



**DESTINATION BRANDING BUMI PERKEMAHAN RANCA CANGKUANG PPTK
GAMBUNG DESA MEKARSARI KECAMATAN PASIRJAMBU KABUPATEN
BANDUNG**

Oleh

Eva Mardiyana¹⁾, Reiza D Dienaputra²⁾, Ayu Krishna Yuliawati³⁾

^{1,2}Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran
Jl. Adipati Kertabumi No.35 40132, Lebakgede, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung,
Jawa Barat, (022) 2504970

³Pariwisata Berkelautan, Universitas Padjadjaran

E-mail: ¹eva20009@mail.unpad.ac.id, ²reizaputra@unpad.ac.id,
³ayukrishna@upi.edu

Abstrak

Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung memiliki aktivitas berkemah yang merupakan aktivitas wisata di yang berada desa Mekarsari yang cukup populer di kalangan wisatawan, karena memiliki core product seperti reguler *camping*, *glamping* dan aktivitas *camping* dimobil. Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung belum memaksimalkan identitas merek yang dimiliki seperti belum ada *ikon* dan *tagline* destinasi untuk meningkatkan *branding*-nya. Tujuan penelitian adalah merumuskan strategi prioritas *destination branding* di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang memfokuskan pada studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan faktor kekuatan yang paling dominan dimiliki oleh Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung yaitu terbagi menjadi 3 blok, dimana blok atas adalah bukit rumput dilengkapi dengan rawa kering, blok tengah bukit rerumputan yang datar, dan blok bawah pelataran rumput datar samping area sungai sejauh 700 meter. Faktor peluang tertinggi adalah Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya menjadi wisata favorit pada masa pandemi karena dapat berwisata sambil melakukan aktivitas fisik di luar ruangan atau “*back to nature*” dan dengan kegiatan wisata salah satunya *camping*. Alternatif strategi yang diformulasikan untuk *destination branding* di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya mengoptimalkan potensi yang ada dengan selalu memberikan pengalaman untuk wisatawan, mekanisme untuk penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan dalam menghadapi era *new normal*, memasang *billboard* dengan *tagline* yang menarik di lokasi yang strategis serta membuat tanda (*sign*) agar terlihat ada Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung.

Kata Kunci: Bumi Perkemahan, *Destination Branding*, SWOT

PENDAHULUAN

Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung beralamat lengkap di desa Mekarsari, Kec. Pasirjambu, Bandung, Jawa Barat 40972. PPTK merupakan singkatan dari Pusat Penelitian Teh dan Kina, nama ini ditambahkan karena Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung berada dibawah

pengelolaan mandiri Agrowisata Pusat Penelitian Teh dan Kina Gambung.

Wilayah ini berada di ketinggian 1200 mdpl membuat Desa beriklim sejuk dan memiliki panorama alam khas pegunungan dan bentangan kebun teh yang sangat indah. Sesuai dengan namanya Ranca Canguang, Ranca

berarti "Rawa", sedangkan Cangkuang adalah pohon sejenis palm yang daunnya digunakan sebagai pembungkus gula aren. Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung berada di sebuah lembah asri didalamnya mengalir sungai jernih dan tenang sepanjang 700 meter dan dengan pemandangan perkebunan teh disekelilingnya. Tanah Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung juga sangat subur, yang digunakan untuk perkebunan yang tentu saja pariwisata agro. Dengan kondisi alamnya yang sangat beragam, Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung sangat cocok untuk wisata minat khusus seperti *outbound*, *tracking*, *hiking*, dan juga *camping*, membuat Pusat Penelitian Teh dan Kina Gambung memanfaatkan lahan ini dan membuka *camping ground* dengan diberi nama Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK.



Gambar 1 Lanskap Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung

Aktivitas berkemah merupakan aktivitas wisata di Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang Gambung yang berada desa Mekarsari yang cukup populer di kalangan wisatawan. Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung awalnya memiliki produk wisata camping saja, seiring dengan berjalannya waktu, Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung merambah ke produk wisata glamping. Camping konvensional merupakan kegiatan berkemah dengan membawa peralatan sendiri dan tanpa mendapatkan fasilitas tambahan di bumi perkemahan yang dikunjungi. Glamping atau glamorous camping

dalam pikiran sebagian banyak orang, merupakan fasilitas berkemah dalam balutan kemewahan tenda yang interior dan fasilitas pendukung lainnya didesain guna memberikan kenyamanan dan prestise bagi para wisatawan.

