

Perencanaan Pengembangan Potensi Wisata Geothermal di Kabupaten Bandung

Tahun Anggaran 2021



Bappeda Kab. Bandung

Disusun Oleh:

Whenny Purwati, S.Si., M. Si



PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa mencurahkan rahmat dan karunia-Nya. Alhamdulillah, penyusunan Kajian Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung sebagai upaya untuk menganalisa dan mengidentifikasi berbagai potensi wisata berupa potensi geologi (*geodiversity*), hayati (*biodiversity*) dan budaya (*culturaldiversity*) disekitar Kawasan Panas Bumi, sekaligus merumuskan strategi pengembangan kawasan.

Kabupaten Bandung memiliki potensi Panas Bumi yang sangat besar dan tersebar di bagian Selatan hingga Timur Kabupaten Bandung. Keberadaan perusahaan panas bumi di Kabupaten Bandung juga memiliki dampak dan peran yang besar terhadap dinamika pengembangan kawasan dan kesejahteraan masyarakat disekitar Kawasan Panas bumi.

Penulisan kajian Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk merumuskan berbagai kebijakan dan peran berbagai pemangku kepentingan di kawasan Panas Bumi dalam meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui sektor pariwisata.

Strategi pengembangan sektor Wisata di Kawasan Panas Bumi diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan ekonomi kawasan, karena pengembangan wisata dapat memberikan kontribusi nyata antara lain untuk pengembangan wilayah, peningkatan ketahanan masyarakat, mengarahkan masyarakat pada kehidupan yang baik dengan menghormati dan menjaga nilai budaya yang beranekaragam dan diturunkan, berkegiatan yang selaras dengan pelestarian alam dan memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat, serta meningkatkan kerjasama dan kontribusi perusahaan-perusahaan panas bumi di Kabupaten Bandung.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan buku Identifikasi dan Inventaris Potensi Geowisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung, semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber informasi tentang Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung sebagai destinasi wisata unggulan kebanggaan Kabupaten Bandung.

Wassalamualaikum, Wr, Wb

Bandung, 21 Agustus 2021

Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bandung



DAFTAR PUSTAKA

PENGANTAR.....	i
DAFTAR PUSTAKA.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xiii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Maksud, Tujuan dan Sasaran.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.4.1 Lingkup Wilayah	3
1.4.2 Lingkup Kegiatan.....	3
1.5 Metode dan Tahapan Penelitian	4
1.6 Kajian Peraturan Perundang-Undangan Terkait.....	5
1.6.1 Kajian Terhadap Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (Ripparnas) dan Ripparda Provinsi Jawa Barat.....	5
1.6.2 Review Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Barat Tahun 2015-2025.....	7
Bab II Gambaran Umum.....	12
2.1 Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Bandung.....	12
2.1.1 Administrasi	12
2.1.2 Kondisi Fisik	13
2.1.3 Penggunaan Lahan.....	13
2.1.4 Geologi	14
2.2 Rencana Struktur Wilayah Kabupaten Bandung	14



2.2.1 Rencana Sistem Pusat Kegiatan.....	14
2.2.2 Kawasan Peruntukan Pariwisata	17
2.2.3 Potensi Panas Bumi Kabupaten Bandung	24
2.2.4 Penerapan Program CSR (<i>Community Development Responsibility</i>) Perusahaan Panas Bumi dalam Pengembangan Masyarakat sekitar Panas Bumi. .	29
2.2.5 Penerapan Bonus Panas Bumi di Kabupaten Bandung.....	33
Bab III Analisis Potensi Wisata Kawasan Panas Bumi	38
3.1 Analisis Potensi dan Gambaran Umum Wilayah Kerja Panas Bumi Kamojang	38
A. Luas Administrasi Kawasan Kamojang.....	38
B. Letak Geografis dan Administrasi CA/TWA Kamojang.....	38
C. Pengelolaan Kawasan CA/TWA Kamojang	39
D. Profil Stakeholder terkait Kawasan CA/TWA Alam Kamojang.....	39
E. Potensi Wisata di Kawasan Kamojang.....	42
F. Program <i>Community Social Responsibility</i> (CSR) Perusahaan di Kawasan Kamojang	63
G. Alokasi Bonus Panas Bumi yang Berdampak pada Kegiatan Wisata dan Perekonomian Kawasan Panas Bumi	84
H. Permasalahan Wisata di Kawasan Kamojang.....	86
I. Perumusan Strategi Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang.	88
3.2 Analisis Potensi dan Gambaran Umum Wilayah Panas Bumi Wayang Windu..	93
A. Letak Geografis Wayang Windu	93
B. Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Wayang Windu.....	94
C. Profil Stakeholder terkait dalam pengelolaan Kawasan Wayang Windu ...	95
D. Potensi Daya Tarik Wisata di kawasan Wayang Windu.....	99
3. Kawah Burung (Kawah Windu)	105
E. Pelaksanaan Program CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Star Energy Geothermal (Wayang Windu) Ltd	118
F. Analisis Permasalahan Wisata di Kawasan Wayang Windu	121



G.	Perumusan Strategi Pengelolaan Wisata di Kawasan Wayang Windu	122
H.	Analisis Desa yang Potensial sebagai Desa Wisata di Kawasan Wayang Windu	126
3.3	Analisis Potensi dan Gambaran Umum Wilayah Kerja Panas Bumi Patuha	133
A.	Sejarah Gunung Patuha.....	133
B.	Profil Stakeholder terkait dalam pengelolaan Kawasan Patuha	133
C.	Potensi Wisata di Kawasan Patuha.....	135
D.	Pelaksanaan Program CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) PT. Geo Dipa (Persero) Unit Patuha.....	166
E.	Analisis Permasalahan Wisata di Kawasan Patuha.....	172
F.	Perumusan Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha.....	173
Bab IV	Strategi Pengelolaan Kawasan Wisata Panas Bumi	181
4.1	Identifikasi perumusan Pengelolaan Kawasan Panas Bumi di Kawasan Patuha	181
1.	Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)	181
4.2	Pengembangan <i>Cluster</i> Ekonomi Kreatif di Kawasan Panas Bumi untuk Mendukung Kegiatan Wisata Kabupaten Bandung.....	183
4.3	Usulan Rencana Aksi Berdasarkan Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung	184
4.3.1	Arah Kebijakan 1: Pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif bernilai tambah dan berdaya saing. Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:	185
4.3.2	Arah Kebijakan 2: Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Berbasis Kemitraan Strategis. Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:..	186
4.3.3	Arah Kebijakan 3: Pengembangan Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Terintegrasi. Strategi yang dilakukan terkait Pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif terintegrasi adalah:	188
4.3.4	Arah Kebijakan 4: Pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif dalam mewujudkan SDM yang unggul dan berdaya saing. Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:	188
4.3.4	Arah Kebijakan 5: Mewujudkan Kreativitas Anak Bangsa Dengan Berorientasi Kepada Pergerakan Ekonomi Kerakyatan Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:	189



4.3.5 Arah Kebijakan 6: Mendorong riset, inovasi, adopsi teknologi, serta kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah: 190

4.3.4 Arah Kebijakan 7: Pelaksanaan Produk Hukum dan Peraturan Daerah dalam Pengembangan Kawasan Panas Bumi Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah: 191

Bab VI Kesimpulan dan Saran 192

1. Kesimpulan 192

2. Saran 193

DAFTAR PUSTAKA 194

LAMPIRAN 197

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode dan Tahapan Penelitian.....	4
Gambar 1.2 Kawasan Destinasi Pariwisata Nasional Bandung-Ciwidey dan Sekitarnya	7
Gambar 1.3 Peta Sebaran 5 (lima) Destinasi Pariwisata Provinsi Jawa Barat.....	9
Gambar 2.1: Pembagian Kecamatan di Kabupaten Bandung.....	12
Gambar 2.2 Kondisi Morfologi di Kabupaten Bandung.....	13
Gambar 2.3 Total Pendapatan Bonus Panas Bumi Tahun 2015-2020	36
Gambar 2.4 Data Pendapatan Bonus Panas Bumi Kabupaten Bandung	37
Gambar 3.1 Variasi Kawah Kamojang	44
Gambar 3.2 Danau Ciharus.....	45
Gambar 3.3 Curug Madi.....	46
Gambar 3.4 Gambar: Kamojang Hill Bridge.....	46
Gambar 3.5 Penandatanganan MoU Pengembangan Desa Wisata Geothermal Kamojang antara Bupati Bandung dengan Direktur Utama Pertamina Geothermal Energy.....	47
Gambar 3.6 Grup Terebang Buhun di Desa Laksana.....	48
Gambar 3.7 Alat Musik Celempung dan Grup Seni Karinding Sewu Putu	48
Gambar 3.8 Pencak Silat Anak-anak Desa Laksana	49
Gambar 3.9 Adu Ketangkasan Domba Garut	50
Gambar 3.10 Permainan Tradisional anak-anak Desa Laksana	50
Gambar 3.11 Wisata Kuliner Brondong khas Kamojang	51
Gambar 3.12 Fasilitas Kolam Renang Tirta Anyar.....	52
Gambar 3.13 Fasilitas Kolam Renang Tirta Anyar.....	52
Gambar 3.14 Tinjauan Pengembangan Kampung Sunda terhadap RIPPARDA Kabupaten Bandung.....	53
Gambar 3.15 Pembagian Zonasi Pada Perencanaan Kampung Sunda.....	54
Gambar 3.16 Perencanaan Kawasan Kampung Sunda.....	55
Gambar 3.17 Detail Engineering Desain (DED) Kampung Sunda pada tahun 2020 ...	59

Gambar 3.18 Budidaya Jamur Geothermal.....	64
Gambar 3.19 Program Edu Nursery Kamojang.....	65
Gambar 3.20 Produksi benih penjenis GO kentang (<i>Solanum tuberosum</i> L) “Geotato”	65
Gambar 3.21 : Peninjauan masalah budidaya jamur di PT PGE.....	67
Gambar 3.22 Peninjauan <i>green house</i> anggrek yang tidak lagi dibudiyakan	67
Gambar 3.23 Elang Jawa dan Kegiatan Pemeriksaan Laboratorium.....	68
Gambar 3.24 Gambar Kegiatan konservasi di PKEK	69
Gambar 3.25 Virtual Tour PKEK.....	69
Gambar 3.26 Kegiatan Study Tour di Geothermal Information Center.....	71
Gambar 3.27 Program Bantuan Permodalan Alat Produksi Dan Program Pengembangan Manajemen Usaha	72
Gambar 3.28 Quality Control Produk Bersama dengan Pertamina.....	72
Gambar 3.29 Ibu Yanti Lidyati Bersama Anggota Kelompok Wanita Mandiri Beserta Produk-produknya	73
Gambar 3.30 Kegiatan Ranger Apps.....	73
Gambar 3.31 Driver Rangers App mengantar penumpang.....	74
Gambar 3.32 Dokumentasi beberapa mitra driver Rangers App.....	74
Gambar 3.33 Foto Pelatihan Penguatan Kapasitas Manajemen Area	75
Gambar 3.34 Kelompok Unit Usaha Budidaya Jamur	76
Gambar 3.35 Kelompok Usaha Mandiri Olahan Makanan.....	77
Gambar 3.36 Kelompok Usaha Mandiri Olahan Makanan.....	78
Gambar 3.37 Kelompok Usaha Kerajinan Kreasi Koran.....	79
Gambar 3.38 Kelompok Usaha Tanaman Endemik	80
Gambar 3.39 Kelompok Usaha Budidaya Strawberry	81
Gambar 3.40 Kelompok Usaha Pekarangan Terpadu.....	81
Gambar 3.41 Kelompok Usaha Pekarangan Terpadu.....	82



Gambar 3.42 Kelompok Usaha Pekarangan Terpadu.....	83
Gambar 3.43 Wisata Lingkungan Kamojang Hijau	84
Gambar 3.44 Perencanaan Jalan Kawasan Kamojang oleh Dinas Binamarga	85
Gambar 3.45 Perencanaan Jalan dan Jembatan Kawasan Kamojang.....	86
Gambar 3.46 Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang dan Ancaman) dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Kamojang	90
Gambar 3.47 Kenampakan morfologi Gunung Gambung, Gunung Bedil, Gunung Wayang dan Gunung Windu.	93
Gambar 3.48 Gunung Wayang dan manifestasi yang terbentuk berupa Kawah Wayang dan fumoral	94
Gambar 3.49 Gunung Windu dengan manifestasi berupa Kawah Burung.....	94
Gambar 3.50 Kegiatan Reforestasi 10 hektar di kawasan Wayang oleh LMDH Wayang Hejo.....	98
Gambar 3.51 MOU Kerjasama antar LMDH Wayang Hejo dan PT Perhutani dalam mengembangkan Destinasi Wisata Kawah Wayang.....	99
Gambar 3.52 Penampakan Kawah Wayang.....	100
Gambar 3.53 Kegiatan Wisata yang telah ada di sekitar Kawah Wayang (a. Sekolah Alam, b. <i>Mountain Bike</i> , c. <i>Mountain Climb</i>)	101
Gambar 3.54 Pengembangan fasilitas dan perbaikan aksesibilitas yang dilakukan oleh Pengelola Geowisata Kawah Wayang yaitu LMDH Wayang Hejo	101
Gambar 3.55 Arboretum dan Sekolah Alam pada Kawasan sekitar Gunung Wayang	102
Gambar 3.56: Interview dengan Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat Divisi Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.....	103
Gambar 3.57 Pintu masuk Kawasan Pemandian Air Panas Cibolang.....	104
Gambar 3.58 Fasilitas Pemandian Air Panas Cibolang	105
Gambar 3.59 Penampakan Kawah Burung (Kawah Windu)	105
Gambar 3.60 Pemandian Air Panas Tirta Camelia.....	106
Gambar 3.61 Wisata Alam Air Panas Kertamanah	107
Gambar 3.62 Penangkaran Rusa Kertamanah	108



Gambar 3.63 Rumah Pengabdi Setan.....	109
Gambar 3.64 Wayang Windu Mountain Bike	109
Gambar 3.65 Pemandangan dari Wayang Windu Panenjoan.....	111
Gambar 3.66 Wayang Windu Panenjoan.....	111
Gambar 3.67 Camping Ground Cikijang Dwikora	112
Gambar 3.68 Coffee Origin Trip Kertamanah Planation	113
Gambar 3.69 <i>Coffee Origin Trip Kertamanah Planation</i>	114
Gambar 3.70 Sejarah Pabrik Kertamanah dan Budaya Petik Teh di sekitar Kawasan Wayang Windu	114
Gambar 3.71: Pertemuan antara pengurus Koperasi Karyawan PTPN dengan Dinas Koperasi	115
Gambar 3.72 Bentuk Integrasi Pemanfaatan Panas Bumi secara langsung pada sektor pertanian di kawasan Wayang Windu	116
Gambar 3.73 Model Perencanaan Kawasan Pemanfaatan Panas Bumi Secara Langsung	116
Gambar 3.74 Diskusi dan Wawancara dengan Perusahaan Star Energy Geothermal	117
Gambar 3.75 Proses Kerjar Paket C dan Wisuda siswa/siswi Kejar Paket B dan C	118
Gambar 3.76 Kegiatan Budidaya Jamur.....	119
Gambar 3.77 Kegiatan Budidaya Ayam, Pakcoy dan Saladah.....	119
Gambar 3.78 Komunitas Ambeu Preanger	120
Gambar 3.79 Pangalengan Adventure Ecotourism & Outdoor Sport (Pengembangan Ecoventure).....	120
Gambar 3.80 Program Kursus Menjait dan Desain Grafis	121
Gambar 3.81 Matriks SWOT dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Kamojang.....	123
Gambar 3.82 Water Boom Kertamanah, Penangkaran Rusa, Camping Ground Cikijang	127
Gambar 3.83 Wayang Windu Panenjoan, Wayang Windu Hutan Pinus dan Kawah Wayang.....	127
Gambar 3.84 Promosi Wisata Wayang Windu melalui media sosial	128



Gambar 3.85 Peresmian Geo Dipa PLTP Patuha dan Dieng Unit II tanggal 25 April 2019	134
Gambar 3.86 Fasilitas dan Sarana Prasaran di Kawah Putih	136
Gambar 3.87 Cagar Alam dan Taman Wisata Alam Patengan	137
Gambar 3.88 Makam Balakasap	137
Gambar 3.89 Batu Cinta	138
Gambar 3.90 Nusalarang (Pulau Asmara)	138
Gambar 3.91 Gunung Sepuh Anghiang Buruan Sunan Ibu Sunan Rama	139
Gambar 3.92 Kawah Cibuni Rengganis	139
Gambar 3.93 Fasilitas di Kawasan Cibuni Rengganis	140
Gambar 3.94 Pintu Masuk dan Suasana Hutan Taman Wisata Alam Cimanggu	141
Gambar 3.95 Kolam Pemandian Air Panas Cimanggu	141
Gambar 3.96 Fasilitas dan Sarana dan Prasaran di Taman Wisata Alam Cimanggu ..	142
Gambar 3.97 Kolam Pemandian Air Panas Green Hills Park	142
Gambar 3.98 Fasilitas Wisata yang terdapat di Green Hill Ciwidey	143
Gambar 3.99 Fasilitas Ranca Upas	144
Gambar 3.100 Fasilitas Pemandian Air Panas Ciwalini	145
Gambar 3.101 Perkebunan Teh Rancabali	146
Gambar 3.102 Curug Tilu Rancabali	147
Gambar 3.103 Emte Highland Resort	147
Gambar 3.104 Fasilitas di Emte Highland Resort	148
Gambar 3.105 Fasilitas Patuha Resort	149
Gambar 3.106 Kolam Renang Air Panas dan Aliran Sungai dengan air hangat	149
Gambar 3.107 Fasilitas Panceuling Pass	150
Gambar 3.108 Berbagai Fasilitas Lain di Panceling Pass	150
Gambar 3.109 Ciwidey Valley Resort	151



Gambar 3.110 Fasilitas Ciwidey Valley Resort	152
Gambar 3.111 Bukit Jamur	152
Gambar 3.112 Bukit Jamur.....	152
Gambar 3.113 Potensi Komoditas Strawberry di Desa Alam Endah.....	153
Gambar 3.114 Paket Wisata Alam Endah Trip	153
Gambar 3.115 Paket Wisata Coffee Trip.....	154
Gambar 3.116 Paket Wisata Ngagoes Ulin Kalembur.....	154
Gambar 3.117 Paket Wisata Petualangan dan Outbond.....	154
Gambar 3.118 Wisata Arboretum.....	155
Gambar 3.119 Persentasi Ketua Desa Wisata Alam Endah di depan Wakil Bupati Kabupaten Bandung	156
Gambar 3.120 Aksesibilitas Desa Wisata Alam Endah.....	156
Gambar 3.121 Prasarana Transprotasi Wisata	156
Gambar 3.122 Fasilitas Pendukung Kegiatan Wisata Desa Alam Endah	157
Gambar 3.123 Fasilitas Pendukung Kegiatan Wisata Desa Alam Endah	157
Gambar 3.124 Penerapan Clean, Health and Environment di Desa Wisata Alam Endah	157
Gambar 3.125 Sarana Promosi Desa Wisata Alam Endah.....	158
Gambar 3.126 Potensi Wisata Olahraga Tubbing di Desa Wisata Panundaan	161
Gambar 3.127 Kerajinan Tangan Desa Wisata Panundaan.....	161
Gambar 3.128 Situs Budaya dan Kesenian tradisional Desa Wisata Panundaan	162
Gambar 3.129 Produk UMKM Desa Wisata Panundaan	162
Gambar 3.130 Fasilitas Pendukung Wisata Desa Panundaan.....	163
Gambar 3.131 Pemasaran Desa Wisata Panundaan melalui sosial media youtube	163
Gambar 3.132 Kepala Desa Alam Endah, Kepala Desa Sugihmukti dan General Manager PT Geo Dipa Energi (Persero) Unit I Patuha yang melakukan kerjasama perencanaan pengembangan wisata	168
Gambar 3.133 TPS Terpadu dan Integrated Farming di Desa Sugihmukti.....	169



Gambar 3.134 Kelompok UMKM Saluyu Dari Desa Panundaan	170
Gambar 3.135 Kelompok UMKM Mekar Kancanan Seni Lukis	171
Gambar 3.136 Pengembangan Wisata Arboretum di Desa Alam Endah	171
Gambar 3.137 Matriks SWOT Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha.....	174
Gambar 3.138 Potensi Wisata Bukit Jamur di Desa Sugihmukti.....	177
Gambar 3.139 Potensi Pertanian dan Kesenian Budaya Pencak Silat	177
Gambar 4.1 SWOT Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha	182
Gambar 4.2 Klasifikasi Ekonomi Kreatif berdasarkan Sektor Lapangan Usahanya....	183
Gambar 4.3 Strategi dan Tujuan Khusus Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kawasan Panas Bumi.....	184
Gambar 4.4 Matriks Rencana Aksi Pengelolaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kawasan Panas Bumi	185

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPFEDA Kab. Bandung



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rencana Sistem Pusat Kegiatan Wilayah Kabupaten Bandung.....	14
Tabel 2.2 Rencana Pengembangan Potensi Kawasan Peruntukan Pariwisata di Kabupaten Bandung	18
Tabel 2.3 Potensi Panas Bumi di Kabupaten Bandung	24
Tabel 2.4 Potensi dan Status Panas Bumi di Kabupaten Bandung	26
Tabel 2.5 Kapasitas Produksi WKP Kamojang	26
Tabel 2.6 Kapasitas Produksi WKP Darajat.....	27
Tabel 2.7 Kapasitas Produksi WKP Wayang Windu.....	28
Tabel 2.8 Kapasitas Produksi WKP Patuha	29
Tabel 3.1 Rencana Struktur dan Pengembangan Kawasan Kampung Sunda.....	56
Tabel 3.2 Analisis Priotitas Pengembangan Blok Kawasan di Kampung Sunda	60
Tabel 3.3 Analisis Kuantitatif Penilaian Kategori Desa Lakasana menjadi Desa Wisata	61
Tabel 3.4 Identifikasi dan Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor Internal Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang.....	88
Tabel 3.5 Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor eksternal Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang.....	89
Tabel 3.6 Urutan Strategi Pengembangan Kawasan Kamojang Berdasarkan Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).	90
Tabel 3.7 Identifikasi dan Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor Internal dan Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Wayang Windu	122
Tabel 3.8 Identifikasi dan Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang	123
Tabel 3.9 Urutan Strategi Pengembangan Kawasan Wayang Windu Berdasarkan Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).	124
Tabel 3.10 Instrumen Analisis Kuantitatif Kategori Desa Margamulya	128
Tabel 3.11 Instrumen Analisis Penialain Kategori Desa Wisata Alam Endah	158
Tabel 3.12 Potensi Pertanian Desa Alam Endah.....	161



Tabel 3.13 Instrumen Penilaian Kuantitatif Kategori Desa Wisata Desa Margamulya	163
Tabel 3.14 Urutan Strategi Pengelolaan Kawasan Wisata Patuha Berdasarkan Analisis SWOT dan QSPM.....	174
Tabel 3.15 TPS Terpadu dan Integrated Farming Desa Sugihmukti.....	176
Tabel 3.16 Instrumen Kriteria dan Indikator Desa Sugihmukti sebagai Desa Wisata ..	177
Tabel 4.1 Identifikasi Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Pengelolaan Wisata di seluruh Kawasan Panas Bumi.....	181
Tabel 4.2 Identifikasi dan Analisis Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi.....	181
Tabel Lampiran 1. Daftar Alokasi Pemanfaatan Bonus Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bsndung Tahun 2020	197
Tabel Lampiran 2. Daftar Alokasi Pemanfaatan Bonus Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bsndung Tahun 2021	199
Tabel Lampiran 3. Tabel Pendapatan Bonus Produksi Panas Bumi Tahun 2014 - 2019	202
Tabel Lampiran 4 Tabel Pendapatan Bonus Produksi Panas Bumi Tahun 2019-2021	203
Tabel Lampiran 5. Tabel Rencana Aksi Perubahan Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung	204

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Bandung adalah salah satu kota tujuan wisata yang menarik karena memiliki berbagai potensi, baik potensi alam, maupun budaya. Berdasarkan struktur geologi dan bentang alamnya, Kabupaten Bandung dikelilingi oleh pegunungan dan lembah, sehingga memiliki berbagai karakter wisata alam yang menarik dengan berbagai kearifan lokal budaya masyarakatnya. Kabupaten Bandung memiliki bentang alam yang strategis berupa pegunungan di bagian selatan, morfologi pegunungan dan perbukitan, menjadikan kawasan tersebut dimanfaatkan untuk kegiatan pariwisata, seperti di Kawah Kamojang, Kawah Putih, dan sebagainya.

Pemanfaatan potensi gunung berapi yang terdapat di Kabupaten Bandung di manfaatkan untuk energi panas bumi dan pada lokasi-lokasi tertentu seperti mata air, dan air terjun menjadi kegiatan pariwisata yang paling diminati hingga saat ini dan mampu mendatangkan banyak wisatawan ke Kabupaten Bandung. Beberapa ekspresi gunung api purba berupa mata air panas dan rawa-rawa di bekas kawah purba tersebar di kawasan Cimanggu, Ranca Upas, hingga Ranca Walini. Perkebunan Rancabali menyuguhkan perkebunan teh yang luas, hijau, sejuk, menyegarkan, dan nyaman serta menyimpan sejarah bagi perkembangan budaya masyarakat pemetik teh hingga saat ini, serta daya tarik lembah Sungai Ciwidey. Berbagai potensi wisata tersebut tersebar di kawasan-kawasan dengan potensi panas bumi di bagian Selatan dan Timur Kabupaten Bandung.

Kondisi alam yang beragam disekitar kawasan panas bumi, juga didukung oleh corak kehidupan masyarakat berbudaya Sunda yang ramah terhadap pendatang dan kearifan lokal, memiliki ciri khas seni budaya, serta pola kehidupan masyarakat yang dinamis. Kegiatan pertanian masyarakat menjadi salah satu potensi unggulan berkembangnya agrowisata di kawasan-kawasan dengan potensi panas bumi di wilayah Kabupaten Bandung, didukung oleh perkembangan seni budaya masyarakat yang kegiatannya tersebar di beberapa desa wisata penyangga, yang berdampingan dengan kegiatan eksplorasi oleh perusahaan-perusahaan di Kabupaten Bandung

Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung berdasarkan letaknya berdampingan dengan kawasan Cagar Alam, Taman Wisata Alam yang memiliki kekayaan flora dan fauna, berada diantara kawasan pegunungan, hutan, perkebunan dan pertanian. Hal tersebut menyebabkan kawasan panas bumi di Kabupaten Bandung banyak dikelola menjadi berbagai destinasi wisata alam. Namun, keanekaragaman hayati dan sumber daya alam di sekitar kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung, perlu dikelola dan dijaga dalam suatu sistem perlindungan serta pengelolaan yang terpadu dan terintegrasi. Perlindungan dan pengelolaan harus dapat memberikan manfaat ekonomi,

sosial, dan budaya yang dilakukan berdasarkan prinsip kehati-hatian. Pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan wisata di sekitar kawasan panas bumi di Kabupaten Bandung masih sangat potensial untuk dikembangkan, dengan mensinergikan dan mengaktifkan berbagai peran pemangku kepentingan. Kapasitas wawasan mengenai wisata berkelanjutan dari sumber daya manusia (SDM) di sekitar kawasan Panas Bumi perlu ditingkatkan untuk mengelola berbagai potensi agar mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, sekaligus bernilai konservasi atau memberikan perlindungan untuk keberlanjutan dimasa depan.

Berbagai kegiatan wisata di kawasan Panas Bumi melibatkan berbagai macam pemangku kepentingan baik pemerintah daerah, perusahaan panas bumi disekitar kawasan, pengelola atau pemangku kawasan hutan dan masyarakat sekitar. Potensi wisata membutuhkan bentuk sinergitas dari berbagai pemangku kepentingan tersebut untuk mampu pengelolaan kawasan wisata yang berkelanjutan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dibutuhkan Kajian “*Strategi Pengembangan Wisata Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung*”. Kajian ini diharapkan dapat menjadi salah satu arahan kebijakan bagi Pemerintah maupun berbagai pemangku kepentingan di Kabupaten Bandung dalam melakukan pengembangan wisata di Kawasan Panas Bumi yang berkelanjutan dan mampu meningkatkan perekonomian kawasan.

1.2 Rumusan Masalah

Dasar pelaksanaan Kegiatan Penyusunan Kajian “*Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung*”, meliputi:

Undang-undang

1. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
2. Undang0undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah

Peraturan-Peraturan

1. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi dan Kabupaten/Kota
2. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2025
3. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Bandung

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 4 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Tahun 2018 – 2025

1.3 Maksud, Tujuan dan Sasaran

Maksud dari Penyusunan Kajian Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung ialah menganalisa dan merumuskan bentuk strategi Pengembangan dan sinergitas pengelola Wisata Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung.

Tujuan Penyusunan Kajian Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung adalah:

- Menganalisis aspek-aspek pengelolaan wisata di Kawasan Panas Bumi
- Merumuskan bentuk kerja sama strategis antara pemangku kepentingan yang berpengaruh dalam pengelolaan wisata di kawasan panas bumi
- Melakukan kajian terhadap strategi pengelolaan wisata di kawasan panas bumi agar saling terintegrasi dan berkelanjutan

Sasaran dari Penyusunan Kajian Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung ialah terumuskan strategi pengelolaan dan sinergitas pengelolaan wisata di kawasan panas bumi yang saling terintegrasi dan berkelanjutan.

1.4 Ruang Lingkup

1.4.1 Lingkup Wilayah

Lingkup wilayah Penyusunan Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi ialah di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung yang meliputi Kawasan Patuha, Kamojang dan Wayang Windu

1.4.2 Lingkup Kegiatan

Secara garis besar lingkup substansi Penyusunan Kajian Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung, meliputi:

1. Tahapan Persiapan:

- Menyusun rencana kerja, mencakup; jadwal kegiatan, jadwal survei, identifikasi kebutuhan data, pembagian personal & tenaga ahli
- Diskusi Pendahuluan, terkait dengan pemahaman terhadap KAK, rancangan studi, metodologi pelaksanaan pekerjaan, dan target serta output studi
- Membuat dan merumuskan usulan strategi pengelolaan dan bentuk kerja sama pemangku kepentingan wisata di kawasan panas bumi Kabupaten Bandung

2. Tahapan Pelaksanaan

- Pelaksanaan survei lapangan baik data primer maupun sekunder, untuk data sekunder yang terdiri dari kondisi eksisting usaha pariwisata yang ada di kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung, data penelitian terdahulu di tahun 2020 mengenai *Identifikasi dan Inventaris Potensi Wisata di Kawasan Panas Bumi*”, data kegiatan CSR perusahaan panas bumi. Sedangkan data primer

secara umum meliputi data observasi di lapangan, dan *deep interview* ke beberapa narasumber.

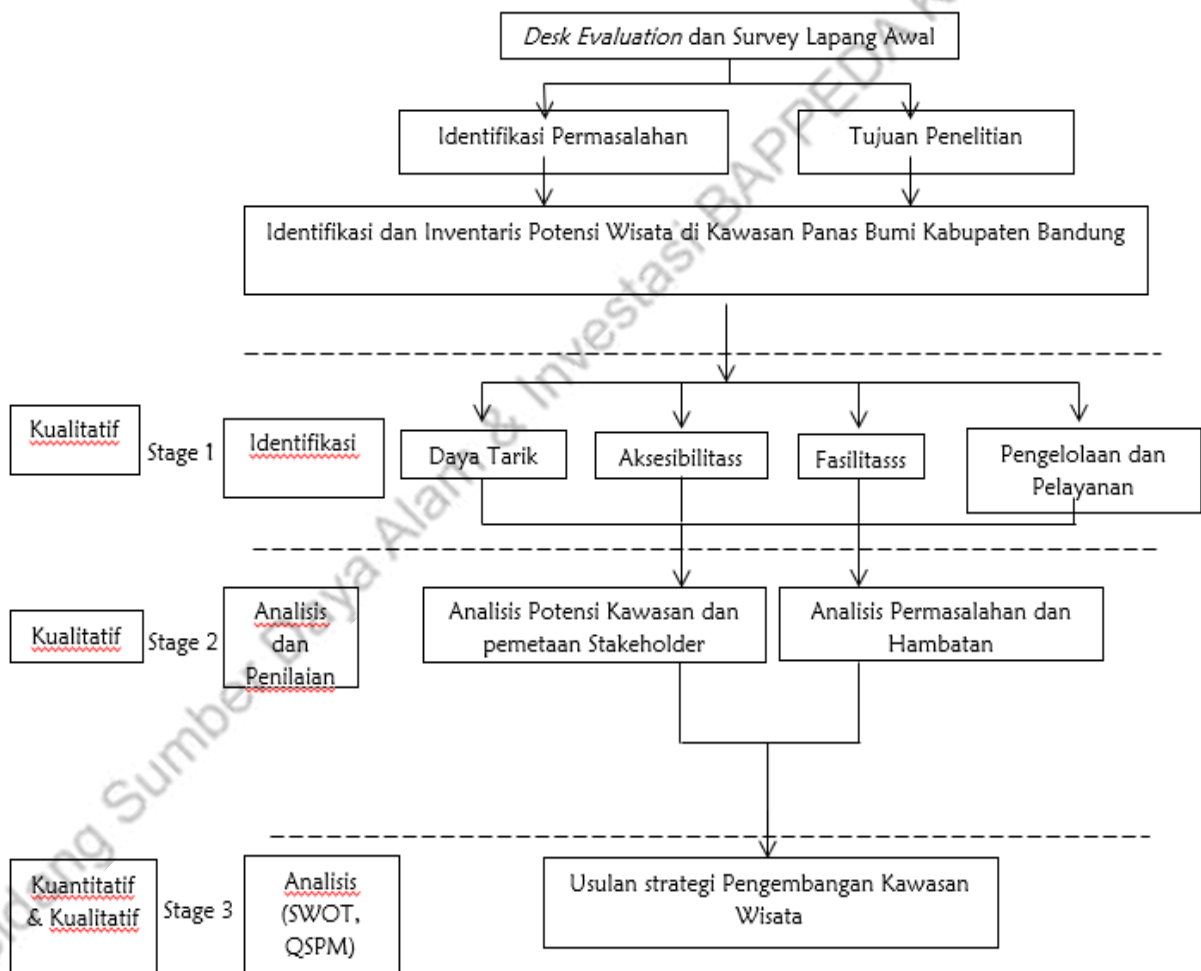
- Pengolahan dan analisis data hasil survei
- Penyusunan draf laporan
- Diskusi pembahasan dan hasil pekerjaan

3. Tahapan Finalisasi

- Penyusunan laporan final pekerjaan, mencakup laporan final
- Diskusi pembahasan dan hasil pekerjaan

1.5 Metode dan Tahapan Penelitian

Metode dan tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1.1 Metode dan Tahapan Penelitian

Sumber: Data Peneliti

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif.

- a. Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan situasi, fenomena, problem atau kejadian yang dikumpulkan melalui variabel-variabel pengukuran dengan skala nominal atau ordinal.
- b. Metode kuantitatif digunakan untuk mengkuantifikasi variasi atau perubahan dalam situasi, fenomena, problem atau isu

Berdasarkan tahapan penelitian pada gambar III.2 terdapat tiga tahapan penelitian yang digunakan yaitu:

1. Stage 1

Pada tahap pertama dilakukan identifikasi seluruh komponen produk pariwisata yang ada pada wisata kawasan wisata Panas Bumi, yang meliputi: daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, serta pengelolaan dan pelayanan.

2. Stage 2

Selanjutnya dilakukan analisis terhadap Potensi kawasan dan Pemetaan Peran stakeholder dalam pengelolaan kawasan wisata, dilakukan pula analisis permasalahan dan hambatan dalam pengelolaan wisata disekitar kawasan panas bumi Kabupaten Bandung

3. Stage 3

Selanjutnya dilakukan analisis strategi pengembangan dan pengelolaan wisata di kawasan panas bumi Kabupaten Bandung baik secara kuantitatif dengan melakukan SWOT dan QSPM dan melakukan analisis kualitatif yaitu usulan penjabaran secara deskriptif strategi pengelolaan berdasarkan data-data primer yang telah didapatkan

1.6 Kajian Peraturan Perundang-Undangan Terkait

1.6.1 Kajian Terhadap Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (Ripparnas) dan Ripparda Provinsi Jawa Barat.

a) Tinjauan Terhadap Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS).

Dokumen perencanaan kepariwisataan yang menjadi pedoman atau acuan dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Bandung dalam lingkup nasional adalah RIPPARNAS (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional) No. 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025. Sedangkan dalam lingkup Provinsi terdapat dalam RIPPDA Provinsi Jawa Barat tahun 2007-2013.

Peta pembangunan perwilayahan pariwisata dalam RIPPARNAS membagi wilayah pariwisata di Indonesia dalam 50 destinasi pariwisata nasional, yang didalamnya terdapat 222 KPPN (Kawasan Pertumbuhan Pariwisata Nasional) dan 88 KSP (Kawasan Strategis Pariwisata Nasional). Dalam lingkup nasional, wilayah Kabupaten Bandung

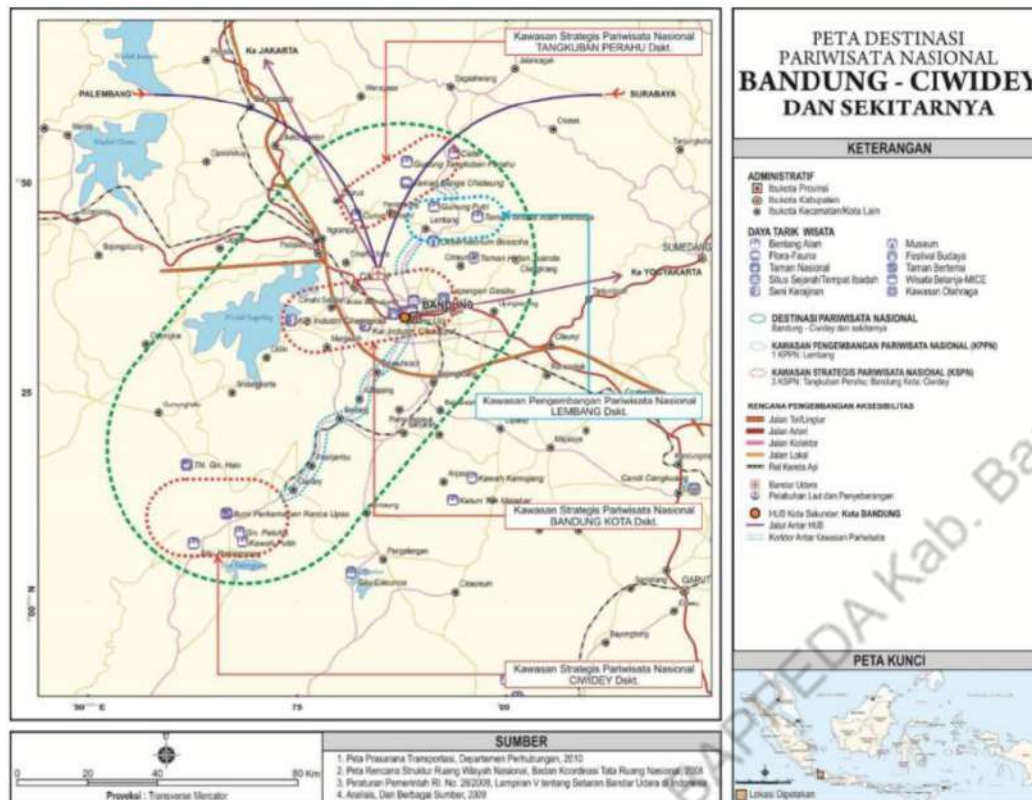
yang ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) nasional adalah kawasan Ciwidey dan sekitarnya. Dalam Undang-Undang Kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 pasal 1, Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Visi pembangunan kepariwisataan nasional sampai dengan tahun 2025 adalah “terwujudnya Indonesia sebagai destinasi pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat.” Untuk mewujudkan visi tersebut, maka misi pembangunan kepariwisataan Indonesia, yaitu:

1. Destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat;
2. Pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;
3. Industri pariwisata yang berdaya saing, kredibel, menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya; dan
4. Organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan.

Selain visi dan misi, RIPPARNAS juga menetapkan tujuan, sasaran, arah pembangunan, kebijakan, dan strategi pembangunan kepariwisataan nasional. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, kebijakan dan strategi pembangunan kepariwisataan yang diatur dalam RIPPARNAS mencakup pembangunan destinasi pariwisata, industri pariwisata, pemasaran pariwisata, dan kelembagaan kepariwisataan.

Dalam Renstra Kebudayaan dan Pariwisata, program pembangunan destinasi wisata diarahkan untuk memperbaiki kualitas dan kapasitas bisnis, industri, dan investasi pariwisata. Fokusnya adalah pada meningkatkan daya saing pariwisata dan meningkatkan belanja wisatawan, serta jangka waktu lama kunjungan. Prioritasnya adalah pengembangan bisnis, industri dan investasi, standarisasi dan pengembangan daya tarik di destinasi wisata, serta pemberdayaan masyarakat. Untuk lebih jelasnya mengenai Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) kawasan Ciwidey dan sekitarnya bisa dilihat pada gambar 1.4 di bawah ini.



Gambar 1.2 Kawasan Destinasi Pariwisata Nasional Bandung-Ciwidey dan Sekitarnya
(Sumber: Lampiran Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional)

1.6.2 Review Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Provinsi Jawa Barat Tahun 2015-2025.

a) Pembangunan Kepariwisataan Provinsi Jawa Barat

Visi pembangunan kepariwisataan daerah Provinsi Jawa Barat adalah “Menjadikan Jawa Barat Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelas Dunia Yang Terintegrasi, Berkelanjutan, Dan Menjunjung Tinggi Nilai Budaya”. Dalam mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan daerah Provinsi Jawa Barat tersebut diatas ditempuh melalui 4 (empat) misi pembangunan kepariwisataan daerah Provinsi Jawa Barat meliputi pengembangan:

1. Membangun destinasi pariwisata berkelas dunia yang mengintegrasikan kekayaan potensi pariwisata daerah yang khas dan berdaya saing global;
2. Membangun struktur industri pariwisata yang kuat dan terintegrasi, serta bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan budaya dalam menghadapi persaingan global;
3. Membangun pemasaran pariwisata yang terpadu antar daerah, efektif dan efisien, serta bertanggung jawab dalam membangun citra pariwisata di daerah provinsi berkelas dunia; dan

4. Membangun kelembagaan kepariwisataan yang mampu meningkatkan integrasi pembangunan kepariwisataan di daerah provinsi dan menciptakan sumber daya manusia yang berkompentensi interdaerah provinsi Jawa Barat.

b.) Pembangunan Destinasi Pariwisata Provinsi Jawa Barat (DPP)

Pembangunan Destinasi Pariwisata Provinsi Jawa Barat (DPP) meliputi: Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata, Strategi untuk pembangunan destinasi pariwisata, Perwilayahan Pembangunan DPP; serta Rencana Pembangunan KSPP dan KPPP.

❖ Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata

Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata, meliputi:

- a. pembangunan DPP, KPPP, dan KSPP yang memiliki tema khas dan mampu menjawab isu strategis, serta mewujudkan visi dan misi pembangunan kepariwisataan Daerah Provinsi;
- b. pembangunan destinasi pariwisata alam, budaya, dan hasil buatan manusia khas Daerah Provinsi sebagai destinasi pariwisata unggulan yang memperhatikan dan menjunjung tinggi kearifan lokal;
- c. perwujudan keterpaduan aksesibilitas transportasi yang mendukung pembangunan kepariwisataan Daerah Provinsi; dan
- d. pembangunan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata ramah lingkungan dan memenuhi standar-standar nasional dan internasional, terutama di DPP.

❖ Perwilayahan Pembangunan DPP

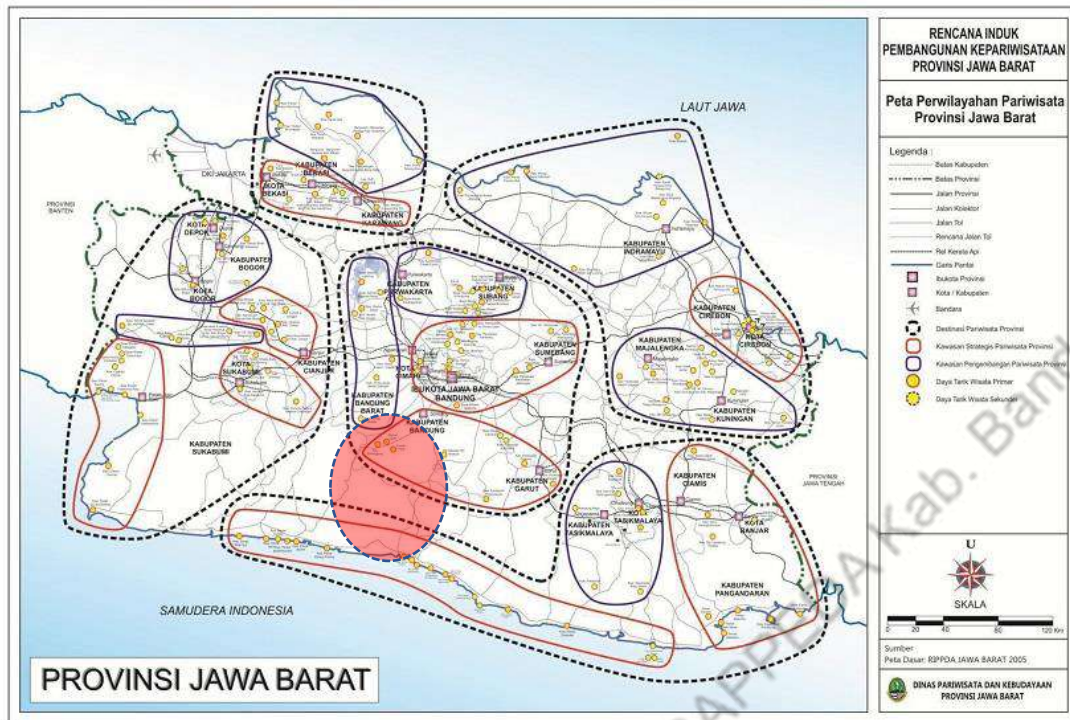
DPP memiliki pusat DPP yang berfungsi sebagai:

- a. Pintu masuk utama;
- b. Pusat pelayanan pariwisata;
- c. Pusat informasi terpadu;
- d. Pusat pemasaran terpadu;
- e. Penyebar pergerakan wisatawan ke kspp dan kppp di wilayahnya; dan
- f. Pendorong pertumbuhan pariwisata di kspp dan kppp di wilayahnya.

Perwilayahan DPP terdiri dari:

- a. 5 (lima) DPP yang tersebar di seluruh Provinsi Jawa Barat;
- b. 9 (sembilan) KSPP yang tersebar di 5 (lima) DPP; dan
- c. 8 (delapan) KPPP yang tersebar di 5 (lima) DPP

Peta perwilayahan DPP lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 1.3 Peta Sebaran 5 (lima) Destinasi Pariwisata Provinsi Jawa Barat
(Sumber: Lampiran Perda Provinsi Jawa Barat No. 15 Tahun 2015)

❖ **Rencana Pembangunan KSPP dan KPPP**

Rencana Pembangunan KSPP dan KPPP meliputi: tema pengembangan, sasaran pengembangan, daya tarik wisata primer serta daya tarik sekunder. Adapun KSPP/KPPP yang berada di Kabupaten Bandung adalah sebagaimana yang terdapat dalam tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Provinsi Jawa Barat di Kabupaten Bandung

No	Kabupaten	Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Provinsi Jawa Barat di Kabupaten Bandung (KSPP)	Destinasi pariwisata Daerah Provinsi Jawa Barat (DPP)
1	Bandung	KSPP Kawasan Pariwisata Kreatif Bandung dan sekitarnya KSPP Kawasan Pariwisata Alam Bandung Selatan-Garut dan sekitarnya	Destinasi Pariwisata Bandung dengan pusat DPP Daerah Kota Bandung

Sumber: Perda Provinsi Jawa Barat No. 15 Tahun 2015

Rencana Pembangunan KSPP untuk Kawasan Pariwisata Kreatif Bandung dan sekitarnya sebagai berikut:

- Tema pengembangan adalah pariwisata kreatif;
- Sasaran pengembangan adalah wisata kreatif untuk meningkatkan kualitas produk pariwisata dan arus kunjungan wisatawan;

- c. Daya tarik wisata primer meliputi kawasan heritage braga, kawasan belanja Ir.H.Djuanda-Jl.Re. Martadinata, alun-alun di daerah kota bandung, Baros *Information Technology Centre* dan Indonesian Bamboo Society di daerah kota Cimahi, kerajinan miniature binatang di Lembang daerah Kabupaten Bandung Barat, **Desa Wisata Jelekong di daerah Kabupaten Bandung**, serta kawasan pariwisata pendidikan Jatinangor dan kerajinan wayang dari kayu-kayuan di Kecamatan Pamulihan daerah Kabupaten Sumedang; dan
- d. Daya tarik wisata sekunder meliputi taman hutan raya djuanda di daerah Kota Bandung, Gunung Tangkubanparahu Di Daerah Kabupaten Bandung Barat Dan Daerah Kabupaten Subang, Pemandian Air Panas Ciater di Daerah Kabupaten Subang, Taman Bunga Cihideung Dan Peneropongan Bintang Bosscha Di Kabupaten Bandung Barat, Heritage Bangunan Militer di Kota Cimahi, Serta Pariwisata Gunung Lingga (Paralayang-Batu Dua) Di Kabupaten Sumedang.

Rencana Pembangunan KSPB untuk Kawasan Pariwisata Alam Bandung Selatan-Garut dan sekitarnya, sebagai berikut:

- a. Tema pengembangan adalah pariwisata alam pegunungan;
- b. Sasaran pengembangan adalah pengelolaan pariwisata alam pegunungan berbasis konservasi bagi perlindungan sumber daya alam dan hayati;
- c. Daya tarik wisata primer **meliputi kawah putih, ranca upas, situ patengan di ciwidey dan perkebunan teh Malabar di daerah kabupaten bandung, serta cipanas** dan gunung papandayan di daerah kabupaten garut; dan
- d. Daya tarik wisata sekunder **meliputi kawah kamojang dan desa wisata laksana di daerah Kabupaten Bandung**, kawah darajat di daerah Kabupaten Garut, Serta Gunung Tampomas Di Daerah Kabupaten Sumedang.

1.6.3 Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 4 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2018 – 2025

PERDA Kabupaten Bandung Nomor 4 tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2018 – 2025 mempunyai visi “Mewujudkan Kabupaten Bandung sebagai destinasi unggulan berbasis potensi alam dan budaya lokal, menuju Kabupaten Bandung maju, mandiri dan berdaya saing.” Untuk mencapai visi tersebut, kabupaten Bandung mempunyai sembilan misi dalam Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Bandung yaitu:

- a. Meningkatkan Sumberdaya manusia;
- b. Memasyarakatkan sadar wisata;
- c. Menumbuhkembangkan potensi destinasi pariwisata;
- d. Menumbuhkembangkan kemitraan dengan pelaku usaha pariwisata;
- e. Menumbuhkembangkan nilai budaya luhur;
- f. Menggalakan pelestarian dan pemeliharaan cagar budaya;
- g. Menggali, melestarikan dan mengembangkan potensi destinasi pariwisata;
- h. Menciptakan iklim investasi dan usaha pariwisata yang kondusif; dan
- i. Menciptakan dan mendorong kerjasama dengan sektor lain.

Dalam mencapai visi dan misi Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Bandung RIPPARDA mempunyai kedudukan sebagai:

1. Penjabaran dari visi dan misi pembangunan daerah kabupaten serta kebijakan pembangunan;
2. Sebagai dasar hukum dan dasar pertimbangan penyusunan rencana pembangunan jangka menengah daerah bidang pariwisata dan rencana strategis perangkat daerah yang membidangi pariwisata; dan
3. Dasar perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian pembangunan kepariwisataan daerah kabupaten.

Berdasarkan PERDA Kabupaten Bandung Nomor 4 tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2018 – 2025 pasal 5 disebutkan bahwa ada empat (4) aspek dalam pembangunan Kepariwisata daerah yaitu: Destinasi Pariwisata; Industri Parawisata; Pemasaran Pariwisata; dan Kelembagaan Kepariwisata.

Tujuan dari Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten meliputi:

- a. Optimalisasi potensi pariwisata untuk meningkatkan pendapatan daerah kabupaten dan masyarakat dari sektor pariwisata;
- b. Mengembangkan sistem dan jaringan infrastruktur kepariwisataan yang ramah lingkungan, mendukung dan mendorong pengembangan kawasan;
- c. Mengembangkan segmen pasar pariwisata yang berkualitas dan bertanggung jawab;
- d. Mengembangkan sistem informasi dan citra kepariwisataan;
- e. Membangun struktur dan jejaring Industri Pariwisata yang kreatif dan inovatif serta dalam memperkuat pemasaran pariwisata;
- f. Mewujudkan pembangunan dan pengembangan industri kreatif dalam membentuk identitas Kepariwisata Daerah Kabupaten;
- g. Mengembangkan potensi budaya lokal sebagai destinasi wisata;
- h. Optimalisasi peran pemangku kepentingan dalam pengelolaan Pariwisata terpadu dan berkelanjutan; dan
- i. Memperkuat peran dan fungsi Kelembagaan Kepariwisata.

Sasaran Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten meliputi:

- a. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- b. Perluasan lapangan berusaha dan kesempatan kerja melalui peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan lama tinggal wisatawan, dan peningkatan belanja wisatawan; dan
- c. Peningkatan produk domestik regional bruto di bidang kepariwisataan.

2.1.2 Kondisi Fisik

Kabupaten Bandung merupakan pegunungan atau daerah perbukitan dengan ketinggian diatas permukaan laut bervariasi dari \pm 500 m sampai 2.429 mdpl, semakin terjal ke arah Selatan. Beberapa desa terletak ditepian hutan, tetapi sebagian besar berada di luar kawasan hutan. Sebagian besar wilayah Kabupaten Bandung adalah pegunungan, diantara puncak-puncaknya dengan ketinggian lebih dari 2.500 mdpl adalah Sebelah Selatan terdapat

Gunung Wayang (2.181 mdpl), Gunung Patuha (2.334 mdpl) Kecamatan Cipeundeuy, Gunung Malabar (2.321 mdpl), serta Gunung Papandayan (2.262 mdpl) dan Gunung Guntur (2.249 mdpl), kedua-duanya berada di perbatasan dengan Kabupaten Garut. Wilayah Kabupaten Bandung didominasi bentuk lahan berbukit sampai bergunung dengan kelas lereng agak curam sampai sangat curam.

Berdasarkan klasifikasinya, maka morfologi Kabupaten Bandung terdiri dari :

- Dataran dengan kelerengan 0 – 8%
- Perbukitan Landai dengan kelerengan 8 – 15%
- Perbukitan Sedang dengan kelerengan 15 – 25%
- Perbukitan terjal dengan kelerengan lebih dari 25 – 45%
- Puncak Gunung dengan puncak gunung dengan ketinggian Gunung Wayang (2.181 mdpl), Gunung Patuha (2.334 mdpl) Kecamatan Cipeundeuy, Gunung Malabar (2.321 mdpl), serta Gunung Papandayan (2.262 mdpl) dan Gunung Guntur (2.249 mdpl), kedua-duanya berada di perbatasan dengan Kabupaten Garut. Dan memiliki kemiringan curam lebih dari 45%.

Gambar 2.2 Kondisi Morfologi di Kabupaten Bandung

No	Morfologi	Luas (Ha)	Prosentase (%)
1	Dataran	65.979,18	37,44
2	Perbukitan Landai	23.435,86	13,30
3	Perbukitan Sedang	47.696,83	27,06
4	Perbukitan Terjal	35.188,93	19,97
5	Pegunungan	3.937,87	2,23
Jumlah		176.238,67	100

Sumber: RTRW Kabupaten Bandung Tahun 2016-2036, Bappeda Kabupaten Bandung, Tahun 2018

2.1.3 Penggunaan Lahan

Pola penggunaan lahan di Kabupaten Bandung terdiri dari kawasan lindung dan kawasan budidaya, dimana kawasan lindung dengan prosentase 21,63% dari luas wilayah Kabupaten Bandung dan kawasan budidaya dengan prosentase 78,37% dari luas Kabupaten Bandung.

2.1.4 Geologi

Kabupaten Bandung terletak dalam Cekungan Bandung, Cekungan Bandung merupakan cekungan morfologis yang berada pada *volcanic arc* dan mengisi lembah yang terbentuk diantara dua jalue pegunungan (*intra-montane basin*) dengan basement yang masih merupakan Cekungan Bogor. Cekungan Bandung merupakan suatu cekungan yang dikelilingi kompleks pegunungan Tangkuban Perahu disebelah utara, sedangkan dibagian selatan oleh kompleks pegunungan Patuha-Malabar. Dibagian barat cekungan, muncul sederetan intrusi andesit dan dasit yang membentuk punggung-punggung tak teratur. Kompleks pegunungan Krenceng, dan Gunung Mandalawangi membatasi cekungan ini disebelah timur.

Cekungan Bandung dan sekitarnya tersusun oleh batuan gunung api, sehingga sumber daya geologinya yang berupa energi, limkgungan, dan mineral juga berasal dari kegiatan gunung api. Sumber daya energi yang sudah dimanfaatkan dan melewati tahap eksplorasi adalah energi air (PLTA Saguling) dan panas bumi (Lapangan Drajat, Kamojang, Wayang WIndu dan Patuha). Untuk geologi pada Kabupaten Bandung, terdiri dari dua, yaitu ENdapan Permukaan dan Batuan Sedimaen dan Batuan Gunung Api

2.2 Rencana Struktur Wilayah Kabupaten Bandung

2.2.1 Rencana Sistem Pusat Kegiatan

Sistem pusat kegiatan merupakan susunan kawasan perkotaan sebagai pusat kegiatan di dalam wilayah kabupaten yang menunjukkan keterkaitan saat ini maupun rencana yang membentuk hirarki pelayanan dengan cakupan dan dominasi fungsi tertentu dalam wilayah kabupaten dan simpul pelayanan sosial ekonomi masyarakat di wilayah kabupaten. Sistem pusat kegiatan dikembangkan secara hirarki dan dalam bentuk pusat kegiatan, sesuai kebijakan nasional dan provinsi, potensi, dan rencana pengembangan wilayah kabupaten.

Tabel 2.1 Rencana Sistem Pusat Kegiatan Wilayah Kabupaten Bandung

Hirarki Fungsi	Pusat Perkotan/Lingkungan	Kecamatan	Fungsi Utama
PKL (Pusat Kegiatan Lokal)	Soreang – Kutawaringin Katapang	Soreang - Kutawaringin - Katapang	<ul style="list-style-type: none">• Pusat Pemerintahan Kabupaten• Pusat Perdagangan dan Jasa skala Kabupaten• Pusat Industri non polutif• Pusat Permukiman Perkotaan• Pusat Pelayanan Kesehatan Daerah• Pusat Wisata Buatan• Pelestarian Lahan Pertanian
PKLp		Dayeuhkolot	<ul style="list-style-type: none">• Pusat Pemerintahan Kecamatan

(Pusat Kegiatan Lokal Promosi)

	Pangalengan	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri • Pusat Pendidikan Tinggi • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Perdagangan Dan Jasa • Pusat Pemerintahan Kecamatan • Pusat Koleksi dan Sentra Produksi Perkebunan dan Pertanian (Agropolitan) • Pusat Sentra Perternakan • Pusat Sentra Industri Non Polutif (<i>home industri</i>) • Pusat Wisata Alam • Pusat Perdagangan dan jasa skala beberapa Kecamatan • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Pertahanan dan Keamanan Darat • Pusat Konservasi dan Kehutanan • Pusat Sumberdaya Energi Panas Bumi
	Majalaya	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Pemerintahan Kecamatan • Pusat Industri Non Polutif • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Pelayanan Kesehatan Daerah • Pusat Pertanian
	Margahayu	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri Non Polutif • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Wisata Buatan • Pusat Pertanahan dan Keamanan Udara
	Baleendah	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri Non Polutif • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Wisata Budaya • Pusat Pertanian
	Cileunyi	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri Non Polutif

Ciwidey	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Koleksi dan Sentra Perkebunan dan Pertanian (Agropolitan) • Sentra Industri Non Polutif (<i>home industry</i>) • Pusat Wisata Alam dan Budaya • Pusat Perdagangan dan Pemasaran Komoditas Pertanian. • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Konservasi dan Kehutanan
Rancabali	<ul style="list-style-type: none"> • Sentra Industri Non Polutif (<i>home industry</i>) • Pusat Wisata Alam dan Budaya (Agrowisata) • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Perdagangan dan Jasa skala kawasan • Pusat Konservasi dan Kehutanan • Pusat Sumberdaya Energi Panas Bumi
Cimencyan	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Wisata Alam dan Budaya • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Konservasi dan Kehutanan
Cicalengka	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri Non Polutif • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Pertanian dan Peternakan
Rancaekek	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri Non Polutif • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Pertanian dan Peternakan • Pusat Wisata Budaya
Margaasih	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Industri Non Polutif

		Banjaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan • Pusat Industri Non Polutif • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaaan • Pusat Pertanian • Pusat Wisata Budaya
		Nagreg	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Perdagangan dan Jasa • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Pertanian (Agribisnis) • Pusat Perkebunan • Pusat Konservatif dan Kehutanan
PPL (Pusat Pelayanan Kawasan)	Ciparay, Cimaung, Cangkuang, Pasirjambu, Paseh, Bojongsoang, Katapang, Pacet, Kutawaringin, Kertasari, Cilengkrang, Cikancung, Pameungpeuk, Ibum, Solokanjeruk, dan Arjasari	Ciparay, Cimaung, Cangkuang, Pasirjambu, Paseh, Bojongsoang, Katapang, Pacet, Kutawaringin, Kertasari, Cilengkrang, Cikancung, Pameungpeuk, Ibum, Solokanjeruk, dan Arjasari	<ul style="list-style-type: none"> • Sentra Industri (<i>home industry</i>) • Pusat Perdagangan dan Jasa skala lingkungan • Pusat Permukiman Perkotaan dan Perdesaan • Pusat Wisata Alam dan Budaya • Pusat Konservatif Kehutanan • Sentra Pertanian dan Perkebunan

Sumber: RTRW Kabupaten Bandung Tahun 2016-2036, Bappeda, Tahun 2018

2.2.2 Kawasan Peruntukan Pariwisata

Pengembangan kawasan pariwisata didasarkan pada wilayah-wilayah yang memiliki obyek dan daya tarik wisata serta tersedian dukungan sarana dan prasarana pariwisata.

