan untuk menilai kualitas destinasi wisata.

2. Sampel Terbatas: Sampel yang digunakan hanya mencakup masyarakat yang pernah mengunjungi Curug Koleangkak, sehingga mungkin tidak mewakili seluruh populasi wisatawan yang potensial.

REFERENCES

BUKU

- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). *Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah*. Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata, 11(2).
- Damardjati, R. S. (1992). *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata. pradnya paramita*.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge*. New York: The Free Press. ISBN: 978-0029113806.
- Marpaung, H., & Bahar, H. (2002). *Pengantar pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Mayers, G. E & Mayers, M.T. (2009). *The Dynamics OF Human Communication*. Sixth Edition. Mc Graw Hill, Inc: New York.
- Mill, R. C, Alih Bahasa Sastro Tribudi. (2011). *Tourism The international Business, Edisi Bahasa Indonesia*. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mulyadi. (2010). *Daya Tarik Wisata*. Edisi Keenam. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat. Jakarta.
- Pendit Nyoman, S. (2010). *Pengantar Ilmu Pariwisata..*
- Richardson, J. I., & Fluker, M. (2004). *Understanding and managing tourism*. Pearson Education Australia.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*.
- Sinclair, M. Thea, & Stabler, Mike. (1997). *The Economics of Tourism*. Routledge. ISBN: 978-0415134817.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia* (No. 1). Penerbit Gava Media Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.

JURNAL

- Akbar, R. The Effects Of Exchange Rate, Political Stability And Regional Openness On Indonesia Inbound Tourism: A Panel Regression Approach.
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2008). Resolving the knowledge paradox: Know-how and economic growth. *Research Policy*, 37(10), 1697-1705.
- Chen, S. C., Weng, P. C., & Hsu, Y. C. (2010). A study on the relationship between entrepreneurship courses and opportunity identification: An empirical survey. *Asia Pacific Management Review*, 15(3), 463-475.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2013). "Tourism: Principles and Practice" (5th Edition). *Pearson Education*. ISBN: 978-0273711261.
- Kirom, N. R., Sudarmiati, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546.
- Prakoso, F. A., Najmudin, N., Novandari, W., Karnowati, N. B., & Apriandi, D. W. (2023). The Effect Of Online Customer Experience, Product Quality, and Service Quality On SMEs Customer Loyalty. *Journal of Business and Management Review*, 4(5), 363-373.
- Karnowati, N. B., Sudarto, S., Suwandari, L., Prakoso, F. A., & Apriandi, D. W. (2023). Achieving Marketing Performance through

Orientation Innovation and Entrepreneurial Orientation. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(2), 417-435.

Razak, A., & Suprihardjo, R. (2013). Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu di Kepulauan Seribu. *Jurnal Teknik ITS*, 2(1), C14-C19.

Suryani, A., & Setiawan, B. (2022). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kepulauan Seribu, Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 15(2), 123-145.

Susandy, G., Sari, D., Helmi, R. A., & Komaladewi, R. (2023). Digital Marketplace Branding Model. *Quality-Access to Success*, 24(193).