Beragamnya produk atau atraksi wisata di Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung yaitu camping biasa, glamping, dan aktivitas berkemah dengan dalam mobil pribadi, maka haruslah mengubah image baru. Mengubah image sebuah daerah merupakan bagian dari *destination branding*.

Dengan berbagai potensi wisata dan juga infrastruktur yang mendukung, maka membuka peluang untuk mengembangkan potensi Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung sebagai destinasi wisata minat khusus. Oleh karena itu, perlu dikembangkan perencanaan ke tingkat yang lebih strategis dengan menggunakan strategi *branding*. Pada mulanya *branding* diterapkan sebagai strategi pemasaran oleh perusahaan untuk sebuah produk, akan tetapi pada perkembangannya mulai saat ini banyak organisasi, layanan, tempat atau destinasi melihat branding sebagai strategi yang komprehensif. Yang artinya pengaplikasian pemasaran tempat (*market place*) bergeser menjadi *branding* tempat (*place branding*) dan dalam pariwisata dikenal dengan *destination branding*.

Pengelola seharusnya disamping fokus pada penghasilan dari banyaknya pengunjung yang datang diharapkan dapat menyadari potensi yang dapat dikembangkan dan dikelola secara berkelanjutan. Dengan itu, sebagai upaya mengenalkan Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung dilakukannya sebuah *destination branding* untuk mengemas produk wisata yang ada di Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung. Berdasarkan uraian latar belakang diatas penelitian ini peneliti dengan melihat kondisi di lapangan sehingga memutuskan untuk menerapkan strategi *destination branding* agar dapat memberikan masukan kepada Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK

Gambung, sehingga dapat bersaing dengan pesaing,

LANDASAN TEORI

1. *Destination Branding*

Menurut Oliveira & Panyik (2015) bahwa *destination branding* merupakan suatu usaha dalam memainkan peran inti untuk mengubah produk pariwisata, mengintegrasikan pemangku kepentingan dan masyarakat, menghindari konflik dan merespons masalah tempat tersebut. Selain itu difokuskan untuk menurunkan biaya, mengubah jenis pengunjung dan mengubah sifat atau perilaku pengunjung.

Sedangkan menurut (Kladou et al., 2017) menjelaskan bahwa *destination branding* menunjukkan bahwa itu secara umum dipahami sebagai komunikasi identitas tujuan yang khas dan unik untuk membedakannya dari pesaingnya serta perlu penekanan pada desain logo dan fokus umumnya pada desain visual.

Selanjutnya Morrison & Anderson, (2002:114) berpedapat bahwa "*Destination branding can be defined as a way to communicate a destination's unique identity by differentiating a destination from its competitors*" dengan artian branding destinasi dapat didefinisikan sebagai cara untuk mengomunikasikan identitas unik destinasi dengan membedakan destinasi dari pesaingnya.

Berdasarkan definisi tersebut, sebuah destinasi sangat memerlukan brand sebagai media untuk berkomunikasi kepada konsumen tentang jenis ataupun tujuan dari produknya, dan itulah yang membedakan produk dari produk lainnya. Serupa dengan pengetahuan umum tentang brand, *destination brand* mengerahkan dua fungsi penting: yaitu identifikasi dan diferensiasi. Dalam literatur *brand*, arti dari "identifikasi" melibatkan penjelasan sumber dari produk kepada konsumen. Sementara produk dalam pengertian umum merepresentasikan penawaran secara

fisik, yang dapat dengan mudah dimodifikasi, juga tempat sebagai produk merupakan suatu objek besar yang mengandung berbagai unsur material dan non material untuk mewakilinya. Misalnya, sebuah tempat yang termasuk tangible attributes seperti situs sejarah atau pantai serta karakteristik intangible seperti budaya, adat istiadat, dan sejarah.

METODE PENELITIAN

Lokasi Lokasi penelitian ini bertempat di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung berada di daerah administratif Desa Mekarsari Gambung Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung.



