
STRATEGI PENGEMBANGAN TAMAN BUKIT BOUGENVILLE DALAM RANGKA PENINGKATAN KUNJUNGAN PASCA PANDEMI COVID 19 DI SINGKAWANG SELATAN

Oleh

Tita Rosalina¹, Rossi Evita², Indriani³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata/Politeknik Negeri Sambas

E-mail: ¹titarosalina185@gmail.com, ²rossievida01@gmail.com

Article History:

Received: 03-07-2022

Revised: 20-07-2022

Accepted: 24-08-2022

Keywords:

Strategi, Taman Bukit
Bougenville, Peningkatan
Pengunjung.

Abstract: Taman Bukit Bougenville merupakan sebuah daya tarik wisata yang menjadikan bunga bougenville sebagai daya tarik utama. Seiring pandemi covid 19, tingkat pengunjung terus mengalami penurunan. Hal ini menyebabkan berbagai aktivitas wisata serta pengelolaan taman bukit bougenvill mengalami kemerosotan/ penurunan dari sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini yaitu pertama untuk mendeskripsikan Taman Bukit Bougenville sebagai daya tarik wisata (dianalisis dengan deskriptif kualitatif), kedua untuk menganalisis strategi apa saja dapat dilakukan dalam pengembangan taman bukit bougenville dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan pasca pandemi covid 19 Teknik pengumpulan data adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengumpulan data adalah purposive sampling dan insidental sampling. Hasil dari penelitian ini adalah (1) deskripsi daya tarik wisata taman bukit bougenville (2) Rencana strategi pengembangan taman bukit bougenville dalam rangka peningkatan kunjungan pasca pandemic covid 19 yaitu mengembangkan kawasan agrowisata, mengembangkan Wisata Air, meningkatkan atraksi daya tarik wisata, meningkatkan promosi, dan menambah dan memperbaiki fasilitas yang rusak, pelaksanaan event tahunan secara rutin. perawatan fasilitas utama dan penunjang, perawatan tanaman bougenville.

PENDAHULUAN

Pandemi covid 19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada berbagai sektor industri, salah satunya adalah sektor industri pariwisata. Sejak melandanya pandemi covid 19 di Indonesia, dilansir dari Kompas .com bahwa kasus pertama warga Indonesia terinfeksi Covid-19 yaitu dibulan maret tahun 2020. Salah satu dampak yang disebabkan oleh covid 19 pada industri pariwisata adalah menurunnya jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata yang ada di Indonesia. Begitu juga dengan obyek wisata taman bukit bougenville, bahwa obyek wisata taman bukit bougenville pada tahun 2019 juga mengalami penurunan tingkat kunjungan wisatawan dari tahun sebelumnya (tahun 2018) yaitu mengalami penurunan sekitar 9,5 % . Selanjutnya dari data tingkat kunjungan Taman bukit bougenville menunjukkan

bahwa tahun 2020 tingkat kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang signifikan yaitu sekitar 33, 56 %. Menurunnya tingkat kunjungan tersebut berdampak kepada pihak pengelola dalam menjalankan usahanya, salah satunya adalah kurang maksimalnya dalam melakukan perawatan pada fasilitas yang tersedia. Hal itu disebabkan karena beberapa karyawan diberhentikan untuk sementara waktu, karena tempat ini minim dikunjungi oleh wisatawan.

Taman bukit boegenville berlokasi di kelurahan Sijangkung kecamatan Singkwang Selatan Kota Singkwang provinsi Kalimantan Barat. Dari 14 Jumlah Kabupaten atau Kota yang ada di Kalimantan barat (Rosanto dan Verryka: 2022), salah satunya adalah Kota Singkawang, bahwa Kota ini juga banyak memiliki daya tarik wisata. Kota Singkawang terletak di sebelah utara ibu Kota Provinsi Kaliman Barat yaitu Kota Pontianak. Jarak antara Kota Pontianak dengan Kota Singkawang sekitar 145 km. secara geografis Kota Singkawang memiliki keadaan geografis berupa perbukitan, dataran secara geografis kota Singkawang memiliki keadaan geografis berupa perbukitan, dataran rendah, dan pantai. Kondisi geografis ini membuat Singkawang mempunyai berbagai macam daya tarik wisata yang menarik untuk di kunjungi. Wisata yang ada di Singkawang mulai dari wisata buatan, wisata alam, maupun wisata budaya salah satunya adalah etnis Tionghoa