Pengembangan kawasan pariwisata ini bertujuan:

- Mendukung lingkungan atau kelestarian alam (ekosistem) dan budaya setempat.
- Mendukung perekonomian wilayah.
- Mendukung perekonomian kerakyatan.
- Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kesempatan kerja.

- e. Memperkenalkan, mendayagunakan, dan melestarikan nilai-nilai budaya lokal dan keindahan alam.

Kawasan yang dikembangkan dengan peruntukkan sebagai pariwisata adalah kawasan dengan kriteria:

- a. Memiliki keindahan dan panorama alam.
- b. Memiliki kebudayaan yang bernilai tinggi.
- c. Memiliki bangunan sejarah.

Jenis obyek wisata yang diusahakan dan dikembangkan di Kabupaten Bandung adalah kawasan peruntukan pariwisata berupa wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Dalam upaya memacu pembangunan wilayah Kabupaten Bandung dalam sektor pariwisata, maka pengembangan dilakukan dengan menetapkan kawasan strategis, kawasan andalan dan kawasan potensial pengembangan pariwisata di Kabupaten Bandung, yang diatur kembali berdasarkan kebutuhan peruntukan kawasan wisata pada Permen PU No. 16 Tahun 2009 tentang Pedoman Penyusunan RTRW Kabupaten dimana terdapat 3 (tiga) kawasan pengembangan peruntukan pariwisata, yaitu pariwisata budaya, pariwisata alam, dan pariwisata buatan/binaan manusia.

Tabel 2.2 Rencana Pengembangan Potensi Kawasan Peruntukan Pariwisata di Kabupaten Bandung

No	Peruntukan Pariwisata	Atraksi/Kegiatan (eksisting)	Rencana	Ket.
1	Budaya/Sejarah	Situs Gunung Padang Ciwidey, tempat budaya, tradisional, dan tempat memproduksi berbagai macam terong belanda (dodol terong dan puding terong)	Pengembangan Situs Gunung Padang Ciwidey, tempat seni kuliner, perkebunan, dan tempat tradisional, perkebunan, agrowisata	Kawasan Strategis Pariwisata Desa Wisata Rawabogo
		Pusat berbagai kesenian Sunda (wayang golek, lukisan, tari-tarian, pencak silat, dan lain-lain). Wisatawan tidak hanya dapat melihat pementasan namun juga bisa berbelanja dan mempelajari kesenian. Terdapat pula wisata alam Gentong dimana wisatawan dapat	Pusat berbagai wisata budaya seni Sunda	Kawasan Strategis Jelekong

menikmati pemandangan yang indah			
Rumah adat sunda yang menyimpan benda-benda pusaka/perkakas sunda buhun seperti Kujang, Pedang, Keris, Tumbak, Sekin dan lainnya. Rutin mengadakan ritual adat budaya seperti ngebakeun pada tanggal 12 Mulud	Wisata budaya Sunda	sejarah adat	Kawasan Strategis Situs Bumi Alit Kabuyutan
Wisata sejarah rumah villa, saung peristirahatan dan kuburan Boscha	Wisata Boscha	sejarah	Kawasan Strategis Villa Bosscha
Kesenian tradisional daerah, produksi makanan khas (opak, kripik peuyeum)	Wisata dan kuliner	budaya	Kawasan Strategis Desa Wisata Laksana
Budaya tradisional masyarakat	Wisata tradisional	budaya	Kawasan Andalan Kampung Mahmud
Situs	Situs		Kawasan Andalan Situs Sumur Bandung Lagadar
Rumah adat Cikondang, adat istiadat budaya masih kental, situs Batu Eon	Wisata Desa (menginap berinteraksi dengan masyarakat di <i>replica</i>)	budaya Lamajang dan	Kawasan Potensial Desa Wisata Lamajang
Peninggalan kerajaan Kendan telah ada sejak tahun 536 Masehi, yang	Peninggalan sejarah Kendan yang	kerajaan yang	Kawasan Potensial

	berkembang menjadi kerajaan besar bernama Galuh pada tahun 612 Maseh	telah ada sejak tahun 536 Masehi, yang berkembang menjadi kerajaan besar bernama Galuh pada tahun 612 Masehi	Situs Kerajaan Kendan Nagreg	Batu
	Desa wisata dengan daya tarik budaya (Kampung Manglayang)	Desa wisata budaya	Kawasan Potensial Desa Wisata Cinunuk	
	Candi Bojongmenje yang dibangun abad ke-7 dan ke-8	Wisata sejarah	Kawasan Potensial Situs Bojong Menje	
2	Alam			
	Pemandangan alam kawah putih, bentang alam Gunung Patuha	Geowisata, kegiatan ekowisata	Kawasan Strategis Kawah Putih	
	Pemandangan alam danau, perkebunan dan pengolahan teh rancabali	Wisata rekreasi alam	Kawasan Strategis Situ Patengan	
	Sauna di kawah berkhasiat, adat istiadat masyarakat yang unik	Budaya tradisional (kehidupan masyarakat dan pengobatan)	Kawasan Strategis Kawah Cibuni	
	Wisata pemandangan perkebunan the	Wisata alam	Kawasan Strategis Perkebunan Teh Malabar	
	Wisata pemandangan danau	Wisata alam	Kawasan Strategis Situ Cisanti	
	Kawah kereta api, kawah manuk, kawah hujan (untuk pengobatan), kawah kendang dan lain-lain	Geowisata panas bumi	Kawasan Strategis Kawah Kamojang	
	Pemandangan alam danau, tracking	Ekowisata	Kawasan Strategis Situ Ciharus	

Bumi perkemahan, penangkaran rusa, bekas kawah purba berupa rawa	Wisata petualangan dan geowisata	Kawasan Strategis Rancaupas
Wisata petualangan jeram, outbond)	olahraga (arung paintball, outbond)	Wisata olahraga petualangan (arung jeram, paintball, outbond)
Bumi Perkemahan	Bumi Perkemahan	Kawasan Potensial Gunung Puntang
Wisata petualangan jeram, outbond)	olahraga (arung paintball,	Wisata olahraga petualangan
Pemandangan alam danau, berperahu di sekitar danau	alam	Wisata rekreasi alam
Pemandangan alam air terjun	alam air terjun	Wisata rekreasi alam air terjun
Wisata alam, spiritual, kawasan hutan dengan jumlah monyet yg mendiaminya tidak pernah berubah yaitu 40 ekor	wisata hutan monyet	Wisata alam, wisata spiritual
Pemandangan alam air terjun,	alam air terjun,	Pemandangan air terjun Rehabilitasi karena kondisinya sudah sangat menurun
Pemandangan perbukitan	alam perbukitan	Pemandangan alam perbukitan
Budidaya sayuran, seni budaya, peternakan, khusus	seni pelatihan khusus	Agrowisata sayuran dan wisata alam
		Kawasan Potensial Arung Jeram Cisangkuy
		Kawasan Potensial Gunung Puntang
		Kawasan Potensial Arum Jeram Palayangan
		Kawasan Potensial Situ Cileunca
		Kawasan Potensial Curug Eti
		Kawasan Potensial Karang Gantungan
		Kawasan Potensial Curug Cinulang
		Kawasan Potensial Pasir Serewen
		Kawasan Potensial Desa Wisata Ciburial

	pembudidayaan lebah madu, berada di sekitar lokasi THR Djuanda			
	Pemandangan alam air terjun	Ekowisata terjun	air	Kawasan Potensial, Curug Cilengkrang
	Wisata alam perbukitan	Wisata perbukitan	alam	Kawasan Potensial Oray Tapa
3	Buatan			
	Tempat produksi kopi luwak, aktivitas trekking di kebun salada dan strawberry	Agrowisata kopi luwak dan sayur buah-buahan	kopi sayur	Kawasan Strategis Desa Wisata Lebakmuncang
	Wisata peternakan kelinci, pertanian (stroberi, seledri, bawang, tomat, kol, dan lain-lain), perikanan, dan kerajinan tangan	Agrowisata edukatif hortikultura dan kerajinan	dan	Kawasan Strategis Desa Wisata Panundaan
	Rekreasi, wisata stroberi petik sendiri, dan agrowisata edukatif (sayuran dan stroberi)	Agrowisata edukatif (sayuran dan stroberi), wisata stroberi petik sendiri, dan rekreasi,	dan	Kawasan Strategis Desa Wisata Alamendah
	Kolam pemandian air panas, bekas kawah purba berupa rawa	Rekreasi dan geowisata	dan	Kawasan Strategis Cimanggu
	Kolam pemandian air panas, perkebunan teh rancabali, wahana permainan alam, arena permainan Walini Adventure	Wisata rekreasi dan kesehatan		Kawasan Strategis Cilawini
	Kolam pemandian air panas	Kolam pemandian air panas		Kawasan Strategis Cibolang
	Kuliner, budaya	Pusat Seni dan Budaya, pusat kuliner, MICE	dan pusat	Kawasan Andalan Kota Soreang

Even olahraga tingkat regional dan nasional (terutama sepakbola)	Pusat even olahraga tingkat regional nasional (terutama sepakbola) dan rekreasi olahraga masyarakat	Kawasan Andalan Stadion Si Jalak Harupat
Padang golf dan kolam renang	Padang golf dan kolam renang	Kawasan Andalan Bandung Indah dan Water Park
Terdapat sejumlah toko yang menjual oleh-oleh khas Kabupaten Bandung di jalur utama lintas kota/kabupaten	Pusat oleh-oleh yang lebih tertata	Kawasan Potensial Pusat Oleh-Oleh Nagreg
Lokasi hiking, tracking (kegiatan-kegiatan lintas alam), situs batu dengan bentuk seperti tapal kuda	Wisata petualangan tracking pegunungan	Kawasan Potensial Batu Kuda
Wisata pemandangan kota (<i>city sightseeing</i>), wisata kuliner	Wisata pemandangan kota (<i>city sightseeing</i>), dan wisata kuliner yang ramah lingkungan	Kawasan Potensial Caringin Tilu
Terdapat banyak tempat makan dan minum, mulai dari makanan tradisional sampai modern, terdapat hotel berbintang yang memiliki fasilitas MICE	Pusat wisata kuliner dan MICE	Kawasan Potensial Kawasan Kuliner Cimenyan

Sumber: RTRW Kabupaten Bandung Tahun 2016-2036, Bappeda, Tahun 2018

Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Tahun 2016-2036, terdapat beberapa kawasan strategis yang masuk dalam kawasan Panas Bumi dalam Rencana Pengembangan Potensi Kawasan Peruntukan Pariwisata di Kabupaten Bandung, salah satunya yaitu:

- a. Atraksi Budaya: Wisata budaya dan kuliner di Kawasan Strategis Desa Wisata Laksana

b. Atraksi Alam:

- Geowisata dan kegiatan ekowisata di Kawasan Strategis Kawah Putih
- Budaya Tradisional (kehidupan masyarakat dan pengobatan) di Kawasan Strategis Kawah Cibuni
- Geowisata panas bumi di Kawasan Strategis Kawah Kamojang
- Ekowisata di Kawasan Strategis Situ Ciharus
- Wisata petualangan dan geowisata di Kawasan Strategis Rancaupas

c. Atraksi Buatan:

- Wisata rekreasi dan geowisata di Kawasan Strategis Cimanggu
- Wisata rekreasi dan kesehatan di Kawasan Strategis Ciwalini
- Kolam pemandian air panas di Kawasan Strategis Cibolang

Dari data tersebut, cukup banyak atraksi wisata yang menjadi Kawasan Strategis dalam Rencana Pengembangan Potensi Kawasan Peruntukan Pariwisata di Kabupaten. Hal ini menjadi pendorong untuk terus mengupayakan pengembangan destinasi wisata di sekitar kawasan Panas Bumi dengan cara melakukan identifikasi dan inventaris berbagai potensi kawasan untuk mendukung Strategi pengembangan Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung sesuai Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung.

2.3 Gambaran Umum Panas Bumi di Kabupaten Bandung

2.2.3 Potensi Panas Bumi Kabupaten Bandung

Sebagian besar potensi panas bumi di Jawa Barat berada di Kabupaten Bandung. Hal ini disebabkan sebagian besar wilayah Kabupaten Bandung adalah pegunungan di antara puncak - puncaknya adalah: sebelah utara terdapat Gunung Bukittunggul (2.200 m) dan Gunung Tangkuban Perahu (2.076 m) diperbatasan dengan Kabupaten Purwakarta. Sedangkan di selatan terdapat Gunung Patuha (2.334 m), Gunung Malabar (2.321 m), serta Gunung Papandayan (2.262 m) dan Gunung Guntur (2.249 m), keduanya diperbatasan dengan Kabupaten Garut

Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung merupakan kawasan yang berada di kawasan gunung berapi aktif dan memiliki potensi panas bumi. Potensi panas bumi di Kabupaten Bandung tersebar pada beberapa Wilayah Kerja Panas Bumi (WKP), yaitu: WKP Kamojang yang tersebar di Kecamatan Ibum dan Kabupaten Garut; WKP Darajat yang tersebar di Kecamatan Kertasari dan Kabupaten Garut; sedangkan WKP Wayang Windu yang potensinya tersebar di Pangalengan, Cimaung dan Pacet; WKP Patuha tersebar di Kecamatan Rancabali, Pasir Jambu dan Ciwidey; WKP Cibuni yang berada di Kecamatan Ciwidey dan WKP Tangkuban Perahu yang berada di Kabupaten Subang. Potensi panas bumi di Kabupaten Bandung dapat dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 2.3 Potensi Panas Bumi di Kabupaten Bandung

No	Kawasan Prospek	Potensi (Mwatt)	Terpasang (Mwe)	Pengembangan
1.	Cibuni	140	33	PT Kopjasa Keahlian Teknosa
2.	Kamojang	300	235	PT. Pertamina Geothermal Energy (PGE)
3.	Wayang Windu	460	227	PT Pertamina Geothermal Energy (PGE) dan PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu
4.	Darajat	400	270	Geothermal Energy (PGE) dan PT. Chevron Geothermal Indonesia
5.	Patuha	482	110	Geothermal Energy (PGE) dan PT. Geodipa Energy
6.	Cimanggu	25	-	-
7.	Ciwalini	25	-	-
8.	Kawah Putih	25	-	-
9.	Kawah Ciwidey	224	-	-
10.	Batu Nunggal	25	-	-
11.	Tangkuban Parahu	100	-	-
	Total	2.206	875	

Sumber: Direktorat Jenderal Energi Baru Terbarukan dan Konservasi Energi (EBTKE) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (KESDM).

Mengacu pada UU No. 27 Tahun 2003 tentang Panas Bumi, bahwa Wilayah Kerja Pertambangan (WKP) Panas Bumi adalah wilayah yang ditetapkan dalam Izin Usaha Pertambangan (IUP). Pembuatan dan penetapan WKP panas bumi merupakan wewenang pemerintah pusat dalam hal ini Departemen Energi dan Sumber Daya Mineral. Sedangkan kewenangan pemberi perizinan tergantung dari letak di mana WKP tersebut berada. Jika WKP terletak di dalam suatu kabupaten, wewenang perizinan ada di pemerintah kabupaten. Apabila WKP berada di lintas kabupaten maka wewenang ada di pemerintah daerah provinsi. Pemerintah pusat hanya memberikan perizinan untuk WKP di lintas provinsi. WKP akan ditawarkan oleh pemerintah atau pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya melalui mekanisme lelang. Tata cara lelang untuk WKP panas bumi akan diatur oleh Peraturan Pemerintah (PP) yang saat ini masih berupa Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang panas bumi dan dalam proses penyelesaian. Untuk memberikan informasi mengenai status WKP yang ada, maka WKP panas bumi dikelompokkan menjadi:

1. WKP tahap produksi, yaitu WKP yang telah dieksploitasi dan menghasilkan energi listrik
2. WKP tahap eksplorasi/pengembangan, yaitu WKP yang berada dalam tahapan eksplorasi atau dalam tahapan pengembangan

- WKP yang ditawarkan (*open area*), yaitu WKP yang berada dalam tahapan eksplorasi dan masih menjadi milik pemerintah.

Berdasarkan data terbaru dari Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) kapasitas panas bumi di Kabupaten Bandung dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 2.4 Potensi dan Status Panas Bumi di Kabupaten Bandung

No	Pengembang	Wilayah Kerja Panas Bumi (WKP)	Kapasitas Terpasang (MW)	Sumber Daya (MWe)	Status
1.	Star Energy Darajat Ltd.	Geothermal Bandung	270	382	Produksi
2.	Star Energy Wayang Windu	Geothermal Wayang WIndu	287	460	Produksi
3.	PT Pertamina Energy	Geothermal Kamojang	235	300	Produksi
4.	PT Geodipa Energy	Patuha	110	400	Produksi
5.	PT Kopjasa Keahlian Teknosa	Cibuni	10	33	Eksplorasi
6.	PT Tangkuban Geothermal Power	Parahu Tangkuban Parahu	-	100	Ekplorasi

Sumber: Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Jawa Barat, 2020.

1. Wilayah Kerja Panas Bumi (WKP) Kamojang

WKP Kamojang merupakan WKP pertama di Indonesia. WKP ini beroperasi pertama kali tahun 1983. WKP Kamojang terletak di antara Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut. Sumur eksplorasi di WKP Kamojang memiliki kedalaman mencapai 535-761 meter dan menghasilkan uap kering bertemperatur tinggi (temperature reservoir 240°C).

Berdasarkan data Dinas ESDM Jawa Barat, WKP Kamojang diperkirakan menyimpan cadangan terduga sebesar 73 MWe dan cadangan yang sudah terbukti sebesar 227 MWe. Total potensi energi panas bumi yang ada di WKP Kamojang diperkirakan sebesar 300 MWe. Pemegang izin WKP Lamojang adalah PT Pertamina Geothermal Energy (PGE). Pemanfaatan utama uap yang dihasilkan dari wilayah panas bumi Kamojang digunakan untuk memproduksi listrik sebesar 200 MW, dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 2.5 Kapasitas Produksi WKP Kamojang

PLTP KAMOJANG	TAHUN OPERASI	KAPASITAS
UNIT I	1983	30 MW
UNIT II	1987	55 MW
UNIT III	1987	55 MW

UNIT IV	2003	60 MW
UNIT V	2015	35 MW

Sumber: Dinas ESDM Jawa Barat, 2019

Dari kelima unit pembangkit tersebut, tiga unit pembangkit (I, II, dan III) dikelola oleh PT Indonesia Power, anak perusahaan PT PLN, sedangkan pembangkit unit IV dan V dikelola oleh PT PGE. Dalam hal ini PT PGE selain menjual uap juga bertindak sebagai operator PLTP atau disebut sebagai *independent power producer* (IPP).

2. Wilayah Kerja Panas Bumi (WKP) Darajat

WKP Darajat berada di antara Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut. Lokasi kantor dan instalasi pembangkit berada di wilayah Kecamatan Wanaraja, Kabupaten Garut. WKP seluas 56.650 ha ini dikuasai oleh PT PGE dan bekerja sama dengan Chevron Indonesia (CGI) Ltd menjalankan aktivitas pengembangan di lapangan.

Sumur eksplorasi di WKP Darajat memiliki kedalaman bervariasi antara 2.000-3.000 meter. Besarnya total potensi cadangan panas bumi di WKP ini diperkirakan sebesar 350 MWe. Reservoir pada WKP Darajat didominasi oleh uap, dengan temperatur 245°C. PLTP Darajat memiliki tiga unit pembangkit, yaitu unit I dikelola oleh PT Indonesia Power, Unit II dan III dikelola oleh Chevron Geothermal Indonesia Ltd. Total Kapasitas PLTP Darajat saat ini adalah 270 MW dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 2.6 Kapasitas Produksi WKP Darajat

PLTP DARAJAT	TAHUN OPERASI	KAPASITAS
UNIT I	1994	55 MW
UNIT II	2002	94 MW
UNIT III	2007	121 MW

Sumber: Dinas ESDM Jawa Barat, 2011

3. Wilayah Kerja Panas Bumi (WKP) Wayang Windu

WKP Wayang Windu terletak di wilayah Kabupaten Bandung. WKP Kabupaten ini dimiliki oleh PT Pertamina yang memiliki wilayah seluas 1.465 km². Pada awalnya WKP ini dikelola oleh Unocal Geothermal Indonesia Ltd., kemudian beralih pengelolaannya kepada Mandala Magma Nusantara LTd., dan selanjutnya bergantian nama menjadi Star Energy Ltd.

Dari hasil pengeboran sumur produksi ditemukan bahwa WKP Wayang Windu mempunyai dua macam reservoir, yaitu reservoir dangkal yang mempunyai uap dan reservoir yang lebih dalam, yaitu yang mempunyai sistem air panas bertemperatur tinggi sekitar 250°C. Hasil penyelidikan selanjutnya menunjukkan sumber daya hipotesis yang ada di WKP ini berkisar 75 MW, cadangan mungkin 135MW, cadangan terbukti

250 MW sehingga total potensi menjadi 460 MW. Semua instalasi pembangkit PLTP Wayang Windu dikelola oleh Star Energy Ltd.

Uap untuk pembangkit ini disuplai dari sumur 12 sumur produksi dan 2 sumur injeksi. Adapun produksi di WKP Wayang Windu telah menghasilkan energi listrik sebesar 227 MW yang disuplai untuk dua unit pembangkit, dengan perincian sebagai berikut.

Tabel 2.7 Kapasitas Produksi WKP Wayang Windu

PLTP Wayang Windu	Tahun Operasi	Kapasitas
Unit I	2000	110 MW
Unit II	2009	117 MW
Unit III	Dalam tahap pengembangan 190 MW	

Sumber: Dinas ESDM Jawa Barat, 2011

Selain ketiga WKP besar yang sudah berproduksi tersebut, ada beberapa WKP yang saat ini masih dalam tahap pengembangan, yaitu WKP Gunung Patuha, WKP Gunung Tangkuban Parahu, dan WKP Cibuni (Laporan Dinas ESDM Provinsi Jawa Barat 2010).

4. Wilayah Kerja Panas Bumi (WKP) Gunung Patuha

WKP Gunung Patuha berada di wilayah Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Lokasi WKP ini berjarak sekitar 45 km di sebelah selatan Kota Bandung. Pada tahun 1994, Himpurna California Energy Limited (HCE) yang merupakan perusahaan patungan antara California Energy dan PT Enersindo Supra Abadi menandatangani kontrak proyek pengembangan Lapangan Panas Bumi Patuha untuk total kapasitas 220 MW dengan nilai investasi direncanakan mencapai US \$264 juta. Pengembangan WKP ini sempat ditunda akibat krisis ekonomi 1997. Penundaan ini menimbulkan kerugian cukup besar bagi pengembang, yaitu HCE. Selama beroperasi, pihak operator HCE telah melakukan pengeboran sebanyak 13 sumur eksplorasi, 17 sumur slim, dan 6 sumur pengembangan sejak 1994 dan menghabiskan biaya US \$ 136 juta untuk aktivitas konstruksi dan keuangan. Saat ini WKP Gunung Patuha dikelola oleh PT Geo Dipa Energi yang merupakan perusahaan patungan PT Pertamina (Persero) dan PT PLN (Persero) yang berdiri pada Juli 2002.

Sumur TCH (*temperature core hole*) memiliki kedalaman yang bervariasi dari 650-1.200 meter. Hasil pengukuran temperature memperlihatkan temperature maksimum yang bervariasi antara 179-229°C. Berdasarkan perhitungan geotermometer, temperature reservoir mencapai 270°C. WKP ini memiliki daerah prospek seluas kurang lebih 20 km², dengan asumsi ketebalan reservoir sekitar 65 MW, cadangan terduga 247 MW, dan cadangan terbukti 170 MW sehingga total cadangan mencapai 482MW. Pemegang WKP adalah PT Geo Dipa Energi.

Saat ini WKP Gunung Patuha memiliki delapan sumur dengan kedalaman berkisar antara 995 sampai 2.172 yang direncanakan akan dimanfaatkan sebagai sumur produksi dengan kapasitas produksi uap sekitar 60 MWe. Selain itu, di lapangan sudah tersedia pula tiga titik sumur yang direncanakan berfungsi sebagai sumur injeksi dengan variasi kedalaman antara 1.755-2701 m.

Pengembangan instalasi PLTP Patuha Unit I dengan kapasitas 55 MW dimulai pada pertengahan 2011 dan diperkirakan pada pertengahan 2013 PLTP Patuha Unit I sudah dapat beroperasi secara komersial. Untuk mengejar target, saat ini sedang dilakukan proses tender EPC untuk proyek tersebut.

Tabel 2.8 Kapasitas Produksi WKP Patuha

PLTP Patuha	Tahun Operasi	Kapasitas
Unit I	2014	55 MW
Unit II	2015	55 MW

Sumber: Dinas ESDM Jawa Barat, 2019

5. Wilayah Kerja Panas Bumi Cibuni

WKP Cibuni berada di wilayah Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. WKP ini dikelola oleh Koperasi Jasa Keahlian Teknosa (PT Yala Tekno Geothermal). Lokasi WKP Cibuni berada sekitar 47 km di sebelah barat daya Kota Bandung. Pengembangan WKP Cibuni mengalami penundaan sejak terbitnya Keppres No. 37 Tahun 1997 tentang Penundaan dan Penjadwalan Ulang beberapa Proyek PLTP.

Dari hasil survey dan analisis geofisika, daerah prospek panas bumi diperkirakan memiliki luas sekitar 10 km² dengan tebal reservoir sekitar 2 meter. Cadangan terduga diperkirakan sebesar 140 MW. Saat ini sumber daya panas bumi di daerah Kawah Cibuni telah dimanfaatkan sebagai objek wisata pemandian air panas di sekita WKP Cibuni telah dilakukan pengeboran panas bumi sebanyak 3 sumur eksproasi selama 1994-1997, oleh PT Yala Tekno Geothermal.

Dari hasil analisis teknis dan ekonomi yang telah dilakukan, sebenarnya PLTP Cibuni layak dikembangkan dan dijadikan pembangkit listrik. Dengan kapasitas PLTP Cibuni sebesar 10 MW diperkirakan akan dapat menyuplai energi listrik sekitar 70 GWh per tahun bagi masyarakat sekitar.

2.2.4 Penerapan Program CSR (*Community Development Responsibility*) Perusahaan Panas Bumi dalam Pengembangan Masyarakat sekitar Panas Bumi.

Program Community Development dapat didefinisikan sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Hal terpenting dari program *Community*

Development adalah aturan yang mewajibkan programnya harus berkelanjutan dan ramah lingkungan (*sustainable*). Melakukan program *Community Development* yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan sendiri berupa citra perusahaan maupun *stakeholders* yang terkait. Program *Community Development* yang berkelanjutan diharapkan dapat membantu program *Community Development* menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Kepedulian perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional merupakan wujud nyata dari pelaksanaan di Indonesia dalam upaya penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia.

Beragam upaya Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan CSR di wilayah Propinsi, Kabupaten dan Kota bersangkutan. Secara konvensional sumber pendanaan pembangunan daerah berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Dana Perimbangan. Namun beberapa tahun terakhir muncul keterlibatan pembiayaan oleh masyarakat dan dunia usaha melalui program CSR atau Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Pada akhir Januari 2013, Pemerintah Propinsi Jawa Barat juga telah menerbitkan Peraturan Daerah tentang Pedoman Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan serta Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Jawa Barat. Di samping Perda tersebut, Jawa Barat juga telah memiliki peraturan untuk memfasilitasi sinergitas dan koordinasi pelaksanaan CSR sebagai tanggungjawab sosial perusahaan dalam menunjang pembangunan Jawa Barat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peraturan tersebut meliputi: (1) Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 30 tahun 2011 tentang Fasilitas Penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Jawa Barat, dan ditunjang dengan Keputusan Gubernur Jawa Barat antara lain:

(a) Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 536/Kep.791/Bapp/2011 tentang Tim Fasilitas Penyelenggaraan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Jawa Barat, dan

(b) Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 537/Kep.791/ Bapp/2011 tentang Duta CSR Dalam Penyelenggaraan Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Jawa Barat. Selain itu, di Jawa Barat juga telah terbentuk Forum CSR. Forum dengan anggota sekitar 60 perusahaan, BUMD, dan BUMN yang tersebar di wilayah Jawa Barat telah membangun ratusan ruang kelas baru, sejumlah Puskesmas pelayanan “*obstetric neonatal emergensi dasar: PONED*” di 14 kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat, dan sebagainya.

CSR bagi perusahaan merupakan kewajiban hukum sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan

Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, serta PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Tanggung jawab sosial perusahaan selain merupakan suatu kewajiban hukum, sesungguhnya bagi perusahaan membawa dampak positif tersendiri yaitu dalam rangka membangun reputasi citra perusahaan. Kepedulian terhadap masalah-masalah sosial, baik dalam lingkup kegiatan yang secara langsung bersentuhan dengan masyarakat maupun kegiatan yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan yang dilakukan perusahaan melalui aktivitas CSR pada gilirannya membawa reputasi baik serta berpengaruh bagi perusahaan, salah satunya dapat meningkatkan loyalitas konsumen atau masyarakat terhadap perusahaan. Dalam perkembangannya, CSR telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan secara bersama sama antara pemerintah, masyarakat dan dunia usaha berdasarkan prinsip saling menguntungkan (kemitraan).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang diamanatkan oleh Pasal 74 ayat (2) Undang Undang NO. 40 Tahun 2007 pada intinya mengatur bahwa bahwaperseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Lebih lanjut, Pasal 55 huruf b UU.No.25 Tahun 2007 mengatur bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab perusahaan. Namun demikian, dalam implementasinya hasil studi terdahulu menunjukkan implementasi ketentuan tentang kewajiban CSR masih belum efektif. Ironis memang, meskipun kegiatan CSR yang dilaksanakan baik secara voluntary maupun mandatory sesungguhnya mampu mendatangkan citra positif baik bagi perusahaan maupun masyarakat, namun dalam tataran praktik implementasinya belum maksimal. Berangkat dari realita tersebut, implementasi CSR tetap menyisakan ruang untuk dikaji dan diteliti lebih lanjut. Dengan kata lain, urgensi mengkaji CSR, termasuk implementasi CSR, khususnya pada perusahaan di Kabupaten Kabupaten Bandung diharapkan berkontribusi sebagai salah satu alternative peningkatan penegakan hukum kedepannya di bidang tanggung jawab sosial perusahaan. Sejauh ini Kabupaten Bandung belum memiliki Peraturan Daerah yang mengatur mengenai kegiatan CSR dari perusahaan-perusahaan atau perseroan di Kabupaten Bandung.

Program Penilaian Peringkat Kinerja perusahaan yang selanjutnya disebut PROPER adalah program penilaian terhadap upaya penanggung jawab usaha dan atau kegiatan dalam mengendalikan pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup (Pasal 1 Ayat (1) Keputusan Menteri Lingkungan Hidup (KepMenLH) Nomor: 127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.

PROPER merupakan salah satu sarana kebijaksanaan (*policy tool*) yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dalam rangka mendorong penataan penanggung jawab usaha dan/ atau kegiatan terhadap berbagai peraturan

perundang-undangan di bidang lingkungan hidup, melalui “instrumen informasi” dengan melibatkan masyarakat secara aktif. Oleh sebab itu, PROPER terkait erat dengan penyebaran informasi kinerja penerapan masing-masing perusahaan kepada seluruh stakeholder pada skala nasional.

Penilaian proper perusahaan akan menampilkan citra/reputasi sesuai bagaimana pengelolaan lingkungannya. Citra tersebut dinilai dengan warna emas, hijau, biru, merah dan hitam. Proper emas merupakan proper yg terbaik, artinya perusahaan tersebut sudah menerapkan pengelolaan lingkungan secara menyeluruh dan kontinu. Jika sebuah perusahaan mendapat 2x warna hitam secara berturut-turut, perusahaan tersebut bisa dituntut dan usaha akan dihentikan.

Mekanisme dan Kriteria PROPER:

PROPER Emas: adalah Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan melakukan upaya-upaya pengembangan masyarakat secara berkesinambungan.

PROPER Hijau: adalah perusahaan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan, telah mempunyai: Keanekaragaman Hayati, Sistem Manajemen Lingkungan, 3R Limbah Padat, 3R Limbah B3, Konservasi Penurunan Beban Pencemaran Air, Penurunan Emisi, Efisiensi Energi.

PROPER Biru: adalah perusahaan Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku (telah memenuhi semua aspek yang dipersyaratkan oleh KLH) ini adalah nilai minimal yang harus dicapai oleh semua perusahaan dalam bidang: Penilaian Tata Kelola Air, Penilaian Kerusakan Lahan, Pengendalian Pencemaran Laut, Pengelolaan Limbah B3, Pengendalian Pencemaran Udara, Pengendalian Pencemaran Air, Implementasi AMDAL.

PROPER Merah: adalah perusahaan sudah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dalam bidang: Penilaian Tata Kelola Air, Penilaian Kerusakan Lahan, Pengendalian Pencemaran Laut, Pengelolaan Limbah B3, Pengendalian Pencemaran Udara, Pengendalian Pencemaran Air, Implementasi AMDAL.

PROPER Hitam: adalah peringkat paling bawah dalam mengelola lingkungan, Belum melakukan upaya dalam pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan sehingga berpotensi mencemari lingkungan, dan beresiko untuk ditutup ijin usahanya oleh KLH dalam bidang: Penilaian Tata Kelola Air, Penilaian Kerusakan Lahan, Pengendalian Pencemaran Laut, Pengelolaan Limbah B3, Pengendalian Pencemaran Udara, Pengendalian Pencemaran Air, Implementasi AMDAL.

Kriteria ketaatan digunakan untuk pemeringkatan adalah biru, merah dan hitam. Sedangkan kriteria penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan (*beyond compliance*) adalah hijau dan emas.

Perusahaan Panas Bumi yang terdapat di Kabupaten Bandung telah melakukan banyak program CSR yang dilaporkan tiap tahunnya untuk Penilaian PROPER. PT. Pertamina Geothermal Energy Kamojang telah meraih sepuluh medali emas berturut-turut mulai dari 2010 hingga sekarang. PT Star Energi Wayang Windu juga memperoleh PROPER Emas di beberapa tahun belakangan. Sedangkan PT. Geo Dipa Unit Patuha yang merupakan perusahaan panas bumi baru, mendapatkan PROPER Biru di tahun 2020.

2.2.5 Penerapan Bonus Panas Bumi di Kabupaten Bandung

Dalam rangka mengetahui Penerapan Bonus Panas Bumi di Kabupaten Bandung, perlu diketahui terlebih dahulu berbagai hal produk hukum mengenai Panas Bumi dan Tata Cara Pemberian Bonus Panas Bumi. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 217, bahwa Panas Bumi merupakan sumber daya alam terbarukan dan merupakan kekayaan alam yang berada di dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa yang mempunyai peranan penting untuk menunjang pembangunan nasional yang berkelanjutan guna mewujudkan kesejahteraan rakyat. Panas Bumi merupakan energi ramah lingkungan yang potensinya besar dan pemanfaatannya belum optimal sehingga perlu didorong dan ditingkatkan secara terencana dan terintegrasi guna mengurangi ketergantungan terhadap energi fosil. Dalam rangka menjaga keberlanjutan dan ketahanan energi nasional serta efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan Panas Bumi untuk pemanfaatan tidak langsung sebagai pembangkit tenaga listrik, kewenangan penyelenggaraannya perlu dilaksanakan oleh Pemerintah. Berbagai regulasi mengenai penyelenggaraan usaha Panas Bumi tertulis di UU RI no 21 tentang 2014.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI nomor 28 tahun 2016, tentang Besaran dan Tata Cara Pemberian Bonus Produksi Panas Bumi. Bonus Produksi Panas Bumi adalah kewajiban keuangan yang dikenakan kepada pemegang izin panas bumi, pemegang kuasa perusahaan sumber daya panas bumi, pemegang kontrak operasi bersama perusahaan sumber daya panas bumi, dan pemegang izin perusahaan sumber daya panas bumi atas pendapatan kotor dari penjualan uap panas bumi dan/atau listrik dari pembangkit listrik tenaga panas bumi.

Berdasarkan Pasal 2 ayat (3) dan Pasal 8 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2016 Tentang Besaran dan Tata Cara Pemberian Bonus Produksi Panas Bumi, bonus produksi diberikan kepada pemerintah daerah penghasil dan pemerintah daerah penghasil memprioritaskan pemanfaatan bonus produksi dimaksud bagi masyarakat di wilayah kerja; Bonus Produksi dikenakan sebesar 1% (satu persen) atas pendapatan kotor dari penjualan uap panas bumi; atau 0,5% (nol koma lima persen) atas pendapatan kotor dari penjualan listrik. Perhitungan Bonus Produksi dari pemegang Izin Panas Bumi dilakukan secara tahunan dengan periode pencatatan mulai tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember. Perhitungan Bonus Produksi dari pemegang kuasa perusahaan sumber daya panas bumi, pemegang kontrak operasi bersama perusahaan sumber daya panas bumi, dan pemegang izin perusahaan

sumber daya panas bumi dilakukan secara triwulanan menyesuaikan dengan periode Setoran Bagian Pemerintah Pusat.

Berdasarkan Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Rekonsiliasi, Penyetoran dan Pelaporan Bonus Produksi Panas Bumi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 458). Setoran Bagian Pemerintah yang selanjutnya disebut Setoran Bagian Pemerintah Pusat adalah setoran yang wajib dilakukan pemegang kuasa perusahaan sumber daya panas bumi, pemegang kontrak operasi bersama perusahaan sumber daya panas bumi, dan pemegang izin perusahaan sumber daya panas bumi kepada negara atas bagian Pemerintah sebesar 34% (tiga puluh empat persen) dari penerimaan bersih usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Rekening Kas Umum Daerah adalah rekening tempat penyimpanan uang daerah yang ditentukan oleh gubernur/bupati/walikota untuk menampung seluruh penerimaan daerah dan membayar seluruh pengeluaran daerah pada bank yang ditetapkan.

Untuk memperkirakan besaran Bonus Produksi, pemegang Izin Panas Bumi, pemegang kuasa perusahaan sumber daya panas bumi, pemegang kontrak operasi bersama perusahaan sumber daya panas bumi, dan pemegang izin perusahaan sumber daya panas bumi wajib menyampaikan rencana tahunan produksi uap panas bumi dan/atau listrik dari PLTP yang akan dijual termasuk rencana besaran Bonus Produksi. Rencana besaran Bonus dihitung dengan ketentuan 1% (satu persen) atas pendapatan kotor dari rencana penjualan uap panas bumi atau b. 0,5% (nol koma lima persen) atas pendapatan kotor dari rencana penjualan listrik, dengan didasarkan pada asumsi nilai tukar APBN. Rencana tahunan produksi uap panas bumi dan atau listrik dari PLTP kepada Menteri melalui Direktur Jenderal paling lambat tiga bulan sebelum dimulai tahun takwim sesuai dengan format dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Berdasarkan Peraturan Bupati Bandung Nomor 116 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pemanfaatan Bonus Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bandung. Pemerintah Daerah menerima Bonus Produksi dari pemegang izin panas bumi, pemegang kuasa perusahaan sumber daya panas bumi, pemegang kuasa perusahaan sumber daya panas bumi, pemegang kontrak operasi bersama perusahaan sumber daya panas bumi atas pendapatan kotor dari penjualan uap panas bumi dan/atau listrik dari pembangkit listrik tenaga panas bumi. Bonus Produksi sebagaimana dimaksud diterima Pemerintah Daerah melalui Rekening Kas Umum Daerah. Pendapatan Bonus Produksi dicantumkan dalam APBD. Penganggaran pendapatan yang bersumber dari Bonus Produksi dicantumkan dalam APBD tahun berjalan. Alokasi pemanfaatan Bonus Produksi ditetapkan sebagai berikut:

- a. 50% untuk wilayah terdampak perusahaan panas bumi, yakni wilayah yang berada dalam radius terdekat dengan sumber kegiatan eksplorasi panas bumi dan/atau terdampak langsung dengan keberadaan proyek sesuai dengan hasil penetapan kawasan terdampak akibat kegiatan eksplorasi panas bumi, serta wilayah yang dekat dengan proyek dan/atau terdampak langsung dengan

keberadaan proyek sesuai perizinan dan atau dokumen perusahaan yaitu mencakup Wilayah Kecamatan Ibum, Kecamatan Kecamatan Kertasari, Kecamatan Pangalengan, Kecamatan Pasirjambu, Kecamatan Ciwidey dan Kecamatan Rancabali;

- b. 50% untuk program prioritas pembangunan Daerah yang telah ditetapkan dalam rencana pembangunan jangka menengah Daerah.

Penggunaan dana Bonus Produksi sebagaimana dimaksud pada point (a) dipergunakan untuk membiayai pelaksanaan program dan kegiatan di bidang pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Prioritas penggunaan dana Bonus Produksi sebagaimana dimaksud adalah program dan kegiatan yang merupakan bagian dari perencanaan pembangunan yang tidak terpisah dari prioritas pembangunan daerah, antara lain:

- a. Sarana dan prasarana wilayah (Jalan, irigasi, jembatan, PJU, air bersih);
- b. Pendidikan (sarana dan prasaran pendidikan);
- c. kesehatan (sarana dan Prasarana pendidikan);
- d. Kesehatan (Sarana dan Prasaran Kesehatan);
- e. Ketahanan pangan;
- f. sarana dan prasarana dasar;
- g. Fasilitas sosial (sarana olahraga; taman bermain. Pos Keamanan, Perpustakaan, Ruang Terbuka Hijau (RTH), sarana keagamaan).

Penyesuaian alokasi perlu mempertimbangkan: kondisi wilayah akibat adanya suatu wabah pandemic atau kondisi darurat dan kepadatan penduduk daerah/wilayah penghasil panas bumi. Pemanfaatan Bonus Produksi sebagaimana dimaksud pada point (b) harus sesuai dengan dokumen perencanaan Daerah. Besaran pemanfaatan Bonus Produksi ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

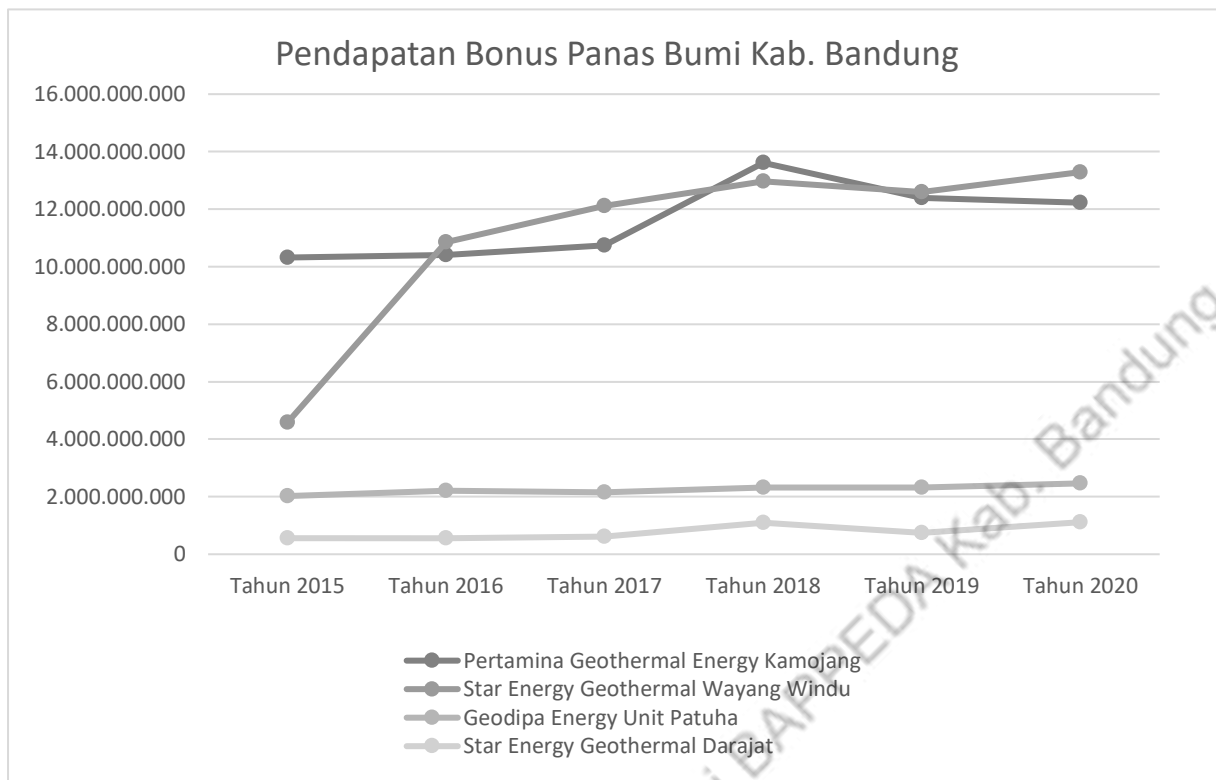
Perangkat Daerah pelaksana kegiatan yang bersumber dari dana Bonus Produksi bertanggung jawab baik formal maupun material atas penggunaan anggaran yang diterimanya. Pelaporan pertanggungjawaban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling sedikit 1 (satu) kali dalam setahun sesuai dengan format laporan sesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Untuk pelaksanaan monitoring dan evaluasi Bonus Produksi, Bupati membentuk tim monitoring dan evaluasi yang tergabung atas beberapa Perangkat Daerah terkait. Hasil monitoring dan evaluasi sebagaimana dimaksud disampaikan kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah dengan tembusan kepala Perangkat Daerah yang mempunyai tugas dan fungsi di bidang pengawasan tim ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

Pendapatan Bonus Panas Bumi Kabupaten Bandung cukup fluktuatif tapi cenderung meningkat dari tahun ke tahunnya. Pendapatan Hasil Bonus Panas Bumi Kabupaten Bandung dapat digambarkan pada grafik berikut.



Gambar 2.3 Total Pendapatan Bonus Panas Bumi Tahun 2015-2020
 Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung

Berdasarkan Porsi pendapatan dari empat Perusahaan Panas Bumi di Kabupaten Bandung, dapat dijabarkan bahwa PT. Pertamina Geothermal Energy Kamojang dan Star Energy Geothermal Wayang Windu, menyumbangkan porsi yang besar dari total hasil pendapatan Bonus Panas Bumi tiap tahunnya. Hal ini dikarenakan PT Pertamina Geothermal Energi Kamojang dan PT. Star Eergy Geothermal Wayang Windu telah banyak melakukan pengembangan Unit, sedangkan PT. Geodipa Unit Patuha masih akan melakukan pengembangan Unit II, hal tersebut dikarenakan PT. Geodipa Unit Patuha merupakan perusahaan Panas Bumi yang baru dikembangkan sejak tahun 2014. Hasil dari Bonus Panas Bumi PT Star nergy Geothermal Darajat tidak terlalu besar dikarenakan Porsi Kawasan Wilayah Kerja lebih banyak di Kabupaten Garut dibandingkan dengan Kabupaten Bandung, sehingga Bonus pendapatan Panas Bumi dibagi berdasarkan persentase luasan kawasan yang digunakan untuk usaha panas bumi dari hasil produksi keseluruhan. Gambaran Pendapatan Bonus Panas Bumi dari empat perusahaan panas bumi Kabupaten Bandung dapat dijabarkan sebagaimana berikut.



Gambar 2.4 Data Pendapatan Bonus Panas Bumi Kabupaten Bandung
 Sumber: Badan Pendapatan Daerah

Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Nomor 976/Kep. 711-Perek/2019 Tentang Penetapan Alokasi Penggunaan Hasil Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bandung Tahun 2020, ditetapkan sebesar RP. 29.000.0000,- yang dialokasikan untuk program, pengembangan sarana prasarana, ketahanan pangan dan kesehatan. Sedangkan berdasarkan surat Keputusan Bupati Bandung Nomor 542/Kep.242-SDA/2021 Alokasi Penggunaan Hasil Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bandung Tahun 2020, ditetapkan sebesar RP. 20.414.161.773,- untuk program, pengembangan sarana prasarana di sekitar Kawasan Panas Bumi.

Bab III

Analisis Potensi Wisata Kawasan Panas Bumi

Berdasarkan kajian Identifikasi dan Inventaris Potensi Geowisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung yang telah dilakukan pada tahun 2020, terdapat lima wilayah kerja panas bumi (WKP) di Kabupaten Bandung yang memiliki beragam potensi wisata, yaitu WKP Kamojang, WKP Wayang Windu, WKP Patuha, WKP Cibuni dan WKP Darajat, namun sebagian besar kawasan di WKP Darajat berada di Kabupaten Garut, oleh sebab itu pada kajian analisis Strategi Potensi Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung yang dilakukan pada tahun 2021 saat ini, potensi wisata WKP Darajat tidak dilakukan analisis lebih lanjut. Secara garis besar Potensi Wisata di Wilayah Kerja Panas Bumi baik di Kamojang, Wayang Windu, Patuha maupun Cibuni sangat beragam baik potensi alam, buatan maupun budaya. Berbagai potensi tersebut telah terangkum secara detail pada kajian yang telah dilakukan di tahun 2020, mengenai *"Identifikasi dan Inventaris Potensi Geowisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung"* namun untuk memberikan gambaran singkat mengenai potensi tersebut, akan dijabarkan sebagaimana berikut:

3.1 Analisis Potensi dan Gambaran Umum Wilayah Kerja Panas Bumi Kamojang

A. Luas Administrasi Kawasan Kamojang

Kawasan Kamojang merupakan suatu kawasan yang memiliki potensi panas bumi dan berada di wilayah Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut provinsi Jawa Barat. Berdasarkan Keputusan Menteri Pertanian Nomor: 170/KptsUm/3/1979, penunjukan Cagar Alam Kawah Kamojang seluas 7.500 Ha dan Taman Wisata Alam Kawah Kamojang seluas 500 Ha. Hasil pengukuran dan penataan batas tahun 1982 yang tertuang dalam Berita Acara Tata Batas tanggal 7 Agustus 1982 dan Keputusan Menteri Kehutanan Nomor: 110/Kpts- Informasi Kawasan Konservasi lingkup BBKSDA Jabar, 2016 Hal. 82 II/1990 tanggal 14 Maret 1990, CA/TWA Kawah Kamojang ditetapkan seluas 8.286 Ha (CA. 7.751 Ha dan TWA = 535 Ha). Berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan Nomor: 433/Kpts-II/1994 tanggal 5 Agustus 1994 menetapkan lahan kompensasi seluas 12,196 Ha yang menjadi bagian kawasan Cagar Alam sehingga luas Cagar Alam Kamojang menjadi 7.763,196 Ha dan luas Kawasan Taman Wisata Alam 535 Ha sehingga luas keseluruhan Cagar Alam dan Taman Wisata Alam Kawah Kamojang menjadi 8.298,196 Ha.

B. Letak Geografis dan Administrasi CA/TWA Kamojang

Secara geografis Kawasan CA/TWA Kamojang terletak antara 7°7'00" - 7°12'00" Lintang Selatan dan antara 107°42'00" - 107°54'00" Bujur Timur. Keadaan lapangan secara umum topografinya bergelombang dengan ketinggian tempat antara 500 - 1.000 meter di atas permukaan laut. Menurut klasifikasi Schmidt dan Ferguson.

Secara administrasi berada di perbatasan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut, yaitu: Desa Laksana, Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung, sekitar 40 km arah tenggara dari Kota Bandung dan Desa Sukakarya, Kecamatan Samarang, Kabupaten Garut, sekitar 23

km dari Kota Garut. Lokasi PGE berada di kawasan Cagar Alam Kamojang berada dibawah pengelolaan Balai Konservasi Sumber daya Alam (BKSDA) Jawa Barat, berada pada jalur Transmisi Jawa Madura dan Bali (Jamali). Meskipun berada di kawasan hutan cagar alam, kawasan PGE memiliki kawasan yang langsung berhubungan dengan masyarakat sekitar yang berada di Kabupaten Garut dan Kabupaten Bandung.

C. Pengelolaan Kawasan CA/TWA Kamojang

Kebijakan pemerintah terhadap kawasan Kamojang dibagi menjadi dua bagian pelaksana karena kawasan Kamojang terletak di daerah perbatasan antara Kabupaten Bandung dengan Kabupaten Garut. Pemerintah Kabupaten Bandung berfungsi sebagai fasilitator, dalam arti memberikan fasilitas yang dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan kepariwisataan, seperti dalam hal investasi di bidang pariwisata dan peningkatan kedatangan wisatawan. Kebijakan pemerintah mengenai pajak pendapatan wisata alam TWA Kawah Kamojang dialokasikan oleh pemerintah Kabupaten Bandung. Pemerintah Daerah Kabupaten Garut tidak mempunyai kebijakan secara langsung dalam pengelolaan dan pengembangan TWA Kawah Kamojang karena secara administrasi blok pemanfaatan TWA Kawah Kamojang berada di Kabupaten Bandung. Akan tetapi Pemerintah Daerah Kabupaten Garut mempunyai kebijakan secara tidak langsung dalam mendukung pengembangan TWA Kawah Kamojang, yaitu dengan membangun sarana dan prasarana di jalur ke arah TWA Kawah Kamojang seperti pembangunan hotel atau penginapan, oleh karena itu orang-orang berpikiran bahwa daerah kamojang masuk ke dalam wilayah administratif Garut serta didukung oleh akses jalan dan transportasi untuk menuju Kamojang lebih mudah dicapai melalui Garut.

Kebijakan terhadap pengembangan panas bumi Kamojang terbagi menjadi dua yaitu, Pertamina Area Panas Bumi EP Kamojang dan PT. Indonesia Power. Kedua perusahaan tersebut tidak mempunyai kewenangan dan kebijakan secara langsung berhubungan dengan pengembangan dan pengelolaan TWA Kawah Kamojang karena pengelolaan wisata alam TWA Kawah Kamojang diserahkan pengusahaannya kepada Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Jawa Barat dan Banten (KPH Bandung Selatan) dan pengelola kawasannya oleh BKSDA Jawa Barat II. PT. Pertamina Geotermal Energy lebih berperan dalam Peningkatan Efektifitas Pengelolaan Kawasan dan Pembangunan Pusat Konservasi Elang Jawa sesuai dengan Perjanjian Kerjasama No. PKS.1127/BBKSDA. JABAR.1/2013 tanggal 24 Oktober 2011 003.PGE240/2013-SO.

D. Profil Stakeholder terkait Kawasan CA/TWA Alam Kamojang

1. Balai Konservasi Sumberdaya Alam (BKSDA) Provinsi Jawa Barat

Suatu Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) adalah unit pelaksana teknis setingkat eselon III (atau eselon II untuk balai besar) di bawah Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Kementerian Kehutanan Republik Indonesia. BKSDA bertugas untuk mengelola kawasan-kawasan konservasi, khususnya hutan-hutan suaka alam (suaka margasatwa, cagar alam) dan taman wisata alam. Selain itu BKSDA juga bertanggung jawab mengawasi dan memantau peredaran tumbuhan dan satwa yang dilindungi di wilayahnya; termasuk pula memantau upaya-upaya penangkaran dan pemeliharaan

tumbuhan dan satwa dilindungi oleh perorangan, perusahaan dan lembaga-lembaga konservasi terkait. Berdasarkan Peraturan Menteri Kehutanan Nomor: P.02/Menhut-II/2007 tanggal 1 Februari 2007 tentang Organisasi dan Tata kerja Unit Pelaksana Teknis Konservasi Sumber Daya Alam, BKSDA Wilayah Jawa Barat berperan dalam pengembangan geowisata kamojang sebagai sosok central karena pengelolaan alam disekitar kawah yang menjadi potensi geowisata juga berada di bawah perlindungan dari BKSDA, namun masih belum adanya realisasi MOU antara BKSDA dengan desa wisata dalam membentuk kerjasama untuk mengembangkan geowisata di kamojang.

2. Lembaga Swasta

a. PT. Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang

PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang (PGE Area Kamojang) adalah bagian dari PT Pertamina Geothermal Energy yang merupakan anak perusahaan PT PERTAMINA (PERSERO) pada sektor hulu sampai hilir yang menangani kegiatan usaha panas bumi. Kapasitas produksi PGE Area Kamojang adalah 1.752 GWh/tahun (setara 3,4 juta Barrel Oil Equivalent/tahun). PGE Area Kamojang mendukung pengembangan energi baru dan terbarukan ditandai dengan diresmikannya PLTP unit V oleh menteri ESDM tanggal 12 Januari 2013.

Era baru bagi energi panasbumi di Indonesia diawali dengan peresmian Lapangan Geothermal Kamojang milik PT PERTAMINA (PERSERO) pada tanggal 29 Januari 1983 sebagai lapangan panasbumi pertama di Indonesia ditandai dengan diresmikannya PLTP Kamojang Unit I oleh Presiden Republik Indonesia dan Perdana Menteri Selandia Baru. Selanjutnya dikembangkan PLTP Kamojang Unit II & III serta Unit IV yang beroperasi masing-masing pada tahun 1988 dan 2008. PGE Area Kamojang terletak sekitar 40 km sebelah tenggara kota Bandung tepatnya di Desa Laksana, Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung, Jawa Barat dengan ketinggian rata-rata 1.500 m dpl.

Keberhasilan PGE Area Kamojang dalam pengelolaan perusahaan panasbumi dengan menerapkan integrasi aspek sustainabilitas bisnis panasbumi, lingkungan, serta *Community Development*. Dengan menerapkan manajemen QHSE integrasi sistem manajemen mutu, lingkungan, dan keselamatan kerja (ISO 14001, ISO 9001 dan OHSAS 18001), dan menetapkan Rencana Strategis (RENSTRA) sejak tahun 2008, maka PGE Area Kamojang menjadi menjadi *center of excellence* perusahaan panasbumi. Hal ini dibuktikan dengan sustainabilitas operasional lebih dari 30 tahun, PLTP Kamojang Unit IV telah ter-register dan mendapatkan CERs (*Certified Emission Reductions*) pada program *Clean Development Mechanism* (CDM) di UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*), serta pengembangan PLTP Kamojang Unit V yang telah ter-register pertanggal 28 Nopember 2012.

PGE Area Kamojang menetapkan Kebijakan Perusahaan, menerapkan manajemen QHSE dan melaksanakan Program Rencana Strategis (RENSTRA). Pelaksanaan RENSTRA meliputi bidang sistem manajemen lingkungan, konservasi sumber daya,

pengelolaan limbah, perlindungan keanekaragaman hayati serta *Community Development* yang didukung hasil *social mapping*. Setelah berhasil dalam pengembangan pusat pemberdayaan masyarakat sekitar PKBM Annur maka Program unggulan tahun 2012-2013 bertema “*Sustainable Community Development - Mewujudkan Harmoni Alam dan Masyarakat*” yang di dalamnya terdapat program budidaya jamur geothermal, Koperasi Produsen Kamojang Sejahtera sebagai wadah kelompok tanaman herbal, ternak domba dan bank sampah, Green School SD Kamojang, pengembangan borondong, program dusun bersih Kamojang.