Gambar 2 Lokasi Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang memfokuskan pada studi kasus. Menurut Creswell, (2014: 42) bahwa tujuan penelitian kualitatif tujuannya adalah untuk mengeksplorasi serangkaian faktor umum dan kompleks yang mengelilingi fenomena sentral dan menyajikan secara luas dengan berbagai perspektif atau makna yang dipegang informan.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil observasi, wawancara mendalam yang diperoleh melalui informan kunci. Data kemudian diolah dengan teknik analisis data yaitu analisis deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini dalam menentukan narasumber, menggunakan sampling purposive atau purposive sampling, karena menurut

(Sugiyono, 2018: 56) sampling purposive atau purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini, dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dalam penelitian melalui wawancara. Teknik wawancara yang dipilih adalah 2. *Wawancara Mendalam (In-depth Interview)* serta diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*) kepada narasumber yaitu Pengelola lapangan Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK, Bidang marketing Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK, Bidang riset di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung.

Pada penelitian ini menggunakan analisa situasi dengan pendekatan SWOT Analysis. Penggunaan teknik analisis SWOT ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor internal yaitu strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan), serta faktor eksternal yaitu opportunity (peluang/kesempatan) dan threat (ancaman/tantangan) apa saja terhadap pengembangan *destination branding*.

Menurut Setyo Riyanto (2018: 66) bahwa langkah-langkah dalam analisis SWOT, yaitu: untuk menyusun alternatif strategi, menetapkan pilihan strategi, dan menentukan kebijakan : 1)

Menganalisis lingkungan internal dan eksternal, 2) Mengidentifikasi kekuatan (Strength/S), kelemahan (Weaknesses/W), peluang (Opportunities/O) dan tantangan (Threats/T), 3) Menentukan matriks strategi SWOT dari hasil analisis lingkungan eksternal dan internal, 4) Menentukan Kriteria IFAS dan EFAS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung beralamat lengkap di Mekarsari, Kec. Pasirjambu, Bandung, Jawa Barat 40972. Luas area Bumi Perkemahan Ranca Canguang adalah kurang lebih 60000 meter persegi. Selain kemping reguler biasa, bagi keluarga yang ingin berkemah namun

tidak ingin repot bawa tenda, membuat sarapan, sleeping bag, dan kasur di dalam tenda, pengelola Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung menyediakan satu area khusus kemping keluarga eksklusif atau glamping di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung menggunakan tenda besar berkapasitas maksimal 6 orang dilengkapi dengan kasur single, sleeping bag, lampu penerangan, bantal, api unggun dan sarapan. Lokasi glamping Ranca Canguang PPTK Gambung ini berada di area camp site favorit para pengunjung atau wisatawan yakni di bagian hulu sungai Ranca canguang dan di aliri sepanjang 700 meter. Panorama yang indah bumi perkemahan ini sangat berbeda dengan kawasan sejenis di kecamatan Pasirjambu bahkan kabupaten Bandung.



Gambar 3 Aktivitas Camping Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK,

Selanjutnya Pembahasan terhadap hasil penelitian dan Strategi pengembangan melalui analisis SWOT dengan cara menganalisis faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan matriks EFE dan IFE. *Matriks External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi. Data faktor eksternal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan



persoalan ekonomi, budaya, sosial, lingkungan, demografi, politik, hukum, pemerintahan, teknologi, dan persaingan pasar. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Data faktor internal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan lainnya. Pada penelitian ini untuk mengetahui aspek strategi destination branding.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diperoleh informasi mengenai kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang dimiliki oleh Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung. Kekuatan (Strength) yang dimiliki antara lain: Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung. Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung terbagi menjadi 3 blok, dimana blok atas adalah bukit rumput dilengkapi dengan rawa kering, blok tengah bukit rerumputan yang datar, dan blok bawah pelataran rumput datar samping area sungai sejauh 700 meter.

Kelemahan (Weakness) yang muncul di kawasan Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung adalah image atau branding dari Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung seperti belum adanya billboard atau ikon destinasi di titik-titik yang potensial, kurangnya promosi mengenai produk-produk wisata Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung sehingga wisatawan tidak mengetahui bahwa ada Beragamnya produk atau atraksi wisata di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung yaitu camping biasa, glamping, dan aktivitas berkemah dengan dalam mobil pribadi.

Kelemahan ini dapat dievaluasi untuk keperluan pengembangan, agar menjadi lebih baik. Berikut adalah tabel analisis mengenai kekuatan (Strength) dan kelemahan

(Weakness), yang dimiliki oleh kawasan Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung:

Tabel 1 Perhitungan Bobot Faktor Internal Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1	Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung terbagi menjadi 3 blok, dimana blok atas adalah bukit rumput dilengkapi dengan rawa kering, blok tengah bukit rerumputan yang datar, dan blok bawah pelataran rumput datar samping area sungai sejauh 700 meter.	0,14	4	0,56
2	Beragamnya produk atau atraksi wisata di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung yaitu camping biasa, glamping, dan aktivitas	0,13	4	0,52



No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	berkemah dengan dalam mobil pribadi			
3	Memiliki spot paling menarik di Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung yaitu terdapat sungai yang masih jernih sehingga kebanyakan wisatawan mendirikan tenda didekat sungai dan beriklim sejuk serta memiliki panorama alam khas pegunungan dan bentangan kebun teh yang sangat indah	0,12	3	0,36
4	Harga relatif terjangkau dengan suasana yang nyaman	0,11	2	0,22
5	Sebagai tujuan berwisata yang paling diminati di masa pandemi covid 19	0,09	1	0,09
Total S				1,75
Kelemahan (W)				

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Belum adanya billboard atau ikon destinasi di titik-titik yang potensial	0,07	2	0,14
2	Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung belum memiliki tagline yang merefleksikan citra destinasi	0,08	1	0,08
3	Papan logo Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung sangat kecil bahkan tidak terlihat	0,08	1	0,08
4	Promosi di Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung belum maksimal	0,11	2	0,22
5	Pengelolaan pembayaran tiket masih belum baik	0,07	1	0,07
Total W				0,59
Total		1		
Total IFES (S-W)				0,98

Sumber : Olahan peneliti 2021



Selanjutnya peluang (*Opportunity*), peluang yang dimiliki oleh Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya menjadi wisata favorit pada masa pandemi karena termasuk kepada wisata minat khusus dengan kegiatan wisata seperti outbound, tracking, hiking, dan juga camping. Diharapkan dengan komponen ini analisis potensi yang dimiliki suatu destinasi yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan, serta bertujuan untuk memajukan objek wisata.

Analisis terakhir adalah ancaman (*Threat*) dari luar yang dapat adanya pesaing yang bermunculan di sekitar Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung. Berikut adalah tabel analisis mengenai peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*), yang dimiliki oleh kawasan wisata minat khusus Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung:

Tabel. 2 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1	Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya menjadi wisata favorit pada masa pandemi karena termasuk kepada wisata	0,11	4	0,44

	minat khusus dengan kegiatan wisata seperti <i>outbound, tracking, hiking, dan juga camping.</i>			
2	Memperkenalkan produk wisata baru Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung di media sosial instagram	0,07	3	0,21
3	Kenyamanan yang diberikan untuk wisatawan oleh pengelola	0,06	3	0,18
4	Sinergi dengan masyarakat lokal untuk meningkatkan profit daerah sekitar	0,08	4	0,32
5	Peningkatan wisatawan melalui tol	0,05	3	0,15