Setelah diberlakukannya New Normal di Kota Singkawang, bahwa dengan dibukanya kembali tempat umum termasuk tempat wisata, pengelola tempat wisata taman bukit boegenville juga memulai kembali menjalankan usahanya untuk membuka taman bukit boegenville agar dikunjungi kembali oleh pengunjung (wisatawan). Keberadaan taman bukit boegenville ini kurang lebih 6 km dari pusat Kota Singkawang. Luas area Taman ini sekitar 1, 5 ha. Umumnya area ini dipenuhi oleh berbagai tanaman maupun buah-buahan, diantaranya tanaman bougenville, alpukat, anggrek, dll. Untuk tanaman hias bougenville sendiri terdapat lebih dari 46 jenis tanaman bougenville. Area Taman ini memberikan kesan yang asri, sejuk dan nyaman, dengan pemandangan yang indah seperti pemandangan bukit dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang mendukung untuk wisatawan. Selain itu atraksi yang dapat dilakukan oleh pengunjung yaitu menikmati keindahan berbagai tanaman hias, mendayung sampan, camping ground, menyaksikan pagelaran seni, dll. Mengingat banyaknya daya tarik wisata terdapat di Taman ini, perlunya penelitian ini dilakukan untuk dapat mengkaji strategi yang tepat dalam mengembangkan Taman Bukit Bougenville dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di pasca pandemi covid 19.

LANDASAN TEORI

Landasan teori yang relevan digunakan dalam penelitian ini yaitu landasan teori tentang strategi Pengembangan, Taman bukit bougenville Singkawang, pengunjung, Umumnya teori memiliki 3 fungsi (Sugiyono: 2020), yaitu untuk menjelaskan, meramalkan dan pengendalian suatu gejala. Lebih lanjut Sugiyono menjelaskan bahwa teori yang digunakan berfungsi untuk memperjelas masalah yang diteliti untuk dijadikan sebagai acuan atau landasan dasar maupun referensi dalam menyusun instrumen penelitian. Adapun landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi Pengembangan

Menurut Yoeti (1996:164), menekankan bahwa ada perbedaan antara strategi dan taktik. Strategi yang diperlukan agar perencanaan dapat dilaksanakan dengan spesifik mungkin dan juga praktis, harus ada cakupan pertimbangan maupun penyesuaian yang

dipengaruhi oleh tanggapan orang lain, dengan demikian diperlukan strategi dalam proses pembuatan perencanaan. Pengembangan (Paturusi: 2001) merupakan cara dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan suatu obyek dan daya tarik wisata menjadi lebih baik sehingga dapat dikunjungi oleh wisatawan yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi nilai ekonomi kepada masyarakat maupun pemerintah. Lebih lanjut Sastrawan (2014) menyatakan bahwa pengembangan potensi adalah salah satu strategi yang dimanfaatkan untuk memperbaiki obyek dan daya tarik wisata yang memiliki kelebihan atau keunikan tersendiri sehingga dapat berkembang sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Strategi pengembangan wisata menurut Kanom dalam Saputra dan Rodhiyah (2016) adalah rencana yang bersifat komprehensif serta terpadu dan keterlibatan dari masyarakat, pemerintah, swasta serta akademisi yang bertujuan untuk mengkaji kendala, kondisi obyek wisata baik itu dari lingkungan internal dan eksternal sehingga dapat menjadi destinasi yang berkelanjutan dan berdaya saing. Pengembangan pariwisata adalah usaha yang dilakukan untuk memajukan atau mengembangkan obyek wisata yang dikelola, supaya obyek wisata tersebut lebih menarik dari sebelumnya serta lebih baik yaitu dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya agar lebih menarik perhatian atau minat wisatawan untuk datang berkunjung ke obyek wisata tersebut. Salah satu tujuan utama pengembangan pariwisata pada destinasi pariwisata baik itu yang dikelola secara lokal maupun regional atau dalam ruang lingkup nasional adalah untuk pembangunan perekonomian daerah atau suatu Negara, dalam pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata tentunya selalu tetap memperhitungkan keuntungan serta manfaat bagi masyarakat banyak (Barreto dan Giantari: 2015). Dari beberapa penjelasan tentang strategi pengembangan dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan dapat diartikan sebagai suatu cara untuk melakukan perubahan dari sebelumnya yaitu mengembangkan suatu obyek yang lebih baik melalui proses perencanaan yang matang.

2. Taman Bukit Boegenville Singkawang

Taman Bukit Boegenville didasari oleh adanya keinginan dari pengelola untuk mempunyai sebuah taman yang seluruhnya ditumbuhi oleh satu jenis tanaman. Pada awalnya Taman Bukit Boegenville merupakan taman yang berkonsep taman buah-buahan atau kebun buah. Kemudian seiring waktu berjalan pihak pengelola perlahan menanam bunga boegenville, sementara menunggu pohon buah-buahan tersebut tumbuh. Pada saat bunga boegenville tumbuh dan berbunga pihak pengelola merasa lebih tertarik untuk mengembangkan jenis bunga boegenville sebagai atraksi utama taman tersebut yang kemudian diberi nama Taman Bukit Boegenville seperti gambar 1 berikut.



Gambar 1. Pemandangan Bunga Boegenville
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Taman Bukit Bougenville sendiri pertama kali diresmikan dan mulai dibuka untuk umum pada tahun 2001. Setiap tahun pihak pengelola terus melakukan pengembangan dan peningkatan baik dari segi fasilitas maupun atraksi wisatanya. Sebelum pandemi covid 19 (Chandra, dkk : 2018) menyatakan bahwa Taman Bukit Bougenville merupakan salah satu objek wisata yang diminati (sering dikunjungi) di Kota Singkawang. Daya tarik utama bagi pengunjung adalah keindahan dan nuansa alami, yaitu bunga boegenville. Pengunjung yang datang ke tempat ini yaitu berasal dari dalam dan luar Kota Singkawang. Meningkatnya jumlah kunjungan yaitu setiap akhir pekan dan saat libur sekolah.

Dilansir dari KSMTOUR.com, bahwa salah satu kelebihan dari taman bukit boegenvil adalah lokasinya berlokasi di lembah dan menghadap ke Gunung Passi, lokasinya sangat strategis serta dikelilingi alam pedesaan yang asri. Di tempat ini juga menyediakan fasilitas pejalan kaki bagi yang gemar untuk menikmati suasana hutan dengan kenikmatan atau sensasi tersendiri. Unikny, di tempat ini terdapat kolam buatan yang dilengkapi dengan jembatan yang membentangi kolam dan di sisi jembatan tersebut bertuliskan "Bukit Boegenville" di dalam kolam tersebut terdapat patung naga yang menggambarkan bahwa Bila dilihat dari bentuknya seperti ular, maka boleh dikatakan patung naga tersebut merupakan hewan mitologi yang berasal dari Tiongkok dan bukan seperti bentuk naga yang umum ditemui pada mitologi yang berasal dari Eropa, seperti yang terlihat pada gambar 2



Gambar 2. Patung Naga Bukit Boegenville
Sumber: google.com

3. Pengunjung

Menurut *Internasional Union of Official Travel Organization* (IUOTO) dalam Wirdayarini dan Sunarta (2018), bahwa pengunjung merupakan orang atau sekelompok

orang yang berkunjung atau mendatangi suatu kawasan wisata dengan tujuan untuk melakukan wisata/berwisata dan tidak melakukan pekerjaan serta menerima upah pada tempat yang dikunjungi. Pengunjung digolongkan dalam dua jenis yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Wisatawan yaitu pengunjung yang melakukan perjalanan untuk berkunjung ke tempat yang diinginkannya dalam kurun waktu paling sedikit 24 jam dengan tujuan melakukan; a). Liburan, rileksasi, studi, keagamaan, kesehatan, rileksasi dan olahraga yang disebut juga dengan *leisure* (Pesiar), b). Hubungan dagang (*business*) yang meliputi pertemuan keluarga, misi dll.

2. Pelancong (*excursionist*)

Yang dimaksud dengan pelancong adalah pengunjung sementara untuk mendatangi tempat wisata dalam waktu tidak melebihi 24 jam.

Dari penjelasan pengunjung tersebut dapat disimpulkan bahwa yang disebut pengunjung adalah orang yang melakukan kunjungan ke suatu tempat dengan maksud untuk berwisata melainkan bukan untuk berkerja dengan batas waktu tertentu.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kelurahan Sijangkung tepatnya di Taman Bukit Boegenville wilayah Kecamatan Singkawang Selatan Kota Singkawang Provinsi Kalimantan Barat. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengumpulan data dalam menentukan informan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan *insidental sampling*. *Purposive sampling* digunakan untuk informan yang paling mengetahui kondisi di Taman Bukit Bougenville yaitu ketua pengelola dan karyawan. Selanjutnya metode *insidental sampling* digunakan untuk mendapatkan informasi dari pengunjung yang secara kebetulan ditemui. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif kualitatif untuk menjawab tujuan pertama (mendeskripsikan Taman Bukit Bougenville sebagai daya tarik wisata) dan teknik analisis SWOT yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua (strategi pengembangan Taman bukit boegenville dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan pasca pandemic covid 19).

PEMBAHASAN

A. Daya Tarik Wisata Taman Bukit Boegenville

Taman bukit boegenville merupakan daya tarik wisata buatan, bahwa sekitar area taman ini juga terdapat daya tarik wisata alam seperti pemandangan alam (bukit Passi) dan juga memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian pengunjung. Khususnya pengunjung yang menyenangi suasana keindahan alam dan suasana yang sejuk dan asri. Menurut Bagyono (2017) salah satu faktor wisatawan berkunjung ke suatu tempat karena tertarik oleh Sesutu. Sesuatu yang menyebabkan wisatawan datang ke suatu tempat disebut dengan daya tarik atau atraksi wisata. Lebih lanjut Bagyono menyatakan bahwa suatu obyek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga persyaratan yaitu *something to see*, *something to do*, *something to buy*. Berikut adalah deskripsi daya tarik wisata taman bukit boegenville:

a. *Something To See*

Sebelum pandemi covid 19 berbagai atraksi yang dapat disajikan dan dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang ke taman bukit boegenville. Adapun atraksi yang menarik di

Taman Bukit Bougenville yaitu:

1. Pertunjukkan Pemilihan Miss Shanghai dan Miss Bougenville

Yaitu dilaksanakan setiap setahun sekali. Pelaksanaan pemilihan Miss Shanghai identik menggunakan pakaian shanghai. Selanjutnya pengelola Taman Bukit Bougenville juga mendatangkan bintang tamu (artis) untuk memerihkan kegiatan tersebut. Pemilihan Miss Shanghai dilaksanakan setiap setahun sekali yang bertepatan pada 3 hari imlek (hari raya tinghoa/cina). Pengunjung yang mengikuti kegiatan acara Miss Shanghai tidak hanya pengunjung etnik Cina, banyak juga etnik Melayu dan Dayak yang ikut berpartisipasi dalam acara Miss Shanghai. Acara Miss Shanghai umumnya disponsori oleh beberapa pihak swasta. Kegiatan pemilihan miss shanghai ini menarik perhatian banyak tamu (pengunjung) yang datang ke Taman Bukit Bougenville untuk menyaksikan acara tersebut.

2. Menikmati pemandangan taman bukit boegenville

Telah dijelaskan sebelumnya, bahwa taman bukit boegenville ini memiliki pemandangan yang menarik atau indah serta suasana yang asri dan sejuk. Berbagai tumbuhan yang terdapat di area taman ini, diantaranya terdapat pemandangan tanaman bunga boegenville, anggrek, tanaman alpukat, pinus dll. Selain pemandangan yang indah dari berbagai tanaman, taman ini dilengkapi dengan beberapa fasilitas menarik untuk mendukung aktivitas ber swa photo / selfi, diantaranya patung naga, gerbang pintu masuk ke kawasan hutan, patung kuda, patung karakter kartoon, spot photo preweeding.

b. *Something To Doo*

Aktivitas yang dapat dilakukan di taman bukit boegenville yaitu:

1. Mendayung Sampan

Terdapat kolam buatan di area taman bukit boegenville. Kolam ini dibuat menyerupai danau. Aktivitas yang dapat dilakukan di kolam ini adalah mendayung sampan. Beberapa sampan yang disediakan untuk pengunjung. Bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan kolam yang terdapat beberapa jenis ikan, pengunjung dapat menyewa sampan yang disediakan di pos sekitar kolam dan dilengkapi juga dengan *life jacket* guna keselamatan pengunjung selama mendayung sampan.



Gambar 3. Kolam atau Danau Buatan
Sumber: google.com

2. Menyelusuri kawasan hutan taman bukit boegenville

Aktivitas selanjutnya yang dapat dilakukan pengunjung di taman boegenville adalah

menyelusuri kawasan hutan yang rimbun, sejuk dan asri. Terdapat berbagai jenis tumbuhan yang rimbun membuat suasana kawasan ini juga diminati oleh pengunjung. Sarana yang disediakan menuju kawasan ini sangat mendukung, yaitu disediakan beberapa tempat duduk di pinggir jalan kawasan hutan. Kondisi jalan sangat memadai yaitu jalan yang sudah disemen.

c. Something to buy

Sesuatu yang dapat dibeli di kawasan taman bukit boegenville adalah tanaman anggrek, tanaman maupun buah alpukat, ikan air tawar (lele, nila dan mas) yang sengaja dibudidayakan untuk kebutuhan pengunjung, serta makanan dan minuman yang terdapat di café dan resto.

B. Strategi Pengembangan Taman Bukit Boegenville

Dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasca pandemi covid 19, perlunya strategi untuk mengembangkan taman bukit boegenville. Strategi-strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT yang berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola serta pengunjung dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Strategi SO (Strength Opportunities)

Adapun yang menjadi strategi SO (Strength Opportunities) adalah sebagai berikut.

1. Mengembangkan Agrowisata

Taman Bukit Bougenville yang pada konsepnya adalah sebuah taman dapat dikembangkan sebagai agrowisata saat ini sudah ditanami tanaman buah-buahan yang dapat dimanfaatkan sebagai menambah daya tarik wisata sehingga pengunjung dapat merasakan suasana atau sensasi memetik buah langsung dari pohonnya kemudian buah tersebut dapat dijual ke pengunjung. Selain dapat menambah daya tarik agrowisata dapat juga menambah pemasukan pengelola dari penjualan buah maupun bibit buah. Agrowisata juga dapat dijadikan sebagai wisata edukasi kepada pengunjung tentang bagaimana caranya merawat buah, proses pencakokan, menanam dll. Penambahan penanaman tanaman buah buahan seperti buah apel, cempedak, jambu kristal, alpukat dan lain-lain. untuk proses penanamannya sudah mulai ditanam.

2. Pengembangan Wisata Air

Selain menikmati keindahan bunga hias boegenville, atraksi lain yang dapat dilakukan adalah mendayung sampan. Dari hasil wawancara dengan pengunjung, dinyatakan bahwa perlunya penambahan atraksi wisata air seperti penambahan sarana sampan yang dikemudikan dengan baling-baling yang digerakan dengan kaki layaknya seperti bersepeda, masyarakat setempat menyebutkan atraksi bebek engkol. Selain itu dapat juga menambahkan aktivitas memancing.

b. Strategi WO (Weaknesses Opportunities)

Adapun yang menjadi strategi WO (Weaknesses Opportunities) adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan Atraksi Daya Tarik Wisata.

Atraksi merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi tingkat kunjungan ke suatu obyek wisata, dengan adanya atraksi maka pengunjung dapat melihat dan menyaksikan kemudian terlibat dalam atraksi tersebut. Di Taman Bukit Bougenville terdapat beberapa atraksi wisata. Perlunya penambahan atraksi wisata seperti sarana bermain anak-anak, tarian atau festival gabungan tarian etnik (cina, melayu dan dayak).

2. Meningkatkan Promosi

Promosi di Taman Bukit Bougenville dapat dikatakan masih kurang maksimal, karena

umumnya promosi dilakukan dari mulut ke mulut saja, promosi melalui media sosial masih belum maksimal. meskipun pihak pengelola sudah melakukan promosi melalui media sosial, namun masih dirasakan belum memadai, yang dibuktikan dengan follower instagram masih sedikit. Upaya yang dapat dilakukan adalah memperbanyak promosi ke berbagai media sosial, seperti facebook, tiktok dan bahkan media you tube.

3. Menambah Dan Memperbaiki Fasilitas yang rusak

Sekitar kurang lebih dua tahun yaitu selama pandemi covid 19, beberapa fasilitas yang ada kurang terawat, hal itu dapat menyebabkan beberapa fasilitas mengalami kerusakan. Dengan diberlakukannya new normal, pihak pengelola perlahan-lahan merawat dan memperbaiki fasilitas yang disediakan untuk kenyamanan pengunjung di kawasan taman bukit boegenville. Upaya yang dapat dilakukan adalah membersihkan serta menagta kembali (permukaan yang terlihat tidak menarik perulu untuk di cat atau diperbaharui). Umumnya fasilitas yang mengalami kerusakan yaitu berbahan dasar kayu. Selain merawat dan memperbaiki fasilitas yang rusak. Upaya yang dapat dilakukan adalah menambahkan beberapa fasiliias yang baru. Agar pengunjung tidak merasakan hal yang sama dari sebelumnya. Tujuannya adalah menciptakan suasana baru agar pengunjung tidak merasa bosan.

c. Strategi ST (Strength Threats)

Adapun yang menjadi strategi ST (Strength Threats) adalah Rutin Mengadakan Event Tahunan. Kegiatan event tahunan yang sudah dikenal sebelumnya yaitu pemilihan miss shanghai dan miss boegenville perlu untuk dilasanakan secara kontinyu, hanya saja pelaksanaan kegiatannya lebih melibatkan peserta di luar dari Kota Singkawang. Agar kegiatan tersebut diketahui oleh berbagai masyarakat di luar Kota Singkawang.

d. Strategi WT (Weakness Threats)

Adapun yang menjadi strategi WT (Weakness Threats) adalah sebagai berikut.

1. Perawatan Fasilitas utama dan penunjang

Fasilitas yang ada di lingkungan Taman Bukit Bougenville memerlukan perawatan agar selalu dalam kondisi yang bersih dan nyaman untuk digunakan oleh pengunjung. Fasilitas yang bersih dan nyaman dapat menimbulkan kepuasan tersendiri untuk pengunjung. Perawatan fasilitas dapat dilakukan dengan cara rutin melakukan pembersihan setiap hari seperti disapu, pel dan rutin membuang sampah. Salain perawatan kebersihan, perawatan fisik seperti pemeliharaan atap gazebo, pemeliharaan lantai gazebo, serta pemeliharaan perlengkapan perlengkapan fasilitas lainnya.

2. Perawatan Tanaman Bougenville

Agar kualitas tanaman hias yaitu bunga boegenville lebih terawat, yaitu dengan perawatan rutin (terjadwal) seperti menyiram, pemberian pupuk, pemangkasan serta pembersihan di sekitar area tanaman hias tersebut. Perlunya perhatian khusus untuk merawat bunga ini agar selalu berbunga. Karena pesona atau daya tarik utama taman ini adalah bunga boegenville.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik sebuah simpulan yaitu:

1. Pemaparan deskripsi daya tarik wisata ditinjau dari prinsip-prinsip daya tarik wisata

yaitu *something to see* (menyaksikan pertunjukkan Miss Shanghai dan Miss Boegenville serta menikmati pemandangan keindahan panorama taman bukit boegenville), *something to do* (mendayung samapan dan menyusuri kawasan hutan taman bukit boegenville), *something to buy* (dapat membeli tanaman anggrek, tanaman maupun buah alpukat, ikan air tawar (lele, nila dan mas), makanan dan minuman yang terdapat di café dan resto).

2. Berdasarkan analisis SWOT, rumusan strategi yang dapat direncanakan untuk pengembangan taman bukit boegenville dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan, maka dapat dirumuskan yaitu : a) Strategi SO (*Strength Opportunities*) adalah mengembangkan kawasan agrowisata, mengembangkan Wisata Air, b) Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) yaitu meningkatkan atraksi daya tarik wisata, meningkatkan promosi, dan menambah dan memperbaiki fasilitas yang rusak, c) Strategi ST (*Strength Threats*) yaitu pelaksanaan event tahunan secara rutin. d) Strategi WT (*Weakness Threats*) yaitu perawatan fasilitas utama dan penunjang, perawatan tanaman boegenville.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada pihak yang telah membantu selama proses penelitian hingga penulisan artikel ilmiah ini yaitu kepada pihak pengelola taman bukit boegenville yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan terkait kondisi taman bukit boegenville selama pandemi covid 19, serta rekan tim peneliti (anggota penelitian) dan institusi terutama P3M Politeknik Negeri Sambas yang telah memberikan izin atau tugas dalam pelaksanaan penelitian, serta terima kasih juga diucapkan kepada para alumni angkatan 2020 dan 2021 khususnya alumni prodi manajemen bisnis pariwisata politeknik Negeri Sambas yang telah menemani dan membantu penulis dalam proses pencarian data serta dokumentasi penelitian. Semoga bantuan yang telah diberikan tersebut dapat menjadi amal kebaikan dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi terkait taman bukit boegenville. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pengelola taman bukit boegenville dalam mengimplementasikan rencana rumusan strategi pengembangan taman bukit boegenville dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan pasca pandemic covid 19.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Bagyono. Pariwisata dan Perhotelan. Alfabeta Bandung, 2017
- [2] Barreto, M, I.G.A Ketut Giantari. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste" E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 2, no 11 (Februari 2015): 773-796
- [3] Chandra, Agus, R, Muhammad, P. "Evaluasi Kualitas Estetika Dan Daya Dukung Taman Bukit Bougenville Kota Singkawang" Jurnal Arsitektur Lansekap 12, (Oktober 2018): 219-226
- [4] Kompas.com "Saat Indonesia Pertama Kali Dilanda Covid-19"
<https://nasional.kompas.com/read/2022/03/02/10573841/2-maret-2020-saat-indonesia-pertama-kali-dilanda-covid-19?page=all>.
- [5] Ksmtour.com "Taman Bukit Bougenville Indahnya Taman Bunga di Singkawang"
<https://ksmtour.com/informasi/tempat-wisata/kalimantan-barat/taman-bukit-bougenville-indahnya-taman-bunga-di-singkawang.html>

-
- [6] Paturusi, Samsul A. Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar Bali, 2001
 - [7] Rosanto, S, Verryka, C. "Daya Tarik Wisata Kota Seribu Klenteng (Kota Singkawang) Di Masa Pandemi Covid-19" *Jurnal Darmawisata* 2, no 2 (Mei 2022): 33-37
 - [8] Saputra, M Ryan , Rodhiyah. Strategi Pengembangan Wisata Di Kawasan Gunung Andong Magelang" *Jurnal Administrasi Bisnis* 55, (Oktober 2016): 571-586
 - [9] Sastrawan, I Gede Anom, I Nyoman Sunarta. " Strategi Pengembangan Potensi Wisata Bahari Di Pantai Crystal Bay Desa Sakti, Kec. Nusa Penida, Kab. Klungkung " *Jurnal Destinasi Pariwisata* 9, no 2 (Juli 2014): 98-114
 - [10] Sugiyono. Metode Penelitian Pariwisata. Alfabeta Bandung, 2020
 - [11] Widyarini, I Gusti Ayu, I Nyoman Sunarta. "Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Di Wisata Alam Air Panas Angseri, Tabanan" *Jurnal Destinasi Pariwisata* 3, no 2 (Desember 2018): 217-223
 - [12] Yoeti. *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa Bandung, 1996
 - [13] Sumber Gambar Taman Bukit Boegenville
<https://www.google.com/maps/contrib/104863420745415864302/photos/@0.8434951,108.9692581,1a,73.8y/data=!3m7!1e2!3m5!1sAF1QipPotFRfHSc6deezTkM98-C6YSjvBtUEERNG6VjS!2e10!6shttps:%2F%2F5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPotFRfHSc6deezTkM98-C6YSjvBtUEERNG6VjS%3Dw365-h273-k-no!7i3264!8i2448!4m3!8m2!3m1!1e1!5m1!1e4>