Peran PGE sangat central juga di kamojang, selain banyak program pengembangan desa nya di berbagai sektor, perhatian PGE juga cukup baik terhadap pengelolaan pariwisata dengan membuat jalan ke kawah kereta dan kawah hujan menjadi bagus dengan memasang *paving block*. namun realisasi market pengembangan desa wisata laksana masih belum di realisasikan serta di harapkan.

b. PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkit (UBP) Kamojang

PT Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkit (UBP) kamojang merupakan salah satu dari sembilan unit bisnis yang dimiliki oleh PT Indonesia Power. Dengan demikian berdirinya UBP kamojang akan sangat erat hubungannya dengan sejarah berdirinya PT Indonesia Power. sejarah terbentuknya PT Indonesia Power dipicu oleh kebijakan pemerintah indonesia yang memandang perlunya deregulasi di sektor ketenagalistrikan yang ditindaklanjuti dengan kerpres No.37 tahun 1992 tentang pemanfaatan sumber dana swasta melalui pembangkit-pembangkit listrik swasta. PLTP ini dibangun secara bertahap di mulai pada tahun 1983 yang di tandai dengan peresmian unit satu oleh Presiden Soeharto tanggal 7 february 1983. selanjutnya unit II dan III kamojang beroperasi mulai pada bulan juni dan november tahun 1987. adapun visi PT Indonesia Power adalah menjadi perusahaan publik dengan kinerja berkelas dunia dan bersahabat dengan lingkungan, sedangkan misinya yaitu melakukan usaha dalam bidang ketenagalistrikan dan mengembangkan usaha-usaha lainnya yang berkaitan, berdasarkan kaidah industri dan niaga yang sehat, guna menjamin keberadaan dan pengembangan perusahaan dalam jangka panjang. Dari visi dan misi serta tujuan dari perusahaan indonesia power tersebut dapat dilihat bahwa peran Indonesia Power juga sangat penting di kamojang, sebagai salah satu dari dua perusahaan pembangkit listrik tenaga panas fungsinya dalam pengelolaan daya tarik wisata cukup baik dengan mengembangkan sentra makanan tradisional dan pengelolaan limbah koran serta beberapa program lainnya yang tersebar di kamojang dan daerah garut, hal tersebut diharapkan mampu mengembangkan sektor pariwisata di kamojang, dengan program CSR serta mitra dengan desa wisata dalam khusus mengembangkan beberapa destinasi dan potensi yang ada juga diharapkan berjalan dengan baik dan terealisasi, namun terdapat beberapa kekurangan, diantaranya publikasi dan promosi dalam wisata edukatif belum terlalu berjalan intensif sehingga diharapkan adanya mitra dengan desa wisata laksana tersebut bisa berjalan dengan baik.

b. Lembaga Masyarakat

1. Kompepar

Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) Desa Wisata Laksana Suatu Kelompok Penggerak Wisata yang berada di Desa di Kabupaten Bandung yang diberikan Surat Keputusan Bupati Bandung dengan Nomor: 556.42/Kep.71-Dispapar/2011. Tujuan terwujudnya Desa Laksana sebagai destinasi ekowisata yang berdaya saing internasional berbasiskan budaya dan berwawasan lingkungan untuk kesejahteraan masyarakat yang mandiri secara berkelanjutan. Namun pengelolaannya dalam pengembangan desa wisata masih sangat minim karena realisasi untuk melakukan mitra dengan beberapa *stakeholder* terkait yang berada di sekitar kawasan desa belum terjalin dengan maksimal mengenai pengelolaan geowisata, hal tersebut menyebabkan pengembangan kawah yang menjadi daya tarik geowisata dapat dikatakan belum sesuai dengan target yang diinginkan. Selain itu, bentuk kelembagaan Kompepar Desa Laksana yang telah disusun belum sepenuhnya menjalankan sebagaimana tugasnya dan belum terjalin kerjasama antar anggota organisasi yang tersebar di beberapa RW. Hal ini dikarenakan adanya kecemburuan sosial mengenai pembagian aktivitas antar wilayah RT karena posisi letak fokus kegiatan tidak tersebar secara merata, ditambah dengan kurangnya adalah pemahaman mengenai pengelolaan pariwisata, sehingga anggota pengurus belum mengerti kemana arah pengembangan desa wisata ini sesuai dengan pengembangan pengelolaan wisata yang lebih menarik minat pengunjung.

b. Kelompok Usaha Mandiri Bina Mitra Panas Bumi Kamojang

Kelompok usaha mandiri adalah sebuah kelompok yang digagas oleh senior Karang Taruna yang tergabung dalam MPKT (Majelis Pertimbangan Karang Taruna) dan juga tokoh masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membangun Kamojang lebih maju menuju masyarakat yang mandiri dan sejahtera. Sejarah berdirinya kelompok ini berawal dari silaturahmi manajemen PT Indonesia Power UBP Kamojang yang pada saat itu di sarankan untuk membuat kelompok pemberdayaan masyarakat, maka pada tanggal 10 juni 2008 lahirlah kelompok tersebut yang berjumlah 20 orang. Dengan konsep “Pembangunan Dusun Mandiri Berbasis Amal Soleh dan Berwawasan Lingkungan”. KUM ini memproduksi berbagai olahan jamur, keripik peyeum dan memfasilitasi untuk kegiatan penanaman pohon.

E. Potensi Wisata di Kawasan Kamojang

1. Kawah Kamojang

Administrasi: Kawah Kamojang terletak di bagian Taman Wisata Alam Kamojang seluas 535 hektar, yang dapat diperuntukan untuk kawasan wisata dan dapat diakses oleh wisatawan

Pengelola: Balai Konservasi dan Sumber Daya Alam (BKSDA) Provinsi Jawa Barat dan Banten, masuk wilayah kelolaan seksi Garut Bidang III, BKSDA bekerja sama dengan PT. Pertamina Geothermal Energy.

Daya Tarik: Kawah Kamojang memiliki keunikan berupa beberapa kawah yang terpisah dan memiliki karakter yang berbeda-beda Kawah tersebut, yaitu: Kawah Berecek, Kawah Manuk, Kawah Sakarat, Kawah Kamojangm Kawah Gendang, Kawah Kereta Api, Kawasan *Stick Gas*, Kawah Hujan, Kawah Leutak, Kawah Baru, Kawah Saar, Kawah Cibuliran dan Kawah Bereum. Sumber air panas yang tersedia di kawasan Taman Wisata Alam Kamojang dapat dimanfaatkan untuk penyembuhan penyakit kulit. Suasana yang tenang dan jauh dari keramaian, dapat menjadi alternative untuk melepas kejenuhan sejenak dari suasana perkotaan.

Sarana Prasana yang tersedia: gerbang tiket, pos pemungutan tiket 2 unit, lapangan parkir, WC dan kamar mandi 2 (dua) unit dekat lokasi parkir dilengkapi dengan ruangan berendam. musholla 1 (satu) unit (uk. 5 m x 4 m), Pusat informasi 1 (satu) unit, Villa 1 (satu) unit, Shelter 3 (tiga unit), warung yang telah rapi berjumlah (lima) unit, Kantor Resor KSDA Kamojang 1 unit yang terletak di Jalan Raya Kamojang Desa Laksana Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung.

Permasalahan: Ketersediaan fasilitas pariwisata pada Kawah kamojang sudah tersedia, namun sangat dibutuhkan perbaikan karena beberapa sarana sudah tidak layak lagi untuk di gunakan, selain itu perlu dilakukan penambahan beberapa fasilitas, demi terciptanya kenyamanan bagi para wisatawan yang datang berkunjung. Pengembangan sarana prasarana wisata di kawasan Kawah Kamojang sangat terbatas, segala bentuk pembangunan dan pengembangan harus melalui persetujuan dan perijinan dan BKSDA Kamojang, karena kawah Kamojang berada di kawasan Taman Wisata Alam dan berdampingan dengan kawasan Cagar Alam yang sangat bernilai konservasi atau dilidungi untuk menjaga keuntuhan dari flora dan fauna di dalamnya.



Gambar: Kawah Manuk Kamojang



Gambar: Kawah Sakarat Kamojang



Gambar: Kawah Kamojang



Gambar: Kawah Leutak



Gambar: Kawah Baru Kamojang



Gambar: Kawah Saar Kamojang



Gambar: Kawah Cibuliran Kamojang

Gambar: Kawah Kereta Kamojang

Gambar 3.1 Variasi Kawah Kamojang

Sumber: Oktadiyani, 2006

2. Danau Ciharus

Administrasi: Danau Ciharus berada di dalam Cagar Alam Kamojang yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Pacet-Ciparay dan Kecamatan Tarogong dalam wilayah Dusun Kamojang.

Pengelola: Balai Konservasi dan Sumber Daya Alam (BKSDA) Provinsi Jawa Barat dan Banten, masuk wilayah kelolaan seksi Garut Bidang III

Daya Tarik: Danau Ciharus berfungsi untuk konservasi sumber daya air dan juga dapat digunakan sebagai penunjang pemenuhan persediaan air baku di wilayah Kecamatan Ibum. Danau Ciharus memiliki luas DAS sebesar 163,50 ha atau 1,63 km² dan luas genangan situ sebesar 10,1 ha dan dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan dan penelitian flora dan fauna.

Permasalahan: Danau Ciharus masuk ke dalam kawasan Cagar Alam Kamojang, bukan termasuk ke dalam kawasan Taman Wisata Alam Kamojang, oleh sebab itu Danau Ciharus hanya untuk kegiatan penelitian dan penunjang budidaya, akan tetapi karena keindahan alam dan suasana yang masih alami, cukup banyak pengunjung yang melakukan aktifitas motor trail, memancing dan berkemah (*camping*) disekitar kawasan danau, namun aktifitas tersebut meninggalkan banyak sampah. Akibatnya beberapa mata air telah kotor dan mengalami pendangkalan dimusim kemarau akibat sampah yang menumpuk. Selain itu, cukup banyak rute jalan setapak yang rusak dan tergerus hingga kedalaman setengah meter akibat dari gerusan motor *trail* yang masuk ke kawasan Danau Ciharus. Sebenarnya danau Ciharus memang cocok digunakan untuk wisata adventure atau petualangan dengan aktifitas berkemah, karena kawasannya yang luas, namun belum ada regulasi

dan penjagaan kawasan yang ketat oleh pengelola kawasan yaitu BKSDA. Oleh sebab itu pengunjung yang ingin datang ke danau Ciharus, seharusnya memiliki simaksi (surat izin masuk kawasan konservasi) yang didapat dari BKSDA, surat tersebut dapat menyeleksi pengunjung yang masuk ke dalam kawasan Danau Ciharus dengan tujuan yang lebih jelas yaitu untuk edukasi, penelitian, wisata konservasi atau *adventure* yang ramah lingkungan. Selain itu, setiap pengunjung yang memasuki kawasan danau Ciharus dikenakan tarif masuk, yang dapat digunakan untuk pengelolaan kawasan.



Gambar 3.2 Danau Ciharus

Sumber: <https://arifsetiawan.com/2015/06/danau-ciharus-ranukumbolonya-jawa-barat/>
(diakses 12-10-2020)

3. Curug Madi

Administrasi: Curug Madi merupakan air terjun yang berada di Desa Laksana. Lokasi Curug Madi berdekatan dengan PLTP Kamojang.

Pengelola: Belum ada pengelola

Daya Tarik: Curug Madi memiliki ketinggian sekitar 10-20 meter, dan bentuk aliran air terjun termasuk unik, karena bentuk aliran terbagi menjadi beberapa aliran di ketinggian yang lebih rendah. Curug utama terbilang cukup lebar, sekitar 15 meter. Jika arus tenang, seperti di musim kemarau, akan sangat menyenangkan untuk berenang dan mandi di Curug ini. Aliran air Curug Madi masih sangat bersih, karena termasuk kawasan hulu, dan aliran di atas kawasan Curug Madi masih belum tercemar. Curug Madi dikelilingi oleh batu-batu besar yang licin, disekitar curug terdapat lahan datar yang dapat digunakan sebagai area berkemah.

Permasalahan: Curug Madi merupakan salah satu destinasi yang belum dikelola, sehingga tidak ada sarana prasarana dan tiket masuk kawasan. Akses menuju curug Madi cukup sulit karena belum adanya papan informasi dan hanya dapat ditempuh dengan berjalan kaki melewati jalan setapak.



Gambar 3.3 Curug Madi

<https://www.jelajahgarut.com/curug-madi-keindahan-tersembunyi-sisi-lain-kamojang/>

4. Kamojang Hill Bridge (Jembatan Cukang Moteng)

Administrasi: Jembatan Cukang Monteng berada di Desa Laksana,

Daya Tarik: Jembatan tersebut memiliki Panjang sekitar 2,4 km dan menjadi penghubung Kabupaten Bandung dengan Garut. Jembatan ini membawa dampak baik bagi masyarakat sekitarnya, hal tersebut dikarenakan jembatan ini dapat menjadi akses yang memudahkan dan meningkatkan pengunjung dalam berwisata di kawasan Kamojang. Jembatan ini juga menjadi jalur alternatif saat arus mudik dan balik Lebaran sehingga dapat mengurangi kemacetan kendaraan di sekitar jalur Nagreg. Bahkan jembatan Cukang Monteng kini juga menjadi salah satu objek wisata untuk *berselfie*, disekitar Jembatan Cukang Monteng juga dibangun rest area, sehingga dapat memfasilitasi pengunjung untuk beristirahat dan menikmati suasana kawasan yang berada di kawasan pegunungan dan dikelilingi perkebunan



Gambar 3.4 Gambar: Kamojang Hill Bridge

Sumber: <https://inindonesiaku.com/kamojang-hill-bridge-sang-penghubung-cukang-monteng-dan-kawah-abadi>

5. Desa Wisata Laksana

Administrasi: Desa Wisata Laksana merupakan salah satu Desa yang ditetapkan menjadi Desa Wisata berdasarkan Surat Keputusan Bupati Kabupaten Bandung No.556.42. Kap.71.Disapor/ Tahun 2011 yaitu Penetapan Desa Laksana sebagai bagian dari 10 Desa Wisata di Kabupaten Bandung. Desa Wisata Laksana secara umum akan menawarkan berbagai aktivitas wisata alam, budaya dan minat khusus sesuai kebutuhan wisatawan.

Pengelola: Desa Wisata Laksana dikelola oleh Lembaga Desa wisata yang dibentuk pada tahun 2012. Kegiatan Desa Wisata yaitu mengakomodir penyajian paket wisata ke beberapa destinasi wisata sekitar wilayah Kamojang baik di dalam kawasan Desa Laksana maupun di daerah sekitarnya, yang dapat dikategorikan menjadi wisata alam, wisata seni dan budaya, wisata agro, wisata sejarah, wisata kuliner, dan wisata edukasi panas bumi (PLTP Kamojang dan PT Indonesia Power). Pengelola Desa Wisata Laksana sekaligus menjadi pemandu dan pramuwisata yang mengakomodasi keperluan wisatawan. Daya tarik Wisata yang tersedia di kawasan TWA Kamojang merupakan daya tarik

Desa Wisata Laksana termasuk dalam salah satu desa yang mendapatkan bantuan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang merupakan salah satu program unggulan PT Pertamina Geothermal Energy (PGE) dan PT Indonesia Power dalam mengembangkan aspek perlindungan lingkungan, edukasi, pelestarian budaya dan peningkatan ekonomian masyarakat sekitar dengan kegiatan pemberdayaan. Luaran dari beberapa program CSR, yaitu mengembangkan program wisata dan memberdayakan masyarakat sekitar, dengan berbagai pemberdayaan yang dapat meningkatkan perekonomian kawasan. Pengembangan Desa Wisata Laksana menjadi komitmen bersama antara Direktur Utama PGE dengan Bupati Bandung Jawa Barat yang diwujudkan dalam penandatanganan MoU Pengembangan Pariwisata di Kawasan Kamojang, khususnya di Desa Wisata Laksana.



Gambar 3.5 Penandatanganan MoU Pengembangan Desa Wisata Geothermal Kamojang antara Bupati Bandung dengan Direktur Utama Pertamina Geothermal Energy
Sumber: Dokumen Desa Laksana

Secara garis besar, segala potensi wisata di kawasan Kamojang dapat menjadi atraksi wisata dari Desa Wisata Laksana yang diakomodir dalam paket wisata oleh kelompok Desa Wisata yang telah dibentuk oleh Pemerintah Desa dan disetujui oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung, namun secara umum, produk dan potensi wisata yang dimiliki oleh masyarakat Desa Wisata Laksana secara budaya dan kearifan lokal dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

Daya Tarik Seni dan Budaya

a. Alat Musik

• Terebang Buhun

Daya Tarik: Pada masa lalu, seni terbang digunakan sebagai media dakwah Islam, melalui puji-pujian yang dilantunkan sepanjang pertunjukan berlangsung. Terbang Buhun dianggap pula memiliki kekuatan-kekuatan spiritual dan mitis, karena itu seringkali dipakai dalam upacara Ngaruwat, misalnya ngaruwat anak, ngaruwat rumah, dan lain-lain. Sanggar untul yang telah terbentuk di Des Laksana dapat menjadi sarana dalam melatih generasi muda untuk menjadi salah satu bagian dari pemain kesenian ini dan mensosialisasikannya kedalam kurikulum atau muatan lokal Pendidikan kepada sekolah-sekolah yang ada di Desa Laksana.



Gambar 3.6 Grup Terebang Buhun di Desa Laksana

Sumber: Dokumen Desa Laksana

Jika terdapat Event di Kamojang, atau jika memesan untuk berkunjung sebelumnya, pengunjung dapat menikmati pertunjukan permainan musik khas sunda. Pengunjung juga dapat mempelajari dan mencoba memainkan alat musik khas Sunda yang biasa di mainkan oleh warga Desa Laksana, alat musik tersebut yaitu:

• Celempung dan Karinding



Gambar 3.7 Alat Musik Celempung dan Grup Seni Karinding Sewu Putu

Sumber: Dokumen Desa Laksana

Permasalahan: Kesenian musik tradisional di kawasan Kamojang ini, baik Terebang Buhun, Celempung maupun Karinding sudah sangat jarang untuk dimainkan. Pertunjukan seni musik tradisional ini hanya dimainkan jika ada acara hajatan, atau festival kebudayaan yang sangat jarang untuk dilakukan. Beberapa tokoh masyarakat yang dapat memainkan alat musik tradisional tersebut sudah tua bahkan ada yang sudah meninggal. Sayangnya tidak banyak generasi muda di sekitar Kamojang yang mau mempelajari alat musik tersebut, sehingga kegiatan seni musik tradisional di sekitar Kamojang tersebut kemungkinan tidak dapat dilestarikan, jika tidak ada masyarakat atau anak muda yang mau meneruskan secara turun temurun.

b. Pencak Silat

Daya Tarik: Jika terdapat event atau pertunjukan seni di Desa Laksana, wisatawan yang datang berkunjung akan disuguhkan berbagai atraksi jurus pencak silat yang diikuti oleh berbagai usia mulai dari anak-anak hingga dewasa. Terdapat pula pagelaran *event* yang biasa diadakan yaitu Pasanggih *Event* dengan suasana yang lebih meriah. Pertunjukan pencak silat yang dipertontonkan terdapat dalam bentuk seni tarian atau nginging yang mengikuti alunan musik dengan sentuhan seni, ada juga yang berbentuk pertarungan bela diri.



Gambar 3.8 Pencak Silat Anak-anak Desa Laksana
Sumber: Dokumen Desa Laksana

c. Adu Ketangkasan Domba

Daya Tarik: Seni ketangkasan domba Garut menampilkan ketangkasan jenis domba Garut (priangan) yang “diadukan” berdasarkan peraturan yang sudah disepakati Bersama. Seni ketangkasan domba Garut adalah suatu ajang kegiatan peternak domba, untuk menampilkan hasil pemeliharaannya dengan cara ditandingkan dengan diiringi seperangkat gamelan, serta di dalamnya terdapat unsur seni pencak silat. Atraksi seni ketangkasan Domba dianggap memiliki nilai keindahan ketika domba mengambil ancing-ancing dan berbenturan. Jenis domba yang digunakan untuk pertarungan juga bukan domba biasa, namun domba yang telah diberi banyak perlakuan dan dipersiapkan untuk adu ketangkasan.



Gambar 3.9 Adu Ketangkasan Domba Garut
Sumber: Dokumen Desa Laksana

d. Kaulinan barudak (Permainan Anak-anak)

Daya Tarik: Kaulinan barudak merupakan seni budaya permainan anak-anak yang masih dilestarikan secara turun temurun oleh masyarakat di sekitar kawasan Kamojang, salah satu permainannya adalah Kaulinan Bakiak dan Enggrang. Namun permainan ini hanya dapat dimainkan saat adanya festival seni budaya. Pengunjung dapat mencoba secara langsung berbagai permainan tradisional tersebut, atau melihat pertunjukan permainan yang dimainkan oleh anak-anak warga Desa Laksana.



Gambar 3.10 Permainan Tradisional anak-anak Desa Laksana
Sumber: Dokumen Desa Laksana

a. Wisata Kuliner

Borondong

Borondong adalah salah satu makan khas tradisional Sunda hasil produksi dari Desa Wisata Laksana yang terbuat dari beras ketan atau jagung yang disangrai. Jagung atau ketan yang telah membentuk seperti *pop-corn* dicampur dengan kinca (gula yang telah dicairkan) gula merah atau putih. Kemudian dibentuk menjadi bulat berbagai ukuran. Terdapat dua jenis borondong, yaitu borondong garing dan enten. Borondong garing adalah ketan atau jagung yang dicampur dengan kinca kemudian dibentuk. Sedangkan enten adalah ketan atau jagung sangrai yang membungkus beras ketan dan gula.

Pengrajin borondong yang terkenal di Desa Laksana adalah Mak Erah. Pada tanggal 14 Mei 2004 Borondong Ma Erah pernah memecahkan Rekor MURI dengan membuat replika Gedung Sate yang megah. Kerjasama tersebut antara *Bandung Chef Association* dan Dinas Indag Agro. Rekor Muri ini diadakan di Mall Indah Plaza Bandung. Pemberian anugerah MURI tersebut diberikan kepada Mak Erah yang disaksikan oleh Bapak Camat Kecamatan Ibum dan Bapak Kepala Desa Laksana serta diliput di Surat Kabar maupun Televisi Swasta.

Setelah menerima penghargaan MURI tersebut, kediaman rumah Mak Erah sering dikunjungi dan diliput oleh stasiun TV Swasta Nasional dan banyak mahasiswa yang melakukan penelitian mengenai Borondong. Pada tahun 2013, Mak Erah mendapatkan dari Pertamina Sub-Geothermal berupa mesin oven dan mesin pengering. Namun meskipun telah mendapatkan alat bantuan, cara pembuatan Borondong ini masih dipertahankan dengan cara tradisional, karena memiliki unsur daya Tarik Wisata. Pengembangan Desa Wisata Laksana yang merupakan sentra tempat pembuatan Borondong, diharapkan mampu menyelamatkan Borondong sebagai Kuliner Tradisional dengan memasukkan unsur edukasi dan rekreasi dalam pengembangan aspek wisata.

Permasalahan: Setelah dilakukan kunjungan lapang pada tahun 2021, dilokasi produksi borondong Mak Erah, mesin oven dan mesin pengering yang diberikan oleh PGE untuk program CSRnya sudah lama rusak, dan tidak dapat digunakan kembali. Pada awalnya, mesin tersebut diharapkan dapat membantu proses produksi dalam jumlah besar, sehingga dapat meningkatkan produksi dan dapat melibatkan beberapa kelompok pengrajin di sekitar lokasi produksi Mak Erah. Harapannya dengan adanya mesin tersebut, produksi dalam jumlah besar dapat dilakukan di Mak Erah, lalu produk setengah jadi dapat didistribusikan ke kelompok yang lain. Kapasitas mesin tersebut dapat memproduksi sekitar 50 kg perhari, sedangkan jika produksi dilakukan secara manual hanya dapat memproduksi 30 kg. Namun, menurut Pak Cucu Supriatna, yaitu penerus dari Mak Erah, alat produksi yang diberikan oleh PGE pada tahun 2015, tidak sesuai dengan teknis pembuatan borondong, sehingga tidak sesuai untuk standar produksi Borondong Mak Erah. Mesin oven dan pengering hanya digunakan sekitar dua tahun, lalu tidak digunakan lagi karena mengalami kerusakan dan produksi kini kembali menggunakan cara manual.



Gambar 3.11 Wisata Kuliner Brondong khas Kamojang
Sumber: Dokumen Desa Laksana

Daya Tarik Wisata Buatan

a. Kolam Renang Tirta Anyar Kamojang

Kolam Renang Tirta Anyar Kamojang merupakan kolam renang yang berada di Desa Wisata Laksana yang menyediakan kolam pemaduan air panas dan kamar rendam yang sumbernya berasal dari Taman Wisata Alam Kamojang, fasilitas tersebut dapat dimanfaatkan untuk kesehatan, yaitu terapi dan relaksasi.



Gambar 3.12 Fasilitas Kolam Renang Tirta Anyar

Sumber: <http://visitkamojang.blogspot.com/2019/03/kolam-renang-tirta-anyar-kamojang.html>

Kawasan Kolam Renang Tirta Anyar Kamojang juga menyuguhkan danau buatan, dimana tepat berada di tengah danau terdapat bangunan berbentuk Kapal dengan nama Dewa Surya. Bangunan tersebut merupakan penginapan yang terdiri dari empat kamar lengkap dengan segala fasilitasnya. Bagian depan kapal Dewa Surya, akan dijadikan mini café sebagai fasilitas lain. Pihak pengelola juga menyediakan sepeda air untuk mengelilingi danau, pengunjung dapat memberi makan ikan-ikan yang ada di danau tersebut. Wahana lain yang disediakan yaitu flying fox dan taman bermain. Kolam Renang Tirta Anyar Kamojang dikelilingi oleh hamparan perkebunan yang menjadi pendukung pemandangan dan keindahan bagi Kolam Renang Tirta Anyar.



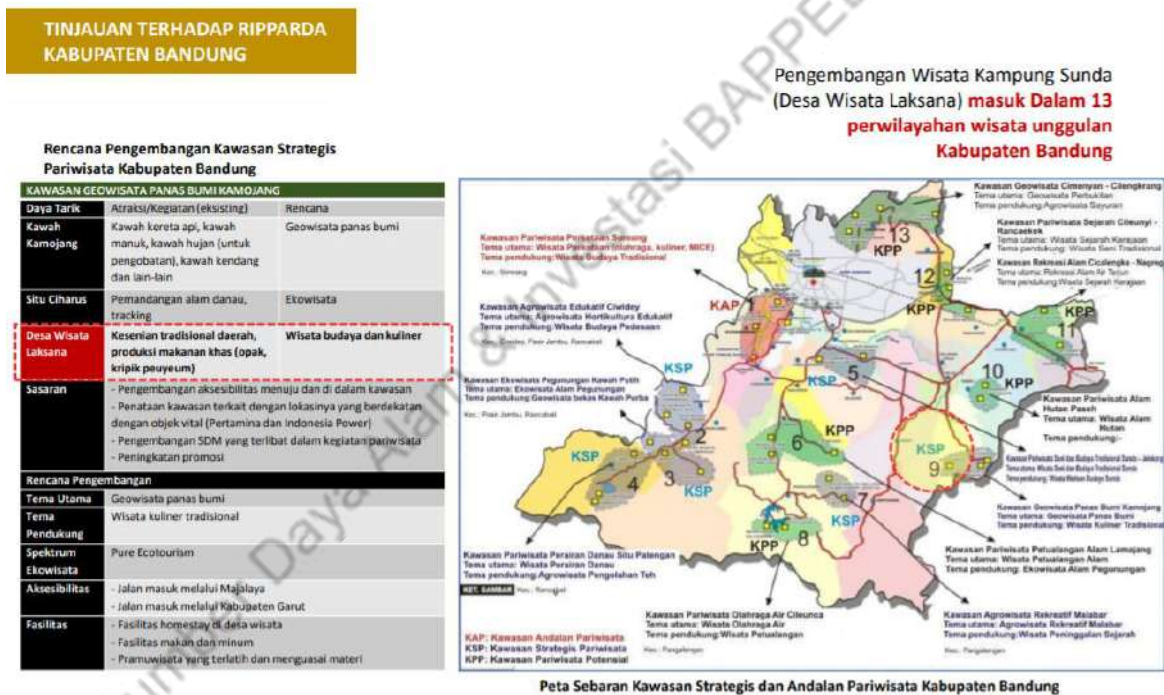
Gambar 3.13 Fasilitas Kolam Renang Tirta Anyar

Sumber: <http://visitkamojang.blogspot.com/2019/03/kolam-renang-tirta-anyar-kamojang.html>

Kolam Renang Tirta Anyar merupakan destinasi wisata yang dimiliki oleh Kepala Desa Laksana periode 2015-2021 yang pengelolaan melibatkan beberapa warga Desa. Namun kelompok Penggerak Pariwisata di kawasan Kamojang dan Pengelola Desa Wisata menyampaikan adanya kendala pengelolaan Desa Wisata karena kurangnya perhatian dan dukungan dari Pemerintah Desa Laksana. Kepala Desa Laksana juga lebih banyak memperhatikan pengembangan dari Kolam Renang Tirta Anyar dibandingkan Desa Wisata Laksana secara keseluruhan yang masih membutuhkan pengembangan dan sinergitas berbagai elemen masyarakat Desa Laksana.

b. Perencanaan Kampung Sunda di Desa Laksana
Master Plan Kampung Sunda di Desa Laksana tahun 2017

Pemerintah Kabupaten Bandung melihat potensi yang besar di kawasan Desa Laksana, oleh sebab itu Pemerintah Kabupaten mencanangkan pengembangan Wisata Kampung Sunda di Desa Laksana. Pengembangan Kampung Sunda dapat menjadi wadah untuk mengakomodir berbagai potensi alam dan budaya di kawasan Desa Laksana.



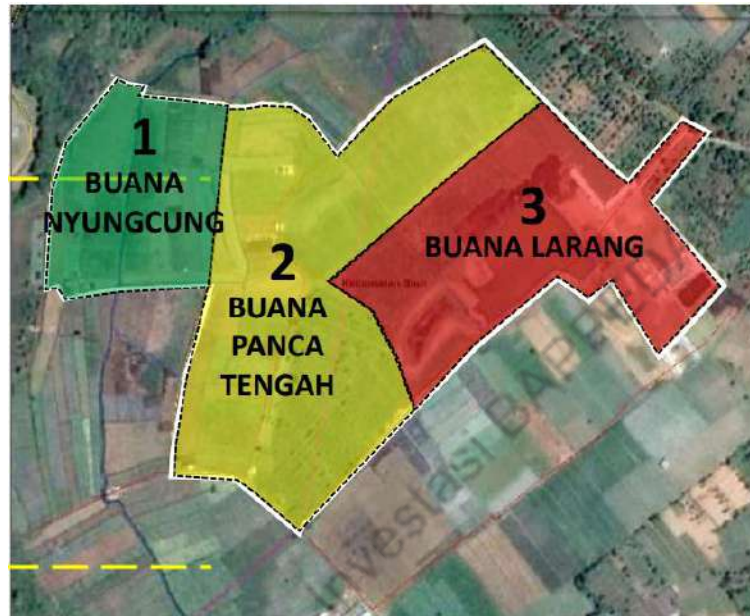
Gambar 3.14 Tinjauan Pengembangan Kampung Sunda terhadap RIPPARDA Kabupaten Bandung

Sumber: Master Plan Pariwisata Kampung Sunda, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, 2017

Sebagaimana yang tertulis dalam Master Plan pengembangan Kampung Sunda yang akan di kembangkan di kawasan Kamojang Kabupaten Bandung, memiliki konsep pengembangan wisata alam dan seni budaya tradisional khas sunda. Perencanaan pengembangan kampung Sunda akan dikembangkan di Lahan Pemerintah Kabupaten Bandung yang memiliki struktur tanah datar, sehingga sesuai untuk kawasan pengembangan wisata.

Posisi Lahan berada di Desa Laksana, yang merupakan daerah dengan posisi strategis, yaitu menjadi Kawasan yang dilalui oleh jalan penghubung antar Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut. Lokasi pengembangan Kampung Sunda direncanakan pada lahan seluas 13 ha, yang masuk dalam kawasan Desa Laksana.

Visi dari perencanaan Kampung Sunda, yaitu: Menciptakan Kawasan Kampung Sunda yang inspiratif berbasis pendidikan pelestarian alam dan budaya sunda. Dalam perencanaannya, Kampung Sunda dengan luas 13 ha akan dibagi menjadi tiga zona (Tritangtu Buana), pembagian kawasan tersebut dikaitkan dengan filosofi sunda.



Gambar 3.15 Pembagian Zonasi Pada Perencanaan Kampung Sunda
Sumber: Master Plan Pariwisata Kampung Sunda, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, 2017

Rincian zonasi dari perencanaan Kampung Sunda dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

- Buana Nyuncung, adalah dimensi atau area suci, yang digambarkan sebagai khayangan dalam tiga dimensi alam. Arahkan Pengembangan dari Buana Nyuncung adalah mempertahankan konsisi eksisting yang mendukung fungsi Buana Nyuncung sebagai kawasan suci atau keramat (bernilai konservasi dan harus dijaga), yang dikembangkan yaitu:
 - a. Madura yaitu Bale Petemuan atau Ruang Rapat
 - b. Lapang atau Alun-alun Jero atau Buruan
 - c. Suradipati yaitu Imah Gede atau Rumah Adat atau Bale Puhun yang isinya berupa Galeri atau Sejarah Kerajaan atau Budaya Sunda
 - d. Leuweng sunda arboretum yaitu edukasi konservasi (Malaning Lemah) berupa Seke, Sem, Hunyur

- Buana Panca Tengah, adalah dimensi interaksi suci dan kotor atau manusia dan makhluk hidup, yang digambarkan sebagai bumi. Arahannya pengembangan pada area ini dapat dikembangkan menjadi kampung berbasis seni budaya dan agrowisata
 - a. Lembur Sawah yang didalamnya terdapat areal sawah, Home Stay Edukasi Rumah Sunda, Saung Kuliner, Leuit, Lapang Tempat acara adat terkait budaya sawah (Nyalin parem Turun Sri, dll) dan Skywalk
 - b. Alun-alun utama tempat upacara adat
 - c. Bake Nyuncung yaitu masjid tradisional atap susun.
 - d. Bima yang didalamnya terdapat kantir pengelola, information center, dan klinik keamanan
 - e. Puncta yang didalamnya terdapat Kantor Pengelola, Information Center, Klinik Keamanan
 - f. Nurayana yang didalamnya terdapat Bale atau Gazebo Kuliner, Taman Tempat Niis
 - g. Pasar Seni dan Agro serta Kampung Kreatif kesenian
- Buana Larang, adalah dimensi kotor yang digambarkan sebagai dimensi atau ruang bawah tanah, Arahannya pengembangan pada area ini dapat dikembangkan menjadi area Pengolahan Air atau Danau.
 - a. Agrowisata yang didalamnya terdapat Kampung Situ (Home Stay Saung Sunda atau Rumah Sunda) dan Wisata Kebun
 - b. Desa Wisata yang didalamnya terdapat Wisata Air, Kolam Renang Air Panas dan Wisata Tunggang Kuda.



Gambar 3.16 Perencanaan Kawasan Kampung Sunda

Sumber: Master Plan Pariwisata Kampung Sunda, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, 2017

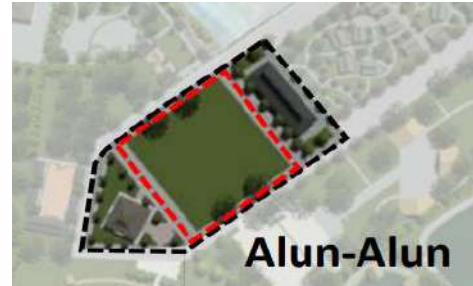
Konsep perencanaan wahana yang akan dikembangkan di kawasan Kampung Sunda sangat erat kaitannya dengan tradisi dan kebudayaan Sunda, serta di sesuaikan pula dengan bentuk perencanaan tata ruangnya.

Tabel 3.1 Rencana Struktur dan Pengembangan Kawasan Kampung Sunda

		Blok Lembur Situ
Kampung Situ	Kawasan Danau Buatan yang dikelilingi oleh saung-saung homestay. Danau ini merupakan danau rehabilitasi, yaitu Danau yang sempat hilang, dan dihadirkan kembali menjadi bagian dari Kampung Sunda	
Wisata Kebun	Kawasan yang akan dijadikan wahana berkebun (agrowisata) dengan konsep pelatihan, praktek (<i>workshop</i>) dengan suasana pertanian yang tradisional khas sunda	
Lembur Kreatif		
Kampung Kreatif (Lembur Kreatif)	Kawasan yang akan dijadikan Wisata kerajinan dan kesenian khas sunda, seperti wayang golek, gamelan, celempung, karinding, dan tari-tarian sunda	
Bianya Nyucang		
	Dijadikan masjid tempat beribadah dengan arsitektur khas sunda	

Alun-alun utama (Puseur Lembur)

Digunakan sebagai upacara adat besar seperti syukuran, panen raya dan perayaan hari besar



Pasar Seni dan Agro

Pasar yang menjual berbagai kerajinan seni sunda dan pertanian



Blok Lembur Kuta

Suradipati

Rumah Adat atau Bale Puhun yang berupa Galery atau Sejarah Kerajaan atau Budaya Sunda.



Madura

Tempat Pertemuan atau Rapat



Punta

Kawasan yang didalamnya terdapat Gazebo, saung kuliner dan taman



Narayana

Kawasan yang didalamnya terdapat padepokan dan Kampung Kaulinan Sunda, seperti egrang, congklal, gasing, bekel, rorodaan, baklak, kaleci, peperangan, boyongan, kukudaan



Leuweng Sunda Arboratum Kawasan hutan yang dibuat sealami mungkin dengan diperkaya dengan keanekaragaman hewan, tumbuhan dan beberapa prasasti, untuk kegiatan petuangan dan konservasi



Saung Niis atau Dongeng Kawasan dengan konsep pelestarian kekayaan dongeng dan pantun Urang Sunda



Blok Lembr Sawah

Lembr Sawah Merupakan kawasan yang di dalamnya terdapat areal sawah, homestay, edukasi rumah sunda, dan Skywalk



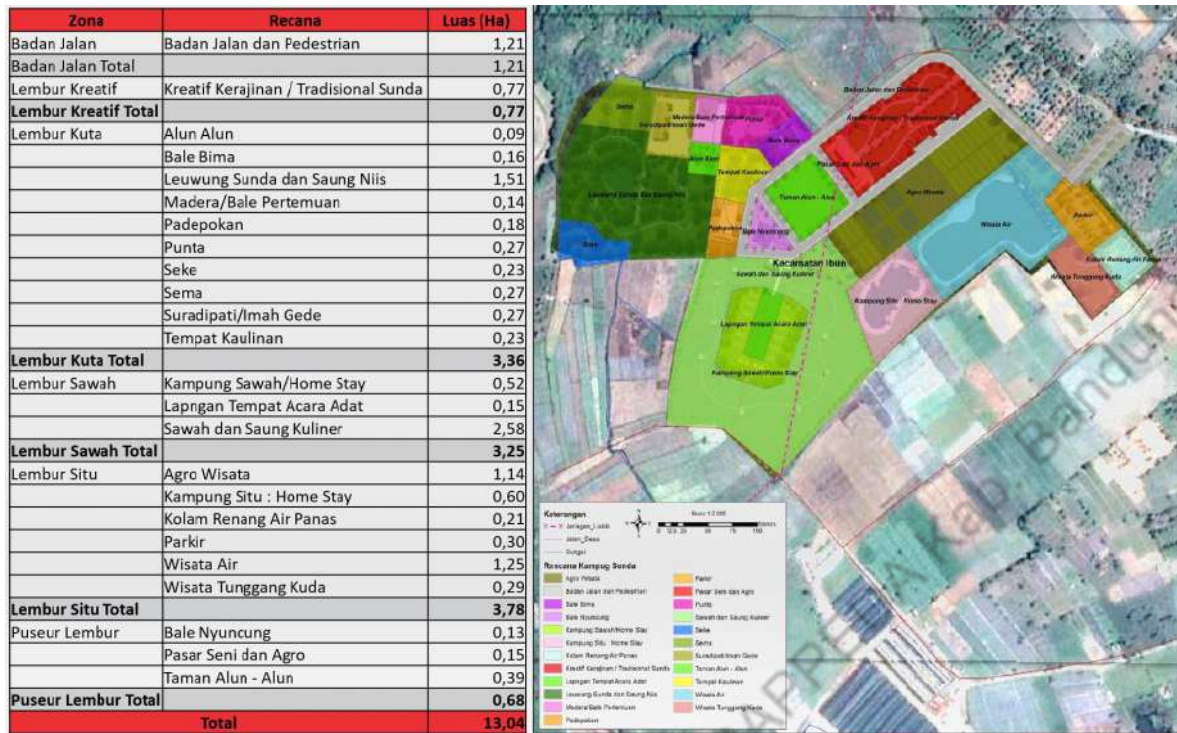
Sumber: Master Plan Pariwisata Kampung Sunda, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, 2017

Detail Engineering Desain (DED) Kampung Sunda Tahun 2020

Berdasarkan analisis Master Plan yang Kampung Sunda yang dilakukan pada tahun 2017, terdapat beberapa analisis untuk pengembangan dan perencanaan dalam pembuatan DED, analisis tersebut dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

Rencana Tata Guna Lahan Tapak dan Tabel Luas Rencana Tata Guna Lahan Kampung Sunda

Bidang Sumber Daya Alam dan Industri



Gambar 3.17 Detail Engineering Desain (DED) Kampung Sunda pada tahun 2020
Sumber: Laporan Detail Engineering Desain (DED) Kampung Sunda pada tahun 2020

Hasil analisis laporan Detail Engineering Desain (DED) Kampung Sunda pada tahun 2020 untuk setiap blok kawasan di Kampung Sunda, dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

c. Analisis Blok Lembur Situ:

- (+)(+) Akses langsung terhadap jalan utama, tanah milik desa
- (+) Sudah terdapat pengembangan eksisting yaitu Wisata Air, Wisata Tunggang Kuda dan Kolam Air Panas
- (-) Perencanaan DED terbatas pada lahan yang belum dibangun
- (-) Pengelolaan lahan oleh pihak swasta, perlu adanya MoU yang dapat menaungi pelaksanaan dari produk perencanaan DED

b. Analisis Blok Lembur Kreatif

- (+) (+) Dapat bersinergi dengan pengembangan eksisting dengan menjadi sentra UMKM yang ada sekarang dan sarana belanja cinderamata, tanah milik pemerintah
- (+) Akses masuk dapat menyambungkan daei pintu masuk kawasan wisata maupun peningkatan jalan eksisting
- (-) Perlu kesepakatan dengan pengelola kawasan wisata mengenai akses masuk

c. Blok Puseur Lembur

- (+) Dapat memfasilitasi event-event tradisional di Ibum, dapat menjadi sentra penjualan hasil perkebunan di sekitar kawasan
- (-) Akses masuk bergantung kepada pengembangan Blok Lembur Kreatif

d. Blok Lembur Kuta

- (++) Tanah milik pemerintah
- (-) Kegiatan yang direncanakan masih belum dapat menjadi generator kawasan
- (--) Belum ada akses masuk yang terhubung dengan jalan utama

e. Blok Lembur Sawah

- (-) Kegiatan yang direncanakan masih belum dapat menjadi generatir kawasan
- (--) Tanah miliki masyarakat, belum ada akses yang terhubung dengan jalan utama.

Berdasarkan analisis tersebut, deliniasi perencanaan DED ditentukan berdasarkan beberapa kriteria yaitu: Kepemilikan lahan, kemudahan akses, program pengembangan dan batasan kegiatan DED.

Tabel 3.2 Analisis Priotitas Pengembangan Blok Kawasan di Kampung Sunda

Blok	Kepemilikan Lahan	Akses	Program Pengembangan	Batasan Kegiatan	Skor
Lembur Situ	-	++	++	--	1
Lembur Kreatif	-	+	+++	+	5
Puseur Lembur	-	-	+	+	2
Lembur Kuta	++	--	+	+	2
Lembur Sawah	--	+	+	+	-2

Hasil analisis deliniasi perencanaan DED Kampung Sunda tahun 2020 di Desa Laksana yang diusulkan adalah **Blok Lembur Kreatif** dengan tambahan beberapa lingkup pada **Blok Puseur Lembur**

Permasalahan Desa Laksana: Beberapa permasalahan Desa Wisata Laksana yang ditemukan di Lapangan, dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

- Pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Laksana belum mendapat dukungan dan perhatian dari Pemerintah Desa, sehingga kegiatan Desa Wisata Laksana dalam melaksanakan kegiatan wisata tidak terkoordinasi dan berlangsung secara kontinyu dan berkelanjutan.
- Kelembagaan dari Desa Wisata yang telah dibentuk kurang aktif dalam melakukan kegiatan, baik pertemuan rutin dan melaksanakan berbagai program kerja untuk menyambut wisatawan dan upaya meningkatkan kunjungan wisata
- Kegiatan paket wisata dari Desa Laksana diakomodir oleh perseorangan atau individu yang mampu menerima wisatawan dengan mengatas namakan bagian dari kelompok Desa Wisata Laksana. Pengunjung yang datang dan membeli paket wisata tidak dilayani oleh Kelompok Desa Wisata secara keseluruhan, sehingga pendapatan dari penyelenggaraan kegiatan wisata tidak dapat mengentungka kelompok Desa Wisata
- Desa Wisata dan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) tidak saling bekerja sama dalam meningkatkan pendapatan dan ekonomi. Bumdes belum dapat memanfaatkan Desa Wisata untuk mengadakan berbagai bentuk usaha Desa

- Belum dilakukan kembali musyawarah Desa yang dipimpin oleh Kepala Desa dan dihadiri oleh berbagai tokoh masyarakat dan pemangku kepentingan, sehingga dapat disepakati bersama arah dan bentuk kegiatan dari pengembangan Desa Wisata.
- Beberapa kesenian budaya di kawasan Kamojang tidak ada generasi penerus yang ingin mempelajarinya, beberapa tokoh seniman telah ada yang meninggal, sehingga kemungkinan beberapa kesenian tradisional di Kawasan Kamojang tidak dapat dilestarikan jika tidak ada penggantinya.

Analisis Kuantitatif Penilaian Kategori Desa Laksana menjadi Desa Wisata

Tabel 3.3 Analisis Kuantitatif Penilaian Kategori Desa Laksana menjadi Desa Wisata

No.	Instrumen	Kategori	Indikator	Nilai
1.	Daya Tarik	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata • Pemanfaatan potensi masih sebatas digunakan oleh masyarakat local dan sekitar 	3
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi daya tarik sudah mulai dikelola • Munculnya aktifitas perdagangan disekitar daya tarik wisata. • Munculnya daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya lokal dari masyarakat 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik wisata sudah berkembang dan menjadi tujuan wisata rutin para wisatawan • Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri • Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah berkembang 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah ada inovasi dari masyarakat. • Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri • Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah maju 	
2.	Aksesibilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan aksesibilitas wisata masih terbatas • Akses ke kawasan masih berupa transportasi umum belum transportasi wisata 	4
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat rambu-rambu penanda keberadaan desa wisata • Terdapat angkutan umum menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar • Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar • Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
3.	Fasilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan fasilitas wisata masih terbatas 	

	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai. Berkembangnya fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	3
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah mengikuti standar Internasional. Memiliki fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	
4.	Pemberdayaan Masyarakat	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh/ masih rendah. Masyarakat sebatas melakukan aktifitas sehari-hari untuk mencari nafkah (bertani, beternak dan sebagainya)
	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya. Masyarakat terlibat langsung dalam pengelolaan daya tarik wisata 	3
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya mandiri dalam mengelola desa wisata. Pengelolaan kolaboratif pentahelix 	
5.	Pemasaran dan promosi	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Belum ada/ masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung Belum adanya media promosi tentang desa wisata tersebut
	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah mulai dikenal dan dikunjungi wisatawan. Sudah mempunyai media promosi (website, brosur) 	2
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara swadaya serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan pihak luar. 	
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara digital dengan lingkup pemasaran berskala Internasional. 	
6.	Kelembagaan dan SDM	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Belum memiliki organisasi kepengurusan desa wisata Masih secara spontan dalam menerima kunjungan wisatawan Belum adanya pengembangan kualitas dalam bidang kepariwisataan
	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Mempunyai organisasi kepengurusan desa wisata Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta) 	
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. 	3
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. Dana Desa menjadi bagian dalam inovasi produk wisata 	
	Total		18
	Rata-rata: Total/6 (Jumlah instrument)		3

F. Program *Community Social Responsibility* (CSR) Perusahaan di Kawasan Kamojang

Terdapat beberapa program CSR dari perusahaan panas bumi di Kawasan Kamojang yang mendukung dari kegiatan wisata di Kawasan Kamojang, salah satunya yaitu:

- **PT. Pertamina Geothermal Energi Unit Kamojang**

A. Pemanfaatan Panas Bumi Secara Langsung untuk Kegiatan Pertanian

1. Budidaya Jamur

Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh PGE yaitu budidaya Jamur Geothermal dengan sterilisasi baglog menggunakan uap geothermal. Jamur yang dihasilkan mempunyai kualitas yang lebih baik dengan tingkat aspek pencemaran terminimalisir karena tidak menggunakan bahan bakar minyak maupun gas, bahkan kapasitas produksinya dapat mencapai tiga kali lipat dibandingkan dengan sterilisasi menggunakan gas atau kayu bakar.

Pada tahun 2015-2016 budidaya Jamur dengan menggunakan energi panas bumi dimanfaatkan dengan baik dengan mendistribusikan baglog-baglog yang telah disetrilkan ke setiap rumah-rumah jamur yang dibangun disetiap RT maupun RW, namun kini setelah dilakukan kunjungan di lapangan, program budidaya Jamur tersebut tidak lagi berjalan sebagaimana mestinya, hal tersebut dikarenakan tidak adanya monitoring dan evaluasi yang berjalan dengan baik dari PGE kepada masyarakat agar tetap bertanggung jawab atas program CSR yang telah diberikan, baik berupa materi maupun edukasi pemberdayaan. Saat ini salah satu pensiunan pegawai dari PGE memulai kembali budidaya jamur dengan skala yang lebih kecil setelah beberapa saat kegiatan budidaya tidak lagi diaktifkan. Dengan teknologi yang baik dan inovasi yang telah dimiliki, PGE telah unggul dibandingkan perusahaan panas bumi lain, karena telah menerapkan pemanfaatan panas bumi secara langsung, namun sayang teknologi tersebut tidak dimanfaatkan secara berkelanjutan, dan program budidaya jamur untuk pemberdayaan masyarakat tidak lagi berjalan sebagaimana mestinya.



Gambar 3.18 Budidaya Jamur Geothermal
Sumber: Materi Kehati PGE Kamojang, 2019

2. Budidaya Anggrek dengan Kultur Jaringan

Salah satu inovasi yang dikembangkan tahun 2015-2016 adalah program sterilisasi media kultur jaringan anggrek dengan uap buangan dari jalur pipa *blow down*. Kegiatan ini mensubstitusikan penggunaan LPG sebagai bahan bakar untuk proses sterilisasi media tanam dengan uap geothermal yang lebih ramah lingkungan. PGE mengembangkan alat sterilisasi yang dapat dimanfaatkan oleh petani anggrek menggantikan alat konvensional yang biasa mereka gunakan. Anggrek yang dibudidayakan adalah anggrek hutan khas Kamojang. Kegiatan ini selain mampu memberikan nilai tambah ekonomis bagi petani juga mampu menjaga keanekaragaman hayati di sekitar daerah operasi PGE Area Kamojang.

3. Edu Nursery: Konservasi Eksitu Anggrek Endemik Kamojang

Upaya PGE menjaga kelestarian keanekaragaman anggrek, dilakukan konservasi eksitu yakni dengan membangun '*Edu-nursery*', dimana anggrek hasil pembibitan akan dikembalikan ke hutan. Selain itu fasilitas ini menjadi salah satu rangkaian edukasi geothermal di PGE Area Kamojang dimana media tanam anggrek menggunakan hasil sterilisasi dengan menggunakan uap geothermal. Program Edu Nursery Kamojang karang taruna Kamojang, yang bertujuan agar masyarakat mengetahui pentingnya keanekaragaman hayati. Diharapkan nantinya ada banyak anakan anggrek, untuk mencegah degradasi spesies anggrek endemik Kamojang.

Setelah dilakukan kunjungan ke lapangan di tahun 2021, program edunursery anggrek tidak lagi aktif berjalan seperti pada tahun 2016, bahkan *greenhouse* pembibitan anggrek juga tidak terawat dan banyak anggrek yang telah mati, hal tersebut dikarenakan beberapa jenis anggrek susah untuk dibudidayakan. Sangat disayangkan program budidaya anggrek yang bernilai konservasi dan pemberdayaan masyarakat yang bernilai edukasi tidak berjalan secara berkelanjutan, hal tersebut dimungkinkan karena program kerja telah selesai dilakukan, sehingga tidak lagi menjadi fokus program CSR yang tetap berjalan. Padahal jika program *edunursery* ini tetap dilakukan, akan berpotensi menjadi daya tarik wisata edukasi baik bagi masyarakat maupun pengunjung, jika dikerjasamakan dengan pengelola Desa Wisata sebagai pelaksana kegiatan wisata edukasi di Daerah Kamojang.



Gambar 3.19 Program Edu Nursery Kamojang
Sumber: Materi Kehati PGE Kamojang, 2019

4. Produksi benih penjenis G0 kentang (*Solanum tuberosum L*) “Geotato”

PGE Area Kamojang bersama kelompok tani lokal Pokja Pustaka Buana telah melakukan produksi benih G0 kentang (*Solanum tuberosum L*) dalam bentuk umbi mini dengan teknologi sterilisasi media tanam sabut kelapa (*cocopeat*) menggunakan uap geothermal, yang kemudian dinamakan Geotato. “Geotato” dapat menghasilkan benih yang memiliki toleransi terhadap hama dan penyakit sehingga produktivitas meningkat, selain itu dampak lingkungan yang dihasilkan lebih sedikit dibandingkan produksi G0 dengan metode konvensional. Adapun dampak besar yang dirasakan saat ini oleh petani lokal penerima manfaat program ini adalah nilai penghematan 100% dari eliminasi pembelian gas LPG dan penghematan operasional mencapai 23,5%.

Sejauh ini ditahun 2021, program pembenihan “Geotato” menggunakan media tanam *cocopeat* masih dilakukan dan berlangsung di petani-petani binaan PGE. Namun program pembibitan tersebut dilakukan di Desa Pasir Wangi di Kabupaten Garut.



Gambar 3.20 Produksi benih penjenis G0 kentang (*Solanum tuberosum L*) “Geotato”
Sumber: Materi Kehati PGE Kamojang, 2019

Permasalahan: Teknologi pemanfaatan Panas Bumi secara langsung pada kegiatan pertanian seperti yang telah dilakukan oleh PGE merupakan inovasi yang sangat baik,

namun karena bernilai efisien dan ramah lingkungan, namun program pemberdayaan yang dilakukan oleh PGE pada keempat program budidaya tersebut tidak berjalan secara maksimal dan tidak berkelanjutan. Hal tersebut dikarenakan saat dilakukan kunjungan ke lapangan di tahun 2021, kegiatan budidaya anggrek dan *edunursery* anggrek sudah tidak berjalan dikarenakan proses budidaya anggrek yang sulit. Budidaya jamur dengan sterilisasi media tanam dengan uap panas bumi baru dimulai kembali, setelah lama berhenti. Padahal program yang dikembangkan cukup besar, yaitu membangun kumbung jamur di setiap RT dan RW. Proses sterilisasi media dan pembibitan dilakukan di lokasi PGE kemudian didistribusikan di kumbung-kumbung setiap RT dan RW tersebut. Namun saat ini kumbung-kumbung jamur di setiap RT tersebut sudah tidak aktif bahkan sudah beralihfungsi ataupun sudah ditiadakan. Program budidaya pun juga beberapa waktu tidak lagi aktif, hal tersebut karena adanya kendala teknis budidaya sehingga tidak lagi berjalan secara berkelanjutan.

Saat ini budidaya jamur diaktifkan kembali oleh petani binaan PGE namun masih tahap uji coba kembali. Budidaya kentang, Geopotato dengan sterilisasi media tanam kelapa, masih aktif dilakukan tapi produksinya sudah menurun tidak seaktif dahulu. Hal tersebut dikarenakan program pemberdayaan yang dilakukan oleh PGE tidak maksimal saat dilakukan monitoring dan evaluasi. Pendampingan juga tidak dilakukan secara intens untuk mengetahui kendala-kendala dari masyarakat binaan. Selain itu juga masyarakat yang dibina oleh PGE kurang bertanggung jawab mengupayakan dan memaksimalkan kesempatan pemberdayaan yang telah dilakukan oleh PGE.

Pemanfaatan Panas Bumi secara langsung dalam usaha pertanian terus dikembangkan oleh PGE, salah satunya dimanfaatkan untuk pengeringan kopi, namun sejauh ini masih tahap uji coba. Pemanfaatan panas bumi untuk kopi belum menemukan metode yang tepat, karena kopi memiliki sensitifitas menyerap bau lingkungan sekitarnya. Pemanfaatan uap panas bumi untuk pengeringan kopi dapat mempengaruhi cita rasa kopi yang kurang baik, karena mengandung bau uap belerang, selain itu biji kopi banyak yang pecah karena suhu yang terlalu tinggi. Menurut pihak PGE pemanfaatan panas bumi secara langsung untuk kegiatan panas bumi masih sangat memungkinkan untuk dikembangkan, pengadaan teknologi sederhana juga masih memungkinkan untuk terus dilakukan, namun dibutuhkan banyak uji coba dan penelitian untuk mengetahui komoditas apa yang dapat dikembangkan, teknologi apa yang sesuai dan bagaimana teknis pengembangannya.



Gambar 3.21 : Peninjauan masalah budidaya jamur di PT PGE
Sumber: Data Peneliti



Gambar 3.22 Peninjauan *green house* anggrek yang tidak lagi dibudiyakan
Sumber: Data Peneliti

B. Pusat Konservasi Elang Kamojang (PKEK)

Pusat Konservasi Elang berada di kawasan Kamojang, namun masuk ke dalam Daerah Kabupaten Garut, dekat perbatasan Kabupaten Garut dan Kabupaten Bandung. Meskipun PKEK masuk kedalam kawasan garut, namun PKEK juga menjadi bagian destinasi wisata edukasi yang menjadi bagian paket wisata Desa Wisata Laksana.

Pengelolaan PKEK berpedoman pada peraturan pemerintah melalui Permenhut No P.31/Menhut-II/2012 tentang Lembaga Konservasi serta menerapkan standar yang ditetapkan oleh IUCN atau *International Union for Conservation of Nature* diantaranya dalam hal penempatan satwa hasil sitaan serta reintroduksi dan translokasi konservasi. PKEK dibangun dan dikelola secara kolaboratif antara Balai Besar KSDA Jawa Barat dan Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang yang juga melibatkan personel dari Forum Raptor Indonesia sebagai pengelola teknis di lapangan.

Pusat konservasi elang kamojang (PKEK) merupakan pusat penyelamatan, pelepasliaran, rehabilitasi serta edukasi yang dikhususkan untuk satwa elang terutama spesies Elang Jawa atau *Nisaetus Bartelsi* yang telah berstatus *Endangered* berdasarkan data *The IUCN Red List of Threatened Species*.



Gambar Elang Jawa (*Nisaetus bartelsi*) salah satu spesies elang yang terdapat di PKEK



Pemeriksaan Laboratorium Elang *Pra-release*

Gambar 3.23 Elang Jawa dan Kegiatan Pemeriksaan Laboratorium
Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Kegiatan yang dilakukan berupa rangkaian proses konservasi elang secara komprehensif diantaranya meliputi:

- b. Pelaksanaan kegiatan inti konservasi yakni penyelamatan (*rescue*), rehabilitasi dan pelepasliaran elang (*release*)
- c. Pemberian pakan dan nutrisi elang serta menjaga kesehatan beragam satwa elang yang telah masuk.
- d. Pelaksanaan kajian satwa/riset
- e. Pengelolaan, pemeliharaan dan peningkatan infrastruktur

PKEK Elang Jawa (*Nisaetus bartelsi*) salah satu spesies elang yang terdapat di PKEK Pemeriksaan Laboratorium Elang *Pra-release* Pengelolaan PKEK secara berkelanjutan ditunjang oleh berbagai fasilitas yakni pusat informasi, pondok kerja, klinik, gudang pakan, bangunan karantina satwa serta 58 unit kandang. Hingga tahun 2021 PKEK telah merehabilitasi sejumlah 285 ekor elang dimana 236 ekor diantaranya berasal dari serahan masyarakat yang telah sadar pentingnya kegiatan konservasi untuk hewan yang dilindungi. Adapun sebagai wujud keberhasilan program, tahun 2021 PKEK juga telah melepaskan 73 ekor elang ke alam liar. PKEK kini menjadi rujukan pengembangan pusat konservasi tingkat nasional dan telah menerima kunjungan dari berbagai institusi yang ingin mempelajari mengenai satwa elang. Penyerahan elang dari masyarakat Kunjungan edukasi PKEK Komposisi Kandang di PKEK Kegiatan pelepasliaran elang.



Gambar: Penyerahan elang dari masyarakat



Gambar: Kunjungan edukasi PKEK

Gambar 3.24 Gambar Kegiatan konservasi di PKEK
Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Selama masa tanggap darurat covid19 ini, PKEK masih tidak membuka kunjungan untuk edukasi untuk umum sampai kondisi dikatakan aman. Kegiatan edukasi lebih banyak dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti melalui Facebook @Pusat Konservasi Elang Kamojang dan Instagram @PusatKonservasiElangKamojang dan penyebaran program Virtual Tour PKEK yang ditautkan dalam website CSR PT PGE melalui pranala <http://pge.pertamina.com/CsrKonservasiElangKamojang/index.htm>. Akses edukasi melalui Virtual Tour ini telah diresmikan secara langsung oleh Komisaris Utama PT Pertamina Geothermal Energy pada 22 Maret 2021.



Gambar 3.25 Virtual Tour PKEK
Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Permasalahan: Pusat Konservasi Elang Kamojang merupakan kawasan yang tujuan utamanya untuk konservasi dan rehabilitasi Elang. Penerimaan kunjungan edukasi dilakukan secara terbatas untuk keperluan pendidikan dan penelitian dengan mengirim

surat ijin ke BKSDA Jawa Barat dan Banten yang beralamat di Gede Bage. Pengiriman surat ijin dapat dilakukan secara online. Masyarakat dengan kelompok tertentu yang ingin melakukan tujuan edukasi dari segala tingkat pendidikan mulai dari TK hingga perguruan tinggi, ataupun instansi yang ingin mengetahui tentang PKEK harus membawa simaksi (surat izin masuk kawasan konservasi) untuk dapat mengakses berbagai hal baik data, informasi maupun interpretasi yang diberikan oleh pengelola PKEK, namun segala bentuk kegiatan harus mengikuti aturan dan protokol keselamatan dan kesehatan yang berlaku di PKEK untuk menjaga kondisi satwa, yaitu elang-elang yang sedang dikonservasi dan direhabilitasi.

C. Geothermal Information Center

Geothermal Information Center (GIC) sebagai pusat edukasi panas bumi di Indonesia yang dibangun oleh Pertamina Geothermal Energy sebagai *Center of Excelent* untuk Indonesia Geothermal Industry. GIC merupakan khasanah yang merekam dengan apik pengalaman panjang pengembangan panas bumi yang dilakukan oleh Pertamina. Direktur Utama PT Pertamina Persero Dwi Soetjipto meresmikan gedung GIC pada 4 April 2015.