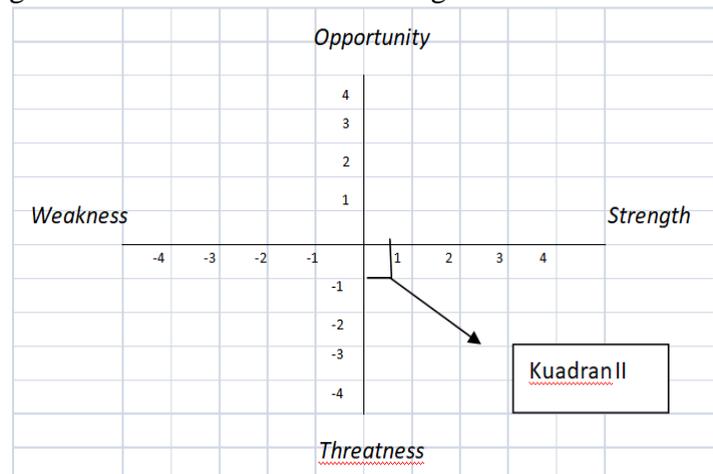


	baru yaitu Tol Soroja Karena hanya berjarak kurang lebih sekitar 50 menit dari exit tol Soreang - Pasirkoja (Soroja) Kabupaten Bandung			
Total O				1,3
Ancaman (T)				
1	Munculnya pesaing baru	0,14	2	0,28
2	Bencana alam dan pandemi	0,14	2	0,28
3	Kurangnya kebersihan area	0,12	2	0,24
4	Banyak berkeliaran hewan liar seperti anjing hutan	0,11	2	0,22
5	Kurangnya keamanan	0,12	1	0,12
Total T				1,14
Total		1		1.32
Total EFES (O-T)				-0.16

Sumber : Olahan peneliti 2021

Berdasarkan hasil data dari analisis SWOT dengan cara menganalisis faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

dengan matriks EFE dan IFE, bahwa dapat di gambarkan Kuadran SWOT sebagai berikut :



Sumber : Olahan peneliti 2021

Berdasarkan gambar di atas, sumbu terletak pada kuadran II, Kuadran II (positif, negatif) Posisi ini menunjukkan Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung dalam keadaan yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang tepat diberikan adalah Strategi Diversifikasi, artinya Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung dalam kondisi yang mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan kemajuan objek wisata akan mengalami kesulitan untuk terus maju bila hanya tertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena itu Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya. Selain itu, sumbu terletak pada kuadran II yang menandakan data yang merujuk pada strategi untuk memperbaiki ancaman dan mengambil kesempatan dari kekuatan yang ada atau *threatness to strength*, strategi yang disarankan untuk dilaksanakan dalam rangka pengembangan Kawasan Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung adalah menggunakan strategi ST. Posisi ini menandakan bahwa Bumi Perkemahan Ranca Cangkuang PPTK Gambung perlu menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Berikut adalah Strategi



pengembangan Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung, berdasarkan dari gambar kuadran diatas bahwa, strategi yang dapat di terapkan adalah ST yang dipaparkan sebagai berikut:

BFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<p>IFAS Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung terbagi menjadi 3 blok, dimana blok atas adalah bukit rumput dilengkapi dengan rawa kering, blok tengah bukit rerumputan yang datar, dan blok bawah pelataran rumput datar samping area sungai sejauh 700 meter.</p> <p>2. Beragamnya produk atau atraksi wisata di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung yaitu camping biasa, glamping, dan aktivitas berkemah dengan dalam mobil pribadi</p> <p>3. Memiliki spot paling menarik di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung yaitu terdapat sungai yang masih jernih sehingga kebanyakan wisatawan mendirikan tenda didekat sungai dan beriklim sejuk serta memiliki panorama alam khas pegunungan dan bentangan kebun teh yang sangat indah</p> <p>4. Harga relatif terjangkau dengan</p>	<p>1. Belum adanya billboard atau ikon destinasi di titik-titik yang potensial</p> <p>2. Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung belum memiliki <i>tagline</i> yang merefleksikan citra destinasi</p> <p>3. Papan logo Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung sangat kecil bahkan tidak terlihat</p> <p>4. Promosi di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung belum maksimal</p> <p>5. Pengelolaan pembayaran tiket masih belum baik</p>

	suasana yang nyaman	
	5. Sebagai tujuan berwisata yang paling diminati di masa pandemi covid 19	
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1. Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya menjadi wisata favorit pada masa pandemi karena termasuk kepada wisata minat khusus dengan kegiatan wisata seperti outbound, tracking, hiking, dan juga camping.</p> <p>2. Memperkenalkan produk wisata baru Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung di media sosial instagram</p> <p>3. Kenyamanan yang diberikan untuk wisatawan oleh pengelola</p>	<p>1. Mengoptimalkan potensi yang ada dengan selalu memberikan kenyamanan untuk wisatawan (S1,O3)</p> <p>2. Mengoptimalkan promosi Memperkenalkan produk wisata baru Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung di media sosial instagram (S2,O2)</p>	<p>1. Memasang pamflet atau billboard dengan tagline yang menarik di lokasi yang strategis (W1)</p> <p>2. Meningkatkan citra destinasi dengan mengendorse influencer untuk meningkatkan promosi (O2)</p> <p>3. Membuat tagline untuk Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung (W2)</p>



<p>4. Sinergi dengan masyarakat lokal untuk meningkatkan profit daerah sekitar</p> <p>5. Peningkatan wisatawan melalui tol baru yaitu Tol Soroja, karena hanya berjarak kurang lebih sekitar 50 menit dari exit tol Soreang - Pasirkoja (Soroja) Kabupaten Bandung</p>		
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Munculnya pesaing baru</p> <p>2. Bencana alam dan pandemi</p> <p>3. Kurangnya kebersihan area</p> <p>4. Banyak berkegiatan hewan liar seperti anjing hutan</p> <p>5. Kurangnya keamanan</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Membuat mekanisme untuk penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan dalam menghadapi era <i>new normal</i> (S5, T2, T3, T5)</p> <p>2. Mengoptimalkan potensi yang ada agar tetap dapat bersaing dengan pesaing baru (S1, T1)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Membuat tanda (sign) agar terlihat ada Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung (W1)</p> <p>2. Membuat Papan logo Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung sangat agar terlihat besar (W3)</p>

Sumber : Olahan peneliti 2021

PENUTUP Kesimpulan

Bumi Perkemahan Ranca Canguang Gambung memiliki aktivitas berkemah

merupakan aktivitas wisata di yang berada desa Mekarsari yang cukup populer di kalangan wisatawan. Keunikan dari Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung juga dapat membawa mobil, sehingga sebagian pengunjung melakukan aktivitas camping dimobil, juga pengunjung dapat memilih aktivitas camping di area samping sungai. Dengan branding yang tepat, diharapkan wisatawan mengetahui citra destinasi Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung.

Faktor kekuatan yang paling dominan dimiliki oleh Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung yaitu Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung terbagi menjadi 3 blok, dimana blok atas adalah bukit rumput dilengkapi dengan rawa kering, blok tengah bukit rerumputan yang datar, dan blok bawah pelataran rumput datar samping area sungai sejauh 700 meter.

Faktor peluang tertinggi adalah Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya menjadi wisata favorit pada masa pandemi karena termasuk kepada wisata minat khusus dengan kegiatan wisata seperti outbound, tracking, hiking, dan juga camping. Alternatif strategi yang diformulasikan untuk *Destination Branding* di Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung diantaranya mengoptimalkan potensi yang ada dengan selalu memberikan kenyamanan untuk wisatawan membuat, mekanisme untuk penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan dalam menghadapi era *new normal*, memasang pamflet atau billboard dengan tagline yang menarik di lokasi yang strategis serta membuat tanda (*sign*) agar terlihat ada Bumi Perkemahan Ranca Canguang PPTK Gambung.

Saran

Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut untuk menyusun prioritas strategi dan menyusun langkah teknis untuk strategi *Destination Branding*.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications Ltd.
- [2] Kemenpar. (2015). *Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2015 Tentang Usaha Bumi Perkemahan*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- [3] Kladou, S., Kavaratzis, M., Rigopoulou, I., & Salonika, E. (2017). *Journal of Destination Marketing & Management The role of brand elements in destination branding*. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 426–435. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.06.011>
- [4] Morrison, A. M & Anderson, D. J. 2002. *Destination Branding, Dipresentasikan pada Bureaus. Seminar the Annual Meeting of the Missouri Association of Convention and Visitor*
- [5] Oliveira, E., & Panyik, E. (2015). *Content, context and co-creation: Digital challenges in destination branding with references to Portugal as a tourist destination*. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1), 53–74. <https://doi.org/10.1177/1356766714544235>
- [6] Riyanto, Setyo. (2018). *Pengambilan Keputusan Strategis Berbasis EFAS, IFAS, SFAS dan AHP*. Bandung : Paramedia Komunikatama
- [7] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN