



Strategis Pengembangan The Great Asia Afrika Sebagai Destinasi Wisata di Bandung

Rizki Nurul Nugraha¹, Devitha Sondang²

Universitas Nasional^{1,2}

Received: 12 Februari 2023
Revised: 22 Februari 2023
Accepted: 3 Maret 2023

Abstract

Based on Law No.10 of 2009 concerning tourism, it is stated that tourism development is needed to encourage equal opportunities to try and obtain benefits and be able to face the challenges of changing local, national, and global lives. Tourism development strategies are very important in planned tourism so that their strengths can be developed effectively. The great asia africa development strategy opens up opportunities for surrounding communities to earn income through tourist attractions in the great asia africa. The impact of this study aims to improve the management of the tourism sector in Indonesia through strategies carried out by the government and community participation in the development of Indonesian tourism. This journal is compiled using qualitative methods. This research discusses the stratgei of development at The Great Asia Afrika located in Lembang, Bandung.

Keywords: *tourism; Indonesian tourism; national; Global; strategy; effective.*

(*) Corresponding Author: rizky@gmail.com

How to Cite: Nugraha, R., & Sondang, D. (2023). Strategis Pengembangan The Great Asia Afrika Sebagai Destinasi Wisata di Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 507-514. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7897947>

PENDAHULUAN

Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap (Gamal. Swantoro, dalam Septyana Tri,dkk, 2018). Sektor pariwisata Indonesia lagi-lagi menjadi salah satu fokus utama pemerintah dalam beberapa tahun kedepan. Banyaknya monumen atau bangunan bersejarah di kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap wisatawan yang berkunjung. Penyelenggaraan Konferensi Asia-Afrika (KAA) di kota Bandung diperkirakan tidak terlepas dari alasan warisan bangunan yang bersejarah di kota ini. Sampai sekarang warisan budaya tersebut masih terpelihara dengan baik, bangunan bersejarah telah dilindungi dengan peraturan daerah, bahkan telah ditetapkan sebagai salah satu tujuan wisata (destinasi) warisan budaya (culture heritage) secara nasional. Secara bertahap penetapan tersebut telah berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan ke kota Bandung yang terus meningkat setiap tahunnya. Walaupun tidak sepenuhnya bermaksud untuk menikmati wisata heritage, tetapi ketika para wisatawan menelusuri jalanan di kota Bandung mereka akan menikmati keindahan bangunan bersejarah dan mengenaanganya jika meninggalkan kota Bandung.

Salah satu destinasi yang cukup terkenal di kalangan wisatawan dengan latar belakang warisan budaya yaitu The Great Asia Afrika. The Great Asia Afrika (TGAA) merupakan destinasi modern yang menampilkan replika negara dari benua Asia dan Afrika. Dibangunnya TGAA dari segi owner pertama telah



memiliki konsep Nusantara dan konsep Eropa dari Farmhouse. Inilah awal mengapa TGAA terbentuk. Strategi pengembangan yang diterapkan oleh destinasi ini yaitu memperkenalkan budaya dari ke 10 negara yang ada di dalamnya. Strategi pemasaran di destinasi ini sudah cukup menarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati daya tarik wisata di dalamnya. Besarnya potensi wisata budaya di kota Bandung tidak serta merta menjadi komoditas yang dapat mendatangkan pendapatan asli daerah (PAD). Persoalan yang kini dihadapi oleh pemerintah kota Bandung dalam mengembangkan potensi wisata heritage adalah belum adanya system pengelolaan yang baik. Namun The Great Asia-Afrika sudah mampu bekerja sama dengan pemerintah dan juga masyarakat sekitar.

Berhasilnya The Great Asia Afrika dalam memasarkan destinasinya, mampu menarik sebagian orang untuk mengetahui bagaimana strategi TGAA dalam hal ini. Penelitian strategi pengembangan The Great Asia Afrika kali ini berdampak positif terhadap masyarakat di sekitar karena telah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat. Dan juga berdampak positif terhadap para pengunjung karena mendapatkan wawasan yang luas untuk negara-negara di Asia Afrika. Destinasi inipun membuka peluang bagi para peneliti untuk melakukan penelitian mengenai destinasi modern yang mengusung tema wisata heritage.

KAJIAN TEORI

Pengertian Strategi dan Strategi Pengembangan

Strategi berasal dari kata Yunani Strategos dengan akar kata stratos dan ag, stratos berarti “militer” dan ag berarti “memimpin”. Kata strategi berarti memilih bagaimana caranya sumber-sumber mungkin digunakan dengan efektif untuk mencapai suatu tujuan yang dinyatakan. Strategi direncanakan untuk penyesuaian dengan lingkungan dalam maupun luar. Diungkapkan dengan cara lain, strategi menyatakan faktor-faktor mana yang akan diberi penekanan dalam mencapai tujuan.

Menurut Christensen, pengertian strategi dapat ditinjau dari segi militer, politik, ekonomi, dan perusahaan. Dari segi militer, strategi adalah penempatan satuan-satuan atau kekuatan-kekuatan tentara di medan perang untuk mengalahkan musuh. Dari segi politik, strategi adalah penggunaan sumber-sumber nasional untuk mencapai tujuan nasional. Dari segi ekonomi, strategi adalah alokasi sumber-sumber yang sifatnya jarang atau terbatas. Sedangkan dari segi perusahaan, strategi adalah aturan untuk pembuatan keputusan dan penentuan garis pedoman.

Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

Suatu strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja organisasi mendesain strategi yang hendak meningkatkan status,

kapasitas, dan sumber daya yang pada ujungnya akan melahirkan postur organisasi baru yang berbeda di masa depan. Organisasi sepenuhnya diletakkan dan dioperasikan dalam mode pengembangan. Bryson menambahkan bahwa strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika strategi tersebut berusaha menciptakan masa depan baru yang lebih baik. Pilihan pada strategi ini baru bisa dilaksanakan jika dukungan yang berasal dari lingkungan eksternal organisasi memadai. Bahkan ia menambahkan bahwa sistem perencanaan formal dapat digunakan untuk memberikan panduan dalam merancang jenis strategi ini.

Pengertian Promosi

Menurut Tjiptono (2015, p.387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sedangkan menurut menurut Buchory dan Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma (2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.

Pengertian Digital Marketing

Sawicky dalam Dedi Purwana ES, Rahmi, dan Shandy Aditya (2017) mengatakan digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Sedangkan menurut Chaffey, Chadwick, Johnston, dan Mayer dalam Nadya (2016) digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa digital marketing adalah kegiatan pemasran dengan memanfaatkan media 17 elektronik melalui media berbasis internet maupun media sosial untuk mempermudah perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Pengertian Wisata Modern

Menurut Sucipto dan Limbeng (2017:5) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pariwisata dalam pengertian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesahatan dan pergantian

hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia.

METODE

Metode penelitian adalah suatu proses atau cara yang dipilih secara spesifik untuk menyelesaikan masalah yang diajukan dalam sebuah riset

- a. Wawancara yaitu cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan (Ashshofa, 2007) dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah dalam penelitian (Amiruddin, 2006) kepada pihak terkait dalam hal ini Pemerintah Kabupaten Bandung Barat yaitu Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian Pengembangan Daerah.
- b. Dalam penelitian, metode observasi akan digambarkan sebagai metode yang dipergunakan dalam mengamati dan mendeskripsikan tingkah laku subjek. Seperti namanya, observasi ini adalah cara mengumpulkan informasi dan data yang relevan dengan mengamati. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain

Lokasi dan Waktu

Lokasi : Jl. Raya Lembang - Bandung No.71, Gudangkahuripan, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Waktu : Januari 2023

Alat dan Bahan Penelitian

Kegiatan tugas ini membutuhkan beberapa alat penunjang kegiatan selama penelitian dan wawancara. Berikut alat dan bahan yang akan digunakan dalam mencari data:

Tabel 1

No	Alat	Fungsi
1	Alat Tulis	Sebagai alat menulis untuk mencatat data
2	Kamera	Sebagai alat dokumentasi wawancara
3	Handphone	Sebagai perekam suara wawancara
4	Laptop	Sebagai alat mengolah data hasil dari penelitian

PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan The Great Asia Afrika

Pengembangan serta peningkatan di suatu industri Pariwisata di dorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan modal besar dalam pengembangan perekonomian, pengembangan destinasi wisata, serta peningkatan kesejahteraan rakyat. (Rizki Nugraha, 2022). The Great Asia-Afrika menerapkan beberapa strategi untuk pengembangan destinasi tersebut dengan meningkatkan status kapasitas dan sumber daya yang memberikan destinasi tersebut menjadi lebih baik. Strategi yang diterapkan yaitu membangun destinasi dengan fasilitas

yang menunjang tanpa kekurangan sedikit pun seperti menyediakan fasilitas untuk para penyandang disabilitas. Contohnya yaitu kursi roda, dan lift, serta gondola untuk para wisatawan yang lelah berjalan mengelilingi TGAA. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ujang Nurfana selaku manajemen pengelola destinasi TGAA

"Kami menyediakan fasilitas-fasilitas yang memadai seperti kursi roda dan lift, juga setiap jalan yang disediakan bisa dilewati oleh kursi roda maupun stroller. Kalau yang gakuat kita menyediakan gondola"

wawancara 16 Januari 2023

Sarana dana prasarana di dalam TGAA juga sangat memadai, inilah yang mendapat nilai plus dimata wisatawan. Seperti musholla toilet yang bersih, aula untuk pertemuan khusus dan di setiap sudut mereka menyediakan tempat sampah. Di setiap replika negara yang ada di asia afrika juga memperkenalkan makanan khas, baju adat, dan kultur budaya tersebut serta menyediakan spot foto di setiap negara tersebut. Agar para wisatawan dapat merasakan bagaimana vibes suatu negara tersebut.

"kita buat wisata buatan harus tau nih bagaimana sih fasilitas yang dibutuhkan pengunjung, dari segi sarana dan prasarana yang menunjang supaya pengunjung tertarik untuk datang. Seperti tempat ibadah dan toilet yang terutama, kebersihan juga harus sangat diperhatikan jangan sampai toilet amenities nya gaada."

Menurut Wiradipoetra & Brahmanto (2018) kerusakan fasilitas akibat kurangnya perawatan dinilai sebagai pemicu persepsi negatif wisatawan terhadap daya tarik wisata, sehingga berdampak pada kurangnya minat untuk berkunjung. Hal ini sejalan dengan pernyataan Wahyulina et al. (2018) bahwa toilet, tempat sampah dan tempat ibadah menjadi sarana paling penting yang diinginkan oleh para wisatawan yang berkunjung. Hal inilah yang juga sangat diperhatikan oleh TGAA, karna menurut mereka fasilitas utama seperti tempat ibadah dan toilet adalah yang terpenting untuk kenyamanan wisatawan.

"Itulah kenapa harus tau seperti apasih tujuannya kalau ingin membuat tempat wisata dan apa saja fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung. Jadi kalau kita buat wisata buatan itu Jadi kalau wisata modern kita buat semenarik mungkin untuk pengunjung bisa menikmati, wisata modern dibuat gimana caranya supaya semua orang dapat menikmati tempat wisata ini."

wawancara Januari 2023

The Great Asia Afrika akan selalu mengupgrade pada masing-masing replika negaranya setiap 6 bulan sekali. Destinasi wisata modern TGAA ini selalu memastikan apa saja yang dibutuhkan oleh pengunjung, lalu semampu mungkin akan diberikan. Upgrade yang dilakukan oleh pengelola TGAA ditujukan untuk menarik wisatawan agar dapat berkunjung kembali.

Strategi Pemasaran The Great Asia Afrika

Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuannya Strategi pemasaran juga menetapkan suatu target pasar dan suatu bauran pemasaran terkait. Hal ini merupakan suatu

gambaran besar dari apa yang perusahaan akan lakukan dalam beberapa pasar (Pasariibu, 2008) Salah satu cara unik The Great Asia Afrika dalam melancarkan strategi pemasarannya yaitu dengan mengundang wartawan yang berfungsi agar wisatawan nasional maupun internasional mengetahui tentang destinasi modern TGAA. The Great Asia Afrika juga menerapkan promosi digital marketing kepada para pengunjung dengan cara menyediakan spot-spot foto yang ada di setiap replika negara TGAA. Hal ini dimaksudkan setiap wisatawan yang berkunjung pastinya akan mengupload mengenai TGAA melalui media sosialnya yang dimanfaatkan oleh TGAA untuk melakukan marketing secara tidak langsung kepada wisatawan dengan meng upgrade spot foto dan daya tarik tiap replica negara setiap 6 bulan sekali.

“the Great Asia Afrika ini selalu mengupgrade tiap daya Tarik replica masing-masing negara setiap 6 bulan sekali, ini biasanya kita lakukan supaya wisatawan penasaran dengan hal baru yang ada di TGAA contohnya kaya ada pengunjung yang foto di spotbaru atau posting TGAA dengan nuansa yang baru nantikan pasti ada yang bertanya kok ada sih kemaren kessana gaada, lalu pengunjung akan dating untuk kedua kalinya. Secara tidak langsung pengunjung menjadi marketing kita”

Wawancara Januari 2023

Hal ini tentunya mengundang wisatawan untuk berkunjung yang kedua kali, dikarenakan adanya hal baru atau daya tarik baru di destinasi TGAA ini. Strategi marketing yang diterapkan oleh TGAA nyatanya cukup berhasil, hal ini terbukti dari kunjungan wisatawan yang meningkat. Dan TGAA yang berhasil semakin dikenal banyak wisatawan local maupun asing.

Media sosial merupakan salah satu perantara kegiatan promosi The Great Asia Afrika seperti Instagram, Website, Twitter dan lain sebagainya, yang dipergunakan dengan baik oleh pengelola TGAA. Seperti Instagram yang up to date mengenai hal hal yang terjadi di TGAA, merepost instastory wisatawan, hingga informasi detail untuk kegiatan penelitian. TGAA juga bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang datang ke destinasi ini, seperti stan-stan booth, bazar dan lainnya.

Peran Pemerintah dan Masyarakat

The Great Asia-Afrika bekerjasama dengan pemerintah dalam pembangunannya seperti menaati peraturan yang dibuat, tata kelola ruang The Great Asia Afrika sudah dibenahi penggunaan dan pemanfaatan tanahnya yang berwujud konsolidasi pemanfaatan tanah sebagai satu kesatuan system untuk kepentingan masyarakat secara adil berdasarkan pasal 33 UU Nomor 26 Tahun 2007. Salah satu kegiatan penyusunan penatagunaan tanah adalah penyajian neraca kesesuaian penggunaan dan pemanfaatan tanah pada perencanaan tata ruang wilayah.

“TGAA sendiri sudah bekerjasama dengan pemerintah Bandung barat, seperti aturan pemerintah yang melarang 10 meter pembangunan di dekat bibir sungai. Kemarin kita sempat ada bangunan yang melanggar, itu langsung kita robohkan kita taati aturan pemerintah”

Wawancara Januari 2023

Hal ini menampik sanggahan bahwa TGAA melanggar aturan pemerintah untuk tata kelola ruang nya. Pihak TGAA dianggap tanggap dalam menangani hal seperti ini yang dianggap akan merugikan TGAA sendiri. Tindakan ini membuat wisata TGAA mampu bersaing dan bertahan dengan wisata lainnya.

Selain itu TGAA juga melibatkan masyarakat dalam pembangunannya, dengan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat di sekitar sebagai karyawan. Hal ini menjadikan TGAA membuka peluang dan ikut mensejahterakan masyarakat dalam kegiatannya.

“hampir 80 persen masyarakat di sekitar kita jadikan karyawan disini, karna kansekarang makin banyak destinasi wisata di bandung, nah kita buka tempat wisata dengan tujuan yang bisa melibatkan masyarakat sekitar juga”

Wawancara Januari 2023

KESIMPULAN

Berdasarkan UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global. Strategi pengembangan pariwisata sangat penting dalam kepariwisataan yang terencana agar kekuatan yang dimiliki bisa dikembangkan secara efektif. Strategi pengembangan The Great Asia Afrika membukapeluang untuk masyarakat sekitar mencari penghasilan melalui daya tarik wisata di The Great Asia Afrika. Dampak dari penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kembali pengelolaan sektor pariwisata yang ada di Indonesia melalui strategi yang dilakukan pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Jurnal ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini membahas tentang stratgei pengembangan di The Great Asia Afrika yang berlokasi di Lembang.

DAFTAR PUSTAKA

Maulid Reyvan, 2021 *Mengenal Teknik Observasi, Salah Satu Contoh Teknik Pengolahan*

Nugraha Nurul Rizki, Fikri Virgiawan. 2022 **PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA**

DI OBJEK WISATA TELAGA ARWANA CIBUBUR, Jurnal Inovasi Penelitian.

Supriyono, 1998 *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Yogyakarta:BPFEYogyakarta

Haming Murdifin, *Manajemen Produksi Modern*, Jakarta Pt Bumi Aksara, 2011

<http://repository.uin-suska.ac.id/15520/8/8.%20BAB%20III%2018164EI.pdf>

- Gusnita Sarmila, *PENGARUH DAYA DUKUNG LINGKUNGAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN DI THE GREAT ASIA AFRICA LEMBANG*
- Satriya Prana Arazqi*, Mochammad Rochim *Pengaruh Konten Instagram@Thegreatasiaafrica.id Terhadap Minat Berkunjung Pengikutnya Bandung Conference Series: Communication Management*
- Wulandari Meri et all, *PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP OBJEK DAYA TARIK WISATA DI KEBUN RAYA LIWA KABUPATEN LAMPUNG BARAT* *Jurnal Belantara* Vol. 2, No. 2, Agustus 2019 (84-93) E-ISSN 2614-3453 DOI: <https://doi.org/10.29303/jbl.v2i2.94>
- Candana, M. D., & Afuan, M. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 151–162.
- Pasaribu, L. (2008). *Analisis Strategi Pemasaran Susu UHT (Ultra High Temperature) (Studi Kasus: PT. ULTRAJAYA Tbk, Bandung)*. Skripsi. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.