GIC merupakan pusat informasi panas bumi pertama di Indonesia. Pada awalnya dikelola oleh geosains fungsi Reservoir dan Enjinering PGE Area Kamojang (2006- 1 Februari 2014), GIC memiliki luas 945 m², terdiri dari sebuah gedung utama, taman dan fasilitas perlengkapan berupa tempat ibadah.

Pengunjung GIC layaknya tamu perusahaan PGE pada umumnya, sehingga dapat melakukan kunjungan dengan mengajukan izin kunjungan kepada General Manager PT PGE Area Kamojang Di GIC pengunjung akan disuguhkan berbagai informasi tentang sejarah panas bumi untuk listrik, kegiatan operasional dan pengelolaan lingkungan yang dilakukan PGE Area Kamojang, hingga kegiatan bersama masyarakat dan pencapaian PGE Area Kamojang. Di GIC pengunjung juga dapat menyaksikan secara langsung kegiatan operasional laboratorium batuan berupa preparasi sampel hingga kegiatan analisa. Selain informasi yang lengkap, GIC juga memiliki ruang *theater* dengan kapasitas maksimum 60 orang, pengunjung dapat menyaksikan tayangan mengenai proses pemanfaatan energi panas bumi sehingga sangat tepat sebagai sarana edukasi bagi pelajar dan mahasiswa. GIC juga memiliki sarana perpustakaan yang merupakan koleksi dan akses terbatas milik PGE.

GIC juga menyimpan beberapa peralatan survey baik yang masih digunakan maupun yang pernah digunakan dalam penelitian geologi, geokimia dan geofisika serta proses pengeboran dengan baik dan terpelihara dalam kegiatan eksplorasi hingga eksploitasi panas bumi. Selain itu, GIC juga menyimpan kumpulan buku dan laporan yang berkaitan dengan kajian keilmuan dari berbagai WKP Pertamina yang merupakan koleksi terbatas milik PT PGE yang dapat digunakan secara private oleh kalangan terbatas di Pertamina dan atau studi dengan aturan yang diatur oleh PGE.

Total jumlah kunjungan ke GIC selama tahun 2015 adalah 51 kali dari berbagai instansi, sekolah, perguruan tinggi, media dan lembaga lainnya. Jumlah tamu yang tercatat adalah 2.509 orang.



Gambar 3.26 Kegiatan Study Tour di Geothermal Information Center
 Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Permasalahan: Geothermal Information Center secara umum dapat dikunjungi oleh berbagai lapisan masyarakat dan berbagai tingkatan pendidikan secara gratis, namun akses untuk memasuki kawasan GIC dan mendapatkan berbagai informasi terkait GIC harus melakukan perijinan berkunjung kepada Humas PGE dengan mengirim surat, email, maupun menghubungi melalui seluler, namun tetap mengajukan perijinan secara tertulis. Reservasi jadwal kunjungan perlu dikoordinasikan dengan pihak PGE untuk menghindari kunjungan beberapa kelompok wisatawan di waktu yang sama, sehingga interpretasi ataupun transfer pengetahuan kepada pengunjung tidak dapat terjadi secara maksimal, hal tersebut karena terbatasnya ruang dan pemateri yang menjelaskan berbagai informasi di kawasan GIC. Kegiatan kunjungan ke GIC hanya dapat dilakukan dihari kerja yaitu senin-jumat, karena pelayanan diberikan oleh interpreter yang bekerja di hari aktif, sedangkan banyak wisatawan ataupun *study tour* banyak dilakukan di akhir pekan yaitu sabtu minggu. Oleh sebab itu pengunjung ataupun wisatawan yang ingin berkunjung di GIC harus melakukan reservasi dan melakukan kegiatan kunjungannya di hari Sabtu-Minggu.

D. Wanita Mandiri Ibum

Wanita Mandiri Ibum merupakan kelompok usaha ibu-ibu yang berada di Ibum dan sekitarnya, kelompok ini merupakan kelompok yang dipimpin oleh Ibu Yanti Lidyati yang merupakan local hero Pertamina. Kelompok yang berdiri dari 2016 ini, beranggotakan ibu-ibu lulusan Paket C di Yayasan An-Nur Ibum.



Gambar 3.27 Program Bantuan Permodalan Alat Produksi Dan Program Pengembangan Manajemen Usaha

Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Kegiatan dari kelompok ini selain menjadi wadah pemasaran dari produk food, fashion, & craft anggota, juga merupakan wadah untuk mengembangkan produk dan sharing ilmu antar anggota dalam mengembangkan produk yang berkualitas. Produk yang diproduksi secara mandiri dan memiliki quality control sehingga layak untuk diperjual belikan hingga ke tingkat mancanegara.



Gambar 3.28 Quality Control Produk Bersama dengan Pertamina

Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Bu Yanti Lidyati juga telah menjadi pengembang masyarakat, motivator, dan juga pembicara dalam kegiatan-kegiatan yang berbasis gender, pemberdayaan masyarakat, dan sebagainya. PGE Area Kamojang memberikan bantuan dari permodalan seperti alat masak, jahit, dan juga alat pembuat kerajinan. Selain bantuan permodalan tapi diberikan juga program pelatihan untuk pemasaran digital hingga pengembangan kemasan produk.



Gambar 3.29 Ibu Yanti Lidyati Bersama Anggota Kelompok Wanita Mandiri Beserta Produk-produknya

Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

E. Rangers App

Rangers App merupakan salah satu program CSR PT PGE Area Kamojang yang berbasis teknologi digital. Adalah Hendri Wahyudi seorang pemuda asli Kamojang bersama timnya berhasil mengembangkan aplikasi online yang mampu mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kamojang. Pada bulan Desember tahun 2018, Rangers App dimulai dengan *Platform Call Center* untuk layanan Ojek, Kurir dan Delivery makanan melalui *Whatsapp* dan *Instagram*. Pembuatan Aplikasi selama 5 bulan melibatkan semua *Founder* dan perancangan *Canvas Model* bisnis yang akan dijalankan oleh *Rangers App*. Peluncuran Aplikasi pada 16 April 2019 yang sudah bisa di download di *Google Playstore* yang termasuk dalam tahap Riset dan Pengembangan untuk mencari *Market Fit*.



Gambar 3.30 Kegiatan Ranger Apps

Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Keberadaan Kamojang sebagai salah satu daerah tujuan wisata serta desa yang berada di wilayah pegunungan tidak menghentikan pengembangan inovasi kreatif generasi muda Kamojang. Rangers App sebagai start-up ojek online lokal berbasis aplikasi yang berada di

Kamojang dan sekitarnya memiliki potensi baik dalam pemberdayaan masyarakat, wisata, kuliner dan lingkungan. Rangers app bukan hanya berbasis transportasi saja, melainkan terdapat layanan pengantaran makanan, *e-ticket* wisata dan homestay, pengembangan UMKM dari segi pemasaran dan Bank Sampah online.



Gambar 3.31 Driver Rangers App mengantar penumpang
Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Program ini tidak hanya bersifat bisnis pengembangan start-up, namun juga bersifat sosial sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat terhadap driver, mitra kerja dan pihak terkait lainnya. Berbasis “*Beyond Driver*” di mana driver di Rangers App tidak hanya menjadi driver saja, tapi memiliki kesempatan mempelajari kelas bisnis dari manajemen Rangers App sehingga driver yang sudah mengikuti kelas tersebut bisa memegang unit bisnis dari *Rangers App*. Sehingga disini bertujuan dimana unit bisnis menjadi tempat latihan berbisnis secara pragmatis dan langsung kepada driver. Tujuan dari adanya kegiatan ini agar driver tidak hanya menjadi driver tapi dituntut memiliki bisnis secara mandiri.



Gambar 3.32 Dokumentasi beberapa mitra driver Rangers App
Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

Pada tahun 2020 terjadi pandemi covid-19 yang menyebabkan ketidakstabilan perekonomian. Kesesuaian urgensi yang dibutuhkan kelompok untuk mempertahankan perekonomian, maka dirumuskan bahwa mereka membutuhkan bantuan dalam pengembangan unit bisnisnya seperti back up pajak aplikasi, saldo promo, dan penyediaan kebutuhan driver lainnya.



Gambar 3.33 Foto Pelatihan Penguatan Kapasitas Manajemen Area
Sumber: Data Monitoring PT. Pertamina Geothermal Energy

PGE Area Kamojang juga melakukan pelatihan penguatan kapasitas manajemen bekerjasama dengan Ketua Yayasan PKBM An-Nur Ibum dalam pemberian materinya dan mengadakan kelas bisnis untuk para driver Rangers untuk menunjang perekonomian mereka agar tidak hanya bergantung pada penghasilan menjadi driver, namun juga dapat mengembangkan unit bisnis lainnya.

- ***Community Social Responsibility (CSR) PT. Indonesia Power UPJP Kamojang***

- A. Program Pemberdayaan melalui Kelompok Usaha Mandiri (KUM)**

Perusahaan PT. Indonesia power UPJ Kamojang, program CSR sudah dilakukan sejak berdirinya perusahaan yang salah satunya adalah program Impower-CARE. salah satu program ImpowerCARE adalah peningkatankesejahteraan masyarakat melalui kelembagaan Kelompok Usaha Mandiri (KUM).

Kelompok usaha mandiri adalah sebuah kelompok yang digagas oleh para senior karang taruna yang tergabung dalam MPKT (Majelis Pertimbangan Karang Taruna) dan juga tokoh masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membangun kamojang lebih maju menuju masyarakat yang sejahtera dan mandiri.

Kelompok Usaha Mandiri (KUM) merupakan kelompok binaan PT. Indonesia Power sebagai bagian dari wujud pelaksanaan CSR. Kelompok usaha yang didirikan tanggal 10 Juni 2008 ini bertujuan membentuk kemandirian masyarakat pada penciptaan kreasi, inovasi dan karya di lingkungan masyarakat yang memberikan manfaat dan faedah bagi mereka. Terdapat beberapa divisi atau unit usaha di dalam KUM, yang terdiri dari Budidaya Jamur, Pengolahan Makanan, Limbah Koran, Budidaya Strawberry, Tanaman

Endemik, Foodcourt dan Budidaya Kopi. Secara umum unit usaha tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- **Unit Usaha Budidaya Jamur Tiram**

Budidaya jamur tiram ini merupakan bukti riil kegiatan CSR sebagai wujud dari INPOWERCARE pada konten pemberdayaan masyarakat yang berada di kawasan perusahaan. Kelompok ini dibentuk pada tahun 2009 dengan beranggotakan sekitar 10 orang. Usaha yang dikembangkan dimulai dari pembibitan, budidaya dan produk olahan. Kegiatan budidaya jamur juga menggunakan beberapa jenis jamur tiram, yaitu jamur tiram putih, kuning dan coklat. Dari kegiatan usaha budidaya jamur yang telah dilakukan hingga saat ini, kegiatan usaha masih berlangsung, meskipun adanya kendala budidaya di awal-awal pembentukan. Saat ini usaha budidaya jamur telah berjalan 12 tahun dan memiliki beberapa produk olahan yaitu: keripik jamur, bakso jamur, sate jamur dan abon jamur. Jamur segar berupa jamur putih, coklat dan kuning dijual ke pedagang yang setiap hari memesan

Kegiatan budidaya jamur sejauh ini belum berbasis teknologi. Sterilisasi baglog jamur masih dilakukan dengan gas elpiji dan alat mesin streamer yang diberikan oleh PT. Indonesia Power. Secara kelembagaan unit Usaha Budidaya Jamur Tiram memiliki kelembagaan kelompok Tani tetapi secara totalitas berada di bawah naungan KUM. Unit kelembagaan ini masih belum dilegitimasi secara formal, sehingga terdapat kesulitan dalam melakukan kemitraan dan jejaring di lingkungan masyarakat pada khususnya. Produk yang dipasarkan selama ini masih relative rendah dan proses produksi dilakukan secara berkala namun tidak dalam jumlah yang besar.



Gambar 3.34 Kelompok Unit Usaha Budidaya Jamur

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

- **Unit Usaha Pengolahan Makanan**

Selain budidaya jamur, terdapat unit usaha pengolahan makanan untuk mendukung produksi pasca panen dari kegiatan budidaya jamur. PT Indonesia Power memberikan alat *vacuum frying* kepada unit usaha pengolahan makanan dibawah KUM untuk membuat beberapa olahan makanan. Selain olahan jamur berupa yang bahan bakunya telah tersedia dari kegiatan budidaya jamur, yaitu sate jamur, bakso jamur, abon jamur, dan keripik jamur. Unit usaha pengolahan juga mencoba mengembangkan produk olahan kripik dengan bahan baku lain, yaitu berupa keripik nangka, kerpiki pisang, peyeum crispy, keripik peyeum dan kripik cabai. Beberapa produksi olahan jamur selalu tersedia, salah satunya yaitu olahan bakso jamur, keripik jamur, dan sate jamur karena sewaktu-waktu adanya permintaan dari perusahaan dalam menyambut jamuan pertemuan dan beberapa kegiatan lain.



Gambar 3.35 Kelompok Usaha Mandiri Olahan Makanan

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

Sejauh ini produk unit usaha olahan makanan dalam KUM belum dipasarkan secara luas di pasaran, hanya disekitar kawasan Kamojang. Namun unit Pengolahan Makanan KUM aktif mengikuti kegiatan pameran yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung, sehingga produknya cukup terkenal. Namun kegiatan pemasarannya belum dilakukan secara maksimal. Selama ini bentuk kemitraan yang dilakukan oleh unit usaha pengolahan makanan dalam KUM hanya dengan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dalam hal pengembangan serta pemasaran dan belum dibangun kemitraan dengan pihak terkait (perbankan dll).

Dinamika kelompok yang ada masih berjalan secara alamiah sehingga dibutuhkan upaya yang lebih strategis dalam meningkatkan peran organisasi dan kelompok sehingga lebih terarah, salah satunya yaitu bukan hanya melakukan kegiatan yang berkelanjutan, namun meningkatkan produksi dan pemasaran.



Gambar 3.36 Kelompok Usaha Mandiri Olahan Makanan

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

- **Unit Usaha Food Court**

PT Indonesia Power menyediakan *Food Court* di area “Sentra Wisata Lingkungan Kamojang Hijau” yang masuk kawasan kompleks milik Indonesia Power. *Food Court* tersebut terletak di tempat yang cukup strategis dipinggir jalan dan dekat dengan masjid. *Food court* tersebut disediakan untuk wisatawan atau pengunjung yang ingin beristirahat dan menikmati menu makanan olahan jamur dan keripik lainnya. Wisatawan dapat melihat proses produksi makanan olahan, jika saat kedatangan wisatawan bertepatan dengan waktu produksi.

- **Unit Usaha Kerajinan Kreasi Kertas Koran**

Unit usaha kerajinan Kreasi Kertas Koran ini dinisiasi tahun 2008 oleh PT. Indonesia Power UPJP Kamojang sebagai wujud dari terbentuknya kelompok usaha limbah koran yang memiliki kemandirian dalam mengolah limbah koran menjadi produk-produk yang bernilai jual tinggi. Kerajinan Kreasi Kertas Koran. Unit usaha ini terbentuk dari CSR Indonesia Power sebagai wujud dari pemberdayaan masyarakat. kelompok ini dibentuk bertujuan untuk memanfaatkan limbah-limbah koran dan kemudian diolah menjadi sesuatu yang berarti seperti gelas, tempat tissue, tempat makanan dan lain-lain. kelompok pengolah limbah ini dilatih dalam bentuk Bimtek (Bimbingan Teknis) yang difasilitasi oleh Indonesia Power, sehingga pihak yang terlibat memiliki wawasan dan pengetahuan dalam pengolahan limbah koran ini. unit usaha ini awalnya bersifat individu dan kemudian menjadi unit usaha KUM. unit usaha ini belum dilegitimasi secara formal

Pengolahan limbah ini dilakukan dengan sistem tradisional dan menggunakan alat-alat yang sederhana seperti alat cetak sapu lidi, lem kayu dan yang lainnya. sehingga kapasitas produksi masih terbatas. Untuk menjaga keberlangsungan produksi unit kerajinan ini PT.

PT Indonesia Power UPJP Kamojang memasok bahan baku limbah koran setiap bulannya + 50 kg.

Sebagai upaya dalam pengembangan produk ini dilakukan sosialisasi dalam bentuk keikutsertaan pameran-pameran Kabupaten dan kota Jawa barat (Bandung dan sekitarnya). dan produk hasil pengolahan limbah koran yang dipamerkan adalah Pot Bunga, Tempat Tissue, Keranjang Buah, Tempat Permen, Tempat Parsel, Tempat Pensil, Tempat Tissue makanan dan produk lainnya. Di samping itu produk dipasarkan ke luar Jawa Barat seperti Jakarta berupa 200 produk tempat tissue dan 200 produk tempat permen. Selama ini kegiatan pengolahan limbah belum melakukan jejaring dan kemitraan dengan pihak manapun baik perbankan atau pihak terkait karena terbentur dengan masalah legal formal kelembagaan yang belum diproses.



Gambar 3.37 Kelompok Usaha Kerajinan Kreasi Koran

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

- **Unit Usaha Tanaman Endemik**

Unit usaha ini sebagai bentuk perwujudan dari CSR Indonesia Power yang diharapkan outputnya adalah terbentuknya entitas dan pelaku usaha di bidang tanaman endemik yang berwawasan lingkungan. Unit usaha tanaman endemik diawali dari kelompok tani (poktan) dan kemudian berubah menjadi unit usaha pada KUM seiring dengan pelaksanaan CSR Indonesia Power.

Budi daya bibit tanaman endemik menggunakan cara tradisional dengan menggunakan sumberdaya yang ada dan menggunakan lahan yang berada di kawasan KUM binaan Indonesia Power. sehingga hal itu mempengaruhi terhadap terbatasnya jumlah hasil pembibitan tanaman endemik.

Bibit tanaman endemik dipasarkan ke berbagai tempat termasuk luar kab. Bandung, bahkan untuk menjaga pelestarian lingkungan dan konservasi lahan, unit ini kerjasama

dengan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dalam bentuk suplai bibit sebanyak 25.000 pohon bibit. pemasaran juga dilakukan dengan berbasis website bersama dengan perusahaan XL.

Pembangunan jejaring dan kemitraan bagi unit usaha ini tidak hanya dengan PT. Indonesia Power UPJP kamojang saja melainkan sejak tahun 2014 bekerjasama dengan PT. XL dengan kegiatannya yaitu pemasaran bibit tanaman endemik yang berbasis IT (Website).



Gambar 3.38 Kelompok Usaha Tanaman Endemik

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

- **Unit Usaha Tanaman Strawberry**

Unit Usaha Strawberry merupakan bagian dari unit usaha KUM yang berorientasi pada budidaya strawberry organik. Terbentuknya unit usaha tanaman strawberry menjadikan masyarakat berperan aktif dalam budidaya tanaman strawberry serta mampu meningkatkan produksi mereka dan serta mampu memberikan nilai tambah bagi mereka. Budidaya strawberry secara hirarki berada di bawah naungan KUM dan secara otomatis pengelolaannya pun oleh KUM.

Budidaya tanaman belum sampai pada pengolahan pasca panen. proses budidaya yang dilakukan menggunakan metode secara umum dan pupuknya menggunakan kotoran kandang. Buah strawberry dijual melalui pasar lokal yang berada di wilayah kawasan KUM Indonesia Power dan luar kawasan Indonesia Power. tetapi saat ini berupaya untuk memasarkan strowberry ke luar kawasan. kelompok strawberry akan membangun jejaring dan kemitraan dengan investor dari Korea dalam hal pemasaran buah segar. tetapi yang menjadi kendala adalah keterbatasan pasokan buah mengingat bibit yang sedang dibudidaya belum mencapai kapasitas kebutuhan pasokan yang diinginkan oleh investor tersebut. kemitraan dengan pihak lain masih belum dilakukan apalagi dengan pihak perbankan dalam urusanpermodalan mengingat kelompok ini terbentur dalam masalah

badan hukum. Saat ini di tahun 2021, budidaya tanaman strawberry tidak lagi dilakukan, karena adanya beberapa kendala oleh sebab itu, unit usaha budidaya strawberry saat ini tidak lagi menjadi unit usaha dari KUM.



Gambar 3.39 Kelompok Usaha Budidaya Strawberry

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

- **Unit Usaha Pekarangan Terpadu**

Unit Usaha pekarangan terpadu yaitu unit usaha di bawah KUM yang memafaatkan pekarangan rumah, maupun pekarangan yang berada di sekitar kompleks kawasan PT. Indonesia Power untuk ditanami tanaman bernilai ekonomi. Unit Usaha Pekarangan terpadu memberdayakan ibu-ibu untuk membentuk kelompok Wanita tani. Salah satu tanaman yang pekarangan yang telah berhasil dibudidayakan dan diperjual belikan di sekitar kawasan Kamojang yaitu tanaman Cecendet atau yang sering disebut ciplukan.



Gambar 3.40 Kelompok Usaha Pekarangan Terpadu

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

- **Unit Usaha Budidaya Kopi**

Program budidaya kopi Kamojang berbasis masyarakat merupakan program CSR yang berlokasi di area Kamojang, Desa Laksana, Kec. Ibum, Kab. Bandung, Jawa Barat. Program ini dikerjasamakan dengan Kelompok Tani Gunung Kamojang dalam pengelolaan budidaya dan pengolahan kopi Kamojang. Kelompok ini memiliki 25 anggota petani dengan total lahan yang digarap kelompok sekitar 50 hektar. Program ini diangkat karena pertanian kopi merupakan salah satu komoditas utama di wilayah pegunungan Kamojang, sehingga perlu adanya pendampingan kepada para petani kopi Kamojang untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi yang dihasilkan.

Program ini bertujuan untuk mendorong terciptanya produk kopi maupun turunannya yang berkualitas sehingga dapat berkontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat Kamojang melalui pertanian kopi. Program ini meliputi budidaya maupun pengolahan kopi yang diimplementasikan mulai tahun 2019. Lingkup budidaya yang dimaksud yaitu PT. Indonesia Power Kamojang POMU turut serta dalam meningkatkan kapasitas maupun memberikan bantuan dalam mengoptimalkan proses budidaya kopi Kamojang di kelompok tani. Lingkup pengolahan kopi meliputi peningkatan kapasitas maupun pemberian bantuan sarana dan prasarana pengolahan kopi bagi kelompok tani Gunung Kamojang. Melalui program ini, diharapkan perusahaan dapat turut serta dalam peningkatan kapasitas warga sekitar Kamojang sekaligus mengoptimalkan komoditas pertanian yang ada di wilayah Kamojang.



Gambar 3.41 Kelompok Usaha Pekarangan Terpadu

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

Dalam rangka meningkatkan ekonomi kelompok dan menjaga siklus panas bumi untuk keberlanjutan operasional perusahaan, PT Indonesia Power Kamojang juga memfasilitasi kelompok untuk mengelola lahan milik perusahaan seluas 7,2 Ha untuk ditanami kopi dan dikelola kelompok. Keberadaan tanaman kopi sebagai salah satu tanaman keras disekitar operasional perusahaan adalah untuk menjaga resapan air tanah sehingga mampu menjaga ketersediaan panas bumi.

PT Indonesia Power Kamojang POMU telah melaksanakan program ini melalui proses yang terorganisir yakni melalui penyusunan rencana jangka panjang setiap 5 tahun (rencana strategis) dan rencana jangka pendek setiap 1 tahun (rencana kerja), serta berbasis data empiris, yakni perencanaan berbasis kajian ilmiah berupa riset pemetaan sosial yang dilakukan oleh Universitas Padjajaran serta evaluasi program melalui riset Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada. Selain itu, PT Indonesia Power juga selalu mendorong adanya kolaborasi dari berbagai pihak dalam mencapai tujuan program, dalam hal ini bekerjasama dengan pemerintah desa, pemerintah daerah, balai penelitian, perguruan tinggi hingga asosiasi yang berkaitan dengan kopi.



Gambar 3.42 Kelompok Usaha Pekarangan Terpadu

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

B. Wisata Lingkungan Kamojang Hijau

Wisata Lingkungan Kamojang Hijau adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan penyediaan jasa wisata edukasi mengenai berbagai kegiatan usaha yang telah dilakukan oleh Kelompok Usaha Mandiri (KUM), salah satu diantaranya yaitu edukasi budidaya jamur dan kopi, edukasi pengolahan makanan, edukasi pembuatan kerajinan dari kertas dan edukasi mengenai tanaman endemik. Jasa wisata edukasi ini diharapkan dapat menanamkan pengetahuan konservasi, cinta lingkungan dan sekaligus usaha pertanian dan pasca panen kepada wisatawan. Wisatawan dapat mendapatkan berbagai ilmu baik teori maupun terapannya secara langsung dengan mengikuti serangkaian paket yang disediakan oleh Wisata Lingkungan Kamojang Hijau.

Sejauh ini wisatawan yang mengikuti kegiatan wisata lingkungan Kamojang Hijau yaitu beberapa pelajar maupun mahasiswa yang melakukan *study tour*, atau praktikum lapang. Kegiatan wisata lingkungan hijau tidak tersedia atau dilakukan setiap hari, namun dilakukan jika ada permintaan atau kegiatan reservasi sebelumnya. Wisata Lingkungan Kamojang Hijau belum dikenal oleh masyarakat secara luas, pemasaran hanya dilakukan secara mulut kemulut atau melalui brosur. Oleh sebab itu perlu dilakukan promosi yang lebih *massive* agar masyarakat mengenal dan tau informasi mengenai Wisata Lingkungan

Kamojang Hijau di sekitar kawasan Kamojang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pengelola Desa Wisata dalam mengembangkan Desa Wisata.



Gambar 3.43 Wisata Lingkungan Kamojang Hijau

Sumber: Brosur Wisata Lingkungan Kamojang Hijau Program CSR dari PT. Indonesia Power

Secara garis besar kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Indonesia Power UPJP masih cukup berkelanjutan, karena beberapa program kegiatannya masih tetap aktif saat ini, produk hasil UMKM juga masih terus berproduksi hingga saat ini. Kegiatan berbagai unit usaha di KUM dapat menjadi pendukung dari kegiatan wisata di kawasan Kamojang. Namun harus dilakukan berbagai pengembangan terutama di kegiatan promosi dan pemasaran, agar produk berbagai produk UMKM dan jasa wisata lingkungan hijau Kamojang dapat berkembang dalam skala usaha dan kelembagannya.

G. Alokasi Bonus Panas Bumi yang Berdampak pada Kegiatan Wisata dan Perekonomian Kawasan Panas Bumi

Infrastruktur jalan merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi. Dalam upaya mendukung kegiatan wisata dan peningkatan Ekonomi di Kawasan Kamojang, berbagai pemangku kebijakan di Kawasan Kamojang mengupayakan berbagai hal dalam peningkatan infrastruktur jalan, salah satunya melalui pengembangan ruas jalan dan

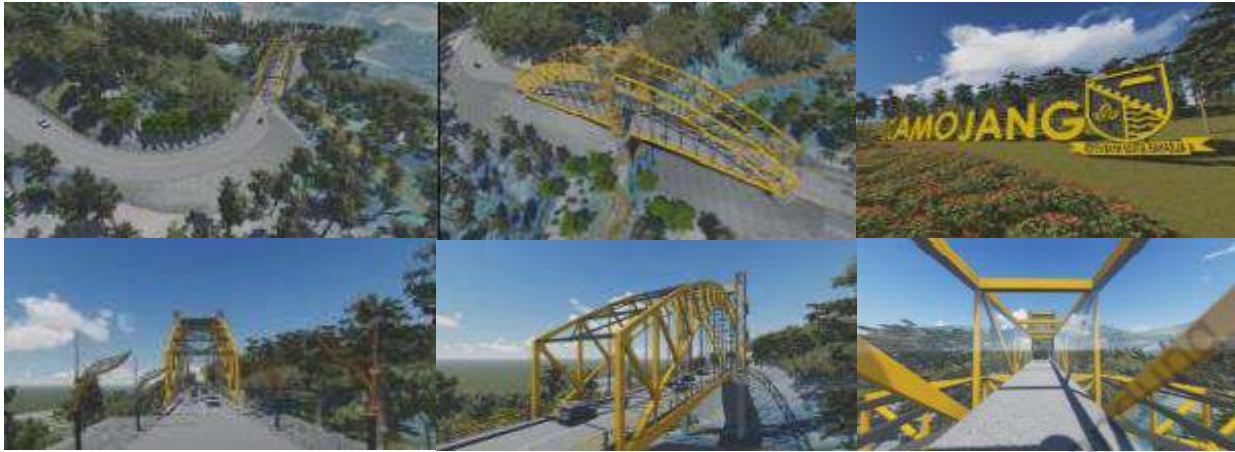
Jembatan Kamojang-Cukang Monteng. Ruasa jalan tersebut mempunyai peran dan fungsi strategis khususnya dalam mendukung kegiatan usaha PLTU Kamojang dan lalu lintas antar dua Kabupaten, yaitu Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut, serta jalur alternatif pada saat lebaran. Oleh sebab itu pemerintah Kabupaten Bandung dan para pemangku kebijakan terkait melakukan upaya pengembangan jalan melalui study perencanaan dan melakukan perijinan kepada pihak terkait yaitu Menteri kehutanan dan Perum Perhutani dalam penggunaan sebagian kawasannya untuk pengembangan jalan. Study perencanaan dan perijinan telah dilakukan mulai tahun 2006 dengan berbagai prosedur perencanaan dan pengecekan lahan.

Dalam mendukung kegiatan Ekonomi dan Pariwisata Kamojang, Dinas Binamarga Kabupaten Bandung melakukan perencanaan pembangunan jalan dan jembatan. Dinas Binamarga merujuk pada Rencana induk pengembangan daerah, evaluasi. Jalan menuju Kamojang dari Bandung banyak terdapat kerusakan dan membutuhkan pengembangan jalan yang sesuai dengan mempertimbangkan keselamatan para pengemudi, sehingga sangat diperlukan dilakukannya perbaikan. Jalan melalui Majalaya tersebut menjadi salah satu alternatif jalan secara umum karena jalurnya lebih cepat untuk lintas provinsi. Jalan yang semulanya memiliki lebar 4 m, dikembangkan menjadi 12 m.



Gambar 3.44 Perencanaan Jalan Kawasan Kamojang oleh Dinas Binamarga
Sumber: Dinas Binamarga Kabupaten Bandung

Dinas Binamarga bertugas dalam dua bidang, diantaranya jalan dan penerangan. Pengembangan jalan yang dilakukan dengan rute melalui Laswi, Baraya, Majalaya dan Ibum dilakukan pembangunan sejak Desember 2014 dengan Panjang 2 km 400m. Selain pengembangan jalan juga dilakukan pengembangan Jembatan berwarna kuning yang secara desainnya mirip dengan Sydney Harbour Bridge yang menjadi ikon Australia. Jembatan Monteng ini juga memiliki daya tarik wisata, banyak pengunjung atau pengguna jalan yang beristirahat dan berfoto di Kawasan ini, sehingga memiliki dampak dalam peningkatan ekonomi dan kegiatan wisata.



Gambar 3.45 Perencanaan Jalan dan Jembatan Kawasan Kamojang
Sumber: Dinas Binamarga Kabupaten Bandung

Berdasarkan informasi dari sejumlah narasumber, pengembangan jalan dan jembatan Monteng merupakan bentuk dari sebagian Alokasi Bonus Panas Bumi dalam pengembangan fasilitas dan sarana prasarana Kawasan di sekitar Kamojang. Saat ini masyarakat disekitar Kawasan Kamojang telah merasakan dampak secara langsung pengembangan jalan dan jembatan tersebut dalam peningkatan ekonomi dan kemudahan aksesibilitas diberbagai kegiatan, baik kegiatan pertanian, pariwisata maupun jenis usaha lainnya. Oleh sebab itu, kawasan disekitar Panas Bumi memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi diberbagai sektor, hal tersebut dikarenakan adanya potensi yang besar dalam pengembangan sarana prasarana pendukung salah satunya melalui Alokasi Bonus Produksi Panas Bumi, namun dalam penggunaannya diharapkan Alokasi Bonus Panas Bumi menjadi bagian strategis dari pengembangan Kawasan sesuai dengan perencanaan dan kajian-kajian yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung.

H. Permasalahan Wisata di Kawasan Kamojang

Berdasarkan observasi dan *deep interview* ke beberapa pemangku kebijakan di lapangan, terdapat beberapa masalah yang menjadi kendala dalam pengembangan wisata di kawasan Kamojang, salah satunya yaitu:

1. Kamojang merupakan kawasan yang di jadikan jalur alternatif antar daerah, yaitu Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut. Hal ini sebenarnya dapat menjadi peluang yang bagus untuk kawasan Kamojang karena jalur tersebut berpotensi mendatangkan wisatawan. Namun sejauh ini, kawasan Kamojang hanya dijadikan jalur transit. Hal tersebut dikarenakan banyak pengunjung yang datang di Kamojang hanya untuk beristirahat, sholat dan makan. Belum banyak pengunjung yang sekaligus melakukan kegiatan wisata. Selain itu kunjungan ke Kamojang hanya berkisar 2 hari hingga beberapa jam saja, sehingga tidak banyak kegiatan dan transaksi berbelanja yang dilakukan oleh pengunjung dan berdampak untuk masyarakat Kamojang

2. Kawasan Kamojang banyak dikenal sebagai bagian dari Kabupaten Garut, padahal sebagian besar kawasan Kamojang berada di Kabupaten Bandung. Selain itu, pusat perbelanjaan dan pelayanan wisata di Kabupaten Garut dekat dengan Kamojang, hal tersebut menyebabkan pengunjung yang datang ke Kamojang untuk berwisata masih banyak melakukan kegiatan belanja oleh-oleh di Kabupaten Garut.
3. Kabupaten Garut memiliki *branding* berbagai makanan khas yang sangat terkenal, sehingga wisatawan memaksimalkan kegiatan belanjanya di Kabupaten Garut. Hal ini menunjukkan bahwa produk-produk lokal Kabupaten Bandung masih banyak yang belum dikenal oleh masyarakat luas. Padahal jika mengamati standart dan kualitas produk lokal dari Kabupaten Bandung tidak kalah bersaing dengan produk-produk dari Kabupaten Garut, namun produk Kabupaten Bandung masih lemah di pemasaran dan belum memiliki *branding* yang kuat untuk dikenal masyarakat luas.
4. Pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Laksana, belum mendapat dukungan dan perhatian dari Pemerintah Desa, sehingga kegiatan Desa Wisata Laksana dalam melaksanakan kegiatan wisata yang saling terkoordinasi dan berlangsung secara kontinyu atau berkelanjutan.
5. Kelembagaan dari Desa Wisata yang telah dibentuk kurang aktif dalam melakukan kegiatan, baik pertemuan rutin dan melaksanakan berbagai program kerja untuk menyambut wisatawan dan upaya meningkatkan kunjungan wisata
6. Kegiatan paket wisata dari Desa Laksana diakomodir oleh perseorangan atau individu yang mampu menerima wisatawan dengan mengatas namakan bagian dari kelompok Desa Wisata Laksana. Pengunjung yang datang dan membeli paket wisata tidak dilayani oleh Kelompok Desa Wisata secara keseluruhan, sehingga pendapatan dari penyelenggaraan kegiatan wisata tidak dapat mengentungka kelompok Desa Wisata
7. Desa Wisata hanya menjadi lembaga yang melakukan pendataan terkait laju kunjungan wisatawan ke berbagai desinasi di kawasan Kamojang dan sekitarnya. Serta menjadi lembaga yang dapat berkoordinasi dengan pemerintah Kabupaten Bandung, namun belum secara langsung aktif dan menyediakan berbagai paket wisata dan melayani pengunjung secara langsung dengan tugas tanggung jawabnya masing-masing secara berkelanjutan.
8. Desa Wisata dan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) tidak saling bekerja sama dalam meningkatkan pendapatan dan ekonomi. Bumdes belum dapat memanfaatkan Desa Wisata untuk mengadakan berbagai bentuk usaha yang dapat menjadi keuntungan bersama.
9. Belum dilakukan kembali musyawarah Desa yang dipimpin oleh Kepala Desa dan dihadiri oleh berbagai tokoh masyarakat dan pemangku kepentingan, sehingga

dapat disepakati bersama arah dan bentuk kegiatan dari pengembangan Desa Wisata.

10. Beberapa kesenian budaya di kawasan Kamojang tidak ada generasi penerus yang ingin mempelajarinya, beberapa tokoh seniman telah ada yang meninggal, sehingga kemungkinan beberapa kesenian tradisional di Kawasan Kamojang tidak dapat dilestarikan jika tidak ada penggantinya.
11. Di kawasan Kamojang belum terdapat sentra budaya yang menyajikan berbagai atraksi budaya khas Kamojang, atau paling tidak terdapat kawasan yang menjadi kegiatan budaya dan menjadi tempat untuk menginterpretasikan identitas budaya khas Kamojang dan sekitarnya, sehingga pengunjung yang datang merasakan ciri khas dan suasana khas Kamojang, baik musik, bangunan, kuliner dan lain sebagainya.
12. Kamojang belum menjadi pusat kawasan wisata seperti yang ada di kawasan Pacira yang telah memiliki banyak sarana hotel, restoran dan sentra oleh-oleh.
13. Beberapa akses jalan menuju Kamojang masih banyak yang berlubang dan sempit, selain itu tanjakan yang tajam menuju Kamojang menjadi kendala bagi sebagian kendaraan yang tidak mampu melampaui tanjakan tajam.
14. Belum tersedia angkutan umum yang secara langsung menuju kawasan Kamojang, baik angkutan kota maupun bus yang dapat mendukung peningkatan laku wisatawan

I. Perumusan Strategi Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang

1. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*)

Tabel 3.4 Identifikasi dan Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor Internal Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang

Faktor Strategis Internal	Skore
Kekuatan	
Kawasan Kamojang memiliki berbagai potensi wisata, baik wisata alam, budaya, dan wisata edukasi panas bumi	0,755
Kamojang berada diperbatasan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut yang dijadikan sebagai kawasan jalur transit bagi pengunjung antar kota	0,153
Salah satu Desa di Kawasan Kamojang telah ditetapkan menjadi Desa Wisata oleh Pemerintah Kabupaten Bandung, yaitu Desa Wisata Laksana	0,293
Kamojang merupakan kawasan eksplorasi panas bumi pertama di Indonesia dengan potensi panas bumi yang sangat tinggi, sehingga memiliki nilai sejarah dan nilai edukasi yang tinggi	0,447
Kamojang ditetapkan sebagai kawasan Cagar Alam dan Taman Wisata Alam, sehingga memiliki berbagai potensi flora dan fauna	0,055
Kelemahan	
Kamojang belum ditetapkan sebagai pusat kawasan wisata, hal tersebut dikarenakan belum adanya hotel, restaurant dan sentra oleh-oleh	0,272
Di Kawasan Kamojang belum terdapat sentra budaya atau seni pagelaran yang selalu tersedia dan dapat dikunjungi oleh wisatawan	0,153
Kelembagaan Desa Wisata Laksana belum aktif dan berkembang dengan baik, hal ini dikarenakan tidak adanya agenda rutin dan penyediaan paket wisata yang ditawarkan dan dipasarkan secara rutin	0,440

Event atau kegiatan paket wisata di Kawasan Kamojang masih diakomodasi oleh perseorangan atau individu yang mampu memasarkan paket wisata, dan belum diakomodir oleh Desa Wisata	0,230
Beberapa akses menuju kawasan Kamojang masih perlu diperbaiki dan dilebarkan	0,230
Total	3,034

Tabel 3.5 Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor eksternal Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang

Faktor Strategis Eksternal	Skore
Peluang	
Di Kawasan Kamojang akan dikembangkan Kampung Sunda yang akan menjadi kampung tematik dengan berbagai wahana dan edukasi bertemakan sunda	0,155
Terdapat dua perusahaan besar yang memanfaatkan Panas Bumi di Kamojang dan membuka kesempatan untuk pengembangan masyarakat dalam bentuk program CSR, salah satunya program yang mendukung kegiatan wisata.	0,172
Pembangunan Jembatan Monteng dan perbaikan jalan menuju Kawasan Kamojang telah memiliki dampak yang besar dalam peningkatan laju kunjungan dan ekonomi	0,132
Adanya kebiasaan baru dari masyarakat di masa pandemi yang menyukai wisata di Alam terbuka membuka peluang wisatawan berkunjung ke Kamojang untuk bersepeda, <i>tracking dan camping</i> .	0,121
Ancaman	
Beberapa akses menuju kawasan Kamojang masih perlu diperbaiki dan dilebarkan	0,138
Pengunjung yang datang di Kamojang hanya berkunjung dalam waktu yang pendek (transit) karena kurangnya sarana pendukung wisata	0,138
Sebagian orang menganggap Kamojang merupakan bagian dari Kabupaten Garut. Branding oleh-oleh Kabupaten Garut yang sangat kuat menyebabkan pengunjung yang datang ke Kamojang lebih banyak berbelanja di Kabupaten Garut	0,109
Pandemi Covid-19 yang tidak kunjung selesai juga berdampak kepada laju kunjungan wisatawan di Kamojang dan juga berpotensi menyebabkan peluang penularan dari pengunjung kepada masyarakat sekitar	0,034
Beberapa program CSR dari perusahaan PT. PGE dan PT. IP tidak berlangsung secara berkelanjutan dan terdapat beberapa program sejenis yang belum di sinergikan	0,162
Total	2,84

Sumber: Data diolah peneliti

Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang dan Ancaman) dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Kamojang dapat digambarkan sebagaimana berikut: Berdasarkan gambaran matriks SWOT tersebut dapat digambarkan bahwa pengelolaan wisata Kawasan Kamojang berada pada kuadran IV yaitu kuat secara faktor internal dengan total 3,0349 dan sedang secara faktor eksternal dengan total 2,724. Posisi kuadran tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan yang telah dilakukan selama ini masih berada pada tahap tumbuh dan berkembang. Kondisi tersebut dapat dikelola dengan menggunakan strategi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi ini diharapkan dapat memperbaiki kondisi internal dan memaksimalkan kondisi eksternal sehingga pengelolaan wisata di Kawasan Kamojang dapat bersaing menjadi lebih baik.

		Faktor Internal					
		Kuat 3,0-4,0	3,0	Rata rata 2,0-2,99	2,0	Lemah 1,0-1,99	1,0
Faktor Eksternal	Tinggi 3,0-4,0	I		II		III	
	Sedang 2,0-2,99	IV		II		VI	
	Rendah 1,0-2,99	VII		VIII		IX	

Gambar 3.46 Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang dan Ancaman) dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Kamojang
Sumber: Data diolah peneliti

2. Tahap Keputusan (*Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*)

Setelah merumuskan strategi menggunakan matriks SWOT berdasarkan informasi matriks IFE, EFE, dan IE tahap terakhir dari proses perumusan strategi adalah pemilihan strategi terbaik dengan menggunakan alat analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Penggunaan QSPM bertujuan untuk mendapatkan prioritas strategi terbaik yang akan diimplementasikan sesuai dengan kebijakan dan kondisi perusahaan. Pemberian peringkat berdasarkan nilai kemenarikan (*attractiveness score*) yang untuk merumuskan strategi pengelolaan wisata di Kawasan Kamojang.

Tabel 3.6 Urutan Strategi Pengembangan Kawasan Kamojang Berdasarkan Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*.

	Urutan Strategi	Total Nilai
(SO2)	Pembinaan dan Evaluasi kelembagaan Desa Wisata Laksana baik secara keanggotaan dan program kerja agar mampu menjadi penyedia dan pelaksana kegiatan wisata di Kamojang	14,75
(WO1)	Dilakukan evaluasi kerja sama antara Desa Wisata dan Pemerintah Desa Laksana dalam menyusun program yang tepat, salah satunya mengaktifkan Bumdes dalam program Desa Wisata	13,58
(ST1)	Dilakukan sinergitas program CSR baik PGE dan IP agar lebih efisien dan berdampak besar kepada masyarakat sekitar Kamojang	12,67
(WO2)	Mengembangkan bentuk sentra budaya atau tempat pagelaran budaya yang menampilkan berbagai budaya khas dan identitas Kamojang	12,42
(ST2)	Dilakukan pengembangan sarana prasarana pendukung wisata di kawasan Kamojang seperti hotel, restaurant dan pusat oleh-oleh	10,93
(SO1)	Dilakukan perbaikan dan pelebaran jalan menuju kawasan Kamojang dan memberikan alternatif jalan yang tidak terlalu menanjak untuk meningkatkan laju kunjungan.	9,72
(WT1)	Dilakukan penguatan branding produk-produk lokal Kabupaten Bandung agar lebih bersaing dengan produk asal Kabupaten atau Kota lainnya	9,21

Sumber: Data diolah peneliti

3. Usulan Program Kegiatan Berdasarkan Hasil SWOT-QSPM

Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa usulan program yang dapat dilakukan untuk mendukung strategi pengembangan dan pengelolaan wisata di Kawasan Kamojang. Usulan Program berikut mengacu pada:

1. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi dan Kabupaten/Kota
2. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2025
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa

Usulan Program tersebut dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

1. Evaluasi Kelembagaan Desa Wisata Laksana melalui musyawarah Desa yang dipimpin oleh Kepala Desa dan dihadiri oleh tokoh masyarakat, tokoh Pemuda, BUMDesa, Anggota BPD dan Kelompok Masyarakat Peduli Pariwisata.
2. Evaluasi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga dari kelembagaan Desa Wisata Laksana yang bersumber dari Pemerintah Daerah Kabupaten, Pemerintah Desa, Pengusaha Pariwisata, Pendapatan Pengelolaan Desa Wisata, Swadaya Masyarakat dan pendukung lainnya
3. Pengelola Desa Wisata melaporkan evaluasi kinerja Pengelolaan setiap empat bulan dan melaporkan penggunaan anggaran pengelolaan setiap enam bulan
4. Aktivasi peran BUMDesa untuk kegiatan Desa Wisata melalui musyawarah Desa yang membahas mengenai bentuk usaha pariwisata, hak dan kewajiban antar lembaga serta kewenangan pihak penerima kuasa.
5. Melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk masyarakat, pemerintah daerah dan dua perusahaan besar di Kamojang yang membahas mengenai sinergitas program CSR, mengelompokan program sejenis dan menghubungkan beberapa program agar lebih efisien dan berdampak kepada masyarakat
6. Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi kepada program CSR dari perusahaan panas bumi dengan melibatkan pemerintah daerah dan universitas, agar kegiatan CSR dapat dipertanggung jawabkan dan tepat guna mendukung program Pemerintah setempat
7. Membuat kebijakan dan regulasi terkait pengembangan dan pengelolaan sentra budaya yang dapat diterapkan di kawasan-kawasan sentra wisata Kabupaten Bandung

8. Melakukan kajian pengembangan sentra budaya di Kawasan Kamojang yang dapat menjadi identitas dan karakter kuat dari Kamojang, baik secara interpretasi dan persepsi, seperti musik, seni bangunan arsitektur, seni budaya, produk UMKM dan lain sebagainya
9. Melakukan kajian perencanaan dan pengembangan Kampung Sunda yang tepat untuk mendukung pengembangan sarana dan prasarana wisata di Kawasan Kamojang
10. Kajian perencanaan perbaikan aksesibilitas menuju Kawasan Kamojang salah satunya dengan pelebaran jalan, perbaikan jalan, atau pengembangan alternatif jalan yang lebih landai dan tidak terlalu menanjak. Perbaikan aksesibilitas jalan dapat didukung dengan dana bonus Panas Bumi.
11. Melakukan pelatihan, studi banding dan pengembangan sarana prasarana pendukung untuk penguatan dan branding UMKM, mengembangkan cluster dan komunitas UMKM untuk lebih bersinergi dan saling mendukung dalam kegiatan usaha.

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

3.2 Analisis Potensi dan Gambaran Umum Wilayah Panas Bumi Wayang Windu

A. Letak Geografis Wayang Windu

Wayang Windu merupakan gunung berapi kembar yang terdiri dari Gunung Wayang dan Gunung Windu. Kawasan Wayang Windu ditetapkan menjadi proyek panas bumi aktif yaitu lokasi operasional produksi Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) dengan cakupan kawasan yang di sebut Lapangan Panas Wayang Windu. Secara geografis terletak di sebelah timur kota Pangalengan di Kabupaten Bandung, yaitu pada titik $107^{\circ}34'00''-107^{\circ}40'00''$ BT dan $7^{\circ}07'00''-7^{\circ}15'00''$ LS. Lapangan Panas Bumi Wayang Windu terletak sekitar 40 km dari Kota Bandung, tepatnya di bagain selatan lereng Gunung Malabar dan pada rangkaian gunung api kecil yang membentang kearah selatan, termasuk Gunung Gambung, Gunung Bedil, Gunung Wayang dan Gunung Windu dengan ketinggian antara 1.400 m hingga 2.180 m dpl.



Gambar 3.47 Kenampakan morfologi Gunung Gambung, Gunung Bedil, Gunung Wayang dan Gunung Windu.

Sumber: Data Peneliti

Gunung Wayang Windu memiliki aktifitas geothermal ditandai dengan terbentuknya kawah (tanah beruap) dan fumarol (lubang yang mengeluarkan uap dan gas). Pada Gunung Wayang terdapat kawah sebesar 750 m, yang disebut dengan kawah Wayang dan empat kelompok fumarol, sedangkan Gunung Windu memiliki kawah dengan lebar 350 m yang disebut dengan Kawah Burung (Kawah Windu). Gunung Wayang memiliki kawah bulan sabit dengan luas sekitar 750 m dengan empat kelompok fumarole, Gunung Windu memiliki kawah dengan dengan 350 m. Gunung Wayang sendiri memiliki ketinggian 2.182 mdpl, kawasan kawah wayang termasuk daerah proyek panas bumi aktif.



Gambar 3.48 Gunung Wayang dan manifestasi yang terbentuk berupa Kawah Wayang dan fumoral

Sumber: <https://www.oysteinlundandersen.com/old-lava-domes-of-wayang-windu-kawah-wayang-kawah-burung/>



Gambar 3.49 Gunung Windu dengan manifestasi berupa Kawah Burung

Sumber: <https://www.oysteinlundandersen.com/old-lava-domes-of-wayang-windu-kawah-wayang-kawah-burung/>

B. Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Wayang Windu

Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Wayang Windu terletak di Perkebunan Kertamanah, Desa Margamukti, Pangalengan, Bandung, Jawa Barat. Kawasan PLTP dikelilingi oleh kebun teh dengan luas 96 ha dan berada pada ketinggian 1700 mdpl. PLTP Wayang Windu memiliki luas 12.960 hektar, pemilik area tambang yaitu PT Pertamina Geothermal Energy, namun Wayang Windu bukan termasuk ke dalam lima wilayah kerja pertambangan (WKP) yang digarap sendiri oleh Pertamina. Oleh sebab itu, PLTP Wayang Windu dikerjasamakan dengan pihak lain (Kontrak Operasi Bersama-KOB) dengan *Star Energy Geothermal Limited* yang merupakan anak perusahaan *Star Energy Group*. Dalam pelaksanaannya, Star Energy menyerahkan pengelolaan proyek PLTP Wayang Windu kepada anak perusahaan lainnya: PT Magma Nusantara Limited (MNL). Perjanjian perdagangan energi listrik antara Star Energy dengan Pertamina dan PLN (Pembangkit Listrik Negara) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara, memberikan Star Energy hak untuk mengelola hingga 400 MW kapasitas pembangkit

listrik selama 42 tahun, dengan masing-masing unit pembangkit dijadwalkan dapat beroperasi setidaknya 30 tahun. Kontrak kerjasama tersebut, dapat mensuplai sumber energy lebih dari 400 MW kebutuhan daya listrik Jawa Barat.

Unit pertama sebesar 110 MW dibangun pada tahun 1999 dan telah berproduksi dengan kapasitas penuh dengan tingkat ketersediaan lebih dari 98% sejak tahun 2000. Dan pada tanggal 2 Maret 2009, Menteri Energi dan Sumber Daya Indonesia Purnomo Yusgiantoro meresmikan unit kedua dengan kapasitas sebesar 117 MW. Dan pada tahun 2014 dilakukan perencanaan pembangunan unit tiga dan unit empat dengan masing-masing memiliki kapasitas 127 MW. PLTP Wayang Windu sampai sekarang masih terus dikembangkan dan akan terus memasok listrik hingga 500 MW untuk jangka waktu 30 tahun mendatang.

C. Profil Stakeholder terkait dalam pengelolaan Kawasan Wayang Windu

1. Star Energi Geothermal Wayang Windu Limited dalam pengelolaan Kawasan Wayang Windu

Star Energi Geothermal Wayang Windu Limited melaksanakan kegiatan eksplorasi panas bumi untuk mengembangkan dan membangkitkan tenaga listrik dengan sumber energi terbarukan yang ramah lingkungan melalui penerapan standar dan sistem yang tersertifikasi demi menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan hidup generasi mendatang.

Komitmen dan konsistensi Star Energy (Wayang Windu) Ltd dalam melaksanakan berbagai program keberlanjutan, telah memberikan hasil yang membanggakan selama tahun 2012. Secara umum, kinerja keberlanjutan dari dimensi ekonomi ditandai dengan peningkatan perolehan dan distribusi nilai-nilai ekonomi kepada para pemangku kepentingan, termasuk peningkatan investasi sosial untuk masyarakat di sekitar lokasi perusahaan.

Kinerja keberlanjutan dari dimensi lingkungan, juga menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama dengan berhasilnya perusahaan meraih PROPER Peringkat Emas dari Kementerian Lingkungan RI.

2. PT. Perkebunan Nasional VIII Kertamanah

PT. Perkebunan Nusantara VIII selain mengelola unit usaha kebun yang memproduksi komoditi unggulan yaitu teh, karet, sawit dan buah-buahan, juga mengelola usaha Agrowisata pada lokasi-lokasi yang strategis untuk kunjungan wisata lokal maupun mancanegara. Konsep wisata yang dikembangkan oleh PTPN VIII adalah mengintegrasikan tempat peristirahatan dengan wisata bernuansa perkebunan teh dan kopi, karena komoditi yang dikelola paling banyak adalah teh dan kopi. PT Perkebunan Nusantara VIII membuka peluang dan mengajak para investor untuk bekerjasama dalam mengembangkan Agrowisata dengan pola kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3. Koperasi Karyawan PT Perkebunan Nasional Kertamanah

PT Perkebunan Nasional Kertamanah sejak dahulu telah mengembangkan koperasi yang beranggotakan karyawan, kegiatan yang dilakukan sejak tahun 1998 adalah meningkatkan kesejahteraan karyawannya dengan usaha simpan pinjam, jual beli produk perkebunan, sembako dan sebagainya, selanjutnya pada tahun 2020 tepatnya pada bulan Juli koperasi karyawan PTPN Kertamanah mengembangkan kegiatan usahanya di sektor pariwisata, hal ini dikarenakan adanya potensi yang besar di kawasan Kertamanah. Sesungguhnya kegiatan wisata telah dimulai semenjak dua tahun lalu oleh beberapa tokoh karyawan yang mengadakan event Wayang Windu Mountain Bike yang mampu mendatangkan berbagai peserta dari berbagai daerah di Indonesia karena memiliki jalur track yang sangat bervariasi, semenjak hal itu karyawan PTPN Kertamanah saling bekerjasama untuk meningkatkan potensi wisata, dengan mengembangkan Wayang Windu Panenjoan. Selain itu didukung dengan adanya rumah Belanda bekas lokasi syuting dari Pengabdian Setan yang kini sering dikunjungi oleh wisatawan yang penasaran dengan rumah tersebut untuk dijadikan wisata mistis, rumah. Seluruh potensi wisata yang telah menjadi destinasi wisata tersebut kini menjadi salah satu lini usaha dari koperasi karyawan PTPN Kertamanah.

Para anggota koperasi PTPN Kertamanah tentu saja bekerjasama dengan PTPN sebagai pemilik lahan dalam bentuk kerjasama pengelolaan asset. Menurut anggota koperasi semenjak pengembangan kegiatan usaha pariwisata yang dilakukan oleh koperasi karyawan PTPN Kertamanah, kesejahteraan karyawan baik yang anggota koperasi maupun yang bukan anggota koperasi semakin meningkat, karena banyak wisatawan yang berkecukupan dan melakukan transaksi jual beli dengan masyarakat sekitar, sehingga meningkatkan perekonomian di sekitar Kertamanah.

4. Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Wayang Windu

Pada tahun 1960 Pemerintah memberikan hak pengelolaan hutan Wayang Windu kepada Perum Perhutani, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor kehutanan, Sejak tahun tersebut, kawasan Wayang Windu menjadi hutan produksi, namun mengingat arti penting hutan status kawasan diubah menjadi hutan lindung sejak tahun 2003. Perum Perhutani tetap ditunjuk sebagai pengelola. Resort Pemangku Hutan (RPH) Wayang Windu mengelola kawasan dengan luas mencapai 2.785 hektar. Hutan Wayang Windu berbatasan dengan dua Kecamatan di Kabupaten Bandung, yakni Kertasari dan Pangalengan,

Wayang Windu memiliki arti penting bagi kelestarian lingkungan sekitarnya terutama karena hutan di kawasan Wayang Windu merupakan penyangga dari Sungai Citarum, yang merupakan sungai terpanjang di Jawa Barat. Walaupun sudah ditetapkan sebagai hutan lindung, masih banyak kegiatan penebangan pohon yang dilakukan oleh masyarakat sekitar, untuk dijadikan kayu bakar. Selain itu ancaman lain yang juga serius yaitu alih fungsi lahan hutan menjadi lading pertanian, yang seringkali dilakukan oleh warga Desa Tarumajaya dan Cibereum di Kecamatan Kertasari,

Berdasarkan data Elemen Peduli Lingkungan, Komunitas yang aktif memantau kondisi Sungai Citarum, luas lahan kritis di wilayah hulu Citarum mencapai 46,54 juta hektar. Setiap tahun 31,4 persen dari lahan itu tererosi mengalami erosi. Erosi itu kemudian menghasilkan sedimentasi sebanyak 8,2 juta meter kubik pertahun.

Saat Wayang Windu ditetapkan sebagai hutan lindung pada 2003, para petani yang merambah hutan sempat tertibkan. Namun, pada 2007 alih fungsi lahan kembali terjadi. Dari 2.785 hektar lahan Wayang Windu, sekitar 400 hektar dalam kondisi kritis karena dijadikan lahan bercocok tanam aneka jenis sayuran, misalnya kentang, kubis, dan wortel, oleh masyarakat.

RPH Wayang Windu melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat dengan melibatkan sejumlah organisasi lokal, seperti Baraya Tani Banung dan Institut Gunung Wayang, sehingga masyarakat secara pelan-pelan mulai sadar dan beramai-ramai menanam pohon pinus, kayu putih dan suren di kawasan Wayang Windu. Sejumlah tokoh masyarakat binaan dari RPH Wayang Windu juga mulai menghimpun para petani-petani disekitarnya untuk mengatur dan membuat peta tata ruang Wayang Windu, daerah mana saja yang boleh ditanami sayuran dan mana saja yang tidak, pengaturan tersebut supaya kegiatan pertanian dapat berjalan selaras dengan keasrian hutan.

Di dalam Kawasan Wayang Windu, Perum Perhutani juga memiliki kawasan wisata, yaitu Wana Wisata Cibolang. Kawasan Cibolang berada di kawasan hutan produksi dan sebagian hutan lindung di Gunung Windu. Wana Wisata Cibolang memiliki pemandian air panas yang bersumber dari Gunung Windu dan memiliki Kawah, yaitu Kawah Windu atau Kawah Burung yang juga cukup menarik untuk dikembangkan. Banyak wisatawan di Pemandian Cibolang yang mendaki gunung Windu untuk melihat Kawah Windu. Wana Wisata Cibolang cukup berkontribusi dalam pendapatan Pemerintah Kabupaten Bandung, hal ini dikarenakan Wana Wisata Cibolang, merupakan wisata yang telah dikerjasamakan dengan Pemerintah Kabupaten Bandung.

Pada sejumlah kawasan hutan di Jawa Barat, khususnya naik pada hutan lindung maupun hutan produksi, perputaran bisnis Perum Perhutani lebih bersifat pemanfaatan sumber daya hutan. Mata rantai manfaatnya bukan hanya dilakukan pengelola, tetapi juga masyarakat desa hutan, terutama yang tergabung dalam Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH). RPH Wayang Windu juga bekerjasama dengan LMDH di Desa Sukamanah dalam mengembangkan kawasan wisata, Kawah Wayang dilahan milik Perhutani, kerjasama dilakukan pada bulan Februari 2020.

c. Lembaga Masyarakat Desa Hutan

Pada bulan November 2019 Kelompok Tani Hutan (KTH) membentuk KAWAH “Komunitas Wayang Hejo” beranggotakan 204 Kelompok Keluarga. Anggota LMDH adalah KTH sayur dari tahun 1999, namun kini telah beralih ke tanaman MPTS (tanaman yang memiliki fungsi selain kayu, salah satunya kopi). Pada bulan Desember 2019 diadakan musyawarah para petani dan restrukturasi LMDH yang telah lama

terbentuk namun telah lama vakum dan tidak ada kejelasan program. Bapak Kustiwa Adinata terpilih sebagai ketua, semenjak saat itu terbentuk banyak kegiatan yang mengawali pengembangan di sekitar Kawah Wayang. Pada tanggal 28 Januari 2020, LMDH Wayang Hejo Desa Sukamanah melakukan penanaman reforestrasi seluas 10 Ha yang murni swadaya kelompok petani. Reforestrasi tersebut berbentuk Arboretum dan Taman Sekolah Alam yang terdiri dari tiga block penanaman, yaitu Blok makanan lokal), Blok tanaman herbal, dan blok kayu.



Gambar 3.50 Kegiatan Reforestrasi 10 hektar di kawasan Wayang oleh LMDH Wayang Hejo

Sumber: Instagram Geowisata Kawah Wayang

Pengembangan Arboretum sekaligus menjadi momen dalam pengukuhan Kepengurusan LMDH Wayang Hejo dengan ketua dan keanggotannya. Kegiatan tersebut melibatkan berbagai instansi pemerintah, dan beberapa stakeholder salah satunya yaitu Perhutani Bandung Selatan dan Star Energy. Selain itu dilakukan juga pembahasan mengenai pembukaan Kawah Wayang sebagai Destinasi Wisata, pihak Perhutani sebagai pemilik lahan merespon dengan baik hal tersebut, Akhirnya, pada tanggal 28 Februari 2020 dilakukan nota kesepakatan antara Perhutani dengan LMDH Wayang Hejo dalam bentuk kerjasama Pengembangan Kawah Wayang. Kontrak kerjasama berupa sewa lahan yang diperpanjang selama dua tahun, namun saat ini sedang dilakukan upaya untuk proses SKPS (Perhutanan sosial), sebagaimana yang tertulis dalam UU PHBM (pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat), sebagaimana diatur, sertifikat pemanfaatan dapat digunakan hingga 35 tahun.



Gambar 3.51 MOU Kerjasama antar LMDH Wayang Hejo dan PT Perhutani dalam mengembangkan Destinasi Wisata Kawah Wayang.

Sumber: Instagram Geowisata Kawah Wayang

Pada 1 Maret 2020 dilakukan pembangunan sarana prasarana berupa perbaikan jalan, bangunan saung, *wahana selfie*, dan sarana keamanan yang murni menggunakan dana swadaya LMDH. Pada tanggal 1 Juli 2020, Wisata Kawah Wayang resmi dibuka untuk masyarakat umum. Semenjak di buka untuk umum, laju kunjungan wisatawan di hari biasa mencapai 100-250 orang, sedangkan pada hari minggu mencapai 300-500 orang. Selama masa pandemic Covid-19, kegiatan wisata di kawasan Wayang tetap dilakukan menggunakan Protokol kesehatan dengan penyediaan Sanitizer di gerbang tiket, pengecekan suhu badan dengan termogun, wajib menggunakan masker, jaga jarak, dan himbauan protokol kesehatan dengan spanduk.

D. Potensi Daya Tarik Wisata di kawasan Wayang Windu

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang menjadi alasan dan motivasi bagi pengunjung atau wisatawan untuk melakukan kegiatan menuju destinasi wisata. Secara umum ada banyak daya tarik wisata yang dapat ditemui di Kawasan Wayang Windu, diantaranya adalah potensi panas bumi, pertanian, perkebunan, dan potensi budaya. Sebagian potensi daya tarik wisata telah berjalan dan dapat disajikan kepada wisatawan, namun ada pula potensi yang belum dikembangkan, berikut adalah potensi wisata yang telah tersedia di kawasan Wayang Windu

1. Kawah Wayang

Administrasi: Kawah Wayang berada di kaki gunung Wayang. Secara administrasi Kawah Wayang masuk kedalam bagian Desa Sukamanah, Pangalengan.

Pengelola: Pengelola Kawah Wayang, yaitu LMDH Wayang Hejo Desa Sukamanah juga mengembangkan Arboretum. Para pengelola Kawah Wayang komitmen untuk mengembangkan kawasan wisata yang berkelanjutan, dengan menjaga keanekaragaman hayati kawasan dan memberdayakan masyarakat anggota LMDH.

Daya Tarik: Kawah Wayang memiliki keindahan geologi berupa tanah beruap dan fumarol (lubang yang mengeluarkan uap dan gas). Kawah wayang memiliki daya tarik edukasi, konservasi dan dapat menjadi wahana untuk berfoto *selfie*, yaitu aktifitas wisata yang digemari oleh masyarakat saat ini. Pemandangan indah dari matahari terbenam dan matahari terbit, ditambah dengan kepulan asap yang keluar dari kawah, memberikan unsur fotografi yang indah bagi wisatawan yang ingin mengabadikan momen di kawasan Kawah Wayang.



Gambar 3.52 Penampakan Kawah Wayang
Sumber: Instagram Irwanlynmx

Fasilitas: Sampai saat ini fasilitas di Kawah Wayang masih dalam proses pembangunan yaitu masih 70% pembangunan. Fasilitas tersebut salah satunya yaitu saung edukasi, gazebo, *deck selfie*, bike track, hiking track, akses jalan, jembatan, taman, warung kuliner, dan souvenir. Akses menuju jalan sekitar 850 m masih berbatu dan sebagian sekitar 150 m berupa tanah. Pihak pengelola kawasan Kawah Wayang, yaitu LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) merencanakan pengembangan *camping ground* untuk kedepannya.

Pengelola Kawah Wayang, yaitu LMDH Wayang Hejo sejauh ini telah mengembangkan beberapa wahana lain di kawasan Gunung Wayang, yaitu: pengembangan wahana *tracking* Gunung Wayang dan edukasi sejarah (arva, candi, dan makam leluhur yang ada di Gunung Wayang), *Bike Track* atau jalur sepeda gunung, *event runner*, *Camping Ground*, dan Sekolah Alam untuk pelajar dan mahasiswa yang ingin melakukan kegiatan edukasi atau penelitian di Arboretum. Sekolah Alam dari wahana Kawah Wayang juga rencananya akan bekerjasama dengan sekolah-sekolah diseluruh Pangalengan menjadi salah satu kegiatan edukasi alam. Rencana pengembangan dimasa yang akan datang, yaitu pengembangan Kolam Rendam Air Panas, Taman Burung untuk konservasi, dan *Rock Climbing*.



Gambar 3.53 Kegiatan Wisata yang telah ada di sekitar Kawah Wayang (a. Sekolah Alam, b. *Mountain Bike*, c. *Mountain Climb*)
Sumber: Instagram Geowisata Kawah Wayang

Saat ini di tahun 2021, Geowisata Kawah Wayang telah mengembangkan kolam renang dan melakukan perbaikan akses dengan pengerukan jalan karena adanya penghalang dari pipa PT. Star Energi. Dengan dilakukannya pengerukan jalan, diharapkan nanti mobil atau kendaraan bervolume besar dan tinggi dapat melalui jalan masuk menuju Kawah Wayang, dan mendatangkan banyak pengunjung.



Gambar 3.54 Pengembangan fasilitas dan perbaikan aksesibilitas yang dilakukan oleh Pengelola Geowisata Kawah Wayang yaitu LMDH Wayang Hejo
Sumber: Data Peneliti

Permasalahan: Pengelolaan Geowisata Kawah Wayang yang dikelola oleh LMDH Wayang Hejo cukup baik dan mengalami progress yang cukup signifikan dalam pengembangan sarana prasarana dan pelayanan wisata. Namun LMDH Wayang Hejo menyampaikan bahwa pengelolaan dan pengembangan yang dilakukan belum banyak mendapatkan bantuan dari Pemerintah, semua pengembangan masih dalam bentuk swadaya. Padahal LMDH Wayang Hejo bermaksud ingin melakukan restorasi hulu DAS Citarum dengan pengembangan Arboretum, yaitu dengan penanaman tanaman yang bernilai ekonomi dan konservasi. Arboretum tersebut diharapkan nantinya dapat menjadi turut melestarikan tanaman-tanaman endemik Gunung Wayang, dapat melestarikan sumber daya air Hulu DAS Citarum, sekaligus dapat membantu peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat, petani-petani LMDH Wayang Hejo, agar tidak kembali merambah hutan untuk digarap menjadi lahan pertanian. Pengembangan Arboretum tersebut terdiri dari tiga block penanaman, yaitu Blok makanan lokal, Blok tanaman herbal, dan blok kayu.



Gambar 3.55 Arboretum dan Sekolah Alam pada Kawasan sekitar Gunung Wayang
 Sumber: Data Narasumber

Selain belum adanya perhatian pemerintah dalam membantu visi & misi dari LMDH Wayang Hejo dalam support bantuan pengadaan bibit, LMDH Wayang Hejo juga masih minim dalam mendapatkan perhatian dalam bentuk edukasi dan pelatihan dalam pelayanan wisatawan. Banyak anggota LMDH Wayang Hejo yang memiliki latar belakang petani tidak percaya diri dalam melakukan *guiding* atau penyambutan wisatawan.

LMDH Wayang Hejo sebagai mitra dari Perum Perhutani merasakan cukup berat dalam hal sharing profit kepada Perhutani, hal tersebut dikarenakan masih banyak tahap pembangunan yang dilakukan, dan pengunjung yang datang selama pandemic covid19 ini masih terbatas. Namun, setelah dilakukan deep interview terkait hal tersebut kepada Perum Perhutani KPH Bandung Selatan menyampaikan bahwa telah dilakukan kesepakatan bersama terkait sharing provit. Sharing provit yang dilakukan yaitu fix cost yang dibayarkan selama satu tahun sekali dan *variable cost*, yaitu sharing pendapatan harian dari tiket harga tiket masuk. Tiket masuk juga menanggung biaya asuransi dari wisatawan. Pihak perhutani menyampaikan bahwa *fix cost* yang dibayar setiap tahun merupakan lose potensi dari hasil hutan berupa tegakan pohon pinus dan pohon lain yang bernilai ekonomi, yang sebelum dikembangkan wisata merupakan bagian dari provit perhutani. Pihak perhutani juga menyampaikan bahwa Perhutani adalah BUMN, tentu mereka juga mempertimbangkan profit untuk keberlangsungan usaha negara.

LMDH Wayang Hejo ingin menekankan bahwa nilai konsevasi dari hutan di Gunung Wayang adalah tanggung jawab bersama untuk menghijaukan kembali hutan-hutan untuk mengkonservasi hulu DAS Citarum, oleh sebab itu investasi berupa bibit dan bimbingan kepada masyarakat petani anggota perlu mendapatkan perhatian bersama. Dalam melakukan kajian ini, peneliti mencoba melakukan interview ke Dinas terkait untuk mencari tahu, Program Pemerintah yang dapat menjadi bagian dari visi misi

LMDH Wayang Hejo. Maka didapatkan informasi bahwa tidak ada program terkait di Dinas Kabupaten Bandung yang sama dengan visi dan misi dari LMDH Wayang Hejo.

Selain itu, dilakukan pula interview ke Dinas Kehutan Provisi Jawa Barat Divisi Kota Bandung dan Kabupaten Bandung, di dapatkan informasi bahwa, tidak ada tupoksi secara langsung antara Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat untuk memfasilitasi visi-misi dari LMDH Wayang Hejo, hal tersebut dikarenakan tupoksi dari Dinas Kehutan yaitu menaungi hutan milik masyarakat, yaitu Hutan Rakyat, Hutan Adat dan Hutan Sosial, sedangkan hutan dalam kelolaan LMDH yaitu hutan milik negara yang dikelola oleh Perum Perhutani. Namun Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat memberikan beberapa arahan program terkait untuk dapat diajukan pengadaan bibit untuk meningkatkan konservasi hutan di kawasan Gunung Wayang dan mendukung pengembangan Arboretum yang dikembangkan oleh LMDH Wayang Hejo, yaitu melalui BPDAS (Badan Pengelolaan Daerah Aliran Sungai) dibawah Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dan mengirim proposal pengajuan bibit ke UPTD SPTH (Sertifikasi dan Perbenihan Tanaman Hutan) Provinsi Jawa Barat. Surat dan proposal ditujukan ke Kepada Dinas dan di disposisikan ke SPTH.



Gambar 3.56: Interview dengan Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat Divisi Kota Bandung dan Kabupaten Bandung
Sumber: Data Peneliti

2. Pemandian Air Panas Cibolang

Administrasi: Cibolang berada di PTPN XIII Kertamanah, berada di sekitar kawasan Geothermal Wayang Windu. tepatnya di Desa Wanasuka, Kecamatan Pangalengan.

Pengelola: Wana wisata Cibolang memiliki luas sekitar 4,9 Ha yang terletak di Ruang Pemangkuan Hutan (RPH) Wayang Windu dan dikelola oleh Bagian Kesatuan Pemangku Hutan (BKPH) Pangalengan dan Kesatuan Pengelola Hutan (KPH) Bandung Selatan. Lebih tepatnya berada di kawasan hutan produksi dan hutan lindung yang dikelola oleh Perum Perhutani.



Gambar 3.57 Pintu masuk Kawasan Pemandian Air Panas Cibolang
Sumber: Nugraha, 2018

Daya tarik: Pemandian Air Panas Cibolang dikelilingi hutan dengan tanaman utama *Calliandra calothyrsus*, pinus, dan pepohonan hutan. Air panas yang dialirkan untuk pemandian air panas Cibolang bersumber dari Gunung Windu dengan suhu berkisar 40-46°C. Pemandian Air Wana Wisata Cibolang memiliki beberapa fasilitas diantaranya. Ada beberapa jenis kolam pemandian yang disediakan untuk pengunjung yang disesuaikan dengan kedalaman dan fungsinya, yaitu: Kolam renang utama, Kolam renang dewasa, Kolam air hangat untuk anak-anak, kolam VIP, kolam rendam, terapi ikan, kolam ikan ngagogo



Kolam Renang Utama



Kolam Renang Dewasa



Kolam Air Hangat anak-anak



Kolam VIP



Kolam Rendam



Kolam Ikan Ngagogo

Fasilitas-fasilitas lain yang tersedia diantaranya yaitu taman bermain, *flying fox*, *shelter*, bale kambing, MCK, kamar mandi, kios dagang, penyewaan peralatan renang dan pancing



Penginapan



Kios-kios



Parkir Mobil

Gambar 3.58 Fasilitas Pemandian Air Panas Cibolang
Sumber: Data Peneliti

3. Kawah Burung (Kawah Windu)

Administrasi: Kawah Burung masih berada di dalam kawasan Wana Wisata Cibolang yaitu di Desa Wanasuka, Kecamatan Pangalengan.

Pengelola: sama dengan Wana Wisata Cibolang kawasan ini masih dikelola oleh Perum Perhutani

Daya Tarik: Kawah Burung merupakan kawah yang masih aktif, beberapa titik masih mengeluarkan asap dan bau belerang yang menyengat. Kawah Burung berada diketinggian 1.450mdpl dan bertemperatur antar 23^o -25^o C. Sumber mata air panas yang dialirkan ke Pemandian Air Panas Cibolang berasal dari Gunung Windu yang memiliki Kawah burung ini di kaki Gunungnya. Kawah Burung memiliki keunikan karena letaknya yang tersembunyi di dalam hutan Gunung Windu Pangalengan, selain itu dari puncak kawah ini, akan tampak pemandangan perkebunan Teh Malabar.

Fasilitas: Kawah Burung merupakan wisata yang masih belum memiliki fasilitas umum, hanya terdapat jalan setapak menuju area kawah saja yang menjadi satu-satunya sarana pendukung peotensi wisata ini.



Gambar 3.59 Penampakan Kawah Burung (Kawah Windu)

Sumber <https://nafilahayatizulkifli.wordpress.com/> diakses tanggal 1 September 2020

d. Pemandian Air Hangat Tirta Camelia

Administrasi: Tirta Camelia masih berada disekitar kawasan Wana Wisata Cibolang-Pangalengan. Secara administrative berada di Desa Banjarsari, Pangalengan. Pemandian air hangat Tirta Camelia berada di tengah perkebunan teh Malabar.

Pengelola: Luas kawasan pemandian Air Kawasan Tirta Camelia sekitar satu hektar, dikelola oleh PT Agro Wisata PTP VIII Malabar dengan ketinggian kawasan 1.000-1.400mdpl.

Daya tarik: Tirta Camelia merupakan tempat pemandian air hangat yaitu percampuran antara air panas yang sedikit mengandung belerang dan air bersih yang ditampung terlebih dahulu, kemudian dialirkan dan disesuaikan suhunya. Air panas Pemandian Air Hangat Tirta Camelia bersumber dari Gunung Windu yang dipercaya dapat mengobati berbagai penyakit kulit dan melancarkan peredaran darah. Pemandian Tirta Camelia, merupakan cikal bakal pemandian air panas yang berada di daerah Wayang Windu

Fasilitas: Pemandian Air Hangat Tirta Camelia memiliki dua buah kolam, yaitu kolam untuk anak-anak berbentuk oval dengan kedalaman setengah meter yang disertai dengan fasilitas perosotan, kolam remaja atau dewasa berbentuk persegi dengan kedalaman 1,5 meter. Selain itu tersedia pula kolam rendam yang berada di beberapa kamar, kolam rendam juga dapat dimanfaatkan menjadi kamar bilas dengan tingkat kepanasan yang dapat diatur karena terdapat dua kran air dingin dan air panas. Fasilitas lain yang tersedia di tempat ini antara lain taman bermain anak-anak, *flying fox*, terapi ikan, resto dan cafetaria, saung (gazebo), ruang bilas, toilet, tempat parkir yang cukup luas.



Gambar 3.60 Pemandian Air Panas Tirta Camelia

Sumber: <http://wisataairweb.blogspot.com/2017/03/pemandian-air-panas-yang-wajib-harus.html>

e. Wisata Alam Air Panas dan Water Boom Kertamanah

Administrasi: Water Boom Kertamanah berlokasi di Jalan Raya Perkebunan Kertamanah, Desa Margamukti, Kecamatan Pangalengan.

Pengelola: Wisata Alam Kertamanah adalah tempat wisata yang menyediakan pemandian air panas beserta berbagai wahana permainan lainnya. Wisata Alam Air Panas Kertamanah ini dikelilingi oleh perkebunan teh yang di kelola oleh Perkebunan

Nusantara VIII. Lokasi Wisata Alam Kertamanah berjarak lima kilometer dari pusat Kecamatan Pangalengan.

Fasilitas: Tersedia kolam pemandian air panas dengan fasilitas permainan air (*water boom*). Sumber air panas yang digunakan berasal dari Gunung Windu yang dapat dimanfaatkan untuk relaksasi dan menyembuhkan *reumatik* dan berbagai penyakit kulit, karena mengandung kadar yodium yang tinggi. Fasilitas lain yang disediakan di Wisata Alam Kertamanah yaitu berbagai wahana permainan, seperti *flying fox*, *ATV circuit*, penangkaran rusa dan danau buatan. Aktivitas fisik lain yang bisa dilakukan di Wisata Alam Kertamanah yaitu bermain futsal, arung jeram, hingga camping. Tersedia pula fasilitas penginapan berupa *cottage*. Sarana prasarana pendukung lain cukup tersedia seperti toilet, tempat bilas dan ganti baju, kantin, mushala dan tempat parkir yang cukup luas, namun kondisi beberapa sarana prasarana mengalami kerusakan sehingga membutuhkan perbaikan dan perawatan.



Gambar 3.61 Wisata Alam Air Panas Kertamanah
Sumber: Data Peneliti

f. Pengembangan Wisata yang di kelola oleh Koperasi Karyawan PT. Perkebunan Nusantara

PT. Perkebunan Nusantara VIII, saat ini sedang melakukan pengembangan unit usaha agrobisnis, salah satunya dengan memanfaatkan lahan-lahan tidak produktif menjadi destinasi wisata. Koperasi Karyawan PT. Perkebunan Nusantara memanfaatkan peluang tersebut untuk mengelola beberapa lahan PTPN untuk kegiatan wisata. Bentuk kerjasama tersebut dilakukan dalam kesepakatan bersama terkait *sharing profit* dan persyaratan-persyaratannya. Kesepakatan tersebut diantaranya yaitu pengembangan

hanya boleh dilakukan di lahan-lahan yang tidak produktif, atau boleh dilakukan di sebagian lahan produktif asal tidak bersifat mengganggu dan merusak tanaman teh yang masih produktif. Sharing profit disepakati dengan *fix cost*, yaitu biaya sewa lahan tiap tahun ke PTPN VIII, dan *variabel cost* yaitu pemasukan harian sebesar 70% untuk pengembang dan 30% untuk koperasi karyawan. Destinasi wisata yang dikembangkan oleh karyawan PTPN VIII di lahan kebun Kertamanah yaitu:

1. Penangkaran Rusa Kertamanah

Administrasi: Penangkaran Rusa Kertamanah terletak di Desa Margamukti Kecamatan Pangalengan, kawasan ini bersebelahan dengan Wisata Alam Air Panas dan Water Boom Kertamanah.

Daya Tarik: Pengunjung dapat memberi makan rusa dengan wortel yang dijual disekitar kawasan sebagai hiburan dan edukasi bagi anak-anak.

Fasilitas: gazebo-gazebo untuk beristirahat dan piknik bersama keluarga.



Gambar 3.62 Penangkaran Rusa Kertamanah

Sumber: <https://www.infobdg.com/v2/wp-content/uploads/2018/10/Penangkaran-Kertamanah-arindayoga-blogspot.jpg>

2. Rumah Pengabdi Setan

Administrasi: Lokasi Rumah Pengabdi Setan berada Kawasan PTPN VIII, Kampung Kertamanah, Desa Margamukti, Kecamatan Pangalengan

Daya tarik: Rumah Pengabdi Setan adalah rumah yang dijadikan lokasi syuting film horror “Pengabdi Setan” yang disutradari oleh Joko Anwar, kini rumah tersebut banyak dikunjungi wisatawan yang penasaran dengan kondisi asli rumah dan ingin berfoto di dalam rumah tersebut. Terdapat beberapa spot foto dengan kesan mistis yang menjadi daya tarik wisata. Pengunjung dapat berfoto dan menikmati berbagai spot yang di setting mistis seperti kondisi di film “Pengabdi Setan”.



Gambar 3.63 Rumah Pengabdian Setan
Sumber: Data Peneliti

3. Wayang Windu Mountain Bike Park

Administrasi: Wayang Windu Mountain Bike Park berada di kawasan Gunung Wayang Windu, tepatnya di Desa Banjarsari, Pangalengan.

Daya Tarik: Tempat wisata ini menyuguhkan hamparan pemandangan kebun teh yang luas, udara yang sejuk dan berada pada ketinggian 1.616 mdpl. Wayang Windu Mountain Bike, sudah lama dikenal sebagai tempat olah raga sepeda, lokasi ini seringkali juga digunakan untuk kejuaraan sepeda dengan berbagai daerah bertaraf nasional.

Wayang Windu Mountain Bike memiliki beberapa macam *track* sepeda gunung, mulai dari tipe *cross country (XC)*, *all mountain (AM)*, hingga *mini down hill (DH)* dengan berbagai tingkat kesulitan dan karakteristik yang berbeda. *Track* yang dapat dilalui berupa hamparan kebun teh, disesungguhnya titik dalam bersepeda dapat terlihat asap yang membubung dari Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Wayang Windu milik PT Pertamina Geothermal Energy dan Perusahaan Swasta PT Str Energy, serta beberapa bangunan milik PT PTPN VII dan PT Perhutani.



Gambar 3.64 Wayang Windu Mountain Bike
Sumber: Data Peneliti

Wayang Windu Mountain Bike memiliki tiga *track* yang dikelilingi perkebunan teh Kertamanah milik PTPN VIII, yakni *track* pertama Gunung Windu sepanjang 3,45 km, *track* ini cocok bagi pemula dengan. Kedua, *track* Gunung Wayang sepanjang 2,5 km, yang sedikit membutuhkan teknik keahlian karena memiliki variasi tanjakan yang tajam dan kondisi tanah yang berbatu. Terakhir, *track down hill* sepanjang 2 km. Tiket masuk kawasan ini juga disertai dengan *free coffee arabica*. Fasilitas: area parkir yang cukup luas, toilet umum, spot berfoto, warung makan, gazebo, gardu pandang dan mushola. Akses menuju kawasan Wayang Windu Mountain Bike cukup mudah ditemui dari kawasan pusat Pangalengan, namun jalan mendekati kawasan cukup berbatu.

Permasalahan: Event besar setingkat nasional yang diadakan untuk Wayang Windu Mountain Bike kini tidak lagi dilakukan secara rutin setiap setahun sekali. Hal tersebut dikarenakan pencetus dari event WW Mountain Bike yang kenal dengan berbagai vendor dan komunitas sepeda, telah meninggal. Semenjak saat itu, Event besar WW Mountain Bike yang diadakan setingkat nasional tidak lagi diadakan. Hal itu dikarenakan dibutuhkan banyak koordinasi dengan vendor, event organizer, komunitas sepeda dan berbagai sponsor, ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 yang tidak memperbolehkan adanya keramaian dan event besar, menyebabkan Event WW Mountain bike tidak pernah diadakan kembali. Jika pengunjung ingin menggunakan jalur track bersepeda, masih bisa digunakan, namun beberapa jalur sudah mengalami kerusakan, karena tidak lagi dirawat dengan baik.

4. Wayang Windu Panenjoan (WWP) 1800

Administrasi: Lokasi Wayang Windu Panjeon berdekatan dengan Wayang Windu Bike Park, yaitu berada di Desa Banjarsari

Daya Tarik: Wayang Windu Panenjoan merupakan kawasan wisata pengembangan dari Wayang Windu Mountain Bike Park yang disediakan untuk menarik pengunjung untuk datang ke kawasan Wayang Windu yang memiliki potensi pemandangan alam sangat indah dengan hamparan kebun teh yang sangat luas. Didukung dengan suasana pegunungan yang sejuk dan udara yang dingin, membuat kawasan wisata baru ini layak untuk dikunjungi. Wayang Windu Panenjoan dapat menjadi tempat wisata untuk melihat sunset dan sunrise dengan panorama kebun teh hijau di pada ketinggian 1800 mdpl.



Gambar 3.65 Pemandangan dari Wayang Windu Panenjoan
Sumber: Data Peneliti

Sesuatu yang menjadi daya tarik Wayang Windu Panjeon, yaitu disediakannya area spot foto, berupa jembatan dan bangunan kayu berupa gardu pandang untuk menikmati pemandangan hamparam kebun teh.



Gambar 3.66 Wayang Windu Panenjoan
Sumber: Data Peneliti

5. *Camping Ground Cikijang*

Administrasi: Camping Ground Cikijang berada di Desa Margamukti, Kecamatan Pangalengan.

Daya Tarik: Cikijang merupakan kawasan perkemahan yang memiliki luas sekitar 2.5 hektar dengan fasilitas berupa guest house berjumlah dua, toilet, mushola, panggung untuk hiburan, pompa air, tersedia genzet untuk sumber listrik, penerangan dengan tenaga surya, dan penyewaan tenda dengan berbagai macam ukuran. Pengunjung yang datang di *Camping Ground* Cikijang sudah mendapatkan free kayu bakar. Jika membayar dengan paket lengkap pengelola Cikijangan menyediakan tenda, sleeping bag, dan kayu bakar. *Camping Ground* Cikijang ini menggunakan lahan yang tidak produktif dari PTPN dan bekerjasama dengan Koperasi Karyawan PTPN VIII Kertamanah. *Camping Ground* Cikijang dapat dijadikan sarana untuk gathering keluarga, rekan kerja, kegiatan pramuka, diklat dan kegiatan camping untuk menikmati suasana hidup dekat dengan alam.



Gambar 3.67 *Camping Ground* Cikijang Dwikora
Sumber; Data Peneliti

6. Wisata Edukasi Pengelolaan Perkebunan, Pertanian dan Kehutanan

Daya Tarik: Anggota Koperasi PTPN Kertamanah berencana ingin mengembangkan wisata dengan konsep agrowisata, yaitu mengenalkan proses budidaya dan pengolahan tanaman teh, kopi dan beberapa komoditas di dalam kawasan hutan. Kegiatan akan dilakukan dengan mengadakan *tracking* menjelajah perkebunan teh, mempelajari proses budidaya teh dan kopi dari hulu hingga hilir, mengunjungi dan mempelajari proses pengolahan teh di pabrik PTPN Kertamanah dan menunjukan produk-produk unggulan dari PTPN Kertamanah.

Salah satu program Wisata Edukasi yang pernah dilakukan oleh PTPN Kertamanah yaitu, “*Coffee Origin Trip Kertamanah Plantation*”, program ini dilakukan untuk menambah wawasan pengunjung, mengenai proses budidaya kopi. Idea Coffee, yang merupakan salah satu komunitas kopi, pada tanggal 7-8 Maret 2020 bekerjasama dengan Kebun Kertamanah PTPN VIII dan Kopkar Kertamanah, kegiatan tersebut diikuti oleh 15 orang pecinta kopi yang berasal dari berbagai profesi.



Gambar 3.68 Coffee Origin Trip Kertamanah Planation

Sumber: <https://www.ideacoffee.id/2020/03/coffee-origin-trip-to-kertamanah-bandung.html>

Dari total luas areal konsesi Kebun Kertamanah yang mencapai 2885 hektar, sekitar 525 hektar yang ditanami kopi dan 1076 hektar merupakan kebun teh. Kebun kopi Kertamanah tersebar di beberapa titik, namun sebagian besar ada di gunung Wayang. Varietas kopi Arabica yang ditanam terdiri atas bluemountain, blawan pumah, abyssinia, maragogyve, composite dan Lini 5.

Setelah menyimak seluk beluk kebun, peserta trip mengunjungi tempat proses pasca panen kopi dengan dipandu oleh Asep Siddin, Mandor Besar Pengolahan Kopi. Di tempat tersebut, diperlihatkan proses sortasi, perambangan, pengupasan ceri kopi (pulping), pengupasan kopi gabah/ hard skin/ kulit tanduk (hulling) serta beberapa contoh biji kopi aneka proses yang masih dalam proses penjemuran.

Dari lokasi pasca panen, peserta kemudian diajak naik ke Wayang Windu Panenjoan-1800. WWP1800 ini merupakan destinasi ecotourism baru yang dikembangkan oleh Kopkar Kertamanah. Berada di ketinggian 1800 MDPL, pengunjung bisa menikmati sebuah area photo spot yang seolah berada diatas awan. Menjelang senja, moment yang tidak kalah menarik adalah pesona matahari terbenam.

Di hari kedua, peserta trip meninjau satu area kebun kopi yang berada tidak jauh dari akses jalan karena memang khusus diperuntukan untuk keperluan edukasi. Setelah pemaparan mengenai perawatan pohon dari Mandor Besar Pemeliharaan Afd Tirtasari Dadang Komaluddin, peserta trip diminta melakukan praktik perawatan pohon kopi yakni pewartan dan memanen ceri kopi yang telah matang. Dari kebun kopi, kunjungan beralih ke Pabrik Teh Orthodox Kertamanah. Di lokasi pabrik, Asisten Pengolahan Teh Sinu Singgi SP memandu keliling pabrik mulai dari proses pelayuan, perajangan sampai pengeringan. Setelah itu, peserta coffee trip ditunjukkan beragam mutu teh serta diperkenalkan dengan uji cita rasa teh (tea cupping). Setelah dari pabrik teh, kunjungan akhirnya ditutup dengan ramah tamah yang dilakukan di Kerta Café yang dikelola oleh Kopkar Kertamanah.



Gambar 3.69 *Coffee Origin Trip Kertamanah Planation*

Sumber: <https://www.ideacoffee.id/2020/03/coffee-origin-trip-to-kertamanah-bandung.html>

7. Wisata Sejarah dan Budaya Petik Teh

Koperasi Karyawan PTPN Kertamanah akan mengembangkan wisata *tour* jelajah kebun teh untuk mengenalkan budaya petik teh dan sejarah asal muasal kawasan dan pengenalan, beberapa kisah sejarah engembangkan kawasan menjadi perkebunan teh semenjak zaman kolonial Belanda.



Gambar 3.70 Sejarah Pabrik Kertamanah dan Budaya Petik Teh di sekitar Kawasan Wayang Windu

Sumber: <https://komunitasaleut.com/2017/11/07/perkebunan-kertamanah-yang-kembali-hidup/>

Permasalahan Wisata Kelolaan PTPN VIII Kertamanah :

Destinasi wisata yang telah dikembangkan oleh Koperasi Karyawan PTPN VIII Kertamanah belum banyak mendapatkan perhatian oleh Pemerintah Kabupaten Bandung. Hal tersebut dikarenakan belum adanya komunikasi yang terjalin antara

koperasi tersebut dengan Dinas terkait dari Pemerintah Kabupaten Bandung. Pihak Koperasi mengeluhkan belum adanya campur tangan dan bantuan pembinaan dari Pemerintah kepada unit usaha wisata yang dikembangkan oleh Koperasi Karyawan PTPN, sehingga pengelolaan wisata cenderung apa adanya, belum terkonsep dengan matang dan butuh bantuan bimbingan teknologi secara professional. Oleh sebab itu dalam kajian ini, peneliti menjadi fasilitator yang mempertemukan Pengurus Kopkar PTPN Kertamanah dengan Dinas Koperasi. Hasil dari pertemuan tersebut, yaitu Dinas Koperasi menilai bahwa potensi dan kinerja Kopkar PTPN Kertamanah sangat baik, sehingga layak mendapatkan bimbingan dan arahan lebih lanjut. Dinas Koperasi menyampaikan, akan diberikan beberapa bimbingan teknis dan akan lebih banyak melibatkan Kopkar Kertamanah jika ada kegiatan dan informasi, sehingga Kopkar Kertamanah bisa lebih berkembang dan bersinergi dengan Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mengembangkan ekonomi kawasan di sekitar Kertamanah.



Gambar 3.71: Pertemuan antara pengurus Koperasi Karyawan PTPN dengan Dinas Koperasi

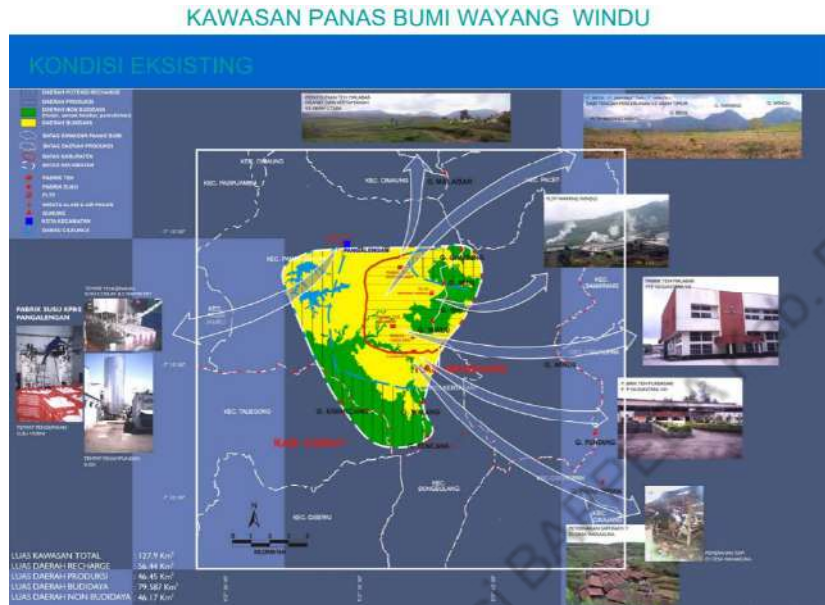
Sumber: Data Peneliti

Para Pengelola kawasan wisata Wayang Windu, yaitu pihak karyawan PT Perkebunan Kertamanah menyampaikan bahwa masih banyak sekali potensi wisata yang dapat dikembangkan di sekitar Kawasan Wayang Windu, baik itu potensi alam maupun potensi wisata budaya, salah satunya yaitu:

g. Potensi Pemanfaatan Panas Bumi untuk Kegiatan Pertanian

Secara umum, pemanfaatan panas bumi, dapat dilakukan secara langsung, untuk kegiatan pertanian industry dan wisata, atau dimanfaatkan secara tidak langsung, yaitu menjadi energy listrik, namun pemanfaatan secara langsung masih sangat sedikit untuk dimanfaatkan. Pemanfaatan panas bumi secara langsung di Kawasan Wayang Windu telah pernah direncanakan dan dibentuk model pengembangannya oleh pihak Perusahaan Star Energy dan Dinas Pertambangan dan Energi Provinsi Jawa Barat, dikarenakan banyaknya potensi lain disekitar kawasan geothermal yang dapat

dikembangkan dan diintegrasikan dengan panas bumi, seperti proses pengeringan teh oleh pabrik pengolahan teh PT Perkebunan Nusantara VIII Kertamanah, proses pasteurisasi susu di KPBS Pangalengan, dan berbagai kegiatan pertanian, wisata ataupun industri lainnya, model pengembangan dan bentuk integrasi tersebut, terdapat pada gambar berikut



Gambar 3.72 Bentuk Integrasi Pemanfaatan Panas Bumi secara langsung pada sektor pertanian di kawasan Wayang Windu

Sumber: Direktorat Jenderal Energi Baru Terbarukan dan Konservasi Energi (EBTKE) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (KESDM).

Perencanaan integrasi tersebut dapat di modelkan di dalam kawasan Wayang Windu sebagaimana pada gambaran berikut:



Gambar 3.73 Model Perencanaan Kawasan Pemanfaatan Panas Bumi Secara Langsung
Sumber: Direktorat Jenderal Energi Baru Terbarukan dan Konservasi Energi (EBTKE) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (KESDM).

Permasalahan: Akan tetapi setelah dilakukan diskusi dengan pihak perusahaan Star Energy terdapat informasi bahwa, pemanfaatan panas bumi secara langsung disekitar kawasan Wayang Windu sejauh ini hanya dimanfaatkan untuk pemandian air panas. Belum ada pemanfaatan secara langsung yang diintegrasikan dengan kegiatan usaha khususnya di bidang pertanian dan industry yang bekerjasama dengan masyarakat sekitar kawasan Wayang Windu. Pihak pengelola perusahaan Star Energy Geothermal menyampaikan bahwa, pemanfaatan panas bumi secara langsung belum dimanfaatkan secara maksimal, karena adanya beberapa kendala, yaitu:

1. Kendala keamanan (*safety*) karena harus ada tenaga ahli yang mampu mengoperasikan sistem integrasi secara teknis
2. Kendala material, pemanfaatan secara langsung membutuhkan beberapa teknologi untuk pengembangannya. Se jauh ini perusahaan PT Star Energy telah mengajukan kerja sama dengan PT Perkebunan Nasional VIII, untuk memanfaatkan panas bumi dalam proses pengeringan teh, PT Star Energy telah merancang model bentuk integrasi panas bumi dengan pabrik pengolahan teh, namun pihak PTPN VIII menilai pengeringan yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu menggunakan kayu bakar jauh lebih ekonomis.
3. Kendala teknis, sejauh ini belum ada program pengembangan usaha pemanfaatan secara langsung yang dikembangkan oleh perusahaan PT Star Energy Geothermal, dikarenakan terdapat beberapa kendala teknis, sehingga untuk sementara ini masih berfokus pada pemanfaatan secara langsung, yaitu dikonversikan menjadi energi listrik.



Gambar 3.74 Diskusi dan Wawancara dengan Perusahaan Star Energy Geothermal
Sumber: Data Peneliti

Berdasarkan kondisi tersebut, sangat disayangkan jika potensi panas bumi secara langsung tidak dapat diupayakan dengan baik. Oleh sebab itu perlu dilakukan diskusi bersama dengan berbagai stakeholder terkait untuk mengupayakan adanya pemanfaatan panas

E. Pelaksanaan Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Star Energy Geothermal (Wayang Windu) Ltd

Komitmen Star Energy Geothermal (Wayang Windu) Ltd. dalam membina lingkungan, mengembangkan dan memberdayakan masyarakat, direalisasikan dengan berbagai macam kerja sama dengan stakeholders misalnya dengan pemerintah desa, kecamatan, kabupaten, provinsi dan akademisi universitas dalam menyelenggarakan program CSR guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar lokasi operasi perusahaan. Setiap tahun, SEGWL mengalokasikan dana yang dikhususkan untuk membiayai penyelenggaraan program-program CSR yang ditujukan untuk pemberdayaan masyarakat dan pengembangan masyarakat. Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) Star Energy Geothermal (Wayang Windu) Ltd, yaitu:

1. Pendidikan (*Capacity Building*) Education & Rural Development Livelihood

- Program Bidang Pendidikan Formal, meliputi pemberian beasiswa berprestasi untuk siswa/i, pemberian beasiswa berprestasi untuk siswa/i dari keluarga tidak mampu, beasiswa penuh perguruan tinggi (D3-D4) bagi lulusan SLTA yang terpilih mengikuti kuliah di Politeknik Bandung dan Universitas Padjajaran.
- Bidang Pendidikan Non Formal (Perpustakaan Desa, Radio Komunitas, dan Karang Taruna RW 18), program ini meliputi *Creative Center Sahabat Star Pengabdian Masyarakat* Target dari program ini yaitu, Pembentukan Kelembagaan Kepemudaan dan Bengkel Kreatifitas,
- *Vocational Training & Capacity Building: Socioeconomy/Tourism/ Agriculture Knowledge & Skill Collaborate with* Yayasan Bakti Barito. Program ini meningkatkan vokasi ketrampilan masyarakat di bidang ekonomi kreatif, pariwisata dan jasa boga, Meningkatkan pengetahuan bidang pertanian di masyarakat dengan menyesuaikan jenis tanaman yang tepat guna dan memiliki nilai ekonomis.



Gambar 3.75 Proses Kerjar Paket C dan Wisuda siswa/siswi Kejar Paket B dan C
Sumber: Data Monitoring CSR PT. Star Energy Wayang Windu

2. Ekonomi (*Empowerment & Capacity Building*) Improve Local Economic, Food Security & Ecotourism

- Budidaya Jamur Tiram Ramah Lingkungan (Buramli): Pembangunan rumah produksi baru untuk mendukung peningkatan produksi jamur, Membuat legalitas usaha dengan membentuk CV menuju profesionalisme, Meningkatkan produksi benih sebanyak 1000 botol/tahun, Menambah fasilitas untuk menunjang produksi

benih (terbentuk minilab site Jamur), Terbentuknya plasma masyarakat binaan budidaya jamur target 10 orang atau 3 kelompok binaan/tahun, Peningkatan kualitas dan kuantitas SDM mitra binaan budidaya



Gambar 3.76 Kegiatan Budidaya Jamur
Sumber: Data Monitoring CSR PT. Star Energy Wayang Windu

- Ekonomi Hijau Saba Desa, yaitu Kelas Literasi, Kampung Edukasi, *Sociopreneurship*, dan Komunitas Ekonomi Kerakyatan di Kelompok Rentan Desa. Target dari program ini yaitu: Kegiatan literasi keaksaraan untuk anak/remaja/orang tua buta huruf desa dengan peserta 30 warga/tahun tingkat kampung, Terbentuknya Kampung Edukasi Desa, Pengembangan Ekonomi hijau melalui budidaya labu siam, pembangan budidaya ternak ayam ekor, Ketahanan dan keberlanjutan produksi dan varietas budidaya hidroponik tanaman sayuran yaitu pakcoy, saladah bokor dan kangkong.



Gambar 3.77 Kegiatan Budidaya Ayam, Pakcoy dan Saladah
Sumber: Data Monitoring CSR PT. Star Energy Wayang Windu

- Pembentukan UMKM Koperasi Nurkayana melalui program terbentuknya kerjasama kemitraan antara Koperasi Nurkayanana dengan 5 operator lokal pariwisata di Kecamatan Pangalengan hingga terbentuknya kerjasama kemitraan antara Nurkayanan dengan 5 operator lokal pariwisata di Kecamatan Pangalengan
- Pelatihan kursus jahit dasar hingga mampu menjadi pelaku wirausaha mikro baru di bidang konveksi, pelatihan kursus desain grafis hingga mampu menjadi pelaku usaha mikro baru atau minimal terserap sebagai tenaga kerja terampil.

- KOMUNITAS AMBEU PREANGER: Pemberdayaan Kelompok Petani Kopi : berupa edukasi pengolahan kopi, pelatihan pramuwisata untuk menjadi wisata kopi atau ecotourism kopi, Proses pengolahan kopi dari Hulu hingga Hilir dan menjadi Produsen Specialty



Gambar 3.78 Komunitas Ambeu Preanger
Sumber: Data Monitoring CSR PT. Star Energy Wayang Windu

- Pembentukan Pangalengan *Adventure Ecotourism & Outdoor Sport (Pengembangan Ecoventure)* berbasis Penguatan Komunitas Sosial Ekonomi), Program menjadi wadah pemersatu EO/Provider lokal representative target 3 mitra binaan operator lokal.



Gambar 3.79 Pangalengan Adventure Ecotourism & Outdoor Sport (Pengembangan Ecoventure)
Sumber: Data Monitoring CSR PT. Star Energy Wayang Windu

3. Lingkungan *Environment Capacity Building & Emergency Preparedness*, program

- Program edukasi Kebencanaan sebagai Pilar Tangguh Bencana dengan Inisiasi dan Perencanaan Pembentukan Kampung Tangguh, yang selalu siap sedia apabila terjadi bencana.
- Tata Kelola Lingkungan Berbasis Masyarakat (*Capacity Building & Empowerment, Environment & Water safeguard*), dengan melakukan Menciptakan “buffer zone” untuk mencegah erosi di areal rawan longsor

- (Leuweng Citere) dan Restorasi 2 titikmata air/yahun di WWA sebagai “*watercatchment area*” dan memulihkan fungsi *aquifer*
- Rural Development & Empowerment, program elektrifikasi gratis kepada warga tidak mampu atau miskin



Gambar 3.80 Program Kursus Menjait dan Desain Grafis
Sumber: Pangalengan Adventure Ecotourism & Outdoor Sport (Pengembangan Ecoventure)

F. Analisis Permasalahan Wisata di Kawasan Wayang Windu

Berdasarkan observasi dan *deep interview* ke beberapa pemangku kebijakan di lapangan, terdapat beberapa masalah yang menjadi kendala dalam pengembangan wisata di kawasan Wayang Windu, salah satunya yaitu:

1. Kecamatan Pangalengan, termasuk salah satunya Kawasan Wayang Windu memiliki potensi wisata alam yang sangat tinggi, namun belum banyak perhatian dari Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mengembangkan fasilitas dan sarana prasarana wisata di Pangalengan.
2. Kawasan Wayang Windu memiliki potensi wisata yang sangat besar, namun belum terdapat Desa Wisata ataupun Calon Desa Wisata yang mengajukan ke Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung
3. Kawasan Wayang Windu belum ditetapkan secara khusus sebagai kawasan wisata, sehingga belum banyak tersedia fasilitas wisata, seperti *hotel*, *guest house*, *restaurant*, dan pusat oleh-oleh, hal tersebut menyebabkan kunjungan wisata di kawasan Wayang Windu bersifat pendek, yaitu kurang dari satu hari
4. Pengembangan destinasi wisata di Kawasan Wayang Windu belum banyak mendapatkan perhatian oleh Pemerintah Kabupaten Bandung, banyak pengelola dan pengembang wisata di Kawasan Wayang Windu belum mendapatkan pelatihan ataupun bimbingan teknologi dalam penyediaan dan penerimaan wisatawan
5. Pengembangan destinasi wisata di kawasan Wayang Windu masih bersifat sederhana dan kurang berinovasi, sehingga berisiko dalam hal keberlanjutan. Hal

tersebut dikarenakan pengembangan destinasi wisata bersifat swadaya oleh masyarakat dan belum banyak mendapatkan bantuan arahan dari Pemerintah.

6. Kelompok Penggerak Pariwisata di Kecamatan Pangalengan tidak terlalu aktif dalam melakukan koordinasi antar destinasi di Kecamatan maupun koordinasi tingkat Kabupaten, hal tersebut menyebabkan kurang adanya tukar informasi dan sinergitas dalam pengembangan wisata di Kecamatan Pangalengan
7. Aksesibilitas menuju kawasan Wayang Windu sudah cukup baik, namun terdapat beberapa akses menuju destinasi wisata yang jalannya masih sangat berbatu dan cukup berbaya untuk dilalui dengan kendaraan.
8. Produk lokal kawasan Wayang Windu baik berupa produk UMKM (makanan dan kerajinan tangan) maupun produk komoditas lokal belum banyak dipasarkan secara langsung kepada wisatawan disetiap destinasi kawasan Wayang Windu, hanya beberapa produk yang dipasarkan di kafe Koperasi Karyawan PTPN Kertamanah, hal ini menyebabkan kurang maksimalnya belanja wisatawan di kawasan Wayang Windu
9. Belum tersedianya destinasi yang mengenalkan seni budaya dan tradisi yang khas dan mampu menjadi karakter dan identitas Kawasan Wayang Windu

G. Perumusan Strategi Pengelolaan Wisata di Kawasan Wayang Windu

1. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*)

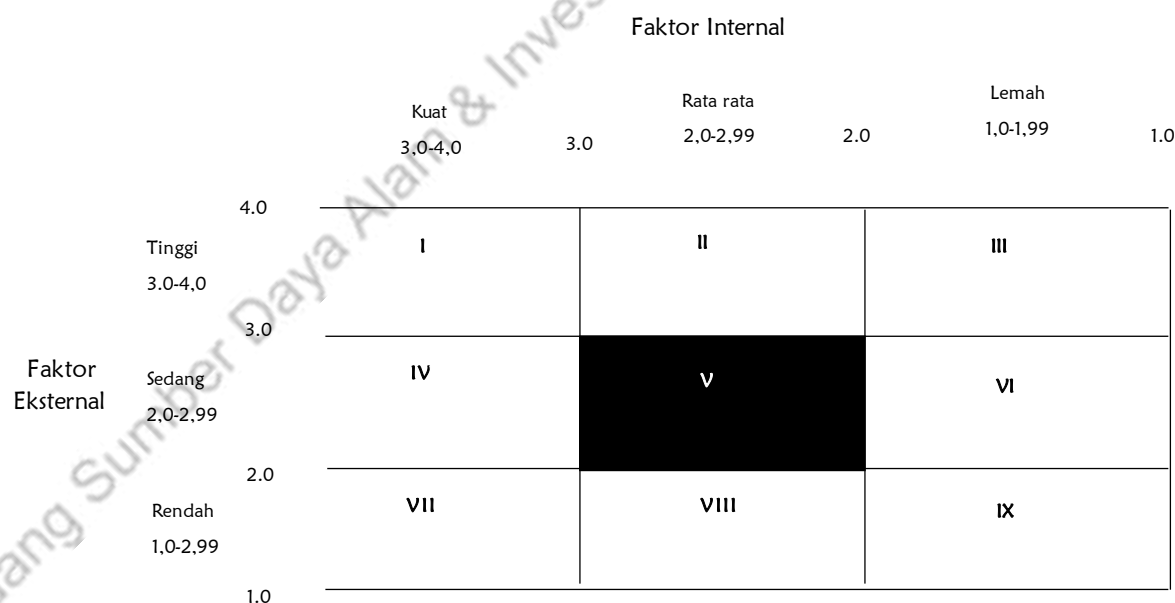
Tabel 3.7 Identifikasi dan Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor Internal dan Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Wayang Windu

Faktor Strategis Internal	Skore
Kekuatan	
Kawasan Wayang Windu memiliki berbagai potensi wisata alam, berupa perkebunan teh, danau kawah dan pemandian air panas	0,815
Di kawasan Wayang Windu terdapat perusahaan PT Star Energy yang senantiasa memberikan program penjagaan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat sekitar	0,378
Terdapat lembaga masyarakat yang aktif dan kreatif dalam mengembangkan usaha wisata, serta telah membentuk kelembagaan, yaitu Koperasi Karyawan PTPN VIII Kertamanah dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan	0,582
Kawasan Wayang Windu berada disekitar kawasan perkebunan teh, sehingga memiliki pemandangan yang sangat indah dan terdapat pemandangan petani teh sedang memetik daun teh setiap hari	0,407
Kelemahan	
Potensi wisata di Kawasan Wayang Windu cukup besar namun belum terdapat Desa Wisata atau Calon Desa Wisata	0,407
Kawasan Wayang Windu belum ditetapkan secara khusus sebagai kawasan wisata, sehingga belum banyak tersedia fasilitas wisata, seperti <i>hotel, guest house, restaurant</i> , dan pusat oleh-oleh	0,106
Pengembangan destinasi wisata di kawasan Wayang Windu masih bersifat sederhana dan kurang berinovasi.	0,087
Produk lokal kawasan Wayang Windu belum banyak dipasarkan secara langsung kepada wisatawan	0,058
Kegiatan Seni budaya belum banyak menjadi daya tarik wisata di kawasan Wayang Windu	0,223
Total	2.750

Tabel 3.8 Identifikasi dan Penilaian Skor Hasil Analisis SWOT dari Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kamojang

Faktor Strategis Eksternal	Skore
Peluang	
Kawasan Wayang Windu berada di sekitar Kawasan PTPN VIII Kertamanah yang masih memiliki peluang besar penggunaan lahan PTPN untuk pengembangan wisata dalam perjanjian kerja sama	0,472
Terdapat salahsatu destinasi yang menjadi lokasi shuting film, sehingga cukup viral dan dikenal banyak orang sehingga banyak yang ingin berkunjung dan berdampak pula ke destinasi lain.	0,105
Kawasan Wayang Windu telah memiliki jalur track untuk mountain bike dengan berbagai tingkatan rute yang telah memiliki standart rute bersepeda tingkat nasional	0,409
Adanya kebiasaan baru dari masyarakat di masa pandemi yang menyukai wisata di Alam terbuka membuka peluang wisatawan berkunjung ke Wayang Windu untuk bersepedah, <i>tracking dan camping</i>	0,428
Ancaman	
Pengembangan destinasi wisata di Kawasan Wayang Windu belum banyak mendapatkan perhatian oleh Pemerintah Kabupaten Bandung, berupa pelatihan ataupun bimbingan teknologi dalam penyediaan dan penerimaan wisatawan	0,428
Kelompok Penggerak Pariwisata di Kecamatan Pangalengan tidak terlalu aktif dalam melakukan koordinasi untuk bertukar informasi dan bersinergi dalam pengembangan	0,409
Pengunjung yang datang di Wayang Windu hanya berkunjung dalam waktu yang pendek karena kurangnya sarana pendukung wisata	0,428
Pandemi Covid-19 yang tidak kunjung selesai juga berdampak kepada laju kunjungan wisatawan ke Wayang Windu dan juga berpotensi menyebabkan peluang penularan dari pengunjung kepada masyarakat sekitar	0,149
Total	2,832

Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang dan Ancaman) dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Wayang Windu dapat digambarkan sebagaimana berikut:



Gambar 3.81 Matriks SWOT dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Kamojang
Sumber: Data Peneliti

Berdasarkan gambaran matriks SWOT tersebut dapat digambarkan bahwa pengelolaan wisata Kawasan Wayang Windu berada pada kuadran VII yaitu kuat secara faktor internal dengan total 2,750 dan sedang secara faktor eksternal dengan total 2,832 Posisi

kuandran tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan yang telah dilakukan selama ini masih berada pada posisi hold and maintain. Strategi yang umum dipakai dalam posisi ini adalah *market penetration* dan *product development*. Strategi ini diharapkan dapat memperbaiki kondisi internal dan memaksimalkan kondisi eksternal sehingga pengelolaan wisata di Kawasan Wayang Windu dapat bersaing menjadi lebih baik

2. Tahap Keputusan (*Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*)

Setelah merumuskan strategi menggunakan matriks SWOT berdasarkan informasi matriks IFE, EFE, dan IE tahap terakhir dari proses perumusan strategi adalah pemilihan strategi terbaik dengan menggunakan alat analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penggunaan QSPM bertujuan untuk mendapatkan prioritas strategi terbaik yang akan diimplementasikan sesuai dengan kebijakan dan kondisi perusahaan. Pemberian peringkat berdasarkan nilai kemenarikan (*attractiveness score*) yang untuk merumuskan strategi pengelolaan wisata di Kawasan Kamojang. Penentuan daya tarik QSPM oleh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9 Urutan Strategi Pengembangan Kawasan Wayang Windu Berdasarkan Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

	Urutan Strategi	Total Nilai
(WT 1)	Mengaktifkan peran pemerintah dalam pemberian pelatihan dan bimbingan teknis kepada pengelola wisata di Kawasan Wayang Windu (WO3)	10.84
(WO1)	Mendorong Pemerintah Desa di kawasan Wayang Windu untuk mendaftarkan menjadi Calon Desa Wisata ke Dinas Pariwisata (WO1)	9.43
(ST1)	Mengaktifkan peran Kompepar di Kawasan Pangalengan dan Wayang Windu untuk saling bersinergi dan sebagai media komunikasi (ST1)	8.72
(SO1)	Mengajukan bantuan CSR kepada Perusahaan PT Star Energi untuk pelatihan dan pengembangan produk wisata (SO1)	8.45
(SO2)	Mengemas seluruh potensi wisata melalui paket wisata yang atraktif, inovatif, dan edukatif sesuai dengan segmen pasar (SO2)	7.87
(ST2)	Menambah fasilitas dan sarana prasarana penunjang kegiatan wisata dengan melibatkan berbagai stakeholder (ST2)	7.65
(WT1)	Bekerja sama dengan komunitas dan tour travel untuk menyediakan event atau paket wisata (SO3)	6.42
(WT2)	Menyediakan outlet atau pusat oleh-oleh untuk memasarkan produk lokal Wayang Windu (WT2)	6.21
(WO2)	Menyajikan unsur budaya dan kesenian tradisional sebagai daya tarik wisata di Kawasan Wayang Windu (WO2)	6.17

Sumber: Data diolah peneliti

3. Usulan Program Kegiatan Berdasarkan Hasil SWOT-QSPM

Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa usulan program yang dapat dilakukan untuk mendukung strategi pengembangan dan pengelolaan wisata di Kawasan Kamojang. Usulan Program berikut mengacu pada:

- a. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataannya Provinsi dan Kabupaten/Kota
- b. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataannya Provinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2025

Usulan Program tersebut dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

1. Melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) yang berisi pengelola wisata kawasan Wayang Windu, Dinas terkait di Kabupaten Bandung, Perusahaan Panas Bumi PT. Star Energi, dan Kompepar Kecamatan Pangalengan untuk membahas mengenai pengelolaan dan pengembangan wisata di Kawasan Wayang Windu
2. Melakukan pelatihan dan bimbingan teknis pengelolaan wisata dan penerimaan wisatawan kepada pelaku wisata di Kawasan Wayang Windu, seperti pelatihan Bahasa Inggris, Pelatihan Guest House, perencanaan paket wisata, event, Guiding, dan sebagainya.
3. Mendaftarkan Desa dengan potensi wisata di Kawasan Wayang Windu menjadi calon Desa Wisata
4. Melakukan kajian perencanaan paket wisata yang atraktif, inovatif, dan edukatif sesuai dengan segmen pasar di Kawasan Wayang Windu dengan melibatkan tenaga ahli wisata
5. Melakukan pengembangan sarana prasarana wisata dengan melibatkan masyarakat sekitar sebagai pelaku usaha wisata, seperti penyedia guest house, produk kuliner, oleh-oleh dan kerajinan tangan.
6. Menyediakan outlet untuk produk lokal UMKM dan oleh-oleh khas Wayang Windu untuk wisatawan
7. Menyajikan unsur budaya dan seni tradisional khas kawasan Wayang Windu sebagai bagian destinasi wisata, seperti penyajian kebiasaan ritual dan tradisi masyarakat kepada wisatawan.
8. Menyediakan tempat sentra budaya dan pagelaran budaya yang dapat dijadikan tempat untuk masyarakat berdiskusi, berkarya dan menyambut masyarakat

H. Analisis Desa yang Potensial sebagai Desa Wisata di Kawasan Wayang Windu

Salah satu Desa yang potensial untuk didaftarkan menjadi Calon Desa Wisata karena memiliki berbagai potensi wisata, bahkan telah banyak pengelolaan Wisata yang dikembangkan oleh masyarakatnya, yaitu Desa Margamukti. Dalam kajian kali ini, akan dilakukan analisis Desa Margamukti sebagai Calon Desa Wisata, berikut adalah profil dari Desa Margamukti dan potensinya sebagai Desa Wisata.

Profil Desa Margamukti:

Batas Geografis:

Desa Margamukti merupakan salah satu Desa di Kecamatan Pangalengan secara topografi merupakan daerah yang memiliki ketinggian 1485 meter diatas permukaan laut dan curah hujan rata-rata 2.199 mm dengan suhu rata-rat 16-20°C. Secara administrasi Desa Margamukti memiliki batas-batas sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Desa Pangalengan
Sebelah Timur	: Desa Tarumajaya
Sebelah Selatan	: Desa Sukamanah
Sebelah Barat	: Desa Pangalengan

Kondisi Geografis :

Desa Margamukti terdiri dari 4 Dusun dengan 26 RW dan 134 RT. Jumlah penduduk Desa Margamukti sampai dengan akhir tahun 2020 tercatat sebanyak 17.550 orang dengan jumlah laki-laki 8832 orang dan jumlah perempuan 8738 orang, tercatat dalam 5500 Kepala Keluarga (KK).

Kondisi Sosial Ekonomi:

Sumber penghidupan bagi penduduk adalah dari sektor pertanian dan perkebunan, sektor pariwisata, sektor industry, perdagangan dan jasa. Sektor pertanian dan perkebunan menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat Desa Margamukti karena sebagian besar Kawasan Desa Margamukti merupakan lahan perkebunan dari PTPN VIII Kertamanah dan Pertanian milik masyarakat. Oleh sebab itu mata pencaharian masyarakat Desa Margamukti merupakan petani.

Potensi Daya Tarik Wisata yang Unik dan Khas di Desa Margamukti

Potensi Wisata Desa Margamulya cukup lengkap, mulai dari wisata buatan hingga wisata alam, dan terdapat wisata kebudayaan, Wisata buatan yang terdapat di Desa Margamulya yaitu Water Boom Kertamanah, Penangkaran Rusa, Camping Ground Cikijang,



Gambar 3.82 Water Boom Kertamanah, Penangkaran Rusa, Camping Ground Cikijang

Sumber: Data Peneliti

Potensi Wisata Alam yang terdapat di Desa Margamulya yaitu Wayang Windu Panenjoan, Wayang Windu Hutan Pinus dan Kawah Wayang.

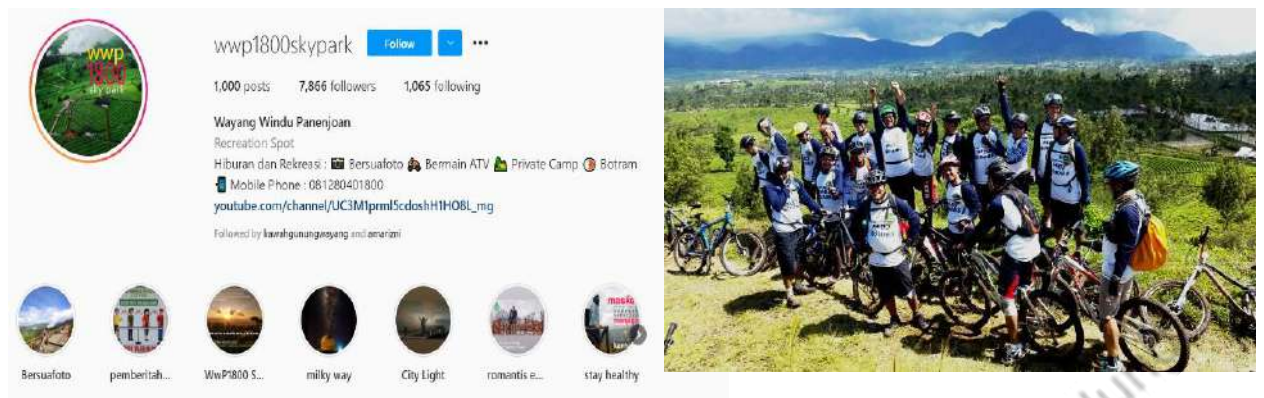


Gambar 3.83 Wayang Windu Panenjoan, Wayang Windu Hutan Pinus dan Kawah Wayang.

Sumber: Data Peneliti

Promosi Wisata

Promosi Wisata di Kawasan Wayang Windu telah dilakukan oleh para pengelola wisata melalui social media dan event besar seperti Wayng Windu Mountain Bike serta adanya *workshop coffee trip*.



Gambar 3.84 Promosi Wisata Wayang Windu melalui media sosial
Sumber: Data Peneliti

Analisis Kuantitatif Penilaian Kategori Desa Margamulya menjadi Desa Wisata

Tabel 3.10 Instrumen Analisis Kuantitatif Kategori Desa Margamulya

No.	Instrumen	Kategori	Indikator	Nilai
1.	Daya Tarik	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata Pemanfaatan potensi masih sebatas digunakan oleh masyarakat local dan sekitar 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Potensi daya tarik sudah mulai dikelola Munculnya aktifitas perdagangan disekitar daya tarik wisata. Munculnya daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya lokal dari masyarakat 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Daya tarik wisata sudah berkembang dan menjadi tujuan wisata rutin para wisatawan Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah berkembang 	3
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah ada inovasi dari masyarakat. Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah maju 	
2.	Aksesibilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan aksesibilitas wisata masih terbatas Akses ke kawasan masih berupa transportasi umum belum transportasi wisata 	

	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat rambu-rambu penanda keberadaan desa wisata • Terdapat angkutan umum menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi 	2	
	Maju	<p>A. Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut</p> <p>B. Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar</p> <p>Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik</p>		
	Mandiri	<p>A. Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut</p> <p>B. Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar</p> <p>C. Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik</p>		
3.	Fasilitas	Embrio/ Potensial	Pengembangan fasilitas wisata masih terbatas	
	Berkembang		<p>A. Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata</p> <p>B. Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan</p>	
	Maju		<ul style="list-style-type: none"> • Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai. • Berkembangnya fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	3
	Mandiri		<ul style="list-style-type: none"> • Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah mengikuti standar Internasional. • Memiliki fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	
4.	Pemberdayaan Masyarakat	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh/ masih rendah. • Masyarakat sebatas melakukan aktifitas sehari-hari untuk mencari nafkah (bertani, beternak dan sebagainya) 	
	Berkembang		<ul style="list-style-type: none"> • Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata • Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
	Maju		<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya. 	3

			<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat terlibat langsung dalam pengelolaan daya tarik wisata 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya mandiri dalam mengelola desa wisata. Pengelolaan kolaboratif pentahelix 	
5.	Pemasaran dan promosi	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Belum ada/ masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung Belum adanya media promosi tentang desa wisata tersebut 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah mulai dikenal dan dikunjungi wisatawan. Sudah mempunyai media promosi (website, brosur) 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara swadaya serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan pihak luar. 	3
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara digital dengan lingkup pemasaran berskala Internasional. 	
6.	Kelembagaan dan SDM	Embrio/ Potensial	<p>A. Belum memiliki organisasi kepengurusan desa wisata</p> <p>B. Masih secara spontan dalam menerima kunjungan wisatawan</p> <p>C. Belum adanya pengembangan kualitas dalam bidang kepariwisataan</p>	
		Berkembang	<p>A. Mempunyai organisasi kepengurusan desa wisata</p> <p>B. Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta)</p>	2
		Maju	<p>A. Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb).</p> <p>B. Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya.</p>	
		Mandiri	<p>A. Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb).</p> <p>B. Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya.</p> <p>C. Dana Desa menjadi bagian dalam inovasi produk wisata</p>	
	Total			16
	Rata-rata: Total/6 (Jumlah instrument)			2,6

Kategori Desa Wisata, didapatkan dengan penilaian tabel diatas. Penilaian Skor, dapat di kategorikan sebagaimana berikut: (1.) Embrio/Potensial, (2.) Berkembang, (3.) Maju, (4.) Mandiri.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, didapatkan hasil skor Desa Margamukti sebesar 2,6 yang berarti Desa Margamukti masuk kedalam kategori Desa Wisata yang Berkembang. Hal tersebut menunjukkan bahwa Desa Margamukti telah potensial menjadi Desa Wisata, namun masih butuh dukungan dan arahan dari berbagai pihak, yaitu Pemerintah Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat setempat, Program CSR Perusahaan setempat dan peran aktif dari masyarakat

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

3.3 Analisis Potensi dan Gambaran Umum Wilayah Kerja Panas Bumi Patuha

Kawasan Kerja Panas Bumi Patuha tersebar di kecamatan Pasir Jambu, Ciwidey, dan Rancabali (Pacira). Hal tersebut dikarenakan beberapa titik lokasi di kawasan Pacira memiliki potensi panas bumi yang bersumber dari Gunung Patuha. Pembahasan dari Wilayah Panas Bumi di kawasan Patuha berbeda dengan di kawasan Kamojang dan Wayang Windu yang terfokus pada satu kawasan sehingga lebih mudah untuk diintegrasikan menjadi satu tema wisata Panas Bumi. Oleh sebab itu, pembahasan dari wilayah panas bumi Patuha ini lebih ke inventaris potensi wisata di sekitar Patuha dan strategi pengembangannya dimasa depan.

A. Sejarah Gunung Patuha

Gunung Patuha merupakan gunung tertinggi kedua se-Jawa Barat setelah Gunung Kendang. Ketinggian Gunung Patuha mencapai 2434 mdpl dan memiliki dua kawah, yaitu Kawah Putih yang berada tepat di bawah puncak dengan ketinggian 2100 mdpl dan Kawah Saat (Kering) yang berada di puncak Gunung Patuha. Gunung Patuha merupakan gunung yang berada di pusat kawasan wisata Ciwidey dan memiliki potensi panas bumi, oleh sebab itu beberapa tempat wisata di sekitar Gunung Patuha memiliki fasilitas pemandian air panas yang bersumber dari Gunung Patuha.

Nama “Patuha” bermula dari kata “sepuh” dalam Bahasa Indonesia, yaitu “pak tua”, namun lambat laun namanya berubah menjadi “Patuha”. Lebih dari seabad yang lalu, puncak Gunung Patuha oleh masyarakat setempat dianggap angker sehingga tak seorang pun berani menjamahnya. Keberadaan dan keindahannya pada saat itu tidak diketahui oleh orang. Atas dasar beberapa keterangan, Gunung Patuha pernah Meletus pada abad X sehingga menyebabkan terbentuknya kawah (crater) yang mengering di sebelah puncak bagian barat, kemudian pada abad XII kawah di sebelah kirinya juga Meletus, sehingga terbentuk danau yang indah, yang kini disebut dengan Kawah Putih.

B. Profil Stakeholder terkait dalam pengelolaan Kawasan Patuha

Kawasan Patuha merupakan salah satu pusat wisata di kawasan Kabupaten Bandung, oleh sebab itu, pengelola wisata di Kawasan Patuha sangat beragam, ada yang di kelola oleh Perum Perhutani, Balai Besar Konservasi Alam (BBKSPT, Perkebunan Nasional, anak perusahaan Perum Perhutani, Koperasi Karyawan PTPN, ataupun beberapa pihak swasta dan masyarakat Desa. Pengelolaan Kawasan wisata di Kawasan Patuha masih dilakukan secara tersendiri di masing-masing kawasan wisata, belum dilakukan secara terintegrasi. Hal ini dikarenakan kawasan Patuha tersebar secara luas di Pasir Jambu, Ciwidey dan Rancabali (Pacira), sehingga tidak terfokus di satu kawasan wilayah meso. Penjabaran stakeholder wisata di Kawasan Patuha, dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

1. Stakeholder Pariwisata Patuha:

- Perum Perhutani: Taman Wisata Alam Cimanggu, Green Hills Park, Ranca Upas, Panceling Pass, Patuha Resort, Kawah Putih, Gunung Patuha,
- PTPN VIII: Situ Patenggang, Perkebunan Teh Rancabali, Curug Tilu Rancabali, Bukit Jamur Ciwidey.
- Puskopkar: Pusat Koperasi Karyawan PTPN VIII
- Pusat Penelitian Teh dan Kina: Perkebunan Teh Gambung
- BBKSD: Situ Patenggang, Makam Balakasap, Batu Cinta, Nusalarang, Gunung Sepuh Anghiang Buruan Sunan Ibu Sunan Rama,

- Swasta : Emte Highland Resort (CV. Emte Highland Camp), Taman Wisata Alam Cimanggu (CV Bina Wana Lestari, CV Amanah), Green Hills Park (CV Amanah), Ciwidey Valley Resort (PT. Limbah Ciwidey Ceria), Barusen Hills Ciwidey (PT. Batian Qua Gratia)
- Masyarakat Desa; Desa Wisata Alam Endah, Desa Wisata Lebakmuncang, Desa Rawabogo, Desa Wisata Panundaan, Desa Wisata Mekarsari

Berdasarkan hal tersebut, pengelolaan wisata di Kawasan Patuha sangat beragam dan masih dikelola masing-masing, beberapa stakeholder telah bekerjasama, seperti Perhutani dan pihak Swasta, atau PTPN dengan Koperasi atau Swasta, namun belum diintegrasikan secara bersama keseluruhan, selain itu juga beberapa kawasan wisata yang masih belum memiliki pengelola.

2. PT.Geo Dipa Energi (Persero) di Kawasan Patuha

Geo Dipa Patuha memiliki konfirmasi cadangan sebesar 400 MW dan telah terpasang satu unit pembangkit (PLTP Patuha Unit 1) dengan kapasitas 60 MW yang beroperasi sejak tahun 2014. Saat ini produksi listrik yang dihasilkan rata-rata 56 MW pertahun. Kualitas Uap yang diproduksi pada Lapangan Panas Bumi Patuha sangat baik sehingga pengoperasiannya relative lebih mudah.

Dengan tingkat kepastian yang lebih tinggi mengenai konfirmasi cadangan serta pemahaman yang lebih, oleh sebab itu seiring dengan berjalannya waktu, Geodipa mengembangkan (PLTP Patuha Unit 1) 60 MW yang diresmikan oleh Kementerian Keuangan, Ibu Sri Mulyani pada tanggal 25 April 2019.

GeoDipa melanjutkan pembangunan PLTP unit 2, Dieng & Patuha masing-masing sebesar 60 MW yang akan selesai pembangunannya di tahun 2023. Sehingga pada tahun 2023, GeoDipa akan meningkatkan kapasitas produksi listriknya hingga 270 MW.



Gambar 3.85 Peresmian Geo Dipa PLTP Patuha dan Dieng Unit II tanggal 25 April 2019

Sumber: <https://www.geodipa.co.id/groundbreaking-pltp-dieng-unit-2-dan-patuha-unit-2/>

Aktivitas operasi Geodipa di lapangan panas bumi dapat memberikan dampak pada tatanan sosial dan lingkungan di sekitarnya. Bila dampak tersebut tidak dikelola dan diantisipasi dengan baik, akan berpotensi menimbulkan risiko yang lebih besar bagi kelangsungan usaha Perusahaan.

Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility – CSR) sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari proses bisnis Perusahaan. Perusahaan merancang program CSR yang difokuskan pada program-program Pengembangan

Masyarakat (*Community Development- Comdev*) yang mampu memberikan nilai tambah dan manfaat nyata bagi perbaikan kualitas hidup masyarakat.

C. Potensi Wisata di Kawasan Patuha

Secara umum potensi wisata di Kawasan Patuha tersebar di Kawasan Pasir Jambu, Ciwidey dan Rancabali (Pacira). Hal ini dikarenakan panas bumi yang berpusat di Gunung Patuha, masih dapat tersebar menjadi beberapa wisata panas bumi di Kawasan Pacira tersebut. Selain memiliki potensi panas bumi, kawasan Pacira memiliki potensi wisata yang sangat besar, karena berada di kawasan Pegunungan, dan Lembah, sehingga memiliki potensi wisata alam yang beragam, yang terdiri dari Gunung berapi, danau, air terjun, perkebunan teh dan banyak wisata buatan lain yang masih memiliki konsep wisata alam. Beberapa kawasan wisata di Pacira berstatus Cagar Alam, Taman Wisata Alam, Wana Wisata yang berada di Hutan Lindung maupun hutan produksi, sehingga memiliki nilai konservasi karena memiliki kekayaan biodiversitas yang harus dijaga. Sesuai dengan RIPPARDA Kabupaten Bandung, kawasan Pacira ditetapkan menjadi Pusat Wisata Alam dan Budaya karena memiliki potensi alam yang melimpah dan memiliki potensi budaya serta adat istiadat yang kuat dari masyarakatnya. Untuk mengempangkan kawasan wisata geothermal, seluruh potensi alam tersebut dapat diintegrasikan dengan konsep geowisata, yaitu menyatukan unsur geologi alam, kekayaan biodiversitas dan budaya. Potensi di kawasan sekitar Patuha, dapat dijabarkan sebagaimana berikut.

1. Wana Wisata Kawah Putih

Administrasi: Wana Wisata Kawah Putih secara administratif terletak di Desa Alam Endah Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Kawasan Wana Wisata Kawah Putih yang memiliki luas wilayah sebesar 1.087 Ha diresmikan oleh Kepala KPH Bandung Selatan pada tahun 1992.

Pengelola: Wana Wisata Kawah Putih dikelola oleh Kesatuan Bisnis Agroforestry, Ekowisata dan Jasa Lingkungan (KBM AEJ) Perum Perhutani Unit III.

Daya Tarik: Wana Wisata Kawah Putih merupakan tempat kawasan hutan lindung yang berkolaborasi dengan fungsi konservasi dengan memanfaatkan potensi sumberdaya alam dan lingkungan. Keadaan lingkungan di dalam kawasan wisata tersebut menawarkan keindahan pemandangan alam, hawa yang sejuk, air di dalam danau yang berwarna putih kehijauan dengan batu kapur berwarna kelabu dan memiliki tekanan udara yang rendah menjadi daya tarik utama untuk menarik pengunjung datang ke obyek wisata tersebut. Kawah Putih adalah sebuah kaldera yang berasal dari Gunung Patuha. Kawah tersebut terbentuk akibat letusan pada abad ke X dan XII. Kawah Putih seringkali digunakan sebagai sarana *shooting*, *prewedding*, lomba photography dan kegiatan lainnya. Kegiatan wisata di kawasan Wana Wisata Kawah Putih dapat menggerakkan ekonomi dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat sekitar.

Fasilitas: Area parkir yang luas, mushola, transportasi (*untung-anting*) yang digunakan untuk mengantar pengunjung dari gerbang depan sampai ke kawah. Pusat informasi, restoran dan warung makan, toilet, serta beberapa spot untuk berfoto



Pesona Kawah Putih



Fasilitas spot swafoto



Jembatan kawah putih



Untang-anting menuju puncak kawah putih



Fasilitas warung tempat oleh-oleh



Fasilitas parkir yang luas

Gambar 3.86 Fasilitas dan Sarana Prasaran di Kawah Putih

Sumber: Instagram kawahputih_official

2. Cagar Alam dan Taman Wisata Alam Situ Patengan

• Danau Patengan dan *Glamping Lake Side*

Administrasi: Kawasan Patengan ditunjuk sebagai cagar alam berdasarkan GB. No. 83 Stbl.392 tanggal 11 Juli 1919 seluas 86,18 Ha berupa kawasan CA telaga yang tepi-tepiannya diubah fungsinya menjadi kawasan TWA seluas 65 Ha yang ditulis berdasarkan Keputusan Menteri Pertanian No. 680/Kpts/Um/8/1981 tanggal 11 Agustus 1981. Dengan demikian luas kawasan berstatus cagar alam berdasarkan GB. tersebut tinggal 21,18 Ha.

Berdasarkan hasil pengukuran yang dilaksanakan Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat Tahun 2002 diketahui bahwa luasan areal TWA Telaga Patengan menjadi seluas $\pm 63,36$ Ha (perairan seluas ± 60 Ha dan daratan yang akan tergenang apabila air telaga meluap seluas $\pm 3,36$ Ha) dan luasan Cagar Alam Patengan menjadi $\pm 120,71$ Ha yang terbagi menjadi areal Cagar Alam Patengan I yang berbatasan langsung dengan TWA Telaga Patengan seluas $\pm 111,61$ Ha dan areal Cagar Alam Patengan II seluas 9,10 Ha. Secara administratif kawasan ini terletak di wilayah Desa Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung.

Pengelolaan: CA Patengan I dan CA Patengan II kawasannya dipisahkan oleh areal Perkebunan Teh PTPN VIII Rancabali dan kawasan hutan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat – Banten. Oleh sebab itu kawasan Patengan dikelola oleh PTPN VIII Rancabali dan Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Jawa Barat dan pihak swasta yang mengembangkan area *glamour camping* di kawasan TWA Patengan.

Daya Tarik: TWA Situ Patenggan memiliki daya tarik unggulan berupa danau dan perkebunan teh. Danau tersebut menjadi daya tarik unggulan karena didalam area danau terdapat Pulau Asmara dan Batu Cinta. Pulau Asmara dan Batu Cinta tersebut memiliki mitos yaitu siapa saja yang datang ke Batu Cinta bersama kekasih maka hubungan cinta mereka akan langgeng (abadi). Batu Cinta merupakan sebuah batu yang mengisahkan sebagai lokasi bertemunya Prabu Kian Santang dengan Dewi Rengganis yang telah lama

terpisahkan. Pertemuan tersebut membuat keharuan antara keduanya sehingga menyebabkan air mata Prabu Kian Santang dan Dewi Rengganis menetes. Air mata yang menetes tersebut konon berubah menjadi sebuah situ yang disebut Situ Patenggan. Dewi Rengganis yang terharu dengan kejadian tersebut, meminta dibuatkan kapal oleh Prabu Kian Santang. Kapal yang telah dibuat Prabu Kian Santang, menurut mitos telah berubah menjadi pulau asmara.

Fasilitas: Fasilitas yang ada di Danau Patengan yaitu: Lokasi Parkir, MCK, Shelter, Jalan Setapak, Perahu, Sepeda Air dan Pusat Informasi. Sedangkan fasilitas yang disediakan di Glamping Lake Side yaitu: beberapa jenis penginapan, restaurant, tempat penyimpanan mobil, fasilitas BBQ.



Gambar 3.87 Cagar Alam dan Taman Wisata Alam Patengan

Sumber: <http://www.duaistanto.com/2018/01/situ-patenggan-danau-legendaris-nan.html>

- **Makam Balakasap**

Balakasap terletak di Kawasan Situ Patengan, Patengan, Rancabali. Daya tarik wisata ini yaitu makam leluhur dan terdapat hutan yang masih asri, sejuk dan jarang terjamah oleh manusia, dulunya terdapat rumah panggung yang kini hanya tersisa pondasinya saja. serta makam eyang balakasap yang dipondasi dari batu. Lokasi ini sering digunakan untuk orang yang akan melakukan tawasul. Kawasan Balakasap ini masih masuk dalam kawasan pengeolaan BKSDA Jawa Barat



Gambar 3.88 Makam Balakasap

Sumber: Laporan Akhir Pendataan Kunjungan Wisatawan Semester I Kabupaten Bandung

- **Batu Cinta**

Batu Cinta terletak di Kawasan Situ Patengan, Patengan, Rancabali. Daya tarik wisata ini batu peninggalan sejarah. Lokasi ini memiliki daya tarik wisata untuk datang bagi kaum muda mudi yang berpasangan, letaknya mudah dijangkau dari Glamping Lakeslide letaknya dibawah perahu resto dari glamping, dan akses ke Batu Cinta dari Situ patenggan bisa menggunakan perahu sewa yang dapat memberikan pemasukan kepada warga daerah sebagai pemilik kapal.



Gambar 3.89 Batu Cinta

Sumber: Laporan Akhir Pendataan Kunjungan Wisatawan Semester I Kabupaten Bandung

- **Nusalarang (Pulau Asmara)**

Nusalarang (Pulau Asmara) masih berada di Kawasan Situ Patengan. Daya tarik wisata ini pulau dengan cerita bersejarah. Lokasi ini menjadi sebuah icon situ patenggang yang letaknya berada di tengah situ/danau patengan dan terdapat hutan kecil yang dihuni oleh moyet-moyet yang bisa dilihat menggunakan perahu



Gambar 3.90 Nusalarang (Pulau Asmara)

Sumber: Laporan Akhir Pendataan Kunjungan Wisatawan Semester I Kabupaten Bandung

- **Gunung Sepuh Anghiing Buruan Sunan Ibu Sunan Rama**

Gunung Sepuh Anghiing Buruan Sunan Ibu Sunan Rama terletak di Kampung Simangu, Patengan, Rancabali. Daya tarik wisata ini makam keramat. Lokasi ini banyak yang datang untuk tawasulan atau berziarah, suasananya masih asri karena terletak di kawasan hutan dekat pemakaman umum warga hanya letaknya yang lebih tinggi dari pemakaman umum, dan terdapat cerita sebelum Presiden pertama Ir. Soekarno diasingkan beliau melakukan tawasul selama 2 hari 3 malam hal tersebut ditandai dengan 1 pohon tinggi yang terdapat sebuah bendera merah putih tertancap atau menempel untuk menandai kemerdekaan melawan penjajah jepang pada masanya.



Gambar 3.91 Gunung Sepuh Anghiang Buruan Sunan Ibu Sunan Rama
 Sumber: Laporan Akhir Pendataan Kunjungan Wisatawan Semester I Kabupaten Bandung

3. Kawah Cibuni Rengganis

Administrasi: Kawah Cibuni berada di kompleks Gunung Sepuh, yaitu di Desa Patengan, Kecamatan Rancabali. Kawah Cibuni terletak di Perkebunan Rancabali di Kaki Gunung Patuha, berdekatan dengan Situ Patengan, dan berjarak sekitar 3 km dari pintu kawasan wisata Ciwidey.

Pengelola: Perum Perhutani KPH Bandung Selatan

Daya Tarik: Kawah ini memiliki panorama alam yang indah, berhawa sejuk, dan air Kawah Cibuni diakui memiliki banyak manfaat untuk pengobatan berbagai penyakit. Kawah Cibuni bersuhu sekitar 37°C yang mengandung elemen mineral yodium dan kalsium.



Gambar 3.92 Kawah Cibuni Rengganis
 Sumber: Gilang Prasetya Rukmana, 2018

Fasilitas: mushola, gazebo, toilet, kolam berendam, mandi lumpur, pancuran air panas alami, petunjuk arah dan beberapa kedai penjual makanan.



Kolam Rendam



Pancuran Air Panas



Kolam Mandi Lumpur



Aliran Sungai



Mushola



Toilet



Gazebo



Kios dan Parkiran

Gambar 3.93 Fasilitas di Kawasan Cibuni Rengganis

Sumber: Gilang Prasetya Rukmana, 2018

4. Taman Wisata Alam Cimanggu

Administrasi: Kawasan Cimanggu sebelum dijadikan taman wisata alam merupakan hutan lindung, namun karena potensi kawasan dan panorama alamnya yang indah, dikembangkan untuk kepentingan pariwisata. Berdasarkan keputusan Menteri Pertanian pada tahun 1978, statusnya di ubah menjadi TWA dengan luas 369 ha (SK Mentan No 368/Kpts/Um6/1978 tanggal 9 Juni 1978 dengan luas 154 ha. Secara administrasi pemerintahan, kawasan ini termasuk ke dalam wilayah jalan Ciwidey, Desa Patengan, Kecamatan Rancabali.

Pengelola: Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) dan perusahaan swasta, yaitu:

- Perum Perhutani Divi Bisnis Wisata dan Agribisnis seluas 30 Ha, sesuai Keputusan Menteri Kehutanan No, 284/Kpts-II/1990 tanggal 4 Juni 1990 tentang Pemberian Hak Pengusahaan Hutan Wisata di Pulau Jawa kepada Perum Perhutani (periode 1990-2020)
- CV Bina Wana Lestari seluas 5,5 Ha, sesuai Keputusan Menteri Kehutanan No. SK.734/Menhut-II/2012 tanggal 11 Desember 2012 (periode 2012-2067).
- CV. Amanah 19 seluas 21,32 Ha, berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan No.SK. 428/ Menhut-II/2013 tanggal 12 Juni 2013 (periode 2013-2068)

Daya Tarik: Taman Wisata Alam Cimanggu merupakan kawasan wisata terpadu yang didalamnya terdapat kawasan hutan, pemandian dan sumber air panas, kawasan perkemahan, dan wisata budadaya beberapa peninggalan sejarah. Objek Wisata Alam yang masuk kedalam kawasan TWA Cimanggu diantaranya adalah:

1. Sumber Air Panas: terdapat beberapa sumber air panas yang dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi kegiatan wisata. Sumber air panas di kawasan ini terdapat dilokasi, yaitu: sumber Air Panas Cimanggu, Ranca Upas dan Gunung Tuduh yang bersumber langsung dari sumber air panas Gunung Sepuh (Gunung Patuha).
2. Makam Keramat: makam keramat sangiang buruan sampai saat ini banyak dikunjungi orang-orang dari daerah lain di pulau Jawa baik para muda-mudi maupun orang tua dengan maksud untuk berziarah. Di dalam makam keramat tersebut terdapat sembilan makam, diantaranya makam keramat Eyang Jaga Reksa, makam Eyang Jambrong, makam Eyang Dalem Kusuma, makam Eyang Raden Sakembaran, makam Eyang Sanga Waringin, makam Eyang Giling Pangancing dan makam Eyang Isteri.
3. Berkemah: dapat dilaksanakan di Bumi Perkemahan Ranca Upas. Disamping berkemah pengunjung dapat pula mandi air panas di dalam lokasi perkemahan yaitu kolam Gunung Tunduh (kolam alami).



Gambar 3.94 Pintu Masuk dan Suasana Hutan Taman Wisata Alam Cimanggu
 Sumber: <https://infopromodiskon.com/tempat-wisata/profile/taman-wisata-alam-air-panas-cimanggu-bandung/>

Fasilitas: Pemandian Air Panas Cimanggu memiliki tiga kolam air panas dengan ukuran yang berbeda. Suhu air panas kolam Cimanggu berkisar mulai dari 40-60 derajat celcius dan bersumber langsung dari Gunung Patuha. Kolam-kolam yang disediakan cukup luas yaitu berukuran 5x10m, 5x7m, 5x11m.



Gambar 3.95 Kolam Pemandian Air Panas Cimanggu
 Sumber: <https://infopromodiskon.com/tempat-wisata/profile/taman-wisata-alam-air-panas-cimanggu-bandung/>

Sarana prasana lainnya terdiri dari: Pondok wisata, kolam renang air panas, MCK, pusat informasi, tempat parkir, shelter, jalan setapak, pos jaga, serta tempat bermain anak, dan terdapat 11 cottage Fasilitas penunjang yang disediakan di TWA Cimanggu cukup bervariasi, salah satunya yaitu taman bermain bagi anak-anak maupun dewasa seperti flying fox, ATV, shooting area, pain ball, arena pancing dan beberapa wahana memelihara hewan, kamar mandi, mushola, gasibu (pensanggarahan), tempat untuk bermain anak, pusat informasi, shelter, lahan parkir, cafe, resto dan warung-warung yang menjual makanan dan minuman. Taman Wisata Alam Cimanggu memiliki 11 Cottage dengan beraneka jenis



Gambar 3.96 Fasilitas dan Sarana dan Prasarana di Taman Wisata Alam Cimanggu
Sumber: <https://infopromodiskon.com/tempat-wisata/profile/taman-wisata-alam-air-panas-cimanggu-bandung/>

Permasalahan: Bangunan dan Fasilitas penunjang di kawasan Kolam Pemandian Air Panas Cimanggu cukup bervariasi, tetapi pengelolaannya masih kurang baik dan kondisinya sebagian kurang memadai, ada beberapa ruangan yang tidak jelas fungsinya yang terkesan dibiarkan begitu saja tanpa ada pembenahan. Beberapa arena bermain perlu pembenahan kembali karena banyak yang rusak dan terawat, sehingga diperlukan pengembangan sarana rekreasi.

Berdasarkan kondisi yang terlihat saat ini, secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung dan pada akhirnya akan berdampak terhadap kepuasan dari wisatawan dan tentu saja akan berdampak pada penurunan tingkat kunjungan ke Kawasan Kolam Pemandian Air Panas Cimanggu.

5. Green Hill Park

Administrasi: Green Hill Park merupakan bagian dari kawasan TWA Cimanggu yang secara administrasi berada di Jalan Ciwidey, Desa Patengan, Kecamatan Rancabali

Pengelola: Status Kepemilikan TWA Cimanggu dikuasai oleh Departemen Kehutanan dan perusahaan salah satunya adalah CV. Amanah 19 yang memperoleh Ijin Pengusahaan Pariwisata Alam (IPPA) pada awal tahun 2014 dengan brand *Green Hill Park*. Luas kawasan yang dikelola CV Amanah 19 adalah 21,32 ha dari 154 ha kawasan TWA Cimanggu.

Daya Tarik: Green Hill Park adalah Bagian dari Taman Wisata Alam Cimanggu yang memiliki potensi ekowisata berupa sumber air panas dengan beberapa fasilitas penunjang seperti kolam pemandian air panas. Green Hill Park mengusung konsep wisata minat khusus dimana konsep tersebut mengedepankan pendidikan dan pengetahuan, pelestarian alam, serta kesejahteraan masyarakat. Produk wisata yang ditawarkan juga lebih beragam. CV Amanah 19 memfungsikan Green Hill Park sebagai areal wisata alam untuk kepentingan rekreasi/tourisme, pendidikan, latihan, penyuluhan, penelitian, kesehatan, olahraga, dan budaya lokal.



Gambar 3.97 Kolam Pemandian Air Panas Green Hills Park

Sumber: <https://tempatwisatadibandung.info/green-hill-park-ciwidey-bandung/>

Fasilitas: Kolam renang yang lengkap dengan wahana air, kolam rendam air yang berasal dari Gunung Patuha, Selain itu terdapat pondokan dan Villa yang dapat digunakan untuk menginap dan menikmati suasana bermalam di kawasan Green Hill Park, kolam terapi ikan, *bird watching*, taman bermain, *Camping Ground* dan *Glamour Camping*, Saung dan

Gazebo berupa rumah pohon yang sangat unik sehingga dapat digunakan untuk pertemuan dan diskusi, serta tersedia pula wahana *outbound*, *paintball*, *track* sepeda gunung dan arung jeram.



Gambar 3.98 Fasilitas Wisata yang terdapat di Green Hill Ciwidey

Sumber: foto : https://www.instagram.com/greenhill_ciwidey/

Kegiatan wisata menarik yang dapat disediakan oleh pihak pengelola Green Hill Park, salah satunya yaitu Paket *Fun Games Outbond*, *Paintball*, *Rafting* dan Arung Jeram, *Camping*, *One Day Tour Program* untuk mengelilingi kawasan wisata di sekitar Ciwidey didampingi oleh pemandu, Paket Wisata Edukasi dan Kehutanan dengan *tracking* eksplorasi hutan untuk mengenal pegunungan khas Jawa Barat yang memiliki kurang lebih 31 jenis pohon dan Paket Wisata rekreasi keluarga.

6. Wana Wisata Ranca Upas

Administrasi: Wana Wisata Ranca Upas berada di wilayah Desa Alam Endah, Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Wana Wisata Ranca Upas memiliki luas sekitar 215 ha yang terletak di RPH Patrol, BKPH Tambak Ruyung Timur, KPH Bandung Selatan.

Pengelola: Wana Wisata Ranca Upas dikelola oleh Perum Perhutani sejak tahun 1991. Hak pengusahaan hutan yang diberikan kepada Perum Perhutani meliputi penyediaan sarana dan prasarana pariwisata, perusahaan obyek wisata.

Daya tarik: Potensi wisata yang ada di Ranca Upas antara lain pemandangan alam yang indah dengan lembah serta gunung-gunung, sumber air panas yang mengalir sepanjang tahun, serta penangkaran rusa. Berbagai potensi alam yang ada berupa hutan dan danau maka kegiatan rekreasi alam yang dapat dilakukan antara lain rekreasi santai menikmati panorama alam yang indah, berkemah dan lintas alam, *paintball*, *watergames*, *fun games*, *outdoor gathering* serta *photography*. Khusus untuk berkemah disediakan beberapa blok

perkemahan yang letaknya tersebar di sekitar bumi perkemahan dengan kemiringan tempat dan luasan yang berbeda-beda. Di sekitar lokasi perkemahan tersedia fasilitas wisata seperti warung makan, musholla, penginapan dan pemandian air panas.

Fasilitas: Masyarakat lokal diikut sertakan dalam pengembangan wisata Ranca Upas untuk meningkatkan perekonomian kawasan dengan menyediakan atau menyewakan tenda, matras dan *sleeping bag* serta kebutuhan lain dari wisatawan seperti makanan dan minuman. Keadaan fasilitas Ranca Upas cukup baik, namun letaknya kurang strategis karena jarak antara satu fasilitas dengan fasilitas yang lain cukup jauh.



Gambar 3.99 Fasilitas Ranca Upas
Sumber: Instagram Ranca Upas

7. Pemandian Air Panas Civalini

Administrasi: Civalini berada di Jalan Raya Ciwidey-Patengan, Kecamatan Rancabali.

Pengelola: Puskopkar (Pusat Koperasi Karyawan) PTPN VII.

Daya Tarik: Pemandian Air Panas Civalini adalah sebuah kawasan wisata yang menyediakan kolam renang dan berbagai fasilitas rekreasi ditengah perkebunan teh Walini. Kolam renang air panas Civalini terletak ditengah-tengah hamparan area perkebunan teh, dengan ketinggian 2000 mdpl.

Fasilitas: Pemandian Air Panas Civalini menyediakan berbagai fasilitas layanan untuk kenyamanan bagi pengunjung, salah satunya yaitu, dua kolam renang dengan kedalaman yang berbeda, permainan air (*waterbom*), kolam rendam, kolam terapi ikan, restoran, *bungalow*, *cottage*, *flying fox*, *water boom*, *tea walk*, ATV, taman bermain dan mushola. Kolam renang yang disediakan oleh Pemandian Air Panas Civalini cukup beragam, yaitu:



Kolam Bersama



Kolam Keluarga



Kola Rendam



Kolam terapi ikan

Gambar 3.100 Fasilitas Pemandian Air Panas Civalini

Sumber: <https://infopromodiskon.com/tempat-wisata/profile/pemandian-air-panas-ciwalini-bandung/>

8. Perkebunan Teh Rancabali

Administrasi: Perkebunan Teh Rancabali terletak di Desa Patengan Kecamatan Rancabali.

Pengelola: Perkebunan teh Rancabali dibuka pada tahun 1870 dan dikelola oleh PTPN VIII.

Daya Tarik: Kawasan ini berupa panorama perkebunan teh, bangunan pabrik pengolahan teh CTC dan teh *orthodox*. Teh Rancabali mengelola dua komoditi, yaitu teh dan kina yang didukung oleh pabrik pengolahan teh. Dalam kawasan ini juga terdapat Situ Patengan, Pemandian Air Panas Civalini dan tempat peristirahatan berupa *villa dan cottage*.

Kegiatan petani memetik daun teh dapat menjadi daya tarik tersendiri saat berkunjung ke Kebun Teh Rancabali, mengunjungi pabrik teh Rancabali juga akan mendapatkan pengetahuan mengenai proses penanaman, pembibitan, pembukaan lahan, pemeliharaan, pemetikan, pemangkasan sampai pengolahan teh.

Fasilitas: tersedia paket kegiatan *tea walk* sejauh 2-4 km, serta wisata petik teh dan petik strawberry. Sarana wisata yang tersedia berupa villa, *cottage*, rumah makan, sarana olahraga, dan sarana kesenian. Kawasan perkebunan the Rancabali dapat ditempuh dengan kondisi jalan yang baik dan beraspal.



Gambar 3.101 Perkebunan Teh Rancabali

Sumber: <http://www.rancawalini.com/2018/09/perkebunan-teh-walini-ciwidey-call-me.html>

9. Curug Tilu Rancabali

Administrasi: Curug Tilu ini berlokasi di area Perkebunan Teh Rancabali, Ciwidey, Kampung Cisabuk, Desa Cipelah, Kecamatan Rancabali.

Pengelola: Curug Tilu Rancabali adalah air terjun mini yang dibuka pada tahun 2009 dengan nama yang awalnya Situ Lembang. Awalnya Curug Tilu Rancabali dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara VIII. Setelah adanya pergantian tim pengelola menjadi Unit Agro Wisata, kawasan curug ini ditata ulang dan diganti namanya.

Daya Tarik: Wana Wisata Curug Tilu memiliki daya tarik berupa pesona air terjun buatan yang bersumber dari tiga aliran sungai kecil dari tebing yang berasal dari perkampungan warga. Curug Tilu Rancabali di Ciwidey ini memiliki air yang sangat jernih sehingga para pengunjung yang datang ke tempat ini betah berlama-lama bermain air di sekitar air terjun dan juga berfoto bersama teman-teman karena pemandangan di sini sangatlah *instagrammable*.

Fasilitas: Sarana sarana penunjang lainnya, seperti rumah makan, kolam pemancingan, camping ground, tempat istirahat (saung awi, gazebo), taman air yang unik dan beberapa sarana lainnya yang akan membuat wana wisata ini lebih lengkap.



Gambar 3.102 Curug Tilu Rancabali

Sumber: <https://seringjalan.com/curug-tilu-rancabali-ciwidey/>

10. Emte Highland Resort

Administrasi: *Emte Highland Resort* adalah sebuah objek Pariwisata yang terletak di Jalan Raya Ciwidey-Rancabali No KM 11, Rancabali, tepatnya didepan atau bersebrangan dengan Gerbang Kawah Putih.

Pengelola: CV. Emte Highland Camp

Daya Tarik: Emte Highland Resort memiliki bentuk Gedung unik berbentuk sangkar burung raksasa dan memiliki pemandian air panas. dan berada di tengah pegunungan dan perkebunan sehingga memiliki daya tarik wisata yang cukup beragam. Penginapan yang disediakan oleh Emte Highland Resort terdapat tipe *Cottage* dan Hotel serta tersedia restaurant yang cocok untuk pertemuan dan *gathering*



Gambar 3.103 Emte Highland Resort

Sumber: <https://www.datawisata.com/emte-highland-resort-bandung>

Fasilitas: Emte Highland Resort memiliki beberapa kegiatan wisata yang bisa dilakukan oleh pengunjung dengan berbagai fasilitas yang disediakan, salah satunya yaitu taman bermain, taman bersantai kolam pemandian air panas yang berasal dari Gunung Patuha dan disertai dengan permainan air, kolam pancing, *Flying fox*, menjelajah kawasan dengan kendaraan mini jeep (ATV), *Paintball* kebun strawberry yang dapat dipetik sendiri, wahana tubing arung jeram, selain itu terdapat pula kolam pancing dan danau kecil buatan yang dapat disebut kolam angsa untuk bermain sepeda air serta penangkaran rusa yang dilengkapi dengan banyak Gazebo.



Gambar 3.104 Fasilitas di Emte Highland Resort
Sumber: Instagram emtehighlandresort_ciwidey

11. Patuha Resort

Administrasi: Patuha Resort adalah salah satu penginapan eksklusif yang lokasinya berada di kaki Gunung Patuha, lebih tepatnya berlokasi di Jalan Kurungan, Lebakmuncang Desa Tanggu Baru, Ciwidey, Kabupaten Bandung. Lokasinya cukup strategis, karena berada di pusat kawasan wisata Ciwidey.

Pengelola: Perum Perhutani Unit III Jawa Barat mendirikan Pusat Pendidikan dan Latihan Agribisnis bersama Pondok Pasantren Al-Ittifaq yang pada perkembangan berikutnya diberi nama Pusat Pengembangan Agribisnis dan Wisata (PPAW) di Ciwidey dengan tujuan sebagai alat untuk mensosialisasikan dan untuk mengimplementasikan Visi dan Misi Perum Perhutani, sekaligus juga dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan bagi

Daya Tarik: Daya tarik Patuha Resort yaitu fasilitas penginapan dengan suasana yang sejuk, tenang dan seringkali berkabut sehingga sesuai untuk tempat berwisata sekaligus beristirahat, tidak jarang pula Patuha Resort dijadikan lokasi pertemuan bisnis, pendidikan olahraga dan lainnya. Patuha resort dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menerapkan konsep *back to nature*, sehingga dari model arsitektur bangunan dan konsep pelayanannya bernuansa alami. Fasilitas yang dapat diakses oleh pengunjung, salah satunya yaitu penginapan dengan berbagai tipe. kebun strawberry, *greenhouse*, *restouran* dengan makanan khas Sunda, *meeting room*, taman bermain, *tour Ciwidey service*, paket spa dan pemandian air panas yang bersumber dari Gunung Patuha, sehingga mengandung berbagai mineral yang baik untuk pengopatan penyakit kulit, reumatik dan dapat menenangkan pikiran. Pihak pengelola Patuha Resort juga menyediakan berbagai paket wisata alternative di Kawasan Ciwidey.

Patuha Resort hanya memiliki dan menyediakan tempat penginapan untuk para wisatawan yang berkunjung ke Ciwidey dan 2 buah *meeting hall* untuk pengunjung yang melakukan pertemuan atau pelatihan. Tempat penginapan bintang tiga dengan jumlah kamar 40 yang dilengkapi kolam renang air panas ini mempunyai konsep bangunan kayu. Berbeda dengan

penginapan pada TWA Cimanggu yang lebih bertemakan *cottages*. Patuha Resort lebih banyak menyediakan penginapan perkamar.



Eksterior Patuha Resort

Meeting Room

Kolam Pemandian air panas

Kamar Penginapan

Eksterior Kamar Penginapan

Eksterior Kamar Penginapan

Gambar 3.105 Fasilitas Patuha Resort

Sumber: <https://tempatwisatadibandung.info/patuha-resort-ciwidey-bandung/>

12. Punceling Pass Ciwidey

Administrasi: Panceuling Pass merupakan kawasan wisata yang berada di lereng Gunung Patuha dan dekat dengan Kawah Putih.

Pengelola: Perum Perhutani KPH Bandung Selatan

Daya Tarik: Panceuling Pass menyediakan pemandian air panas yang mengalir langsung dari Gunung Patuha. Kolam pemandian berada di alam terbuka layaknya dalam hutan, di dekat kolam air panas terdapat sungai yang mengalir, air dari sungai tersebut juga hangat, banyak pengunjung yang bermain di sungai tersebut, karena kandungan belerang yang bercampur air tidak berbahaya.



Gambar 3.106 Kolam Renang Air Panas dan Aliran Sungai dengan air hangat

Sumber: [instagram.com/imranrosyadi](https://www.instagram.com/imranrosyadi)

Selain menawarkan pemandian air panas terbuka, terdapat pula kolam terapi ikan yang sangat bermanfaat bagi kesehatan kulit.



Gambar: Fasilitas Kolam terapi ikan



Gambar: Fasilitas Kolam terapi ikan



Gambar: Fasilitas kamar mandi umu

Gambar 3.107 Fasilitas Panceuling Pass

Sumber: <https://www.infociwidey.com/2017/05/punceling-pass-ciwidey-surga-yang.html>

Panceuling Pass memiliki suasana yang sejuk dan masih dikelilingi hutan yang cukup lebat, namun telah disediakan juga *camping ground* yang cukup luas dengan fasilitas camping yang cukup memadai. Pengunjung juga dapat melihat pemandangan kawasan Panceuling Pass atau Kawasan Ciwidey dan sekitarnya dari ketinggian dengan cara mendaki Bukit Keraton yang masih berada di kawasan Panceuling ini dengan pemandangan yang indah terutama saat matahari terbit dan terbenam di puncak bukit Keraton tersebut.

Fasilitas: tempat parkir, warung makanan, mushola, *camping area* dan beberapa kamar mandi yang sudah di bangun dengan secara permanen.



Gambar: Fasilitas Camping Ground



Gambar: Kawasan hutan pinus dengan hammock



Gambar: Bukit Keraton



Gambar: Pemandangan di Bukit Keraton

Gambar 3.108 Berbagai Fasilitas Lain di Panceling Pass

Sumber: <https://www.infociwidey.com/2017/05/punceling-pass-ciwidey-surga-yang.html>

13. Ciwidey Valley Resort

Administrasi: Ciwidey Valley Resort merupakan Wisata Tirta yang berada di Jalan Raya Barutunggal KM 17, Alamendah Rancabali.

Pengelola: Ciwidey Valley Resort dikelola oleh PT. Limbah Ciwidey Ceria yang dibangun pada tahun 2015.

Daya Tarik: Ciwidey Valley Resort yaitu wahana rekreasi buatan yang didukung dengan suasana pegunungan dan perkebunan teh di sekitar kawasan.

Fasilitas: Menawarkan berbagai fasilitas untuk refreshing dan rileksasi bersama keluarga, pasangan, kelompok pertemanan, ataupun intansi kerja karena semua dikemas secara lengkap dengan standart pelayanan yang baik diantaranya *hot spring water park*, *play ground*, taman labirin, penginapan unik, *camping ground* dan restoran lembah Ciwidey.



Gambar 3.109 Ciwidey Valley Resort
Sumber : Instagram Ciwidey Valley Resort

Satu hal yang menjadi icon bagi Ciwidey Valley Resort yaitu miniature gunung berapi yang mengepulkan asap dari atas puncaknya. Ciwidey Valley Resort menyediakan berbagai jenis macam penginapan, salah satunya yaitu berupa hotel, *cottage* dan *glamour camping*. Ciwidey Valley Resort menyediakan 40 kamar hotel dan 30 kamar *cottage*, serta berbagai macam tema glamour camping. Tamu yang menginap di resort akan mendapatkan tiket masuk gratis ke area resort dan ke area kolam renang.

Pengunjung Ciwidey Valley Resort memiliki akses ke pemandian air panas yang airnya bersumber dari Gunung Patuha. Tamu hotel dapat menggunakan fasilitas hotel seperti kolam renang air hangat yang luas dan terdiri dari kolam anak dan kolam dewasa. Kolam renang juga dilengkapi berbagai wahana pemandian air, seperti air tumpah, papan seluncur, *water splash*. Selain permainan air, berbagai permainan untuk anak juga tersedia di sini, antara lain ayunan, taman labirin, balon air, perahu air dan taman burung serta camping yang bertemakan Suku Indian. Ciwidey Valey Resort juga memiliki fasilitas Lembah Ciwidey Resto yang menyediakan berbagai menu makanan dan minuman lokal dan internasional. Dengan suasana yang sejuk, nyaman, ditambah dengan pemandangan alam terbuka, memberikan pengalaman kuliner yang berkesan.



Gambar 3.110 Fasilitas Ciwidey Valley Resort
Sumber: Instagram Ciwidey Valley Resort

14. Bukit Jamur

Administrasi: Bukit Jamur berada di Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasir Jambu

Pengelola: Bukit Jamur dikelola oleh Koperasi Karyawan dari PTPN VIII Rancabolang.

Daya Tarik: Bukit Jamur memiliki daya tarik tanaman Cemara yang berbentuk payung seperti jamur Bukit Jamur Cemara ini berada di tengah perkebunan teh Rancabalolang, sehingga memiliki suasana yang sejuk dan indah. Bukit Jamur seringkali dijadikan lokasi berfoto untuk prewed atau berfoto *selfie*. Bukit Jamur dapat menjadi daya tarik pendukung jika Desa Sugihmukti menjadi Calon Desa Wisata.



Gambar 3.111 Bukit Jamur
Sumber: Instagram Bukit Jamur

Bukit Jamur kini juga telah mengembangkan wahana baru di kawasan perkebunan teh yang sangat luas yaitu jembatan kayu, menara pandang, *cafetaria* dan *camping ground*.



Gambar 3.112 Bukit Jamur
Sumber: Data Peneliti

15. Desa Wisata Alam Endah

Administrasi: Desa Alamendah terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Pengelola: DWA Ditetapkan sebagai Desa Wisata melalui Keputusan Bupati Bandung No. 556.42/kep.71-DISBUDPAR/2011 pada tanggal 2 Februari 2011 dan dikelola oleh Kelembagaan Desa Wisata yang melibatkan masyarakat. Desa Alamendah terdiri dari lima dusun dan 30 RW, dengan total luas sekitar 505,6 Ha. Desa Wisata Alam Endah merupakan desa agronomi dimana mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani dan pedagang.

Daya Tarik: Sebagai daya tarik wisata, Desa ini dikenal dengan daya tarik Wisata Alam, Wisata Budaya, Wisata Religi, dan Agrowisatanya. Desa Alam Endah ditetapkan sebagai Desa Wisata karena memiliki berbagai potensi alam dan komoditas unggulan yaitu buah strawberry, banyak masyarakat yang membudidayakan buah strawberry dan membuka jasa wisata petik buah strawberry. Desa Alam Endah juga memiliki berbagai produk UMKM olahan strawberry, yaitu dodol, selai, situp, kue kering, cake dan lain-lain. Selain potensi komoditas strawberry yang besar Desa Alam Endah juga memiliki sejumlah potensi wisata lain yang disediakan oleh pengelola Desa Wisatanya.



Gambar 3.113 Potensi Komoditas Strawberry di Desa Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

Desa Wisata Alam Endah menyediakan tour dan paket wisata berdasarkan potensi yang dimiliki Desanya, yaitu Potensi Alam, pertanian, peternakan, dan kebudayaan. Pengelola Desa Alam Endah menyediakan berbagai paket wisata, berupa wisata edukasi, workshop, trip atau jelajah alam. Beberapa paket wisata yang disediakan yaitu:

- **Alam Endah Trip**, yaitu menyediakan paket wisata berupa penyajian kebiasaan masyarakat yang akan menjadi sebuah pengalaman bagi wisatawan, berupa edukasi pertanian sayuran, peternakan, *workshop* pembuatan makanan dengan UMKM dan pertunjukan kesenian Desa Alam Endah. Wisatawan bukan hanya menjadi penonton dalam pertunjukan tersebut, namun turut serta memainkan kesenian tersebut, yaitu berupa kesenian pencak silat dengan diiringi musik tradisional.



Gambar 3.114 Paket Wisata Alam Endah Trip
Sumber: Data Peneliti

- **Coffee Trip**, yaitu wisatawan akan disuguhkan perjalanan yang menceritakan proses dan pengolahan segelas kopi mulai dari kebun hingga disajikan menjadi

segelas kopi. Wisatawan dapat merasakan pait, gurih, manisnya kopi khas Alamendah yang dibudidayakan dengan culture dan budaya Desa Alam Endah



Gambar 3.115 Paket Wisata Coffee Trip
Sumber: Data Peneliti

- **Ngagoes Ulin Kalembur**, menikmati serunya berwisata keliling Desa Alamendah menggunakan sepeda, menyusuri Pemukiman, kebun kebun dan pemandangan anda akan menemukan hal menarik selama perjalanan di Desa Alamendah, Pengemasan sayuran, pengrajin sovenir, dll



Gambar 3.116 Paket Wisata Ngagoes Ulin Kalembur
Sumber: Data Peneliti

- **Wisata Petualangan dan Outbond**, merupakan paket wisata yang dilakukan di alam terbuka untuk mempelajari berbagai aspek kehidupan yang diberikan oleh alam melalui beberapa rintangan dan kegiatan yang melibatkan aktivitas fisik, seperti Arum jeram (*rafting*) *Paint Ball (war game)* *Archery battle High Rope*, *Flaying Fox*, *Fun Outing*, *Family Gathering* dan *Camping*.



Gambar 3.117 Paket Wisata Petualangan dan Outbond
Sumber: Data Peneliti

- **Wisata Arboretum**, Pemerintah Desa Alam Endah melakukan perjanjian kerjasama (PKS) dengan Perum Perhutani, mengembangkan sebuah arboretum, yaitu kawasan yang akan ditanami berbagai tanaman endemik, dan berbagai tanaman

lainnya untuk mendukung konsevasi lingkungan. Arboretum tersebut dikembangkan di lahan milik Perum Perhutani yang berada di Desa Alam Endah dan dikembangkan secara bergotong-royong oleh masyarakat Desa. Di kawasan arboretum terdapat Curug Awi Langit yang dapat menambah daya tarik dari Arboretum. Fasilitas yang telah tersedia di kawasan yaitu adanya beberapa bangunan nonpermanen berupa saung-saung, *guest house*, dan sarana *gathering* dan diskusi.



Gambar 3.118 Wisata Arboretum
Sumber: Data Peneliti

Selain menyajikan paket wisata yang berpotensi di kawasan Desa, pengelola Desa Wisata Alam Endah juga menyediakan tour wisata ke beberapa destinasi wisata sekitar Desa, yaitu: Patuha Pinus Land, Punceling pass, Curug Padjajaran, Ciwidey Valley, Emte Highland, Cigdaog Lestari, dan Patuha Bike Park.

Desa Wisata Alam Endah merupakan salah satu Desa Wisata yang cukup aktif dalam melakukan pemasaran dan melakukan inovasi dalam usaha wisatanya. Pengelola Desa Wisata sebelum masa pandemi melakukan penawaran paket wisata kepada sekolah-sekolah internasional di daerah Jabodetabek dalam penyajian wisata edukasi pertanian dan seni budaya, selain itu pengelola Desa Wisata juga menjual paket wisata kepada komunitas pecinta kopi dan pecinta sepeda, sehingga kunjungan wisatawan ke Desa Alam Endah bisa mencapai sekitar 750 orang dalam sebulan.

Paket wisata yang disediakan kepada wisatawan dapat melibatkan sekitar 150 masyarakat. Adanya paket wisata tersebut tentu saja membawa dampak peningkatan ekonomi kepada masyarakat sekitar. Namun dimasa pandemi ini, Wisatawan yang berkunjung ke Desa Alam Endah sangat menurun drastis, hal tersebut menyebabkan kegiatan paket wisata tidak banyak terjual, hanya beberapa kunjungan wisatawan dari beberapa instansi saja yang ingin mengunjungi Desa Alam Endah, tidak ada lagi pengunjung dari sekolah yang melakukan kegiatan wisata edukasi. Namun Pengelola Desa Wisata Alam Endah terus melakukan inovasi di masa pandemi dengan menyediakan *virtual tour* untuk mempromosikan sekaligus mengaktifkan kegiatan wisata di Desa Alam Endah. Pengelola Desa Wisata Alam Endah cukup aktif juga mengikuti berbagai pelatihan dan pemberian materi yang diberikan oleh pemerintah, bahkan pengelola Desa Alam Endah telah diundang oleh Wakil Bupati Kabupaten Bandung untuk menyampaikan Daya Tarik wisatanya, dan bekerja sama dengan Universitas Telkom Bandung, serta melakukan akan melakukan studi banding ke Belanda melalui pendampingan Universitas Telkom.



Gambar 3.119 Persentasi Ketua Desa Wisata Alam Endah di depan Wakil Bupati Kabupaten Bandung
Sumber: Data Peneliti

Aksesibilitas Desa Alam Endah

Desa Alamendah memiliki letak strategis dan dilewati oleh jalan Provinsi (Jl. Ciwidey). Jarak dari Kota Bandung menuju Desa berada dikisaran 47 km, dan dapat ditempuh dalam dua jam dengan menggunakan kendaraan bermotor. Desa Alamendah dapat diakses dengan menggunakan angkutan umum dari Terminal Leuwi Panjang Bandung, menuju jurusan Ciwidey. Sekitar 90% infrastruktur jalan di Desa Alamendah telah menggunakan konstruksi beton, sehingga mudah dilalui kendaraan roda empat.



Gambar 3.120 Aksesibilitas Desa Wisata Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

Prasana Transportasi Wisata

Desa Alamendah memiliki rest area yang dapat menampung hingga 20 bus Pariwisata berkapasitas 40 seater. Rest area telah dilengkapi dengan fasilitas toilet berstandar baik dengan ketersediaan air bersih yang melimpah bagi tamu yang datang berkunjung. Ngagoes Ulin kalembur atau bersepeda keliling kampung merupakan salah satu paket yang ada ditawarkan oleh DWA, sekaligus sebagai salah satu moda transportasi didalam desa bagi tamu atau wisatawan yang menginap.

DWA mudah diakses dengan transportasi kendaraan umum. DWA telah bekerjasama dengan pengusaha transportasi lokal (Angkutan Umum) yang akan mengantarkan wisatawan menuju akses UMKM atau daya tarik wisata desa lainnya



Gambar 3.121 Prasarana Transportasi Wisata

Sumber: Data Peneliti

Amenitas (Fasilitas Pendukung) Kegiatan Wisata

Kantor Desa Wisata Alamendah (DWA) yang juga difungsikan sebagai Pusat Informasi (Tourist Information Center) dan tempat registrasi tamu yang berkunjung ke desa wisata. Wilayah Desa Alamendah memiliki amenities yang mendukung kegiatan wisata, antara lain seperti tempat ibadah (masjid dan mushola), SPBU, restoran, dan akomodasi (*homestay*, hotel, villa, hingga *camping ground*). Areal DWA juga telah terkoneksi dengan jaringan telekomunikasi dan internet



Gambar 3.122 Fasilitas Pendukung Kegiatan Wisata Desa Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

Desa Wisata Alam Endah juga telah memiliki 65 homestay yang dapat digunakan untuk menerima tamu dengan sandart kebersihan yang terjaga dan ketersediaan air yang melimpah.



Gambar 3.123 Fasilitas Pendukung Kegiatan Wisata Desa Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

CHSE (*Clean, Health, Environment*)

Semenjak Pandemi Covid-19 menyebar, DWA mulai menerapkan prosedur CHSE sebagai upaya mempersiapkan kebangkitan Pariwisata pasca pandemic. Beragam kegiatan Pembekalan SDM desa wisata dalam rangka penerapan CHSE telah diikuti. Ragam kegiatan konservasi lingkungan secara konsisten selalu Masyarakat terapkan di Desa Wisata Alamendah.



Gambar 3.124 Penerapan Clean, Health and Environment di Desa Wisata Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

Promosi Wisata

DWA telah bekerja sama dengan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), kami merancang dan membangun aplikasi Virtual Tour Desa Wisata Alamendah. Rancangan Virtual Tour didiskusikan bersama antara pengelola DWA dengan UPI dengan tujuan untuk

memunculkan seluruh potensi utama dari DWA. Pengelola DWA juga telah menyusun promosi digital melalui Sosial Media sebagai bagian dari inovasi yang mereka kembangkan. Secara berkala, pengelola DWA juga terus membuat video promosi Desa Wisata sebagai persiapan dalam menghadapi kebangkitan pariwisata pasca pandemi.



Gambar 3.125 Sarana Promosi Desa Wisata Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

Analisis Kuantitatif Penilaian Kategori Desa Alam Endah menjadi Desa Wisata

Tabel 3.11 Instrumen Analisis Penilaian Kategori Desa Wisata Alam Endah

No.	Instrumen	Kategori	Indikator	Nilai
1.	Daya Tarik	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata Pemanfaatan potensi masih sebatas digunakan oleh masyarakat local dan sekitar 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Potensi daya tarik sudah mulai dikelola Munculnya aktifitas perdagangan disekitar daya tarik wisata. Munculnya daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya lokal dari masyarakat 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Daya tarik wisata sudah berkembang dan menjadi tujuan wisata rutin para wisatawan Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah berkembang 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah ada inovasi dari masyarakat. Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah maju 	4
2.	Aksesibilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan aksesibilitas wisata masih terbatas Akses ke kawasan masih berupa transportasi umum belum transportasi wisata 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat rambu-rambu penanda keberadaan desa wisata Terdapat angkutan umum menuju kawasan tersebut Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi 	

	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	4
3.	Fasilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan fasilitas wisata masih terbatas
	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai. Berkembangnya fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	3
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah mengikuti standar Internasional. Memiliki fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	
4.	Pemberdayaan Masyarakat	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh/ masih rendah. Masyarakat sebatas melakukan aktifitas sehari-hari untuk mencari nafkah (bertani, beternak dan sebagainya)
	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya. Masyarakat terlibat langsung dalam pengelolaan daya tarik wisata 	
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya mandiri dalam mengelola desa wisata. Pengelolaan kolaboratif pentahelix 	4
5.	Pemasaran dan promosi	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Belum ada/ masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung Belum adanya media promosi tentang desa wisata tersebut
	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah mulai dikenal dan dikunjungi wisatawan. Sudah mempunyai media promosi (website, brosur) 	

	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara swadaya serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan pihak luar. 		
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara digital dengan lingkup pemasaran berskala Internasional. 	4	
6.	Kelembagaan dan SDM	Embrio/	<ul style="list-style-type: none"> Belum memiliki organisasi kepengurusan desa wisata 	
		Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Masih secara spontan dalam menerima kunjungan wisatawan Belum adanya pengembangan kualitas dalam bidang kepariwisataan 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Mempunyai organisasi kepengurusan desa wisata Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta) 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. 	3
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. Dana Desa menjadi bagian dalam inovasi produk wisata 	
	Total			22
	Rata-rata: Total/6 (Jumlah instrument)			3.6

Sumber: Data Peneliti

Pemerintah Kabupaten Bandung telah menetapkan 10 Desa menjadi Desa Wisata. Kawasan Panas Bumi Patuha yang tersebar di kecamatan Pasir Jambu, Rancabali, dan Ciwidey (Pacira), juga terdapat lima Desa Wisata. Kawasan Pacira memiliki lima Desa Wisata, karena memang potensi alam di kawasan tersebut sangat melimpah, sehingga sangat sesuai untuk beberapa desa tersebut menjadi Desa Wisata. Desa Wisata yang tersebar di Pacira, yaitu

16. Desa Wisata Panundaaan

Desa panundaaan adalah desa yang berada di Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung dengan luas 321.336 ha. Mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah pertanian. Desa Wisata Panundaaan memiliki beberapa potensi wisata yang dapat dikembangkan, salah satunya yaitu:

Kawasan area perkebunan dan persawahan di beberapa RW yang akan dikembangkan dengan konsep 1000 saung sawah dengan sentuhan artistik khas pedesaan: yaitu dengan adanya papatong bambu, bebegig (boneka sawah, Jembatan bambu, Kincir air, Kompas angin, bentangan lampu lampion berwarna, aksesoris atau hiasan bamboo dan makanan khas sunda. Diatasnya akan terbentang lintasan flying fox sepanjang 500 meter. Namun hingga saat ini konsep wisata tersebut belum dikembangkan.



Tabel 3.12 Potensi Pertanian Desa Alam Endah
Sumber: Data Peneliti

Potensi Desa Wisata Panundaan

Desa Wisata Panundaan memiliki destinasi wisata unggulan yaitu olahraga *tubbing* dengan memanfaatkan Sungai Ciwidey yang cukup deras sepanjang 2 km. Destinasi *tubbing* ini cukup banyak mendatangkan wisatawan.



Gambar 3.126 Potensi Wisata Olahraga Tubbing di Desa Wisata Panundaan
Sumber: Data Peneliti

Berbagai kerajinan tangan seperti kerajinan akar bonsai, kerajinan bambu, dan kerajinan lukisan dari pelepah daun pisang. Di Desa Panundaan telah ada Kelompok Masyarakat UMKM binaan dari PT. Geodipa yang bernama Mekar Kencana. Kelompok tersebut dibangun secara kelembagaan dan pengembangan produknya. Kelompok Mekar Kencana di prakarsai oleh dua tokoh seniman yang ingin membagi bakatnya ke generasi muda Desa lainnya, agar dapat diteruskan secara turun temurun. Pembuatan karya seni tersebut juga akan dikembangkan menjadi paket wisata edukasi berupa *workshop*.



Gambar 3.127 Kerajinan Tangan Desa Wisata Panundaan
Sumber: Data Peneliti

Situs budaya makam sesepuh Desa Panundaan, Mata Air (Situ Kuluwung), dan Batu Purba (Batu Kasur). Dan berbagai kesenian seperti Seni Tarawangsa, Seni Pencak Silat. Seni Gondang, Seni Jaipongan, Seni Karawitan. Kebudayaan Kaulinan urang lem mbur (permainan tradisional), Upacara Keselamatan Warga (Hajat Buruan).



Gambar 3.128 Situs Budaya dan Kesenian tradisional Desa Wisata Panundaa
Sumber: Data Peneliti

Desa Wisata Panundaa juga memiliki berbagai produk kuliner dari UMKM yang dibina oleh PT. Geodipa. Produk UMKM Desa Wisata Panundaa cukup beraneka ragam dan dengan bahan baku yang banyak dibudidayakan di sekitar Desa Panundaa.



Gambar 3.129 Produk UMKM Desa Wisata Panundaa
Sumber: Data Peneliti

Penginapan/home stay sebanyak 100 unit yang tersebar di 21 RW Desa Panundaa. Kapasitas 1 home stay dapat menampung maksimal sebanyak 6 orang. Total kapasitas home stay adalah sebanyak 600 orang.

Fasilitas Pendukung Wisata

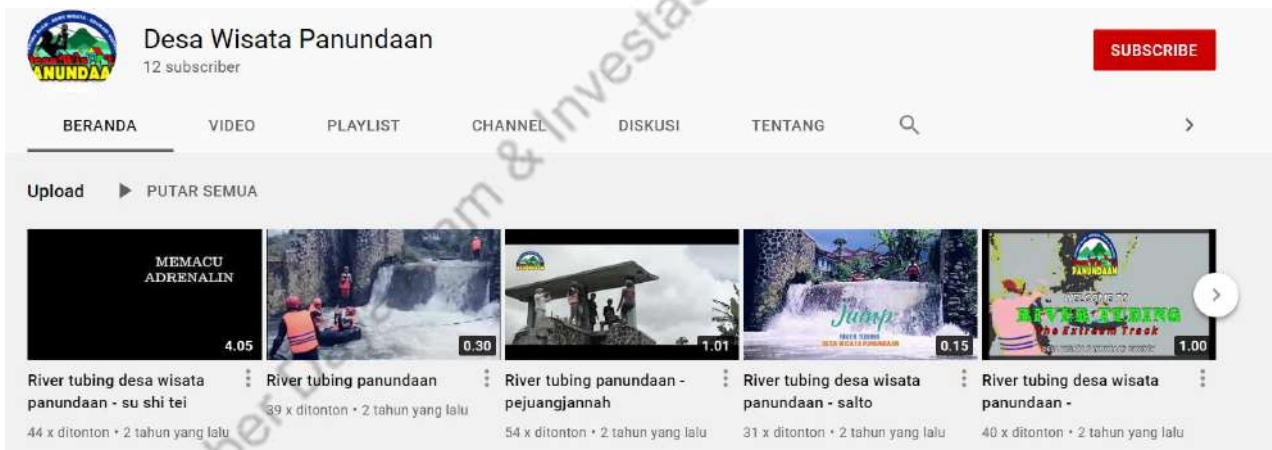
Fasilitas Pendukung Wisata di Desa Wisata Panundaa terdapat Balai Desa yang sering dijadikan tempat untuk kegiatan budaya dan pentas seni serta kegiatan Desa lainnya. Selain itu terdapat Gedung Olahraga yang dapat menjadi sarana berkumpul para pemuda untuk berbagai kegiatan baik olahraga maupun organisasi lain.



Gambar 3.130 Fasilitas Pendukung Wisata Desa Panundaan
Sumber: Data Peneliti

Pemasaran

Pemasaran wisata yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Panundaan yaitu Promosi secara online melalui media sosial, Bekerjasama atas penjualan produk Desa Wisata Panundaan Ciwidey dengan penyelenggara jasa layanan travel dan penginapan di semua venue wisata ciwidey. Melakukan penawaran secara persuasive (door to door) kepada sekolah, perusahaan/Instansi dan perorangan atau keluarga. Berinteraksi langsung dengan pihak pemerintah agar turut serta membantu pemasaran produk Desa Wisata Panundaan Ciwidey., Pemasangan spanduk dan baligho (welcome & content Desa wisata) dengan ukuran besar (3 x 4 meter) ditempat-tempat yang strategis sekitar daerah Desa Wisata Panundaan Ciwidey



Gambar 3.131 Pemasaran Desa Wisata Panundaan melalui sosial media youtube
Sumber: Data Peneliti

Analisis Kuantitatif Penilaian Kategori Desa Margamulya menjadi Desa Wisata

Tabel 3.13 Instrumen Penilaian Kuantitatif Kategori Desa Wisata Desa Margamulya

No.	Instrumen	Kategori	Indikator	Nilai
1.	Daya Tarik	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata Pemanfaatan potensi masih sebatas digunakan oleh masyarakat local dan sekitar 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Potensi daya tarik sudah mulai dikelola Munculnya aktifitas perdagangan disekitar daya tarik wisata. 	2

		<ul style="list-style-type: none"> Munculnya daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya lokal dari masyarakat 		
	Maju	<ul style="list-style-type: none"> Daya tarik wisata sudah berkembang dan menjadi tujuan wisata rutin para wisatawan Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah berkembang 		
	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah ada inovasi dari masyarakat. Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah maju 		
2.	Aksesibilitas	Embrio/	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan aksesibilitas wisata masih terbatas 	
		Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Akses ke kawasan masih berupa transportasi umum belum transportasi wisata 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat rambu-rambu penanda keberadaan desa wisata Terdapat angkutan umum menuju kawasan tersebut Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi 	2
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
3.	Fasilitas	Embrio/	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan fasilitas wisata masih terbatas 	
		Potensial		
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai. Berkembangnya fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	3
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah mengikuti standar Internasional. Memiliki fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	

4.	Pemberdayaan Masyarakat	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh/ masih rendah. Masyarakat sebatas melakukan aktifitas sehari-hari untuk mencari nafkah (bertani, beternak dan sebagainya) 	3
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya. Masyarakat terlibat langsung dalam pengelolaan daya tarik wisata 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah sepenuhnya mandiri dalam mengelola desa wisata. Pengelolaan kolaboratif pentahelix 	
5.	Pemasaran dan promosi	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Belum ada/ masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung Belum adanya media promosi tentang desa wisata tersebut 	2
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Sudah mulai dikenal dan dikunjungi wisatawan. Sudah mempunyai media promosi (website, brosur) 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara swadaya serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan pihak luar. 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara digital dengan lingkup pemasaran berskala Internasional. 	
6.	Kelembagaan dan SDM	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Belum memiliki organisasi kepengurusan desa wisata Masih secara spontan dalam menerima kunjungan wisatawan Belum adanya pengembangan kualitas dalam bidang kepariwisataan 	2
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Mempunyai organisasi kepengurusan desa wisata Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta) 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. Dana Desa menjadi bagian dalam inovasi produk wisata 	
Total				14
Rata-rata: Total/6 (Jumlah instrument)				2,3

D. Pelaksanaan Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Geo Dipa (Persero) Unit Patuha

Aktivitas operasi Geodipa di lapangan panas bumi dapat memberikan dampak pada tatanan sosial dan lingkungan di sekitarnya. Bila dampak tersebut tidak dikelola dan diantisipasi dengan baik, akan berpotensi menimbulkan risiko yang lebih besar bagi kelangsungan usaha Perusahaan.

Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility – CSR*) sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari proses bisnis Perusahaan. Perusahaan merancang program CSR yang difokuskan pada program-program Pengembangan Masyarakat (*Community Development- Comdev*) yang mampu memberikan nilai tambah dan manfaat nyata bagi perbaikan kualitas hidup masyarakat.

Program-program Comdev PT. Geodipa dikelompokkan dalam empat bidang, yaitu *Community Relations* (Geodipa Peduli), *Community Service* (GeoDipa Maju), *Community Empowering* (Geodipa Pintar) dan pelestarian alam (Geodipa Hijau).

PT. Geodipa Persero Unit Patuha Unit Patuha melakukan kegiatan CSR ketiga Desa di-Ring terdekat, yaitu Desa Alam Endah, Desa Panundaan dan Desa Sugihmukti. Dua diantara desa penyangga tersebut telah ditetapkan menjadi Desa Wisata semenjak tahun 2011, yaitu Desa Alam Endah dan Desa Panundaan. PT Geodipa banyak melakukan program CSR untuk pengembangan dan pembangunan dDesa penyangga yang dilakukan terhadap tahun 2016-2019, program-program tersebut, yaitu:

Desa Sugihmukti:

- Perbaikan Akes Jalan KM 5-17 disekitar kawasan Geodipa
- Kampanye *Go Green* Penanaman Pohon dan Pelestarian Surili
- Pasar Murah & Santunan Anak Yatim
- Bantuan Siswa Berprestasi
- Pemasangan Listrik di area Kawasan Rancabolang, Patuhawatee dan empat Kampung lainnya
- Perbaikan Masjid, Pipa Air Hewan Qurban
- Sekolah Binaan Rumah Tahfidz dan Hafidz Quran
- Fasilitas Lapangan Olahraga
- Perbaikan Longsor KM6
- Geothermal Goes to School
- Donor Darah dan Pengobatan Gratis
- Perbaikan Masjid dan perbaikan Infrastruktur Desa

Desa Alam Endah

- Perbaikan Akses Jalan beberapa Kampung
- Perbaikan Drainase & Jalan longsor KM2
- Pasar Murah & Bantuan Siswa Berprestasi
- Santunan Anak Yatim
- Perbaikan Masjid, Pipa Air dan Hewan Qurban
- Perbaikan Jalan Longsor KM 5,6
- Pemberdayaan masyarakat *Ecopark* Walirang
- Khitanan Massal, Safari Dakwah, Perbaikan Masjid, Pipas Air, Hewan Qurban
- Peningkatan Fasilitas Petani Kopi Alam Endah

Desa Panundaan

- Perbaiki Infrastruktur Masjid
- Pasar Murah & Bantuan Siswa Berprestasi
- Santunan Anak Yatim
- Training dan Peralatan UMKM UMKM
- Perbaiki Infrastruktur Desa, Hewan Qurban
- Pemasangan Listrik di beberapa kampung
- Kelompok Ternak Kelinci
- Balai Latihan Kerja

Sejauh ini PT Geo Dipa Energi Persero telah memberikan bonus produksi dan melaksanakan program kemaslahatan kepada masyarakat di kawasan desa penyangga sejak tahun 2014, selain terdapat pula kompensasi bising, seperti kendaraan besar lewat ke jalan yang diberikan dalam bentuk kontribusi, terdapat berbagai program pembangunan dan pengembangan desa lainnya. Namun masyarakat Desa Penyangga mengharapkan adanya program pemberdayaan yang dapat dikembangkan untuk peningkatan kesejahteraan yang dapat dirasakan lebih luas, salah satunya yaitu melalui pengembangan wisata.

Pada tahun 2019 PT Geo Dipa Energi Bersama dengan Kepala Desa dari beberapa Desa Penyangga melakukan diskusi untuk membangun Kawasan Wisata. Dalam media online tersebut dituliskan bahwa, Kepala Desa Alam Endah (H. Awan Rukmawan) dan Kepala Desa Sugihmukti (H. Rusman) berharap masyarakat di Desanya dapat merasakan hasil Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang telah dibayarkan oleh PT Geo Dipa Energi (Persero) kepada Pemkab Bandung. Pasalnya selama ini, masyarakat Desa Penyangga, yaitu Alam Endah, Desa Panundaan dan Desa Sugihmukti tidak merasakan PNBP tersebut. Selama ini desa-desa penyangga tersebut baru merasakan bonus produksi dari PT Geo Dipa Energi (Persero). Oleh sebab itu, PT Geo Dipa berkomitmen akan melakukan kerjasama di tahun 2020 dengan desa-desa penyangga di bidang Pariwisata.

Kepada Desa Alam Endah dan Kepala Desa Sugihmukti berencana pada tahun 2020 akan membuat suatu kawasan wisata dengan pemandangan alam, didukung dengan potensi pada desa-desa penyangga di kawasan PT Geo Dipa yang memiliki banyak spot wisata. Salah satunya yaitu adanya sumber air panas juga dengan view pemandangan alam, yang lokasinya berda di Desa Sugihmukti, lokasi tersebut yang nantinya akan dikerjasamakan. Kondisi akses menuju kawasan yang akan dikerjasamakan masih belum layak, namun Kepala Desa di daerah penyangga akan mengajukan perbaikan ke Dinas PUPR Kabupaten Bandung. Upaya perbaikan jalan dilakukan untuk menarik wisatawan sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa penyangga.

Sementara itu, Bapak Idham Purnama selaku General Manager PT Geo Dipa Energi (Persero) Unit I Patuha mengatakan pihaknya sepakat dengan usulan dari Kepala Desa Alamendah tersebut untuk membuka kawasan wisata. Secara prinsip kesepakatan tersebut sesuai dengan visi dan misi perusahaan dalam pemberdayaan masyarakat, namun secara teknis perlu dibicarakan lebih lanjut dengan beberapa pihak terkait.



Gambar 3.132 Kepala Desa Alam Endah, Kepala Desa Sugihmukti dan General Manager PT Geo Dipa Energi (Persero) Unit I Patuha yang melakukan kerjasama perencanaan pengembangan wisata

Sumber: <https://bandungberita.com/pt-geo-dipa-energi-bersama-desa-penyangga-akan-kembangkan-kawasan-wisata/#.X5GfGNAzY2w>

Pada tahun 2020 dan seterusnya PT. Geodipa akan diprioritaskan Program yang bersifat Pemberdayaan Ekonomi (*Community Empowerment*) dengan beberapa persyaratan: Usaha telah berjalan selama minimal 2 tahun atau lebih, diutamakan memiliki legalitas usaha- diutamakan memiliki catatan keuangan (mutasi rekening) - tidak memiliki catatan tunggakan kredit. Program CSR pemberdayaan yang dikembangkan pada tahun 2020 dan 2021 dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengembangan Tempat Pembuangan Sampah (TPS) terpadu dan *Integrated Farming*

Desa Sugihmukti memiliki kawasan untuk pembuangan sampah diatas bukit yang memiliki pemandangan sangat indah. Beberapa tokoh masyarakat di kawasan tersebut memilah mengolah sampah untuk dapat dimanfaatkan kembali secara ekonomi. Divisi *Community Development* dari PT. Geodipa Persero Unit Patuha melihat kawasan tersebut memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi tempat pengolahan sampah terpadu dan sekaligus menjadi kawasan *integrated farming* yang lebih bernilai secara ekonomi maupun lingkungan. Sehingga pada awal tahun 2021 Kawasan TPS tersebut melalui program CSR Geodipa Unit Patuha yang bekerjasama dengan pemerintah desa, mengembangkan kawasan tersebut menjadi suatu taman dan kebun *integrated farming* dengan tetap mempertahankan tempat pengolahan sampah di Kawasan tersebut. Teknis pengolahan sampah yang telah dilakukan selama ini juga diperbaiki agar lebih bernilai secara ekonomi dan ramah lingkungan. Pengembangan Kawasan TPS terpadu dan *integrated farming* dilakukan ditanah milik Desa dan proses pengembangannya melibatkan BUMDES Sugema, kelompok pengelola sampah, Karang Taruna Desa Sugihmukti, dan warga sekitar.

Program CSR TPS terpadu dan *integrated farming* ini akan dijalankan selama lima tahun, dalam bentuk pemberdayaan masyarakat. Program pemberdayaan meliputi pembentukan kelembagaan, *capacity building*, dan bimbingan teknis dalam pengolahan sampah, budidaya tanaman sayur dan kopi, penyediaan beberapa alat dan pengembangan usaha. Diharapkan setelah program ini berjalan, masyarakat penerima manfaat dari Desa

Sugihmukti menjadi lebih berwawasan lingkungan dan mendapatkan dampak peningkatan ekonomi dari program pengembangan kawasan tersebut.



Gambar 3.133 TPS Terpadu dan Integrated Farming di Desa Sugihmukti
Sumber: Data Peneliti

2. Pengembangan Integrated Farming-Kelompok Tani Kopi

Bumdes Sugema dari Desa Sugihmukti dan tiga belas kelompok tani dari Desa Sugihmukti menerima program pemberdayaan teknis budidaya dan pengolahan kopi yang saling terintegrasi dengan program TPS terpadu. Program Integrated Farming-Kelompok Tani Kopi ini nantinya akan mengembangkan koperasi dan pengutan kelembagaan, serta mengembangkan produk hingga tingkat hilir dengan kualitas yang baik dan bernilai jual tinggi. Harapan dari program ini, kelompok masyarakat yang telah dibina, dapat melakukan transfer ilmu dan pengetahuan kepada kelompok lain, sehingga penerima manfaat dari program ini dirasakan lebih luas. Selain itu diharapkan produk kopi dari Desa Sugihmukti dapat meningkat secara kualitas, kuantitas dan kontinuitasnya, sehingga dapat menarik dan mendapat perhatian dari pasar.

3. Pengembangan & Pembinaan UMKM-Makanan Kecil Olahan (Kelompok Saluyu)

Kelompok UMKM SALUYU dibentuk pada Hari Jumat Tanggal 25 Desember Tahun 2020. Atas dasar inisiatif bersama dengan tujuan ingin membentuk sebuah wadah atau Lembaga yang sifatnya swadaya masyarakat guna menampung aspirasi, kreasi dan segala bentuk kegiatan UMKM sesuai potensi yang ada di Wilayah Desa Panundaan. Kelompok UMKM SALUYU terdiri dari pengurus dan anggota yang seluruhnya merupakan warga asli Desa Panundaan, yang tersebar di 21 RW dan 78 RT, tetapi hanya perwakilan saja dari wilayah tersebut. Potensi yang besar ada di wilayah Desa Panundaan baik dari segi Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), peluang objek wisata dan pusat oleh oleh yang dapat menampung hasil karya kreasi kelompok berupa olahan makanan hasil pertanian.

Kelompok UMKM Saluyu sejak Tahun telah tergabung dalam Kelompok Kelompok Wanita Tani akan tetapi terhalang masa pandemi Covid 19 akhirnya, kelompok ibu-ibu berkegiatan dan berkreasi di rumah masing masing dengan tetap menjalankan pemasaran produk masing masing baik secara offline maupun online.

Beberapa kegiatan yang telah dilakukan UMKM Saluyu adalah mengolah hasil pertanian menjadi bahan makanan yang siap saji sehingga bisa dinikmati secara langsung oleh

konsumen, bahan baku yang diolah tidak lain merupakan hasil pertanian Desa Panundaan seperti: Jamur Tiram, Wortel, Daun Bawang, seledri, daung singkong, dan banyak lagi jenis sayuran lainnya.

Petani di wilayah Panundaan seringkali mengalami kerugian yang diakibatkan oleh pasokan sayuran yang melimpah dibanding permintaan pasar yang minim, oleh karena itu kelompok UMKM Saluyu berfikir untuk membantu para petani ini dengan cara membeli hasil panennya untuk meningkatkan nilai tambah dan menghindari kerugian. Atas dasar itulah dikembangkan program pemberdayaan yang tergabung dalam kelompok dengan nama UMKM SALUYU



Gambar 3.134 Kelompok UMKM Saluyu Dari Desa Panundaan
Sumber: Data Peneliti

4. Pengembangan & Pembinaan UMKM-Lukisan Limbah (Kelompok Mekar Kencana)

Kelompok Mekar Kencana Dwi Raksa adalah sebuah lembaga nirlaba yang berawal dari seorang penggiat seni dan seorang pelaku tani bersama karang taruna mendapat dukungan penuh dari Ketua Rukun Warga dan seorang aktivis kemasyarakatan sehingga menjadi sebuah komunitas. Diprakarsai oleh dua masyarakat yang berasal dari keluarga sekandung (adik-kakak) yang berlatar belakang petani dan penggiat seni. Kegiatan kelompok Mekar Kencana ini yaitu memanfaatkan pelepah pisang sebagai karya seni berupa lukisan. Dua tokoh pemrakarsa seni lukis dengan daun pisang ini mengajarkan kepada kelompok anak muda

dalam
agar
karya
dan



yang
tergabung
kelompok
dapat
membuat
seni serupa

memanfaatkan ketrampilan tersebut untuk peningkatan ekonomi. Kelompok Mekar Kencana mendapatkan pemberdayaan bimbingan teknis untuk pengembangan usaha dan sekaligus terdaftar hak kekayaan intelektualnya secara hukum. Program ini diharapkan dapat melestarikan seni budaya, sekaligus dapat memanfaatkan limbah bernilai ekonomi. Diharapkan kedepannya Kelompok Mekar Kencana dapat mengembangkan kegiatan usaha dengan pengembangan produk dan kegiatan workshop melalui wisata edukasi yang tergabung dalam Desa Wisata Panundaan.

Gambar 3.135 Kelompok UMKM Mekar Kancanan Seni Lukis
Sumber: Data Peneliti

5. Pengembangan Desa Wisata & Wisata Arboretum (Wisata Arboretum Park Cigadog)

Pemerintah Desa Alam Endah melakukan perjanjian kerjasama (PKS) dengan Perum Perhutani, mengembangkan sebuah arboretum, yaitu kawasan yang akan ditanami berbagai tanaman endemik, dan berbagai tanaman lainnya untuk mendukung konservasi lingkungan. Arboretum tersebut dikembangkan di lahan milik Perum Perhutani yang berada di Desa Alam Endah dan dikembangkan secara bergotong-royong oleh masyarakat Desa. Di kawasan arboretum terdapat Curug Awi Langit yang dapat menambah daya tarik dari Arboretum. Fasilitas yang telah tersedia di kawasan yaitu adanya beberapa bangunan nonpermanen berupa saung-saung, *guest house*, dan sarana *gathering* dan diskusi. Program CSR Geodipa meliputi pengembangan beberapa sarana pendukung dan pemberdayaan masyarakat yang tergabung dalam Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH).



Gambar 3.136 Pengembangan Wisata Arboretum di Desa Alam Endah

Sumber: Data Peneliti

Analisis Permasalahan program CSR (Community Social Responsibility) PT. Geodipa Unit Patuha

Salah satu program yang CSR yang diberikan oleh PT Geodipa Unit Patuha di tahun 2017 yang melakukan pengembangan potensi wisata *ecopark* Walirang, yaitu kelompok pengembang wisata di area Patuha yang berlangsung di Desa Alam Endah yaitu kelompok Walirang, Kecamatan Rancabali, berupa permodalan peralatan wisata *adventure*, namun dalam pengembangannya kelompok tersebut mengalami berbagai kendala sehingga tidak lagi berjalan.

E. Analisis Permasalahan Wisata di Kawasan Patuha

Berdasarkan observasi dan *deep interview* ke beberapa pemangku kebijakan di lapangan, terdapat beberapa masalah yang menjadi kendala dalam pengembangan wisata di kawasan Kamojang, salah satunya yaitu:

1. Kawasan Patuha, yang berada diantara tiga kecamatan, yaitu Pasir Jambu, Ciwidey dan Rancabali telah ditetapkan sebagai pusat kawasan wisata baik tingkat Kabupaten dan tingkat Provinsi, oleh sebab itu di Kawasan Patuha telah banyak berkembang sarana prasarana pendukung wisata seperti Pusat oleh-oleh, restaurant dan hotel, namun lama kunjungan wisatawan di kawasan Patuha dan sekitarnya maksimal hanya dua hari atau dapat dikategorikan kunjungan yang pendek, sehingga belum dapat memaksimalkan belanja wisatawan di kawasan Patuha dan sekitarnya
2. Beberapa akses jalan menuju kawasan Patuha memiliki badan jalan yang sempit sehingga seringkali menimbulkan kemacetan saat musim liburan dan tidak menarik investor. Banyak wisatawan yang hanya menghabiskan waktunya di jalan sehingga tidak cukup lama menikmati suasana di destinasi wisata Kawasan Patuha. Beberapa akses jalan juga dalam keadaan yang masih berbatu dan perlu diperbaiki
3. Beberapa harga tiket masuk wisata dan harga reservasi hotel di kawasan Patuha sekitarnya masih terbilang mahal jika dibandingkan dengan beberapa destinasi wisata lainnya yang memiliki fasilitas dan inovasi yang lebih baik, sehingga kalah bersaing dengan destinasi di tempat atau kota lain.
4. Destinasi wisata di kawasan Patuha belum mengintegrasikan secara kuat antara daya tarik alam dengan daya tarik budaya, untuk memperkuat identitas dan ciri khas dari kawasan, seperti bentuk arsitektur bangunan, musik, warna, dan makanan khas. Salah satu yang dapat dicontoh yaitu berbagai destinasi di Bali, saat pengunjung datang ke Bali semua suasana alam dan budayanya dapat menjadi kesan yang kuat untuk wisatawan mengenal dan mengenang suasana di Bali.
5. Belum terdapat sentra budaya di kawasan Patuha yang menyajikan berbagai sejarah dan atraksi budaya khas Patuha, atau paling tidak terdapat kawasan yang menjadi kegiatan budaya dan menjadi tempat untuk menginterpretasikan identitas budaya khas Patuha dan sekitarnya, sehingga pengunjung yang datang merasakan ciri dan suasana khas Patuha baik musik, bangunan, kuliner dan lain sebagainya.

6. Branding produk wisata di Kawasan Patuha kurang kuat, baik produk destinasi maupun berbagai produk UMKMnya, hal tersebut dikarenakan, saat wisatawan berlibur ke kawasan Patuha, hanya melakukan kegiatan rekreasi, namun kegiatan belanja dilakukan di kota lain, seperti Kota Bandung atau Kabupaten Garut.
7. Telah terdapat angkutan umum menuju kawasan Ciwidey, namun belum tersedia sarana transportasi khusus wisata yang dapat mengakomodir wisatawan menuju destinasi wisata. Sebenarnya telah disediakan Bus si Jalak Harupat yang dapat mengakomodir wisatawan menuju kawasan Pacira, namun dikarenakan adanya pandemi, operasi Bu Si Jalak Harupat dimundurkan
8. Fasilitas dan sarana prasarana di beberapa Destinasi di Kawasan Patuha sudah mengalami banyak kerusakan, butuh dilakukan perbaikan dan inovasi lainnya untuk dapat mempertahankan laju kunjungan ke destinasi wisata tersebut.

F. Perumusan Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha

1. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*)

Identifikasi Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Patuha

Faktor Strategis Internal	Skore
Kekuatan	
Kawasan Patuha memiliki berbagai potensi wisata alam, berupa perkebunan teh, danau, kawah, air terjun, pemandian air panas dan berbagai destinasi wisata buatan yang bernuansa alam	0,661
Kawasan Patuha berada di antara Kecamatan Pasir Jambu, Ciwidey dan Rancabali yang merupakan Jalur Wisata	0,566
Kawasan Patuha telah ditetapkan sebagai pusat Kawasan Wisata, sehingga telah memiliki banyak sarana prasarana pendukung wisata berupa pusat oleh-oleh, restaurant dan hotel	0,401
Kawasan Patuha berada disekitar kawasan perkebunan teh, sehingga memiliki pemandangan yang sangat indah dan terdapat pemandangan petani teh sedang memetik daun teh setiap hari	0,377
Kelemahan	
Meskipun telah memiliki banyak sarana pendukung wisata, namun lama kunjungan wisatawan untuk berwisata di Kawasan Patuha hanya maksimal dua hari	0,425
Branding produk wisata di Kawasan Patuha kurang kuat, sehingga belum menarik wisatawan untuk lebih lama di kawasan Patuha	0,307
Belum terdapat sentra budaya di Kawasan Patuha	0,094
Daya tarik wisata alam dan wisata budaya belum berintegrasi dengan baik untuk menarik wisatawan berkunjung lebih lama di Kawasan Patuha	0,094
Total	2,929

Identifikasi dan Analisis Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi Patuha

Faktor Strategis Internal	Skore
Peluang	
Potensi alam yang sangat indah dapat menarik investor untuk terus mengembangkan wisata di Kawasan Patuha, didukung dengan lokasi Patuha yang cukup strategis, yaitu berada di dekat Ibu Kota Provinsi dan cukup dekat dengan Ibu Kota Jakarta	0,365
Makin berkembangnya industry kreatif dan sosial media dapat membantu dalam mempromosikan berbagai Potensi Destinasi Wisata di Kawasan Patuha	0,341
Di Kawasan Patuha terdapat perusahaan PT. Geodipa Unit Patuha yang senantiasa memberikan program penjagaan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat sekitar.	0,26
Memiliki dua Desa Wisata yang dapat menyediakan paket wisata ke seluruh destinasi wisata di Kawasan Patuha	0,439
Ancaman	
Akses wisata menuju Kawasan Patuha masih sempit sehingga seringkali menimbulkan kemacetan dan mengurangi minat investor	0,65
Branding produk oleh-oleh, kerajinan tangan dan oleh-oleh di Kawasan Patuha kurang kuat sehingga wisatawan seringkali belanja di kota lain	0,609

Pandemi Covid-19 yang tidak kunjung selesai juga berdampak kepada laju kunjungan wisatawan ke Patuha yang beberapa masyarakat sekitarnya bergantung kegiatan wisata. 0,365

Total **3.032**

Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang dan Ancaman) dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha dapat digambarkan sebagaimana berikut:

		Faktor Internal		
		Kuat 3,0-4,0	Rata rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Faktor Eksternal	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0-2,99	VII	VIII	IX

Gambar 3.137 Matriks SWOT Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha
Sumber: Data Peneliti

Berdasarkan gambaran matriks SWOT tersebut dapat digambarkan bahwa pengelolaan wisata Kawasan Patuha berada pada kuadran II yaitu kuat secara faktor eksternal dengan total 3,032 dan sedang secara faktor internal dengan total 2,929. Posisi kuadran tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan yang telah dilakukan selama ini masih berada pada tahap tumbuh dan berkembang. Kondisi tersebut dapat dikelola dengan menggunakan strategi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi ini diharapkan dapat memperbaiki kondisi internal dan memaksimalkan kondisi eksternal sehingga pengelolaan wisata di Kawasan Patuha dapat bersaing menjadi lebih baik.

1. Tahap Keputusan (*Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*)

Setelah merumuskan strategi menggunakan matriks SWOT berdasarkan informasi matriks IFE, EFE, dan IE tahap terakhir dari proses perumusan strategi adalah pemilihan strategi terbaik dengan menggunakan alat analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Penggunaan QSPM bertujuan untuk mendapatkan prioritas strategi terbaik yang akan diimplementasikan sesuai dengan kebijakan dan kondisi perusahaan. Pemberian peringkat berdasarkan nilai kemenarikan (*attractiveness score*) yang untuk merumuskan strategi pengelolaan wisata di Kawasan Kamojang. Penentuan daya tarik QSPM oleh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.14 Urutan Strategi Pengelolaan Kawasan Wisata Patuha Berdasarkan Analisis SWOT dan QSPM

	Urutan Strategi	Total Nilai
(WT 1)	Melakukan pelebaran jalan jalur wisata Pacira yang dapat meningkatkan laju dan lama kunjungan serta investasi wisata di Kawasan Patuha (WT1)	11,75
(SO12)	Bekerjasama dengan PT Geodipa dalam melakukan peningkatan kapasitas masyarakat di sekor pariwisata (SO2)	10,32
(WO2)	Mengembangkan Calon Desa Wisata lain yang memiliki potensi wisata kuat dan menjadi Desa Penyangga dari PT. Geo Dipa Unit Patuha (WO2)	9,71

(SO1)	Meningkatkan branding kawasan dengan sentuhan seni budaya dan intepretasi yang kuat kepada wisatawan, sehingga dapat merasakan euphoria dan ciri khas dari kawasan Patuha (SO1)	8,87
(WO1)	Memanfaatkan media sosial dan industry kreatif dalam meningkatkan lama kunjungan wisata dengan penyediaan event, workshop atau kegiatan interaktif lainnya (WO1)	7.35
(ST1)	Melakukan inovasi dengan menyediakan paket wisata new normal, yaitu destinasi wisata dengan protokol kesehatan dan dapat meningkatkan kesehatan (ST1)	7.11
(WT2)	Melakukan promosi branding dan standarisai produk wisata, berbagai produk oleh-oleh dengan ciri khas yang kuat dan menarik wisatawan (WT2)	6.96
(ST2)	memadukan potensi alam dan budaya dalam suatu event atau destinasi wisata (ST2)	6.43

Sumber: Data diolah peneliti

1. Usulan Program Kegiatan Berdasarkan Hasil SWOT-QSPM

Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa usulan program yang dapat dilakukan untuk mendukung strategi pengembangan dan pengelolaan wisata di Kawasan Patuha. Usulan Program berikut mengacu pada:

- a. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi dan Kabupaten/Kota
- b. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2025

Usulan Program tersebut dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

1. Melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) yang berisi pengelola wisata kawasan Patuha, Dinas terkait di Kabupaten Bandung, Perusahaan Panas Bumi PT. Geo Dipa Energi Unit Patuha, dan Kompepar Kecamatan Pasir Jambu, Ciwidey, Rancabali untuk membahas mengenai pengelolaan dan pengembangan wisata di Kawasan Patuha
2. Meningkatkan fasilitas dan inovasi yang atraktif untuk meningkatkan lama kunjungan wisatawan melalui kegiatan event, workshop dan wisata edukasi.
3. Melakukan pelebaran jalan atau penyediaan jalur alternatif untuk menghindari kemacetan dan menarik investor wisata di Kawasan Patuha.
4. Menyediakan inovasi paket wisata new normal sesuai standart dan arahan Kemenpar, yaitu berdasarkan protokol kesehatan dan peningkatan kesehatan.
5. Melakukan peningkatan branding Kawasan Patuha dengan memadukan potensi alam dan potensi budaya Patuha agar menjadi ciri khas dan kesan yang kuat kepada wisatawan saat berkunjung ke Kawasan Patuha
6. Mendaftarkan Desa dengan potensi wisata dan sekaligus Desa Penyangga dari PT. Geo Dipa Unit Patuha menjadi Calon Desa Wisata
7. Bekerjasama dengan PT. Geodipa Unit Patuha dalam memberdayakan masyarakat melalui pengembangan wisata
8. Melakukan inovasi branding dan kualitas produk wisata dan UMKM disekitar kawasan wisata agar wisatawan tidak berbelanja di kota atau tempat lain

17. Calon Desa Wisata Sugihmukti

Profil Desa Sugihmukti:

Desa Sugihmukti merupakan salah satu Desa yang menjadi Kawasan Penyangga dan termasuk daerah ring satu dari PT. Geodipa. Desa Sugihmukti merupakan salah satu desa

yang berada di Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung. Secara administrasi Desa Sugihmukti berbatasan dengan:

Sebelah Utara : Desa Margamulya
Sebelah Selatan : Kabupaten Cianjur
Sebelah Timur : Desa Tenjolaya
Sebelah Selatan : Desa Panundaa /alam Endah

Dengan luas Wilayah 9,843.0 ha/m² dengan ketinggian 1200-2900 mdpl dari permukaan laut. Dengan suhu rata rata 32°C. Desa Sugihmukti terdiri dari 4 dusun 14 RW dan 76 RT dengan jumlah penduduk 10.864 jiwa jumlah laki-laki 5.680 dan jumlah perempuan 5.180 orang tercatat dalam 3.591 Kepala Keluarga (KK).

Kondisi Sosial Ekonomi:

Sumber penghidupan bagi penduduk adalah dari sektor pertanian dan perkebunan sektor pariwisata sektor industri, sektor perdagangan dan jasa. Sektor pertanian dan perkebunan menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat Desa Sugihmukti, karena sebagian kawasannya merupakan lahan perkebunan PTPN VIII terdiri dari Perkebunan Rancabolang, Perkebunan Patuahwate dan Perkebunan Paranggong milik swasta dan pertanian milik masyarakat, oleh sebab itu mata pencaharian sebagai petani merupakan potensi Alam yang sangat potensial untuk menjadi Calon Desa Wisata.

Potensi Wisata Desa Sugihmukti

Desa Sugihmukti juga memiliki berbagai potensi, sehingga memiliki berpotensi untuk dikembangkan menjadi Calon Desa Wisata. Potensi Desa Suguhmukti yaitu Pemandangan alam dan kegiatan pertanian. Desa Sugihmukti mendapatkan bantuan CSR dari PT. Geodipa berupa Tempat Pengolahan Sampah Tematik. TPS tersebut merupakan tanah Desa yang berada di bukit, sehingga memiliki pemandangan yang indah, lalu TPS tersebut diubah menjadi taman tematik yang indah namun tetap melakukan pengolahan sampah secara terpadu. TPS tersebut menjadi areal taman, sekaligus kebun yang ditanami aneka sayur dan buah. Rencananya kawasan TPS tersbut akan dikembangkan menjadi areal wisata dengan fasilitas cafetaria, camping ground dan fasilitas outbond, sekaligus menjadi wahana edukasi tentang pengolahan sampah dan budidaya sayur dan buah.



Tabel 3.15 TPS Terpadu dan Integrated Farming Desa Sugihmukti
Sumber: Data Peneliti

Desa Sugihmukti juga akan mengembangkan wisata edukasi pengolahan kopi dari hulu hingga hilir yang terintegrasi dengan program pengolahan sampah Tematik dan mengembangkan berbagai potensi wisata lainnya yang melibatkan masyarakat Desa.

Potensi Wisata Bukit Jamur

Di Desa Sugikmukti telah dikembangkan bukit jamur yang dikembangkan pada tahun 2019. Bukit Jamur memiliki daya tarik pohon-pohon pinus berbentuk jamur yang berada di tengah-tengah hamparan kebun teh Rancabolang, terdapat sarana menara pandang untuk berfoto dan *camping ground*.



Gambar 3.138 Potensi Wisata Bukit Jamur di Desa Sugikmukti
Sumber: Data Peneliti

Desa Sugikmukti juga memiliki potensi kesenian pencak silat sunda yaitu Sunda Lugay dan memiliki keindahan kebudayaan bercocok tanam karena terdapat banyak hamparan sawah dan perkebunan yang dapat menjadi sarana untuk pengembangan wahana edukasi pertanian. Terdapat beberapa potensi wisata lainnya, yaitu keindahan suasana perkebunan teh, curug dan suasana pegunungan.



Gambar 3.139 Potensi Pertanian dan Kesenian Budaya Pencak Silat
Sumber: Data Peneliti

Instumen Kriteria dan Indikator Desa Sugikmukti sebagai Desa Wisata

Tabel 3.16 Instrumen Kriteria dan Indikator Desa Sugikmukti sebagai Desa Wisata

No.	Instrumen	Kategori	Indikator	Nilai
1.	Daya Tarik	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata Pemanfaatan potensi masih sebatas digunakan oleh masyarakat local dan sekitar 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> Potensi daya tarik sudah mulai dikelola Munculnya aktifitas perdagangan disekitar daya tarik wisata. Munculnya daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya lokal dari masyarakat 	2
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> Daya tarik wisata sudah berkembang dan menjadi tujuan wisata rutin para wisatawan Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah berkembang 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Sudah ada inovasi dari masyarakat. 	

			<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat aktifitas perdagangan di sekitar daya tarik wisata, sekaligus sebagai daya Tarik tersendiri • Daya tarik wisata dari aktifitas dan budaya masyarakat sudah maju 	
2.	Aksesibilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan aksesibilitas wisata masih terbatas • Akses ke kawasan masih berupa transportasi umum belum transportasi wisata 	1
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat rambu-rambu penanda keberadaan desa wisata • Terdapat angkutan umum menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar • Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki rambu-rambu penanda yang jelas untuk menuju kawasan tersebut • Mempunyai akses untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum besar • Mempunyai moda transportasi di dalam kawasan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik 	
3.	Fasilitas	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan fasilitas wisata masih terbatas 	1
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata • Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai. • Berkembangnya fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah mengikuti standar Internasional. • Memiliki fasilitas wisata yang memanfaatkan potensi dari masyarakat (homestay, persawahan, kebun dsb). 	
4.	Pemberdayaan Masyarakat	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh/ masih rendah. • Masyarakat sebatas melakukan aktifitas sehari-hari untuk mencari nafkah (bertani, beternak dan sebagainya) 	1
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata • Penggunaan fasilitas umum desa dan fasilitas pribadi masyarakat sebagai fasilitas wisata secara spontan 	
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya. • Masyarakat terlibat langsung dalam pengelolaan daya tarik wisata 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sudah sepenuhnya mandiri dalam mengelola desa wisata. • Pengelolaan kolaboratif pentahelix 	
5.	Pemasaran dan promosi	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada/ masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung • Belum adanya media promosi tentang desa wisata tersebut 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah mulai dikenal dan dikunjungi wisatawan. • Sudah mempunyai media promosi (website, brosur) 	2
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan • Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara swadaya serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan pihak luar. 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan • Mampu melakukan promosi dan pemasaran secara digital dengan lingkup pemasaran berskala Internasional. 	

6.	Kelembagaan dan SDM	Embrio/ Potensial	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki organisasi kepengurusan desa wisata • Masih secara spontan dalam menerima kunjungan wisatawan • Belum adanya pengembangan kualitas dalam bidang kepariwisataan 	
		Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai organisasi kepengurusan desa wisata • Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta) 	1
		Maju	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). • Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. 	
		Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sudah mandiri dan mampu mengelola usaha pariwisata secara swadaya (SDM, produk, organisasi, dsb). • Dapat menjadi model percontohan bagi pengembangan desa-desa wisata lainnya. • Dana Desa menjadi bagian dalam inovasi produk wisata 	
Total				8
Rata-rata: Total/6 (Jumlah instrument)				1,3

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

Bab IV

Strategi Pengelolaan Wisata Kawasan Panas Bumi

Secara Garis Besar Potensi Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya dapat digambarkan bahwa potensinya sangat besar dan beragam, baik secara kekayaan alam, yaitu berupa kekayaan *geology* maupun *biodiversity* dan kekayaan budayanya, *culture* dan masyarakatnya. Keberadaan perusahaan panas bumi ditengah Kawasan Panas Bumi juga memiliki dampak dan pengaruh yang besar dalam dinamika peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pada bab ini akan di jelaskan secara detail strategi pengembangan wisata di kawasan Panas Bumi secara keseluruhan untuk dapat dimanfaatkan dalam merumuskan kebijakan dan Menyusun rencana aksi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengelolaan Wisata di sekitar Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung.

4.1 Identifikasi perumusan Pengelolaan Kawasan Panas Bumi di Kawasan Patuha

1. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)

Dilakukan Analisis SWOT untuk merumuskan gambaran pengelolaan Kawasan Panas Bumi, baik secara internal maupun eksternal

Tabel 4.1 Identifikasi Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Pengelolaan Wisata di seluruh Kawasan Panas Bumi

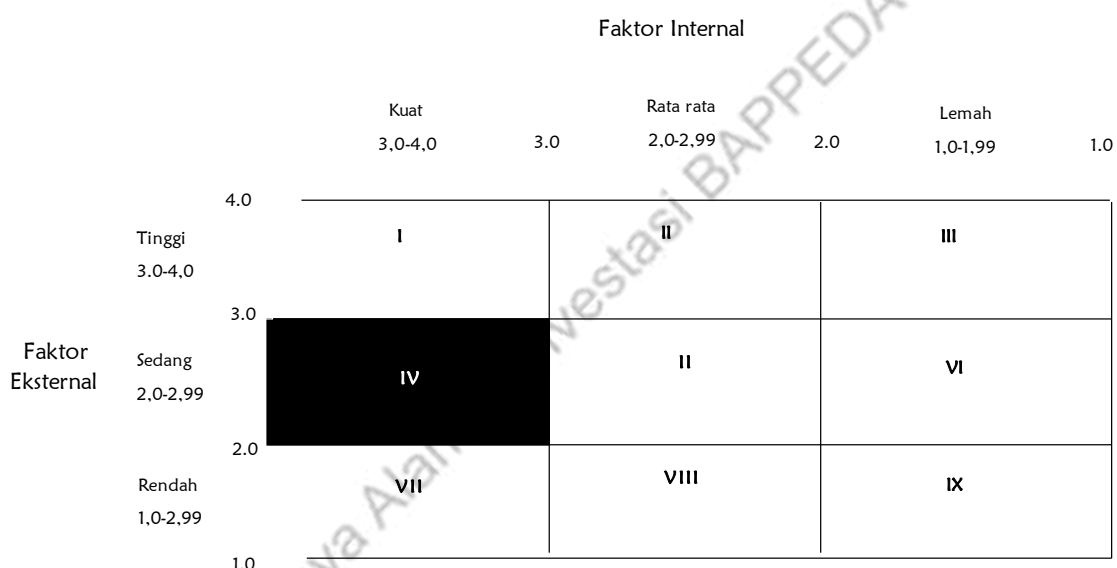
Faktor Strategis Internal	Skore
Kekuatan	
Kawasan Panas Bumi berada diantara kawasan Cagar Alam, Taman Wisata Alam, Hutan, pertanian dan hamparan kebun teh sehingga memiliki potensi kekayaan alam yang besar, baik secara geodiversity (bentang alam) dan biodiversity (kekayaan flora dan faunanya)	0,667
Telah banyak destinasi wisata yang berkembang di Kawasan Panas Bumi, baik dikelola oleh swasta, masyarakat ataupun oleh perusahaan BUMN seperti PTPN dan Perum Perhutani	0,6111
Masyarakat disekitar Kawasan Panas Bumi memiliki kekayaan <i>culture</i> dan budaya sehingga dapat menjadi unsur pendukung wisata.	0,333
Terdapat berbagai Komoditas Pertanian Unggulan disekitar kawasan Panas Bumi yang dapat menjadi penguatan wisata	0,270
Terdapat UMKM disekitar Kawasan Panas Bumi memiliki berbagai produk olahan dan kerajinan yang dapat menjadi pendukung kegiatan wisata	0,333
Kelemahan	
Beberapa aksesibilitas menuju kawasan Panas Bumi masih perlu dilakukan perbaikan dan pengembangan	0,167
Pengembangan destinasi wisata yang dikelola dan dikembangkan oleh masyarakat, masih bersifat swadaya dan belum memiliki arah perencanaan yang jelas sehingga beresiko tidak berkelanjutan	0,180
Fasilitas dan Sarana Prasarana wisata disekitar Kawasan Panas Bumi masih kurang berkembang dengan baik	0,291
Produk wisata yang dikembangkan di Kawasan Panas Bumi masih memiliki Daya Tarik yang cenderung sama, belum banyak karakteristik kuat yang ditonjolkan oleh pengelola wisata untuk membuat berbeda dengan destinasi lain.	0,291
Total	3,145

Tabel 4.2 Identifikasi dan Analisis Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pengelolaan Wisata di Kawasan Panas Bumi

Faktor Strategis Internal	Skore
---------------------------	-------

Peluang	
Keberadaan Perusahaan Panas Bumi, dengan program CSRnya dapat menjadi pendukung dalam pengembangan wisata di sekitar Kawasan Panas Bumi	0,446
Berkembangnya sosial media dapat mendukung kegiatan promosi wisata	0,382
Terbentuknya berbagai komunitas yang bersifat petualangan, hobby dan rekreasi dapat mendukung dalam pengembangan promosi wisata	0,255
Ancaman	
Pandemi Covid-19 yang belum usai membuat terhambatnya berbagai kegiatan wisata	0,765
Beberapa kelembagaan masyarakat pengelola wisata di sekitar Kawasan Panas Bumi masih belum berkembang dengan baik	0,234
Branding Produk oleh-oleh dari kota atau Kabupaten tetangga menyebabkan lama kunjungan dan belanja wisata di sekitar Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung tidak maksimal.	0,382
Belum adanya peraturan daerah yang mengatur program CSR yang diterapkan di sekitar Kawasan Panas Bumi sehingga beberapa	0,478
Total	2.946

Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang dan Ancaman) dari Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha dapat digambarkan sebagaimana berikut:

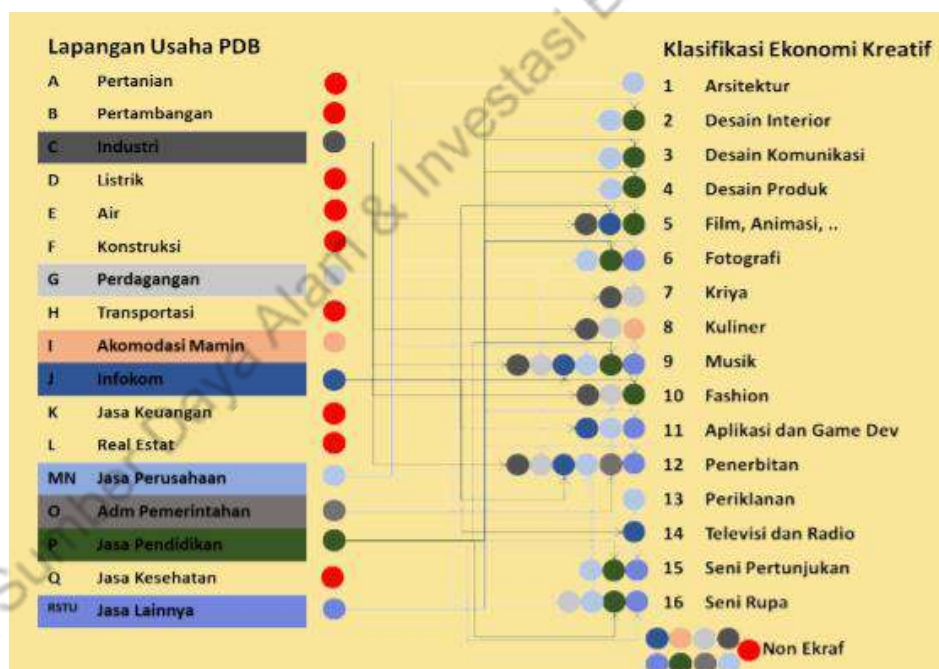


Gambar 4.1 SWOT Pengelolaan Wisata di Kawasan Patuha
Sumber: Data Peneliti

Berdasarkan gambaran matriks SWOT tersebut dapat terlihat bahwa pengelolaan wisata Kawasan Panas Bumi secara keseluruhan berada pada kuadran IV yaitu kuat secara faktor eksternal dengan total 3,145 dan sedang secara faktor internal dengan total 2,946. Posisi kuadran tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan yang telah dilakukan selama ini masih berada pada tahap tumbuh dan berkembang. Kondisi tersebut dapat dikelola dengan menggunakan strategi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi ini diharapkan dapat memperbaiki kondisi internal dan memaksimalkan kondisi eksternal sehingga pengelolaan wisata di Kawasan Panas Bumi dapat bersaing menjadi lebih baik.

4.2 Pengembangan *Cluster* Ekonomi Kreatif di Kawasan Panas Bumi untuk Mendukung Kegiatan Wisata Kabupaten Bandung

Kegiatan Pariwisata selalu berkaitan erat dengan produk-produk ekonomi kreatif. Peran nyata ekonomi kreatif mampu memberi nilai tambah pada daya tarik dan daya saing pariwisata Indonesia. Keduanya memang saling berhubungan. Terlebih, pertumbuhan industri kreatif cukup positif di bidang pariwisata. Ini diyakini dapat menjadi stimulan bagi pertumbuhan subsektor industri kreatif lainnya. Industri kreatif dan sektor pariwisata telah membentuk hubungan simbiosis mutualisme. Apalagi dengan adanya unsur seni budaya, tentu akan menambah alternatif atau pilihan bagi para wisatawan untuk melakukan eksplorasi dan berbelanja di Kawasan Wisata. Oleh sebab itu Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung lebih kepada kolaborasi antara kegiatan wisata dan ekonomi kreatif. Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif termasuk banyak didalamnya terdapat Usaha Mikro, Kecil dan menengah, yang merupakan salah satu sektor terbesar yang menyerap tenaga kerja dan berdampak bagi perekonomian Kabupaten Bandung, yaitu sebesar 22.978 (Kabupaten Bandung Dalam Angka 2021). Klasifikasi Ekonomi Kreatif berdasarkan Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif dari Badan Ekonomi Kreatif tahun 2020, terdapat enam belas jenis usaha ekonomi kreatif yang dapat dijabarkan pada gambar berikut.



Gambar 4.2 Klasifikasi Ekonomi Kreatif berdasarkan Sektor Lapangan Usahanya

Sumber: Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif tahun 2019

Berdasarkan Laporan Badan Ekonomi Kreatif tahun 2019, Pengembangan ekonomi kreatif akan difokuskan pada dua kelompok subsektor yaitu: subsektor unggulan dan subsektor prioritas. Subsektor unggulan berkaitan dengan perannya dalam pertumbuhan Ekonomi Kreatif yang mencakup subsektor kriya, kuliner, fashion. Ketiga

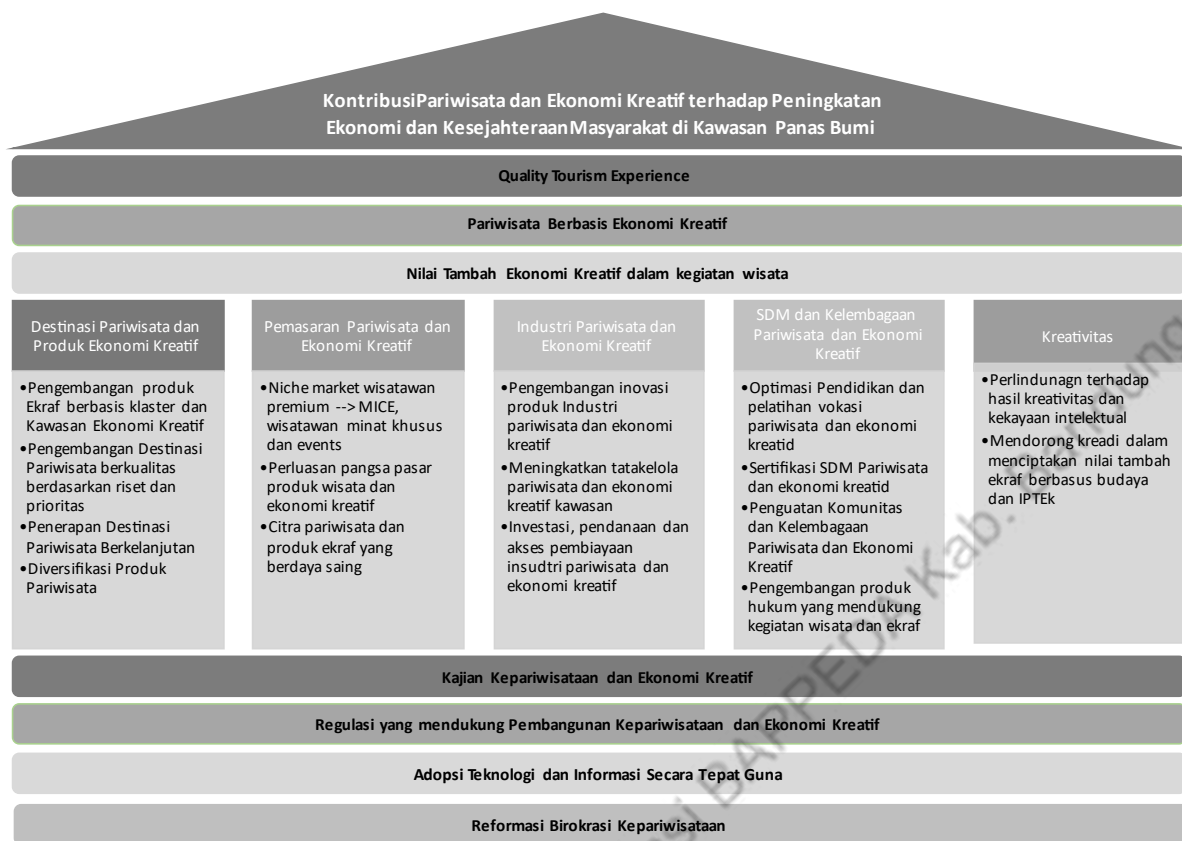
subsektor ini menyumbang sekitar 76% PDB ekonomi kreatif. Sedangkan subsektor Prioritas mencakup subsektor film, animasi, dan video, subsektor aplikasi dan game, dan subsektor musik. Disebut sebagai subsektor prioritas karena ketiga subsektor ini berperan sebagai penghela sektor ekonomi lainnya. Strategi dan tujuan khusus Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kawasan Panas Bumi mengacu pada Badan Ekonomi Kreatif dapat dijabarkan berdasarkan gambar tabel berikut:

Gambar 4.3 Strategi dan Tujuan Khusus Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kawasan Panas Bumi

No	Subsektor	Tujuan Khusus
Subsektor Unggulan		
1.	Kriya	Pengembangan usaha kriya Kabupaten Bandung, dapat menjadi model bisnis yang mampu menguasai seluruh nilai tambah dari hulu ke hilir, dan sekaligus dapat mengembangkan branding atau citra Kabupaten Bandung
2.	Kuliner	Promosi berbagai makanan khas dan komoditi unggulan Kabupaten Bandung diperoleh usaha kuliner dengan brand Kabupaten Bandung di Pasar nasional maupun global.
3.	Fashion	Adanya pusat textile di Kabupaten Bandung dapat menjadikan Kabupaten Bandung sebagai pusat produksi muslim fashion dan modest fashion dunis
Subsektor Prioritas		
1.	Film, Animasi dan Video	Memperbaiki struktur pasar ekonomi kreatif dengan memberi kesempatan masuknya pemain baru yang antara lain dengan mengizinkan modal asing
2.	Aplikasi dan Game	Meningkatkan pangsa pasar aplikasi dan game dalam negeri sekaligus dapat menjadi platform untuk promosi sekaligus media market produk wisata dan ekraf
3.	Musik	Mengembangkan platform yang berpihak pada pencipta dan sekaligus mengaktifkan kembali musisi-musisi tradisional untuk tetap aktif dan melestarikan music tradisionalnta

4.3 Usulan Rencana Aksi Berdasarkan Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung

Untuk merumuskan Rencana Aksi dalam Pengelolaan Sektor Pariwisata, dilakukan penjabaran Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi. Pengelolaan kegiatan pariwisata tidak terlepas dari pengembangan Ekonomi didalamnya. Terdapat banyak komunitas pada pelaku Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang termasuk didalamnya yaitu kelompok UMKM, pelaku seni pertunjukan, pengerajin, photography, jurnalistik dan berbagai keanekaragaman profesi didalamnya. Oleh sebab itu perumusan rencana aksi akan dijabarkan tidak hanya pada sektor pariwisata, namun juga melibatkan sektor ekonomi kreatif. Hal tersebut dikarenakan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan satu kesatuan yang tidak dipisahkan. Penggambaran Matriks Rencana Aksi Pengelolaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kawasan Panas Bumi dapat dijabarkan pada gambar berikut.



Gambar 4.4 Matriks Rencana Aksi Pengelolaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kawasan Panas Bumi
Sumber: Data Peneliti

4.3.1 Arah Kebijakan 1: Pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif bernilai tambah dan berdaya saing. Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1. Strategi 1: Melakukan Kajian Studi Kelayakan Pengembangan Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung menjadi Geowisata. Strategi ini dapat menjadi upaya untuk merealisasikan Rencana Induk Pariwisata Pemerintah (RIPPARDA) Kabupaten Bandung Tahun 2017-2021, yaitu Strategi pengembangan Kabupaten Bandung sebagai destinasi geowisata nasional. Kawasan dengan potensi panas bumi yang tersebar di Kabupaten Bandung, dapat menjadi unsur yang kuat dalam pengembangan geowisata, hal tersebut dikarenakan, kawasan dengan potensi panas bumi, memiliki sejumlah manifestasi berupa kawah, tanah beruap dan sumber air panas, yang dapat menjadi daya tarik wisata. Berdasarkan lokasi persebarannya, kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung secara strategis berada di kawasan Cagar Alam, hutan dan perkebunan yang memiliki kekayaan sumber daya hayati. Selain itu, masyarakat di sekitar kawasan panas bumi di Kabupaten Bandung, memiliki banyak unsur kebudayaan dan seni tradisional. Hal tersebut sangat sesuai dengan konsep Geowisata, yaitu pengembangan wisata dengan unsur keanekaragaman geology (*geodiversity*) keanekaragaman sumber daya alam (*biodiversity*) dan kekayaan budaya (*culture*).

2. Strategi 2: Mengembangkan Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual pada Kawasan Ekonomi Kreatif dan Klaster Penguatan Ekonomi Kreatif. Strategi ini merupakan upaya dalam meningkatkan kualitas produk ekonomi kreatif melalui pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual. Pengembangan produk dilakukan berbasis kekayaan intelektual pada Kawasan Ekonomi Kreatif maupun Klaster Penguatan Ekonomi Kreatif yang akan dibangun. Bentuk konkrit dari strategi ini yaitu melakukan pembentukan klaster Ekonomi Kreatif pada suatu kawasan sebagai media untuk berkumpul, berbagi informasi dan saling berkolaborasi untuk saling mendukung satu sama lain.

3. Strategi 3: Meningkatkan Kesiapan Destinasi Pariwisata Berdasarkan Prioritas Secara Komprehensif, Terintegrasi dan Berkelanjutan. Strategi ini menekankan kepada pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata nasional dalam menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Pengembangan dan pengelolaan destinasi dilakukan secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan yang dilakukan berdasarkan prioritas sesuai permintaan pasar. Bentuk konkrit dari strategi ini yaitu melakukan adaptasi secara cepat saat kondisi *New Normal* setelah Pandemi *Covid-19*, diperlukan kesiapan Destinasi untuk memperhatikan aspek kebersihan, keselamatan, dan keamanan, serta implementasi protokol kesehatan. Selain itu *Visitor Management* juga memainkan peranan penting dalam upaya pengelolaan destinasi *pasca Covid19*, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digital dalam upaya peningkatan usaha dengan meminimalisir kontak fisik secara langsung.

4. Strategi 4: Diversifikasi Produk Pariwisata yang Bernilai Tambah Tinggi. Strategi ini menitik beratkan pada pengembangan produk pariwisata yang mempunyai nilai tambah tinggi serta keunikan, sehingga menarik minat wisatawan. Selain itu, pengembangan produk wisata tersebut harus mendukung pelestarian lingkungan, pelestarian budaya, serta melibatkan masyarakat lokal. Bentuk Konkrit dari strategi ini yaitu mengembangkan inovasi destinasi wisata yang memiliki nilai budaya dan kreatifitas yang tinggi, sehingga menarik minat wisatawan, contoh kegiatannya yaitu mengembangkan paket wisata event berupa wisata edukasi, *workshop*, pekan budaya, jelajah alam dan lain sebagainya yang dapat melibatkan pelaku ekonomi kreatif.

4.3.2 Arah Kebijakan 2: Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Berbasis Kemitraan Strategis. Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1. Strategi 5: Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Berorientasi Hasil dengan Fokus Pasar Potensial. Strategi pemasaran pariwisata yang digunakan adalah menggarap ceruk pasar (*niche market*) wisatawan mancanegara premium, yaitu wisatawan dengan pengeluaran yang tinggi selama berada di destinasi wisata. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai transaksi wisatawan dibanding dengan volume atau jumlah wisatawan yang datang. Strategi ini dilakukan melalui promosi *Meeting, Incentives, Conference and Exhibition (MICE)* kepada wisatawan di dalam maupun di luar negeri. Selain itu strategi ini juga dilakukan dengan mengembangkan wisata minat khusus yang menarik wisatawan dengan spending yang besar seperti *trekking, river cruising,*

pengalaman seni budaya, berupa workshop atau edukasi nilai budaya dan lain sebagainya.

2. Strategi 6: Perluasan Pangsa Pasar Produk Ekonomi Kreatif. Strategi ini menekankan pada perluasan segmen pasar untuk produk-produk ekonomi kreatif. Perluasan pasar yang dilakukan tidak hanya pangsa pasar dalam negeri, namun juga pangsa pasar luar negeri. Perluasan pangsa pasar produk ekonomi kreatif diharapkan dapat meningkatkan jangkauan maupun transaksi produk ekonomi kreatif Kabupaten Bandung sehingga mampu berkontribusi lebih dalam mewujudkan pondasi ketahanan ekonomi nasional yang berkelanjutan. Bentuk konkret dari strategi ini yaitu memasarkan produk ekonomi kreatif dari Kabupaten Bandung ke *market place* global dengan *branding* yang kuat.

3. Strategi 7: Meningkatkan Citra Pariwisata Kabupaten Bandung Berdaya Saing. Strategi ini menitik beratkan pada pembangunan citra (*branding*) pariwisata Kabupaten secara keseluruhan meliputi citra daerah/wilayah (*regional branding*), maupun citra destinasi pariwisata (*destination branding*). Pengembangan citra dilakukan secara bertahap, mulai dari pengenalan, peningkatan *awareness* hingga citra pariwisata Kabupaten menjadi *top of mind* tujuan pariwisata baik nasional maupun Internasional. Tentunya tidak semua destinasi membutuhkan *branding*. Beberapa destinasi yang sudah menjadi *branded destination* hanya memerlukan pemeliharaan untuk menjaga agar citra tersebut tetap baik. Sedangkan beberapa destinasi yang belum dikenal, khususnya destinasi pariwisata baru, memerlukan upaya pencitraan yang lebih komprehensif sesuai segmen pasar yang ditargetkan. Dalam rangka memasarkan destinasi (*destination marketing*) dapat melalui penyelenggaraan *event* (baik *event* dalam negeri maupun *event* luar negeri) untuk membangun pasar dan meningkatkan daya saing suatu destinasi. Diharapkan citra suatu destinasi akan lebih baik dalam persepsi pengunjung melalui penyelenggaraan *event*. Pembangunan citra pariwisata yang akan dilaksanakan oleh Kabupaten Bandung nantinya dapat menjadi bagian dari Kampanye Pencitraan dalam upaya membangun gambaran atau citra positif Kabupaten Bandung terhadap Barang dan/atau Jasa, Pariwisata, dan Penanaman Modal usaha. Dengan adanya *branding* yang kuat diharapkan akan dapat menarik wisatawan dan investasi asing.

4. Strategi 8: Pemanfaatan Teknologi Dalam Mendukung Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kehadiran teknologi berperan penting dalam mempermudah kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai hal, salah satunya sektor pariwisata. Perubahan perilaku wisatawan terlihat ketika *search and share* 70% sudah melalui perangkat digital. Terutama perilaku generasi Y dan Z yang semakin digital dalam kehidupan sehari-harinya yang dikenal dengan *always connected travelers* yang artinya dimanapun berada dan kapanpun bisa saling terkoneksi menggunakan *device* maupun *mobile*. Oleh karenanya, *digital marketing* akan digunakan dalam pemasaran pariwisata dengan berkolaborasi dengan konten *creator dan influencer*. Digital marketing dapat dilaksanakan melalui *paid media, owned media, social media dan endorser*. Selain itu, promosi juga akan dilakukan dengan menggunakan film atau *vlog (video blog)* sebagai media promosi dengan bekerjasama dengan para *film maker* ataupun *content creator*. Promosi pariwisata melalui film dapat memberikan dampak positif bagi destinasi wisata

yang dimunculkan dalam film, antara lain adanya peningkatan yang signifikan dalam sektor pariwisata, mulai dari *awareness* masyarakat terhadap destinasi wisata, peningkatan popularitas, sampai pada peningkatan jumlah pengunjung wisata tersebut. Salah satu negara yang bisa dicontoh yaitu Korea Selatan yang menjadi negara dengan branding yang kuat melalui promosi dengan inovasi drama dan *boy band* atau *girl band*.

4.3.3 Arah Kebijakan 3: Pengembangan Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Terintegrasi. Strategi yang dilakukan terkait Pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif terintegrasi adalah:

1. Strategi 9: Mengembangkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Pertumbuhan pariwisata dan ekonomi kreatif akan sulit terwujud jika industri tidak terbangun dan berdaya saing. Paradigma pertumbuhan *industry* pariwisata dan ekonomi kreatif mengacu pada pengembangan industri 4.0, termasuk melakukan penyesuaian model bisnis pasca *Covid19*, yaitu memenuhi pengaturan protokol kesehatan dan upaya digitalisasi usaha.

2. Strategi 10: Meningkatkan tata kelola pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung secara keseluruhan. Strategi ini merupakan upaya dalam mewujudkan tata kelola pariwisata maupun industri ekonomi kreatif sesuai kaidah tata kelola organisasi yang baik (*good corporate governance*). Strategi ini juga mencakup penciptaan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif agar integrasi pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif dapat terwujud. Pembangunan tata kelola dimulai dengan *awareness* terhadap pentingnya tata kelola hingga memastikan kepatuhan para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap tata kelola organisasi yang baik tersebut.

3. Strategi 11: Mendorong Peningkatan Investasi, Pendanaan, dan Akses Pembiayaan Secara Merata di Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dalam pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif, peran investasi, pendanaan maupun akses pembiayaan sangat penting khususnya dalam memulai usaha. Strategi ini fokus pada upaya mendapatkan investasi, baik di dalam maupun luar negeri. Serta upaya mendapatkan pendanaan dan akses pembiayaan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif secara merata sehingga diharapkan dapat mendukung tercapainya pemerataan ekonomi. Bentuk konkrit dari strategi ini yaitu: memberikan kemudahan investasi, perijinan dan berusaha kepada semua kegiatan usaha kepariwisataan di Kawasan Panas Bumi, meningkatkan keamanan dan ketertiban kawasan dalam pengembangan usaha yang lebih kondusif, meningkatkan pengembangan aksesibilitas menuju dan disekitar Kawasan untuk mendorong kegiatan investasi.

4.3.4 Arah Kebijakan 4: Pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif dalam mewujudkan SDM yang unggul dan berdaya saing. Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1. Strategi 12: Optimasi Kelembagaan Maupun Kurikulum Pendidikan dan Pelatihan Vokasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pendidikan dan pelatihan vokasi yang

dilakukan akan mampu menghasilkan SDM yang siap bekerja sesuai bidang keahliannya. Strategi ini menitik beratkan pada optimasi pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata dan ekonomi kreatif, baik kelembagaan pendidikan dan pelatihannya, maupun kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan lapangan kerja. Sehingga diharapkan akan dihasilkan SDM pariwisata dan ekonomi kreatif yang unggul dan berdaya saing. Bentuk konkrit dari kegiatan ini, meningkatkan pemberdayaan masyarakat disekitar Kawasan Panas Bumi agar siap menjadi pelaku wisata dan berwawasan wisata melalui kerja sama dengan Universitas atau akademisi di sekitar untuk turut meningkatkan pengetahuan Sumber Daya Manusia di sekitar Kawasan Panas Bumi

2. Strategi 13: Meningkatkan sertifikasi kompetensi SDM pariwisata dan ekonomi kreatif
Dalam mewujudkan SDM pariwisata dan ekonomi kreatif yang kompeten dan profesional, dibutuhkan sertifikasi kompetensi SDM yang dilakukan secara akuntabel dan sesuai kebutuhan. Strategi ini menekankan pada program sertifikasi SDM pariwisata dan ekonomi kreatif dalam mewujudkan SDM yang kompeten dan profesional tersebut. Strategi ini dilakukan melalui kolaborasi dengan instansi terkait sesuai tugas dan kewenangan masing-masing. Bentuk Konkrit dari strategi ini yaitu meningkatkan kegiatan pelatihan dan sertifikasi kepada pengelola dan pengembang industri pariwisata untuk dapat mengembangkan usaha yang berstandar dan kompeten.

3. Strategi 14: Melakukan Penguatan Komunitas dan Kelembagaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Peran masyarakat sangat penting dalam pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif. Berjalannya komunitas dan kelembagaan masyarakat di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif akan mampu mendorong pertumbuhan bidang ini secara signifikan, merata dan menyeluruh. Tentunya strategi ini tidak hanya mengupayakan pembentukan kelembagaan maupun komunitas baru, namun juga mengupayakan kelembagaan dan komunitas masyarakat tersebut aktif dan menjalankan peran penting dalam menumbuhkembangkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif di sekitar kawasan. Dalam pelaksanaannya penguatan komunitas dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif mempertimbangkan persamaan *gender*. Terutama dalam peningkatan kapasitas perempuan untuk terlibat dalam mata rantai usaha pariwisata dan ekonomi kreatif. Bentuk konkret dari kegiatan ini yaitu meningkatkan kerjasama antar pelaku wisata dan berbagai produk jasa serta akomodasi wisata, seperti biro perjalanan, layanan pesanan aplikasi dan jasa transportasi. Meningkatkan peran dan kerjasama antar komunitas pariwisata Kabupaten Bandung, yaitu Kompepar (Kelompok Penggerak Pariwisata) dan Paprika (Pemuda Penggerak Pariwisata) dalam pengembangan promosi dan pendataan di lapangan.

4.3.4 Arah Kebijakan 5: Mewujudkan Kreativitas Anak Bangsa Dengan Berorientasi Kepada Pergerakan Ekonomi Kerakyatan Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1. Strategi 15: Meningkatkan Perlindungan Terhadap Hasil Kreativitas dan Kekayaan Intelektual. Strategi ini merupakan strategi khusus sebagai upaya terintegrasi dalam melindungi hasil kreativitas maupun kekayaan intelektual yang dihasilkan oleh

masyarakat di sekitar Kawasan Panas Bumi. Perlindungan dilakukan utamanya terhadap hasil kreativitas dan kekayaan intelektual yang memiliki nilai strategis dan ekonomis. Salah satu bentuk konkret dari strategi ini yaitu, mendorong pendaftaran HAKI kreatifitas UMKM dan para penggiat seni dalam pengembangan Aproduk-produknya.

2. Strategi 16: Mendorong kreasi dalam menciptakan nilai tambah ekonomi kreatif berbasis budaya dan IPTEK. Strategi ini merupakan upaya dalam mendorong terciptanya kreasi anak bangsa untuk menciptakan nilai tambah ekonomi kreatif. Kreasi yang diciptakan merupakan ide atau gagasan orisinal buah hasil pemikiran yang dilandaskan pada budaya Indonesia maupun perkembangan IPTEK. Strategi ini merupakan upaya terintegrasi yang melibatkan instansi pemerintah lain, baik pusat maupun daerah, serta sektor private dan masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut, pemerintah daerah diharapkan membuat *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah dengan memperhatikan potensi daerahnya. Bentuk konkret dari kegiatan ini yaitu memberikan pelatihan dengan melibatkan profesional kepada kelompok usaha masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah dan usahanya berupa pelatihan bisnis, marketing dan lain sebagainya.

4.3.5 Arah Kebijakan 6: Mendorong riset, inovasi, adopsi teknologi, serta kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1. Strategi 17. Mendorong Riset dan Inovasi Terkait Pengembangan Destinasi Pariwisata dan Produk Ekonomi Kreatif yang Berorientasi pada Peningkatan Nilai Tambah dan Daya Saing. Strategi ini merupakan upaya dalam mendorong riset dan inovasi khususnya dalam pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif. Riset dan inovasi dilakukan dengan terencana dalam mendukung keseluruhan pilar strategis Kabupaten Bandung dalam meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

2. Strategi 18: Adopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini secara efektif dan efisien. Salah satu pondasi yang penting dalam melaksanakan keseluruhan pilar strategis sektor Pariwisata Kabupaten Bandung termasuk salah satunya daerah Kawasan Panas Bumi adalah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Strategi ini menekankan pada adopsi dan pemanfaatan TIK terkini secara efektif dan efisien sebagai enabler pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Terutama di era digital ini, di mana semuanya saling terhubung (turis, hotel, mobil sewaan, restoran, reservasi atraksi, dll), teknologi baru dan analisis data akan sangat penting bagi pariwisata untuk beradaptasi dengan model konsumsi baru (*new consumption models*). Selain itu, pemanfaatan analisis *Big Data dan Artificial Intelligent* akan membantu Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang pola perjalanan wisatawan, *spending behavior*, dll yang akan digunakan untuk penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan pengambilan kebijakan strategis lainnya

4.3.4 Arah Kebijakan 7: Pelaksanaan Produk Hukum dan Peraturan Daerah dalam Pengembangan Kawasan Panas Bumi Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1. **Strategi 19: Memaksimalkan Alokasi Bonus Produksi Panas Bumi dalam Pengembangan Kawasan Panas Bumi Salah Satunya melalui Kegiatan Pariwisata** Berdasarkan Peraturan Bupati Bandung Nomor 116 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pemanfaatan Bonus Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bandung, 50% untuk wilayah terdampak pengusahaan panas bumi, yakni wilayah yang berada dalam radius terdekat dengan sumber kegiatan eksplorasi panas bumi dan/atau terdampak langsung dengan keberadaan proyek sesuai dengan hasil penetapan kawasan terdampak akibat kegiatan eksplorasi panas bumi, serta wilayah yang dekat dengan proyek dan/atau terdampak langsung dengan keberadaan proyek sesuai perizinan dan atau dokumen perusahaan yaitu mencakup Wilayah Kecamatan Ibum, Kecamatan Kecamatan Kertasari, Kecamatan Pangalengan, Kecamatan Pasirjambu, Kecamatan Ciwidey dan Kecamatan Rancabali; yang merupakan daerah atau Kawasan Panas Bumi. Kawasan tersebut memiliki berbagai potensi pariwisata, oleh sebab itu Produksi Panas Bumi dapat dialokasikan dalam pengembangan Pariwisata atau sarana prasarana pendukung Pariwisata.

2. **Strategi 20: Membentuk Produk Hukum yang dapat Mendukung Pengembangan Kawasan Panas Bumi.** Pengembangan Kawasan Panas Bumi sangat berkaitan dengan kegiatan usaha Perusahaan Panas Bumi. *Program Community Development* menjadi sarana untuk kepedulian perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan disekitarnya. Hal terpenting dari program *Community Development* adalah aturan yang mewajibkan programnya harus berkelanjutan dan ramah lingkungan (*sustainable*). Pemerintah Kabupaten Bandung belum memiliki produk hukum yang mengatur regulasi berbagai program CSR. Oleh sebab itu strategi ini diharapkan dapat mendorong terbentuknya produk hukum berupa Peraturan yang dapat mengatur sinergitas program Pemerintah Kabupaten Bandung dengan program CSR dan Perusahaan Panas Bumi, dan dapat menjaga program tersebut dapat berjalan secara berkelanjutan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Potensi Pariwisata di Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung sangat tinggi namun ada beberapa hal dalam pengelolaannya yang perlu dikembangkan dan diperbaiki untuk memaksimalkan potensinya dan terus berkelanjutan dari segi ekonomi, sosial dan lingkungannya
2. Strategi Pengembangan Kawasan Panas Bumi di Kabupaten Bandung, dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan Wilayah Kerja Panas Bumi. Hal tersebut dikarenakan untuk memudahkan perumusan strategi dan mengetahui peran dari Perusahaan Panas Bumi terhadap kegiatan wisata di sekitarnya.
3. Pengelola Destinasi Wisata di Kawasan Panas Bumi sangat beragam yaitu mulai dari swadaya masyarakat, Koperasi, Swasta, Perusahaan BUMN, yaitu PT. Perkebunan Nusantara dan Perum Perhutani. Oleh sebab itu dibutuhkan peran Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mensinergikan pengelolaan Wisata di seluruh Kawasan Panas Bumi
4. Program CSR dari Perusahaan Panas Bumi sangat berdampak kepada peningkatan Sumber Daya Manusia dan Pembangunan sarana prasarana disekitar Kawasan. Program CSR telah memberikan dampak positif kepada Kawasan termasuk kepada kegiatan wisata, namun perlu adanya regulasi atau produk hukum dari Kabupaten Bandung yang dapat mengatur dan mensinergikan program Kabupaten Bandung dengan Program CSR Perusahaan, serta untuk menjaga program CSR yang dikembangkan tetap berjalan secara berkelanjutan
5. Permasalahan Kegiatan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung secara umum yaitu Kurangnya Lama kunjungan dan belanja wisata, Hal tersebut dikarenakan kurangnya fasilitas dan sarana prasaran pendukung, serta kurangnya branding kawasan, hal ini menyebabkan wisatawan berbelanja di kota atau Kabupaten tetangga, selain itu adanya kendala aksesibilitas menuju dan disekitar kawasan yang beresiko dalam penurunan laju kunjungan.
6. Penggambaran matriks Faktor Internal dan Eksternal Pengelolaan Kawasan Panas Bumi melalui metode SWOT dapat dijabarkan bahwa Pengelolaan Kawasan Kamojang berada di Kuadran IV yaitu kuat sedang secara internal dan kuat secara eksternal, Pengelolaan Kawasan Wayang Windu berada di kuadran V, yaitu sedang baik secara internal maupun eksternal, sedangkan untuk Kawasan Patuha, berada di kuadran II, yaitu kuat secara internal dan sedang secara eksternal. Analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat dalam menuntukan startegi atau kebijakan dalam pengelolaan Kawasan Selanjutnya.

7. Potensi kekayaan geologi (*geodiversity*), kekayaan alam (*biodiversity*) dan kekayaan budaya (*culture*) disekitar Kawasan Panas Bumi dapat berpotensi besar untuk mengembangkan Kawasan Panas Bumi menjadi Geowisata, namun perlu dilakukan study kelayakan secara geologi yang lebih dan melakukan perencanaan sesuai standart dari Pengembangan Geowisata berdasarkan Kemenbarekraf.
8. Pengelolaan Desa Wisata di sekitar Kawasan Panas Bumi masih memiliki beberapa kekurangan baik secara Produk Destinasi, Kelembagaan dan Promosi. Terdapat tiga Desa Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung, yaitu Desa Wisata Laksana yang setelah dianalisis dapat dikategorikan Desa Wisata Maju dengan nilai 3, Desa Wisata Alam Endah dapat dikategorikan Desa Wisata Maju dengan nilai 3,6, dan Desa Wisata Panundaan dapat dikategorikan Desa Wisata berkembang dengan nilai 2,3. Selain itu terdapat dua Desa yang dapat diusulkan menjadi Desa Wisata, berdasarkan potensi alam, maupun potensi pendukung lainnya, yaitu Desa Wisata Margamulya yang dapat dikategorikan sebagai Desa Wisata Berkembang, karena telah memiliki potensi yang cukup siap untuk menjadi Desa Wisata dengan nilai 2.6. Desa Sugihmukti, juga mendapat dorongan dari Perusahaan PT. Geodipa untuk menjadi Desa Wisata namun perlu dilakukan banyak pengembangan karena dapat dikategorikan Desa Wisata Embrional karena memiliki nilai 1.3

2. Saran

1. Perlu dikembangkan Produk Hukum yang dapat meregulasi berbagai program CSR yang dilakukan disekitar Kawasan Panas Bumi agar terus berkelanjutan sekaligus dapat mensinergikan program-program yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung, agar dapat dilakukan bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain.
2. Perlu dilakukan kajian geology untuk mengembangkan Geowisata di Kawasan Panas Bumi agar potensi yang sangat besar dapat memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dan dapat meningkatkan kesejahteraan sekaligus kelestarian lingkungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, M. P., et al. 2015. *Rencana Rinci Pengembangan Geowisata Panas Bumi Kamojang. Laporan Studio*. Program Studi Perencanaan Kepariwisata Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan : Bandung
- Aryananda, M. 2017. Efektivitas Promosi Ekowisata Ciwidey Oleh Kesatuan Bisnis Mandiri Wisata dan Jasa Lingkungan 1 Perhutani. *Thesis*. Sekola Pasca Sarjana. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- ASEAN Community Based Tourism Standart. (2016). Jakarta: ASEAN Secretariat. Retrieved from public@asean.org
- Astutik, Y. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Green Hill Park Taman Wisata Alam Cimanggu Kabupaten Bandung Jawa Bandung. *Jurnal Bogor*. Institut Pertanian Bogor
- Balai Konservasi dan Sumber Daya Alam (BKSDA). 2016 Informasi Kawasan Konservasi lingkup BBKSDA Jabar. Buku Kerja Konservasi. Bandung: Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat
- Berno, T., & Bricker, K. (2001). Sustainable Tourism Development: The Long Road from Theory to Practice. *International Journal of Economic Development*, 3(3), 1–18.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, 2017. *Penyusunan Naskah Akademik RIPPDA Kabupaten Bandung. Laporan Akhir*. Bandung
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung. 2017. *Master Plan Kampung Sunda. Laporan Studio*. Bandung
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung. 2019. Pendataan Kunjungan Wisatawan Semester I di Kabupaten Bandung. *Laporan*. Bandung
- Ginting, N., & Sasmita, A. (2018). Developing Tourism Facilities Based on Geotourism in Silalahi Village, Geopark Toba Caldera. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 126, p. 12163). IOP Publishing.
- Ginting, N., Rahman, N. V., & Sembiring, G. (2017). Tourism Development Based on Geopark in Bakkara Caldera Toba, Indonesia. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 180, p. 12086). IOP Publishing.
- Hakim, C. Formulasi Kebijakan Pengelolaan Sumber Daya Energi Panas Bumi (Geothermal) di Area Kamojang, Jawa Barat. *Thesis*. Bogor: Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor
- Hermawan, H dan Abdul, Y. 2019. Geowisata, Solusi Pemanfaatamn Kekayaan Geologi yang Berwawasan Lingkungan. *Jurnal*. Univeristas BSI Bandung

- Hermawan, H. (2016a). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117.
- Hermawan, H. 2017. *Geowisata: Pengemabangan Pariwisata Berbasis Konservasi*. Bandung
- Kartika, R.S. 2015 . *Pengembangan Desa Wsata Laksanan Berbasis Ekowisata I m Studi Kabupaten Bandung. Skripsi*. Sarjana Program Studi Manajemen Resort & Leisure UPI Bandung: Tidak diterbitkan
- Kehati PGE Area Kamojang. 2019. Perlindungan Keanekaragaman Hayati. *Laporan*. PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang Jawa Barat.
- Kementrian Lingkungan Hidup. 2017. Laporan Tim Terpadu Usulan Perubahan Fungsi Kaw asan CA. Kawah Kamojang dan CA. Gunung Papandayan di Kab. Bandung dan Kab. Garut, Provinsi Jawa Barat. *Laporan*. Jakarta
- Komarudin, G. 2019. Analisis Perubahan Fungsi Kawasan Cagar Alam Menjadi Taman Wisata Alam Kawah Kamojang. *Skripsi*. Departemen Konservasi Sumber Daya Hutan dan Ekowisata. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Kusmana, 2014 Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Fasilitas Dan Pelayanan Di Wana Wisata Air Panas Cibolang Pengalengan Kabupaten Bandung Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). 2014. Pengembangan Industri Energu Alternatif.: Studi Kasis Energu Panas Bumi Indonesia. *Katalog Dalam Terbitan*. Jakarta: Lipi Press.
- Newson D dan Dowling R. 2006. *Geotourism*. Britania United Kingdom: Oxford
- Nopeighteen. Adji, S, Nanik T. 2016. Pertanggungjawaban Perusahaan Transnasional Terhadap Kerusakan Lingkungan Hidup dalam Kegiatan Eksploitasi Geothermal di Indonesia (Studi Terhadap Kegiatan Pertambangan Pada Kawasan Hutan Konservasi oleh PT. Chevron Geothermal Indoensia Di Kabupaten Bandung). *Jurnal*. Diponegoro Law Review. Universitas Diponegoro
- Nugraha, Yadi. 2019. Perancangan Informasi Wahana Wisata Cibolang Melalui Media Sistem Tanda. *Skripsi*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Oktadiyani, P et al. 2005. Alternatif Strategi Pengelolaan Taman Wisata Alam Kawah Kamojang Kabupaten Bandung Propinsi Jawa Barat. *Jurnal*. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Puja, D & Syaodih , E. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Ciwidey Kabupaten Bandung. *Jurnal*. Bandung: Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universiastas Islam Bandung
- Ramdhani, Y. 2019. Perancangan informasi Situ Cisanti Hulu Sungai Citarum melalui media sign sytem. Thesis, Universitas Komputer Indonesia.

- Ramdhani, Yoga. 2018. [Perancangan informasi Situ Cisanti Hulu Sungai Citarum melalui media sign sytem](#). *Skripsi*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Rika, P. E. 2015. Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rumana, G. 2019. Perancangan Informasi Objek Wisata Kawah Rengganis Melalui Media Video Profil. *Skripsi*. Bandung; Univesiatas Komputer Indonesia
- Star Energy Geothermal (Wayang Windu) Limited. 2012. Prestigious Achivement For Sustainability. Laporan Keberlanjutan. Jakarta Barat Coordinator Human Resources Business Partner
- Yusri, S. 2012. Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam Kawasan Panas Bumi Kamojang Jawa Barat. *Thesis*. Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor
- Zuhri, M & Sulistyawati , E. 2007. Pengelolaan Perlindungan Cagar Alam Gunung Papandayan. Jurnal. Bandung: Institut Teknologi Bandung

Berita Elektronik

<https://tirto.id/di-balik-rencana-pelepasan-pltp-chevron-bYRQ>. (diakses 20 Oktober 2020)

<https://bandungberita.com/pt-geo-dipa-energi-bersama-desa-penyangga-akan-kembangkan-kawasan-wisata/#.X5GfGNAzY2w> (diakses 13 Agustus 2020)

<https://www.geodipa.co.id/groundbreaking-pltp-dieng-unit-2-dan-patuha-unit-2/> (diakses 15 Agustus 2020)

<https://ridwanderful.com/2016/06/20/kawah-keneng-rancabolang-ciwidey-kawah-tersembunyi-yang-anti-mainstream-di-ciwidey/> (diakses 23 Agustus 2020)

<https://komunitasaleut.com/2017/11/07/perkebunan-kertamanah-yang-kembali-hidup/> (diakses 17 Agustus 2020)

<https://komunitasaleut.com/2018/02/13/arca-arca-yang-hilang-di-gunung-wayang/> (diakses 15 Agustus 2020)

<http://www.beritalingkungan.com/2019/04/star-energy-komit-lanjutkan-program-csr.html> (diakses 21 Oktober 2020)

<https://www.ideacoffee.id/2020/03/coffee-origin-trip-to-kertamanah-bandung.html> (diakses 17 Agustus 2020)

LAMPIRAN

Tabel Lampiran 1. Daftar Alokasi Pemanfaatan Bonus Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bndung Tahun 2020

LAMPIRAN : KEPUTUSAN BUPATI BANDUNG
 NOMOR : 976/Rep.711-Perek/2019
 TENTANG : PENETAPAN ALOKASI PEMANFAATAN BONUS
 PRODUKSI PANAS BUMI DI KABUPATEN BANDUNG
 TAHUN 2020

DAFTAR ALOKASI PEMANFAATAN BONUS PRODUKSI PANAS BUMI DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2020

No	Uraian	Jumlah	Penanggung Jawab (Perangkat Daerah)
1	Program Pembangunan Jalan dan Jembatan	6.947.369.702	DPUTR
2	Program rehabilitasi/pemeliharaan saluran drainase/gorong-gorong	4.345.768.930	DPUTR
3	Program Pembangunan Drainase	1.000.648.234	DPUTR
4	Program rehabilitasi/pemeliharaan jalan dan jembatan	6.105.801.088	DPUTR
5	Program pengendalian banjir	3.399.975.600	DPUTR
6	Program pembangunan TPT	393.120.000	DPUTR
7	Program Rehabilitasi TPT	89.992.947	DPUTR
8	Fasilitasi dan stimulasi pembangunan perumahan masyarakat kurang mampu	500.000.000	DISPERKIMTAN
9	Penyediaan sarana air bersih dan sanitasi dasar terutama bagi masyarakat miskin	490.000.000	DISPERKIMTAN
10	Penyediaan sarana sanitasi komunal bagi masyarakat miskin	290.000.000	DISPERKIMTAN
11	Peningkatan peran serta masyarakat dalam pelestarian lingkungan perumahan	300.000.000	DISPERKIMTAN
12	Pemeliharaan RTH	95.000.000	DISPERKIMTAN
13	Konstruksi Perpipaan	1.000.000.000	DISPERKIMTAN
14	Penanganan daerah rawan pangan	517.450.000	DISPAKAN
15	Pemanfaatan pekarangan untuk pengembangan pangan	200.000.000	DISPAKAN
16	Pengembangan model distribusi pangan	100.000.000	DISPAKAN
17	Penyuluhan sumber pangan alternatif	300.000.000	DISPAKAN
18	Pendampingan usaha perikanan	100.000.000	DISPAKAN
19	Pembinaan dan pengembangan perikanan	100.000.000	DISPAKAN
20	Pengendalian kerusakan hutan dan lahan	200.000.000	DLH
21	Pemeliharaan rutin/berkala sarana teknologi pertanian tepat guna	219.212.500	DISTAN
22	Pengembangan hortikultura pada lahan kering	359.810.000	DISTAN
23	Pengembangan budidaya sayuran	180.289.000	DISTAN

24	Pengembangan tanaman perkebunan tahunan dan penyegar	621.490.000	DISTAN
25	Pengembangan agribisnis peternakan	628.269.000	DISTAN
26	Pembinaan industri kecil dan menengah dalam memperkuat jaringan klaster industri	100.000.000	DISPERIN
27	Monitoring, evaluasi dan pelaporan panas bumi	115.803.000	DISPERIN
28	Pembinaan kemampuan teknologi industri	300.000.000	DISPERIN
JUMLAH		29,000,000,000	



Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

Tabel Lampiran 2. Daftar Alokasi Pemanfaatan Bonus Produksi Panas Bumi di Kabupaten Bandung Tahun 2021

LAMPIRAN KEPUTUSAN BUPATI BANDUNG
 NOMOR : 542/Kep.242-SDA/2021
 TANGGAL : 5 Mei 2021
 TENTANG : PENETAPAN ALOKASI PEMANFAATAN
 BONUS PRODUKSI PANAS BUMI DI
 KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2021

DAFTAR BESARAN ALOKASI PEMANFAATAN BONUS PRODUKSI PANAS BUMI DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2021

NO	PROGRAM/KEGIATAN	LOKASI	BESARAN (Rp)	PEMANGUNG JAWAB
1	Program Pembangunan dan Rehabilitasi Drainase		749.961.700,00	PUTR
	Pembangunan Bangunan Perkuatan Tebing Sungai Ciunggalah	Paseh	149.998.300,00	PUTR
	Rehab/Pembangunan Tanggul Anak Sungai Ciunggal Desa Mangamukti Kecamatan Pangalengan	Pangalengan	199.987.800,00	PUTR
	Pembangunan Tanggul Proteksi Saluran Pasir-Kertasari	Kertasari	199.987.800,00	PUTR
	Pembangunan Drainase Jalan Pasir-Kertasari (Depan Polak)	Kertasari	199.987.800,00	PUTR
2	Program Pembangunan dan Rehabilitasi Jalan		16.254.260.948,33	PUTR
	Hotmix Jalan kabupaten "Cibeureuy-Wasasari-Waten Kec. Pangalengan	Pangalengan	157.012.000,00	PUTR
	Jalan Kabupaten "Kp.Cinangsi-Cilanjur Desa Mangamekar Kec. Pangalengan	Pangalengan	193.279.020,00	PUTR
	Jalan Rahat Beton Terusan Cikembang Cibeureum "Desa Cikembang Kec. Kertasari	Kertasari	175.708.200,00	PUTR
	Pembangunan Jalan Kabupaten "CIPSEDES Kec. Paseh	Paseh	196.265.000,00	PUTR
	Pembangunan Jalan Kabupaten "Jln Cicango s.d Monggor Desa Pangguh Kec. Ibum	Ibum	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan Dangkal Desa Sukapura, Kec. Kertasari	Kertasari	86.975.550,00	PUTR
	Peningkatan Jalan "Desa Santoma Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan laston 4 m Jalan Cihawuk - Cakar "Desa Cihawuk Kec. Kertasari	Kertasari	178.998.680,00	PUTR
	Peningkatan Jalan pemukiman - Muara desa waghmukti Pasirjambu	Pasirjambu	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement Tebal 20 Cm "RW.02 s/d RW.07 Desa Casondri Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement Cibeureum-Cimaung Kec. Pangalengan	Pangalengan	199.428.807,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement Ds. Cigintur Kp. Bojong Rw. 003 s/d Rw.04, Kec. Paseh	Paseh	184.493.610,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement (Lembut laut - Tanggul rekar) Jalan Desa Tangalmekar RW 05, Kec. Paseh	Paseh	184.493.610,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement "RW.07 Kp. Pangajaran Desa Tenjaya, Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan Rigid Pavement Jalan Cibodas Ciampas Desa Cibodas Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	131.781.150,00	PUTR
	Peningkatan Jalan Rigid Pavement Jalan Cibodas Pasirwaru Desa Cibodas Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan -Rigid Pavement Jl. Lampapan Pangguh Kec. Ibum	Ibum	185.372.151,00	PUTR
	Peningkatan Jalan -Rigid Pavement Jl. Pangalengan Sudi Desa Sudi Kec. Ibum	Ibum	175.708.200,00	PUTR
	Peningkatan Jalan -Rigid Pavement (In Kabupaten Walahir/Neglasari Kec. Paseh)	Paseh	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan -Rigid Pavement Rehab Jl. Sekartaya "Desa Pasirbuni Kec. Cimaung	Cimaung	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan -Rigid Pavement Rw. 04 - Rw. 03 Rw. 01 - Rw. 13 Desa Tribukimulya Kec. Pangalengan	Pangalengan	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement Sepanjang Ruas Jalan Kabupaten (Cibodas-Pasirbuni) Desa Sukawening Kec. Cibeureum	Cibeureum	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jalan - Rigid Pavement Tebal = 20 "DIRAWATI Kp.Pasirjuh RT.001 RW.007 Kec. Paseh	Paseh	184.493.610,00	PUTR
	Peningkatan Jalan Rigid Pavement Desa warjabakti Kec. Cimaung	Cimaung	193.279.020,00	PUTR
	Peningkatan Jl. Cibeureum - Cikembang, Kec. Kertasari	Kertasari	194.157.361,00	PUTR
	Peningkatan Jl. Cibodas - Cibeureum, Kec. Cibeureum	Cibeureum	188.007.774,00	PUTR

Peningkatan Jl. Jln. Cikawo - Gor Cikawo, Kec. Kertasari	Kertasari	199.428.807,00	PUTR
Peningkatan Jl. Kebon Tinggi Desa Campakamulya, Kec. Cimaung	Cimaung	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Lapangan - Cibalinun, Kec. Kertasari	Kertasari	199.428.807,00	PUTR
Peningkatan Jl. Lebakmuncang - batas KBB Cibubur	Ciwidey	193.279.020,00	PUTR
Peningkatan Jl. Lembur Kolot, Kec. Ciwidey	Ciwidey	194.157.561,00	PUTR
Peningkatan Jl. Leuwihingbing - Bukamaju, Kec. Cimaung	Cimaung	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jln. Bojonggadag - Alam Endah Alamendah Kec. Rancabali	Rancabali	193.279.020,00	PUTR
Peningkatan Jl. Nangkulan-Rawalaga Da. Nangkulan, Kec. Ciwidey	Ciwidey	194.157.561,00	PUTR
Peningkatan Jl. Ngamprah - Ciparigi, Bta. KBB, Kec. Ciwidey	Ciwidey	194.157.561,00	PUTR
Peningkatan Jl. Pangalengan - Pulosari, Kec. Pangalengan	Pangalengan	192.400.479,00	PUTR
Peningkatan Jl. Panggilingan - Budi - Ibum, Kec. Ibum	Ibum	198.550.266,00	PUTR
Peningkatan Jl. Pengrah, Kec. Ibum	Ibum	193.279.020,00	PUTR
Peningkatan Jl. Pasar Cipelah - Cisabuk, Kec. Rancabali	Rancabali	194.157.561,00	PUTR
Peningkatan Jl. Pasirjambu-Bojongkawung Da. Pasirjambu, Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Pasirjambu Desa Mekarsari, Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Pitu - Malabar, Kec. Pangalengan	Pangalengan	193.036.102,00	PUTR
Peningkatan Jl. Purbasari, Kec. Pangalengan	Pangalengan	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Rancabali - Sukaati, Kec. Rancabali	Rancabali	194.157.561,00	PUTR
Peningkatan Jl. Sawahlega Rv. 09 Laksana Kec. Ibum	Ibum	193.279.020,00	PUTR
Peningkatan Jl. Sp. Ciwidey-Margamulya-Sughrmukti Da Sughrmukti, Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Sukaati - Cipelah (Sasak Ciharang), Kec. Rancabali	Rancabali	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Sukahaji-Alamendah Da. Lebakmuncang, Kec. Ciwidey	Ciwidey	184.493.610,00	PUTR
Peningkatan Jl. Sukamanah - Margamekar, Kec. Pangalengan	Pangalengan	193.279.020,00	PUTR
Peningkatan Jl. Tarumajaya, Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Beton Jalan Smpang Margamulya (Peningkatan Jalan - Rigid Pavement RT.01 RW.09 Desa Margamulya Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Beton Santosa - Cibutarua RT 01 - 02 RW 01 "Desa Neglawangi Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Beton Santosa - Cibutarua RT 01 RW 02 "Desa Neglawangi Kec. Kertasari	Kertasari	184.607.820,33	PUTR
Rehab Jalan Beton Santosa - Cibutarua RT 01 RW 06 "Desa Neglawangi Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Beton Santosa - Cibutarua RT 02 RW 02 "Desa Neglawangi Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Beton Santosa - Cibutarua RT 02 RW 06 "Desa Neglawangi Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Beton RW 04 Jalan Desa "Desa Neglawangi" Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Desa Tarumajaya, Kec. Kertasari	Kertasari	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jalan Gamlek, Kec. Cimaung	Cimaung	171.315.495,00	PUTR
Rehab Jl. Raya Pangalengan-Pitu Kec. Pangalengan	Pangalengan	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jl. Dodik, Kec. Pangalengan	Pangalengan	188.007.774,00	PUTR
Rehab Jl. Pasir Ujung Desa Watanuka	Pangalengan	193.279.020,00	PUTR
Rehab Jl. Pereng RT.01/Rw.03 Desa Campakamulya, Kec. Cimaung	Cimaung	184.493.610,00	PUTR
Rehab Jl. Tenjolaya, Kp. Babakan Situ Lantik Rv. 23 Rt. 01, Desa Tenjolaya, Kec. Pasirjambu	Pasirjambu	187.129.233,00	PUTR
Rehab Jl. Walahir - Laksana, Kec. Ibum	Ibum	105.922.790,00	PUTR
Rehab/Pembelitanan Jalan Leston Sukamanah Rt. 01 Rv. 05 Kec. Pasati	Pasati	117.739.000,00	PUTR

	Rehab/Peningkatan Jalan Rigid (Sukanti - Cipelah) Cipelah Kec. Rancabali	Rancabali	193.279.020,00	PUTR
	Rigid Kp. Kiri Bohar - Sindangan Desa Cijagra Kec. Pasah	Pasah	193.279.020,00	PUTR
	Rehab Jl. Cibaléék - Polres, Kec. Sorwang	Sorwang	2.251.700.583,00	PUTR
3	Program Pengelolaan dan Pengembangan Air Minum		700.000.000,00	PERKIMTAN
	konstruksi sumur dalam (manggayu/pangalengan)	pangalengan	200.000.000,00	PERKIMTAN
	konstruksi sumur dalam (sukawening/ciwidey)	ciwidey	150.000.000,00	PERKIMTAN
	konstruksi sumur dalam (Panggab/Ibun)	Ibun	200.000.000,00	PERKIMTAN
	konstruksi sumur dangkal (Cikooeng/Pasirjambu)	Pasirjambu	150.000.000,00	PERKIMTAN
4	Program Pengelolaan dan Pengembangan Sistem Air Limbah		680.000.000,00	PERKIMTAN
	MCK (santosa/Kertasari)	Kertasari	150.000.000,00	PERKIMTAN
	MCK (Lampagan/Ibun)	Ibun	150.000.000,00	PERKIMTAN
	MCK (Nengolan/Ciwidey)	Ciwidey	200.000.000,00	PERKIMTAN
	Drainase (Terjoleya/Pasirjambu)	Pasirjambu	180.000.000,00	PERKIMTAN
5	Program Perumahan dan Kawasan Permukiman Kumuh		440.009.875,00	PERKIMTAN
	RTLH (Pangalengan/Pangalengan)	Pangalengan	88.001.975,00	PERKIMTAN
	RTLH (Sukalaya/Pangalengan)	Pangalengan	88.001.975,00	PERKIMTAN
	RTLH (Cikooeng/Pasirjambu)	Pasirjambu	35.200.790,00	PERKIMTAN
	RTLH (Cisondari/Pasirjambu)	Pasirjambu	35.200.790,00	PERKIMTAN
	RTLH (Laksana/Ibun)	Ibun	35.200.790,00	PERKIMTAN
	RTLH (Lampagan/Ibun)	Ibun	88.001.975,00	PERKIMTAN
	RTLH (Rawabogo/Ciwidey)	Ciwidey	35.200.790,00	PERKIMTAN
	RTLH (Cibonreum/Kertasari)	Kertasari	35.200.790,00	PERKIMTAN
6	Program Pengelolaan Energi Terbarukan		437.800.000,00	DISPERINDAG
	Penyusunan rekomendasi peraturan dan informasi lain pemanfaatan langsung panas bumi dalam daerah Kab/Kota	Kab. Bandung	100.000.000,00	DISPERINDAG
	Pengendalian dan pengawasan pelaksanaan peraturan pemanfaatan langsung panas bumi dalam daerah Kab/Kota	Kab. Bandung	337.800.000,00	DISPERINDAG
7	Program Peningkatan Uptis Kesehatan Perumahan dan Masyarakat		1.152.129.250,00	DINKES
	Pembangunan Poskesdes Cipelah Kec.Rancabali	Rancabali	497.840.000,00	DINKES
	Pembangunan Pusat/ Poskesdes Sukaresmi Kec.Rancabali	Rancabali	457.200.000,00	DINKES
	Pengawasan Pembangunan Poskesdes Cipelah Kec.Rancabali	Rancabali	50.800.000,00	DINKES
	Pengawasan/Pembangunan Pusat/ Poskesdes Sukaresmi Kec.Rancabali	Rancabali	45.720.000,00	DINKES
	Perencanaan Pembangunan Poskesdes Cipelah Kec.Rancabali	Rancabali	76.200.000,00	DINKES
	Hecking Set Poskesdes Cipelah Kec.Rancabali	Rancabali	24.369.250,00	DINKES
	JUMLAH		20.414.161.773,33	



 BUPATI BANDUNG,
 M. DADANG SUPRIATNA

Tabel Lampiran 3. Tabel Pendapatan Bonus Produksi Panas Bumi Tahun 2014 - 2019

NO	WILAYAH KERJA PERTAMBANGAN	TAHUN 2014	TAHUN 2015	TAHUN 2016	TAHUN 2017				
					TW 1	TW II	TW III	TW IV	
1	PERTAMINA GEOTHERMAL ENERGY KAMOJANG		10.317.930.551	10.401.974.065	2.783.839.908	2.620.967.561	2.753.468.464	2.581.764.985	
2	STAR ENERGY GEOTHERMAL WAYANG WINDU		4.577.222.817	10.854.958.405	2.965.209.561	2.993.349.278	3.089.662.681	3.062.354.078	
3	GEO DIPA ENERGY PATUHA	525.362.079	2.023.523.129	2.215.893.198	466.436.886	572.726.400	558.729.007	562.686.846	
4	STAR ENERGY GEOTHERMAL DARAJAT		559.076.695	556.621.322	145.655.559	155.260.024	148.646.999	163.314.882	
JUMLAH		525.362.079	17.477.753.192	24.029.446.990	6.361.141.914	6.342.303.263	6.550.507.151	6.370.120.791	-

NO	WILAYAH KERJA PERTAMBANGAN	TAHUN 2018				TAHUN 2019				
		TW 1	TW II	TW III	TW IV	TW 1	TW II	TW III	TW IV	
1	PERTAMINA GEOTHERMAL ENERGY KAMOJANG	3.370.981.185	3.389.429.246	3.635.858.850	3.215.673.291	2.682.413.329	3.541.622.241	3.284.402.064	2.885.610.235	
2	STAR ENERGY GEOTHERMAL WAYANG WINDU	3.117.581.931	3.225.694.162	3.406.473.734	3.223.007.286	2.045.694.894	4.104.632.238	3.212.472.428	3.224.867.880	
3	GEO DIPA ENERGY PATUHA	508.224.313	567.285.742	623.764.275	602.420.387	391.383.116	806.071.213	525.908.198	598.660.353	
4	STAR ENERGY GEOTHERMAL DARAJAT	166.604.652	160.894.900	141.090.303	173.076.187	172.157.267	158.850.464	196.468.621	206.893.522	
JUMLAH		7.163.392.081	7.343.304.050	7.807.187.162	7.214.177.151	5.291.648.606	8.611.176.156	7.219.251.311	6.916.031.990	
JUMLAH RENCANA PENERIMAAN									125.222.803.887	

Tabel Lampiran 4 Tabel Pendapatan Bonus Produksi Panas Bumi Tahun 2019-2021

NO	WILAYAH KERJA PERTAMBANGAN	TAHUN 2019				TAHUN 2020				TAHUN 2021			
		TW 1	TW II	TW III	TW IV	TW 1	TW II	TW III	TW IV	TW 1	TW II	TW III	TW IV
1	PERTAMINA GEOTHERMAL ENERGY KAMOJANG	2,682,413,329	3,541,622,241	3,284,402,064	2,885,610,235	3,281,779,188	3,262,468,996	3,030,685,546	2,647,612,720	3,664,756,574			
2	STAR ENERGY GEOTHERMAL WAYANG WINDU	2,045,694,894	4,104,632,238	3,212,472,428	3,224,867,880	3,508,769,667	3,215,832,013	3,337,387,596	3,226,714,488	3,285,359,251			
3	GEO DIPA ENERGY PATUHA	391,383,116	806,071,213	525,908,198	598,660,353	667,188,775	616,221,182	607,479,253	573,166,133	619,358,842			
4	STAR ENERGY GEOTHERMAL DARAJAT	172,157,267	158,850,464	196,468,621	206,893,522	298,937,994	272,288,008	276,396,929	266,816,818	279,159,311			
JUMLAH		5,291,648,606	8,611,176,156	7,219,251,311	6,916,031,990	7,756,675,624	7,366,810,199	7,251,949,324	6,714,310,159	7,848,633,978	-	-	-
JUMLAH RENCANA PENERIMAAN		28,038,108,063				29,089,745,306				7,848,633,978			

Tabel Lampiran 5. Tabel Rencana Aksi Perubahan Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung

Rencana Aksi Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Wisata Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung

Arah Kebijakan	Strategi	Indikasi Kegiatan	Indikator Kegiatan	Penanggung Jawab	Waktu Pelaksanaan (tahun)			
					I	II	III	IV
1. Pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif bernilai tambah dan berdaya saing.	1. Strategi 1: Melakukan Kajian Studi Kelayakan Pengembangan Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung menjadi Geowisata.	Melakukan kajian inventaris keanekaragaman geology (geodiversity) keanekaragaman sumber daya alam (biodiversity) dan kekayaan budaya (culture).	Dokumen Inventaris keanekaragaman geology (geodiversity) keanekaragaman sumber daya alam (biodiversity) dan kekayaan budaya (culture).	Bappeda Kabupaten Bandung (Sudah dilakukan)				
		Melakukan kajian kelayakan dan strategi kawasan Panas Bumi menjadi Geowisata	Study Kelayakan standarisasi Kawasan Panas Bumi menjadi Geowisata	Dinas Pariwisata				

		Memenuhi berbagai unsur standart pengembangan Geowisata di Kawasan Panas Bumi	Berkembangnya destinasi atau tujuan wisata berstandar geowisata	Dinas Pariwisata				
	2. Strategi 2: Mengembangkan Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual pada Kawasan Ekonomi Kreatif dan Klaster Penguatan Ekonomi Kreatif.	Membentuk Klaster Komunitas Usaha Ekonomi Kreatif dan UMKM setempat untuk saling mensupport satu sama lain	Terbentuknya klaster ekonomi kreatif dan UMKM di sejumlah Kawasan	Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UMKM				
	3. Strategi 3: Meningkatkan Kesiapan Destinasi Pariwisata Berdasarkan Prioritas Secara Komprehensif, Terintegrasi dan Berkelanjutan.	Meningkatkan kesiapan dan adaptasi dalam Kegiatan Pariwisata New Normal dimasa pandemi Covid-19	Data Kesiapan Destinasi Wisata dalam menyiapkan Protokol Kesehatan dan inovasi yang dikembangkan agar tetap menarik wisatawan pasca pandemi	Dinas Pariwisata dan Dinas Kesehatan				
		Kesiapan penggunaan Teknologi dalam <i>Visitor Management</i>	pemanfaatan teknologi digital dalam upaya peningkatan usaha dengan meminimalisir kontak fisik secara langsung.	Dinas Pariwisata dan Dinas Komunikasi dan Informatika				

	4. Strategi 4: Divesifikasi Produk Pariwisata yang bernilai Tambah Tinggi	Pengembangan produk pariwisata yang mempunyai nilai tambah tinggi serta keunikan	Terbentuknya Paket wisata event berupa wisata edukasi, workshop, pekan budaya, jelajah alam dan lain sebagainya	Dinas Pariwisata				
2. Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Berbasis Kemitraan Strategis	1. Strategi 5: Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Berorientasi Hasil dengan Fokus Pasar Potensial	Strategi pemasaran pariwisata yang digunakan adalah menggarap ceruk pasar (<i>niche market</i>) wisatawan mancanegara premium,	Jumlah Wisatawan Mancanegara. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai transaksi wisatawan dibanding dengan volume atau jumlah wisatawan yang datang.	Dinas Pariwisata				
	2. Strategi 6: Perluasan Pangsa Pasar Produk Ekonomi Kreatif.	perluasan segmen pasar untuk produk-produk ekonomi kreatif dengan penjualan produk melalui market place global	Jumlah produk ekonomi kreatif yang terjual di mancanegara sekaligus meningkatkan branding wisata Kabupaten Bandung	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan				
	3. Strategi 7: Meningkatkan Citra Pariwisata Kabupaten Bandung Berdaya Saing	pembangunan citra (branding) pariwisata Kabupaten secara keseluruhan meliputi citra daerah/wilayah (regional branding), maupun citra destinasi pariwisata (destination branding).	peningkatan awareness hingga citra pariwisata Kabupaten menjadi <i>top of mind</i> tujuan pariwisata baik nasional maupun Internasional	Dinas Pariwisata				

	4. Strategi 8: Pemanfaatan Teknologi Dalam Mendukung Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.	Melakukan digital marketing dengan berkolaborasi bersama konten creator dan influencer melalui social media	Semakin banyak kegiatan marketing yang dilakukan melalui paidmedia, owned media, social media dan endorser.	Dinas Pariwisata dan Dinas Komunikasi dan Informatika				
		promosi wisata dilakukan dengan menggunakan film atau vlog (video blog) sebagai media promosi	Peningkatan awareness masyarakat terhadap destinasi wisata, peningkatan popularitas, sampai pada peningkatan jumlah pengunjung wisata tersebut.	Dinas Pariwisata dan Dinas Komunikasi dan Informatika				
Arah Kebijakan 3: Pengembangan Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Terintegrasi.	1. Strategi 9: Mengembangkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif.	Pertumbuhan industry pariwisata dan ekonomi kreatif mengacu pada pengembangan industri 4.0	Meningkatnya penggunaan teknologi digital pada pelayanan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif	Dinas Pariwisata dan Dinas Komunikasi dan Informatika				
	2. Strategi 10: Meningkatkan tata kelola pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung secara keseluruhan.	penciptaan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif melalui tata kelola organisasi yang baik	Peningkatan awareness terhadap tata kelola organisasi dan kelembagaan yang baik	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan				

	3. Strategi 11: Mendorong Peningkatan Investasi, Pendanaan, dan Akses Pembiayaan Secara Merata di Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.	kemudahan investasi, perijinan dan berusaha kepada semua kegiatan usaha kepariwisataan di Kawasan Panas Bumi	Peningkatan jumlah pengusaha wisata yang berinvestasi di Kawasan Panas Bumi	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan				
		Peningkatan keamanan dan ketertiban kawasan dan pengembangan aksesibilitas dan disekitar Kawasan untuk mendorong kegiatan investasi.	Peningkatan jumlah pengusaha wisata yang berinvestasi di Kawasan Panas Bumi	Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat				
Arah Kebijakan 4: Pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif dalam mewujudkan SDM yang unggul dan berdaya saing	1. Strategi 12: Optimasi Kelembagaan Maupun Kurikulum Pendidikan dan Pelatihan Vokasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.	vokasi pariwisata dan ekonomi kreatif yang kurikulumnya yang disesuaikan dengan kebutuhan lapangan kerja.	Jumlah masyarakat terambil dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan, Universitas dan Akademisi				
		Pemberdayaan masyarakat disekitar Kawasan Panas Bumi berwawasan wisata melalui kerja sama dengan Universitas atau akademisi	Jumlah Kegiatan Pemberdayaan yang dilakukan universitas terhadap masyarakat disekitar Kawasan Panas Bumi dalam kegiatan wisata	Universitas dan Akademisi				

	2. Strategi 13: Meningkatkan sertifikasi kompetensi SDM pariwisata dan ekonomi kreatif	Sertifikasi kompetensi SDM yang dilakukan secara akuntabel dan sesuai kebutuhan.	Jumlah masyarakat yang mendapatkan sertifikasi	Dinas Pariwisata				
	3. Strategi 14: Melakukan Penguatan Komunitas dan Kelembagaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.	mengupayakan kelembagaan dan komunitas masyarakat aktif dan menjalankan peran dalam menumbuh kembangkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif	Jumlah kelembagaan dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata dan ekonomi kreatif disekitar kawasan	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan				
Arah Kebijakan 5: Mewujudkan Kreativitas Anak Bangsa Dengan Berorientasi Kepada Pergerakan Ekonomi Kerakyatan	1. Strategi 15: Meningkatkan Perlindungan Terhadap Hasil Kreativitas dan Kekayaan Intelektual.	Mendorong pendaftaran HAKI kreatifitas UMKM dan para penggiat seni dalam pengembangan produk-produknya	Jumlah Produk yang terdaftar di Lembaga Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan				
	2. Strategi 16: Mendorong kreasi dalam menciptakan nilai tambah ekonomi kreatif berbasis budaya dan IPTEK.	melibatkan professional kepada kelompok usaha masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah dan usahanya berupa pelatihan bisnis, marketing	jumlah masyarakat terampil yang memahami tentang pengembangan bisnis dan pemasaran	Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan Dinas Komunikasi dan Informatika				

Arah Kebijakan 6: Mendorong riset, inovasi, adopsi teknologi, serta kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas	1. Strategi 17: Mendorong Riset dan Inovasi Terkait Pengembangan Destinasi Pariwisata dan Produk Ekonomi Kreatif yang Berorientasi pada Peningkatan Nilai Tambah dan Daya Saing.	Riset dan inovasi dilakukan dengan terencana dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Bandung	Jumlah kajian riset dan inovasi strategi yang dikembangkan untuk sektor pariwisata Kab. Bandung	Bappeda Kabupaten Bandung dan Dinas Pariwisata				
	2. Strategi 18: Adopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini secara efektif dan efisien.	Pemanfaatan analisis Big Data dan Artificial Intelligent akan membantu Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang pola perjalanan wisatawan, spending behavior, dll	Jumlah Teknologi yang terkumpul dari pemanfaatan teknologi informasi Big dan dan Artificial Intelligent	Dinas Pariwisata dan Dinas Komunikasi dan Informatika				
Arah Kebijakan 7: Pelaksanaan Produk Hukum dan Peraturan Daerah dalam Pengembangan Kawasan Panas Bumi	1. Strategi 19: Memaksimalkan Alokasi Bonus Produksi Panas Bumi dalam Pengembangan Kawasan Panas Bumi Salah satunya melalui Kegiatan Pariwisata	Pengembangan sistem insentif perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pariwisata yang berkompetensi dan berdaya saing.	Jumlah insentif yang diberikan Pemerintah atau pihak terkait kepada masyarakat pengelola usaha pariwisata dan ekonomi kreatif	Dinas Pariwisata				

	Strategi 20: Membentuk Produk Hukum yang dapat Mendukung Pengembangan Kawasan Panas Bumi	Terbentuknya produk hukum berupa Peraturan yang dapat mengatur program sinergitas Pemerintah Kabupaten Bandung dengan program CSR dan Perusahaan Panas Bumi	Produk hukum berupa peraturan CSR Perusahaan Panas Bumi	Dewan Perwakilan Rakyat Kabupaten Bandung				
--	------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	-------------------------------------------	--	--	--	--

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung