

Potensi wisata olahraga air sungai Ciherang: Kayak X

Water sport tourism potential Ciherang river: Kayaking X

Hartifiany Praisra^{1,*}, Cipta Endyana², Alexander Muhammad Akbar Khan³, Asep Mulyana⁴

^{1,2,3,4}Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pascasarjana, Universitas Padjadjaran, Bandung, Jawa Barat 40132, Indonesia

²Fakultas Teknik Geologi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

³Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

⁴Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

¹hartifiany12001@mail.unpad.ac.id, ²cipta.endyana@unpad.ac.id, ³alexander.khan@unpad.ac.id,

⁴asep.mulyana@fe.unpad.ac.id

*corresponding author

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan penilaian atas potensi wisata olahraga air yang dimiliki oleh Kayak X di Sungai Ciherang, Desa Kiangroke, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Kayak sendiri merupakan olahraga air bernuansa ekstrem yang belum memiliki pamor baik di industri pariwisata khususnya wisata olahraga air. Wisata olahraga air dianggap sebagai alternatif pariwisata agar wisatawan bisa merasakan kegiatan baru yang tidak bisa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, menjadi pelarian serta memberi kepuasan tersendiri. Kayak X dikelola dengan sistem *Community-based tourism* oleh pemuda sekitar. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan data kemudian dimanfaatkan melalui analisa MSPDM (*Marketability, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation*) melalui *self-assessment* yang dilihat dari indikator dari keempat aspek tersebut sehingga menghasilkan nilai dan sebutan yang sesuai. Hasil penelitian ini adalah Kayak X termasuk dalam destinasi wisata rintisan sesuai dengan hasil hitungan nilai akhir destinasi wisata. Meski hasilnya tidak begitu baik, namun Kayak X memiliki potensi lebih agar kedepannya bisa menjadi destinasi wisata mandiri dengan memenuhi indikator yang ada.

Kata kunci: Kayak, Sungai Ciherang, Wisata Olahraga Air

This study aims to assess the potential for water sport tourism by Kayak X in Ciherang River, Desa Kiangroke, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Kayaking is an extreme water sport that does not have a good reputation in the tourism industry, especially water sport tourism. Water sport tourism is considered as an alternative for tourism so that the tourist can experience new activities that cannot be found in daily life activities, become an escape journey and give their own self-satisfaction. Kayak X is managed by local community-based tourism organization. This study uses literature study method and the data is analysed by MSPDM (Marketability, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation) through a self-assessment method based on indicator to produce its values and labels. The result of this study was that Kayak X is considered as a pioneer on the tourism destination according to research's analyses. Although the result is not that good, however Kayak X has more potential for development so that in the future Kayak X could become an independent tourist destination by fulfilling their own existing indicators.

Keywords: Kayaking, Ciherang River, Water Sport Tourism

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 16 Januari 2021

Disetujui : 10 Maret 2021

Tersedia secara Online Mei 2021

Alamat Korespondensi:

Hartifiany Praisra

Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pascasarjana,

Universitas Padjadjaran

Jl. Dipati Ukur No. 35 Bandung, Jawa Barat

E-mail: hartifiany12001@mail.unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Dalam pariwisata, salah satu aspek yang ada di dalamnya adalah atraksi. Atraksi menjadi hiburan bagi setiap penontonnya sehingga menimbulkan kepuasan. Tak jarang atraksi tersebut seakan-akan menjadi kebutuhan yang harus dilakukan agar hasrat hiburannya terpenuhi. Berbagai pilihan atraksi bisa disesuaikan dengan ketertarikan penonton pada suatu

hal. Seperti anak kecil yang merasa senang menonton sirkus atau bahkan orang tua yang merasa terhibur dengan menonton opera. Penelitian menyebut definisi *sport tourism* sebagai orang-orang yang sengaja pergi ke suatu destinasi dengan tujuan menonton atau berpartisipasi dalam ajang olahraga (Tarlow, 2017). Hal ini mengindikasikan bahwa atraksi tidak bisa terpisahkan dari suatu perjalanan wisata sebagaimana dalam *sport tourism*.

Sport tourism menjadi bagian dari pariwisata minat khusus. Ajang olahraga menarik wisatawan untuk datang ke suatu destinasi dan melakukan berbagai hal seperti aktivitas olahraga atau hanya menonton ajang tersebut. Wisatawan yang hadir untuk menonton ajang olahraga muncul karena ketertarikan atas faktor yang berada di dalamnya, seperti tertarik melihat tawaran yang ada dalam iklan (Trauer, 2006). Wisatawan rela untuk melewati perjalanan jauh untuk bisa liburan baik dengan melakukan aktivitas olahraga, bepergian untuk menonton kompetisi bahkan keduanya (McManus, 2020).

Olahraga bisa menjadi alasan seseorang memilih liburan dengan menjadikan aktivitas olahraga sebagai komponen liburan, selain mencari pelarian dan istirahat dalam rutinitas sehari-hari saat berlibur, wisatawan juga menggunakan aktivitas olahraga sebagai sarana relaksasi dan kesempatan untuk menemukan olahraga baru. Wisatawan akan mengambil bagian dari olahraga dari jenis olahraga yang lebih baru, sedang berkembang, atau dengan infrastruktur atau peralatan yang tidak mungkin untuk dilakukan selain dalam kondisi khusus atau pengawasan langsung (Axhausen, 2001). Olahraga menarik minat karena memiliki nilai-nilai dibaliknya, keragaman, membawa persatuan, manfaat kebugaran jasmani dan kenikmatan setelah berolahraga.

Tren yang berkembang saat ini adalah mencari aktivitas yang masih belum terkenal atau terjamah oleh khalayak luas. Tren ini muncul dengan adanya daya tarik destinasi wisata dan atraksi baru sehingga wisatawan yang datang menganggap kedatangan pengunjung adalah hal yang sangat istimewa sehingga merekomendasikannya ke khalayak luas baik secara langsung maupun tidak langsung seperti menggunakan media sosial. Tren ini pun dimanfaatkan oleh pelaku pariwisata dalam membuka destinasi wisata dan atraksi baru.

Penawaran atraksi yang saat ini tengah dikembangkan adalah Kayak X yang berada di Sungai Ciherang, Desa Kiangroke, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Kayak X merupakan atraksi wisata yang mengajak pengunjung untuk menyusuri Sungai Ciherang dengan menggunakan kayak. Tentu kayak tersebut berbeda dibandingkan kayak yang digunakan oleh atlet profesional. Kayak X terus dikembangkan oleh warga lokal. Pada 2013

lalu, Sungai Ciherang sudah digunakan untuk bermain kayak oleh warga sekitar dan tidak dibuka untuk umum. Baru pada 2017, pengelola Kayak X, Ridwan berani untuk membuka Sungai Ciherang untuk umum dan memperkenalkan kayak pada wisatawan.

Kayak sendiri bukan olahraga yang mudah dilakukan oleh sembarang orang. Kayak adalah hasil berpikir dari tindakan bepergian menyusuri aliran air sungai atau laut dengan menggunakan kapal yang hanya bisa dinaiki satu orang saja. Badan kapal harus bisa memotong besarnya volume air tanpa memberikan beban bagi pendayung, sebaliknya, jika badan kapal gagal memotong volume air maka badan kapal akan tenggelam (Neupane, 2012). Untuk itu, kayak terbuat dari bahan yang tidak mudah rusak dan ringan. Biasanya, kayak terbuat dari busa, plastik *polietilen* dan *fiberglass*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif, berusaha mencari, menemukan, menggali, dan menganalisis untuk mendapatkan kebenaran (Darmalaksana, 2020). Artikel ini menggunakan kajian literatur dari beberapa referensi yang relevan untuk memecahkan permasalahan, diantaranya adalah *Comparing Three Approaches to Estimating Optimum White Water Kayak Flows in Western Norway* (Zinke, Sandvik, Nesheim, & Seifert-Dähnn, 2018), *The effects of age, gender, and level of experience on motivation to sea kayak* (O'Connell, 2010), dan pengembangan konsep pariwisata sungai berbasis masyarakat (Tisnawati & Ratriningsih, 2017). Kajian literatur mengumpulkan artikel dari beberapa sumber untuk menghimpun data yang dibutuhkan dengan subjek penelitian (Afiyanti, 2014), sebagai pendukung penelitian, digunakan pula deskriptif kualitatif untuk menggambarkan informasi melalui data yang dikumpulkan menjadi kunci penelitian ini. Peneliti akan memanfaatkan analisis MSPDM (*Marketibility, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation*) dibandingkan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*). Analisis SWOT masih kurang efektif dalam menganalisa kajian dari perencanaan, sehingga MSPDM digunakan sebagai analisa dalam mempersiapkan program pengembangan, proses dan evaluasi target dalam periode yang ditetapkan (Priatmoko, 2019). MSPDM setiap aspek memiliki parameter yang dijelaskan dengan rincian unsur dan memiliki acuan dalam memberikan nilai seperti yang diperlihatkan dalam Tabel 1. Dari analisis tersebut, dapat dilihat berapa nilai yang dimiliki oleh Kayak X.

Tabel 1. Nilai dari analisis MSPDM

Aspek	Parameter	Rincian Unsur	Nilai
Pemasaran	A. Pengemasan produk wisata	Bentuk kemasan barang atau jasa wisata yang ditampilkan	Kesepakatan dan standarisasi atas bentuk dan jenis produk wisata
	B. Model promosi	Pilihan berbagai media promosi	Pengelolaan media promosi dan koordinasi komunikasi
	C. Sistem informasi wisata	Kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas orang yang menggunakan teknologi untuk mendukung aktivitas wisata	Penggunaan sistem informasi dan pengelolaan informasi
	D. Distribusi pemasaran	Jangkauan relasi pemasaran produk wisata	Jangkauan produk wisata dari lokal hingga internasional
Keberlanjutan	A. Ambang batas pembangunan fisik	Penggunaan luas lahan terbuka untuk pembangunan fisik	Pengaturan soal lahan dan penggunaan lahan terbuka
	B. Ambang batas jumlah pengunjung	Jumlah pengunjung di aneka obyek wisata terhadap daya dukung lingkungan sesuai standar UNWTO	Skenario jalur tapak dan jumlah pengunjung
	C. Ambang batas sumber daya alam	Kemampuan suplai dan daya tahan sumber daya alam atas kebutuhan wisatawan di aneka obyek wisata	Pengaturan penggunaan sumber daya alam dan pembaharuan daya dukung sumber daya alam
	D. Respon masyarakat setempat	Reaksi dan aksi masyarakat setempat terhadap aktivitas wisata	Keterlibatan masyarakat terhadap aktivitas wisata
	E. Respon wisatawan	Reaksi dan aksi wisatawan yang berkunjung	Model wisatawan yang berkunjung
	F. Respon pemerintah setempat	Reaksi dan aksi pemerintah atas pengembangan pariwisata	Agenda pengembangan kawasan dan perlindungan melalui rencana dari <i>stakeholder</i> terkait
Partisipasi	A. Sumber daya lokal	Penggunaan aneka sumber daya dan bahan lokal di obyek wisata	Penggunaan sumber daya lokal sebagai pelengkap hingga menjadikannya sebagai sebuah tema Kawasan
	B. Tanggung jawab lokal	Keterlibatan masyarakat lokal atas pengelolaan dan pengembangan organisasi wisata setempat	Organisasi wisata sebagai <i>regulator</i> dan memiliki keterkaitan dengan pemangku kepentingan lintas sektoral
	C. Variasi daerah setempat	Keunikan aneka daya tarik wisata setempat	Keunikan daya tarik setempat menjadi

Aspek	Parameter	Rincian Unsur	Nilai
			kesadaran bagi masyarakat dan dikemas serta dilindungi secara hukum
	D. Keuntungan ekonomi lokal	Sebaran pendapatan yang diterima oleh masyarakat setempat dan pelaku langsung	Lembaga usaha yang dibentuk telah mengatur pembagian keuntungan baik pada warga maupun pihak eksternal
Mitigasi Bencana	A. Bencana alam	Antisipasi terhadap risiko dan perencanaan pemulihan	Adanya jalur penyelamatan dan tim khusus dalam menangani kebencanaan dan konsep pemulihan pasca bencana
	B. Bencana non alam	Antisipasi kesalahan human eror dan standarisasi minimal keamanan dan kesehatan	Adanya standarisasi seabgai acuan bagi pelaku wisatawan dan wisatawan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kayak merupakan salah satu olahraga ekstrim yang pamornya belum menyamai pamor olahraga air lainnya seperti dayung, arum jeram, kano, dan selancar. Meski hampir mirip dengan kano, kayak sendiri memiliki perbedaan yang signifikan jika diperhatikan baik baik dari cara mengendalikan dan maupun dari bahan pembuatannya seperti yang dijelaskan pada Tabel 2. Di Indonesia, kayak berada di bawah Persatuan Olahraga Dayung Seluruh Indonesia (PODSI). Wisata olahraga air, kayak belum dinaungi oleh organisasi apapun.

Tabel 2. Perbedaan kayak dan kano

Klasifikasi	Kayak	Kano
Desain perahu	Dek tertutup	Dek terbuka
Bahan	Busa, plastik polietilen, fiberglass	Kayu
Jumlah pedayung	Hanya 1 orang	Bisa lebih dari 1 orang
Posisi pedayung	Kaki lurus	Kaki terlipat
Pedal	Dayung bilah ganda	Dayung bilah tunggal
Aliran air	Sungai arus deras	Sungai arus tenang dan danau

Sungai Ciherang yang digunakan untuk Kayak X berada di Desa Kiangroke, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Sungai Ciherang merupakan anak sungai yang berasal dari Sungai Cisangkuy yang berakhir di daerah aliran sungai (DAS) Citarum. Sungai Ciherang sendiri melewati beberapa wilayah di Kabupaten Bandung, diantaranya adalah Kecamatan Soreang, Kecamatan Banjaran dan Kecamatan Pemeumpeuk. Kayak X sendiri hanya menggunakan aliran Sungai Ciherang sejauh 1 kilometer.

Dalam pengelolaannya, Kayak X menggunakan sistem *Community-based tourism* (CBT) dengan menarik pemuda sekitar Desa Kiangroke. Pengelolaan semacam ini bisa menambah pendapatan warga sekitar dan meningkatkan ekonomi dari desa itu sendiri karena membutuhkan arus sungai yang deras, Kayak X ini direkomendasikan untuk datang pada saat musim hujan. Peserta yang datang hanya perlu membayar 50.000 rupiah dan melakukan latihan dasar oleh tim pengelola (Mauludin, 2020).



Gambar 1. Peta sungai Sungai Ciherang (sumber: *google map*)

Bagi yang tidak berani bermain kayak, terdapat pilihan atraksi lain seperti rafting atau menyusuri sungai dengan menggunakan ban bekas dan berfoto di beberapa obyek yang tersedia sepanjang Sungai Ciherang seperti sawah, genangan air dan saluran irigasi. Wisatawan mendapatkan pengawasan di bawah atlet profesional, karena bagaimanapun, selama pandemi *Covid-19* atlet membutuhkan latihan untuk menjaga kondisinya meski tidak ada kompetisi. Wisatawan pun dapat menikmati kudapan khas sunda seperti jagung rebus, kacang rebus, ubi rebus dan bajigur serta bandrek untuk menghangatkan diri usai menyusuri Sungai Ciherang.

Pengembangan destinasi wisata atraksi ini dianalisis menggunakan analisis MSPDM (*Marketability, Sustainability, Participatory, and Disaster Mitigation*) atau dari pemasaran, keberlanjutan, partisipasi dan mitigasi bencana agar bisa terlihat sejauh mana pengembangan dari Kayak X. Terdapat beberapa indikator yang dianalisis dari aspek pemasaran, keberlanjutan, partisipatif, dan konsep manajemen mitigasi bencana. Masing-masing

indikator tersebut akan menunjukkan sejauh mana Kayak X dapat berkembang dan evaluasi indikator untuk diperbaiki. Pada Tabel 1. disajikan bagaimana indikator dari masing-masing aspek yang kemudian dinilai dengan *self-assessment* dengan menunjukkan kondisi yang ada di lapangan seperti pada Tabel 3. Sistem skoring tersebut akan dihitung dan menunjukkan apakah destinasi wisata Kayak X masuk pada tahap embrio, rintisan, tumbuh atau sudah mandiri.

Tabel 3. Hasil Penilaian pada Kayak X

Aspek	Parameter	Nilai
Pemasaran	A. Pengemasan produk wisata	2
	B. Model promosi	3
	C. Sistem informasi wisata	2
	D. Distribusi pemasaran	3
Nilai Rata-Rata		2,5
Keberlanjutan	A. Ambang batas pembangunan fisik	1
	B. Ambang batas jumlah pengunjung	3
	C. Ambang batas sumber daya alam	1
	D. Respon masyarakat setempat	3
	E. Respon wisatawan	3
	F. Respon pemerintah	1
Nilai Rata-Rata		2
Partisipasi	A. Sumber daya lokal	4
	B. Tanggung jawab lokal	2
	C. Variasi daerah setempat	2
	D. Keuntungan ekonomi lokal	2
Nilai Rata-Rata		2,5
Mitigasi Bencana	A. Bencana alam	3
	B. Bencana non alam akibat gagal teknologi, wabah penyakit	3
Nilai Rata-Rata		3

Masing-masing indikator akan diberi nilai dari 1-4 sesuai dengan obyek dan paket wisata dari Kayak X. Karena aktivitas hanya berkisar olahraga air kayak, maka hasil pengukuran hanya akan dilihat dari aspek atraksi Kayak X itu saja tanpa melibatkan unsur paket wisata lain. Apalagi Kayak X belum memiliki sarana pendukung pariwisata lain seperti penjualan *merchandise*, restoran, maupun tempat penginapan. Skala nilai akan dihitung dan memiliki sebutan seperti: embrio (skala 1.00-1.99); rintisan (skala 2.00-2.99); tumbuh (3.00-3.99) tumbuh, dan; mandiri (skala 4.00-5.00).

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian dengan melihat langsung kondisi di destinasi wisata Kayak X. Bersama pengelola, Ridwan, peneliti melakukan pemantauan dan penilaian berdasarkan indikator yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dari hasil pembahasan ditemukan

beberapa kekurangan diantaranya adalah keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan promosi pemasaran, kurangnya perlindungan terhadap wisatawan, serta sarana pendukung lainnya seperti tempat parkir maupun Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Dari aspek pemasaran, pengemasan produk wisata masih belum bisa terpenuhi secara menyeluruh karena meski sudah ada standar untuk produk wisata, namun belum didukung untuk semua produk. Kayak menjadi daya tarik utama, namun wisatawan lebih tertarik untuk menikmati alam dengan wisata foto dan merasa takut untuk bermain kayak. Tak jarang Ridwan harus meyakinkan wisatawan untuk benar-benar mau meski akhirnya hanya sekedar bermain di sungai atau rafting menggunakan ban. Sehingga aktivitas utama belum bisa terjual secara penuh. Dalam hal model promosi, Kayak X hanya menggunakan media sosial untuk memperkenalkan Kayak X. Tidak ada dukungan website atau kerja sama dengan aplikasi pariwisata dalam menjual paket kayak tersebut. Namun Ridwan mengakui dengan adanya media cetak atau media daring yang meliput kegiatan Kayak X bisa menambah ketertarikan wisatawan untuk datang.



Gambar 2. Wisatawan menikmati olahraga kayak (Dokumentasi Kayak X)

“Misalnya ada surat kabar yang datang untuk meliput, setelah beberapa hari akan ada terus pengujung yang datang. Paling tidak ada teman-teman wartawan lain yang ikut meliput. Bagi saya hitung-hitung promosi karena kita juga bisa menyimpan hasil liputannya, difigurain (dipajang) istilahnya.”

Sistem informasi pun hanya menggunakan satu pintu saja, yaitu dari Ridwan. Kekurangan terlihat disini karena Ridwan juga bertindak sebagai guide sehingga tak jarang ketika wisatawan meminta informasi Ridwan telat membalas atau mengangkat panggilan telepon. Apalagi, sistem Kayak X adalah booking karena termasuk private tour. Dari parameter parameter distribusi pemasaran, wisatawan yang datang masih berkisar dari Bandung Raya seperti Kabupaten Bandung, Kota Bandung, Kota Cimahi, dan Kabupaten

Bandung Barat. Namun tak jarang ada wisatawan yang sengaja datang dari luar provinsi Jawa Barat karena direkomendasikan oleh temannya maupun mendapat kabar dari media sosial sehingga tertarik untuk datang.

Aspek keberlanjutan, terdapat parameter mengenai ambang batas pembangunan fisik yang belum memenuhi indikator yang ada. Hal ini karena Sungai Ciherang sendiri tidak dikelola langsung oleh Kayak X sehingga belum ada pengaturan penggunaan lahan atau izin penggunaan lahan dari pihak yang terkait. Parameter ambang batas jumlah pengunjung, meski tidak ada standar tertulis, namun Kayak X membatasi pengunjung dengan membagi waktu kunjungan, setelah booking, Ridwan akan menawarkan pilihan jam untuk kunjungan. Wisatawan sendiri tidak bisa dadakan datang ke Sungai Ciherang karena harus melihat debit air dan kondisi arus dari Sungai Ciherang.

Berdasarkan ambang batas sumber daya alam, ada keterbatasan untuk menggunakan sepenuhnya Sungai Ciherang. Hal ini karena belum adanya peraturan mengenai destinasi wisata Kayak X yang diatur oleh pemangku kebijakan terkait. Hal ini karena Kayak X masih merintis usaha termasuk menyelesaikan perizinan yang ada. Tentunya hal tersebut terkait dengan respon masyarakat setempat. Meskipun menyambut baik adanya Kayak X di Sungai Ciherang, namun warga terkesan acuh karena merasa tidak perlu terlibat pada aktivitas wisata. Padahal warga sekitar bisa memanfaatkannya dengan membangun usaha seperti warung, restoran bahkan penginapan.

Parameter respon wisatawan pun masih terbatas, meski datang dalam bentuk grup baik grup keluarga maupun grup tertentu, namun wisatawan tersebut tidak memaksimalkan tawaran atraksi karena alasan-alasan tertentu. Sayangnya pemerintah belum merespon baik pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung, Yosep Nugraha menyebut harus ada perizinan yang diajukan sehingga ada aspek dari dinas.

“Pertama kejelasan, siapa yang menyelenggarakan itu, kalau masyarakat bisa membentuk komunitas. Kemudian masuk wilayah industri, usaha harus memiliki kelembagaan, untuk awalan mau bekerja sama dengan desa, dinas, swasta itu ada syarat dan prosedurnya. Tapi untuk pemberdayaan tentu harus disambut baik,”

Aspek partisipasi, terdapat parameter sumber daya lokal yang telah memenuhi indikator untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya lokal khususnya dalam pembuatan kayak, alat perlindungan diri seperti helm dan jaket pelampung, pedal dan alat pengaman lainnya yang dibuat sendiri, namun belum ada tanggung jawab lokal yang bisa dipenuhi, karena meski pengelolaan bersifat *community-based tourism*, namun masyarakat lokal tidak ingin

membentuk organisasi maupun ikut dalam berbagai aktivitas kegiatan. Padahal organisasi atau suatu lembaga publik dapat digerakkan agar segala sesuatu dapat berjalan secara efektif (tepat guna) dan efisien (tepat waktu, tenaga, dan biaya) (Natal & Bate, 2020). Hal ini pun berpengaruh pada parameter selanjutnya, variasi daerah setempat, karena tidak ada keunikan mencolok dari daerah tersebut yang bisa dikemas bersama Kayak X. Padahal tidak jauh dari Kayak X, terdapat makanan khas setempat bernama Rudjak Ciherang yang bisa menjadi daya tarik wisatawan itu sendiri. Tentunya cara tersebut bisa menambah keuntungan ekonomi lokal. Karena saat ini tidak ada keuntungan ekonomi yang diterima masyarakat setempat kecuali pekerja yang bergabung dengan Kayak X itu sendiri.

Aspek mitigasi bencana, Kayak X memang berhubungan erat dengan bencana alam. Periode terbaik untuk menikmati atraksi ini adalah ketika musim hujan, namun karena musim hujan Kabupaten Bandung kerap terkena banjir, maka akses untuk ke Sungai Ciherang pun sulit. Sungai Ciherang sendiri, karena sudah ada pintu irigasi yang bisa diatur untuk melihat debit air akibat hujan deras sehingga tidak masalah jika terjadi hujan. Pandemi Covid-19 pun menjadi salah satu kerugian tersendiri karena berkurangnya kunjungan wisatawan dari luar Bandung Raya. Standar kesehatan yang sudah dibuat meski dari Kayak X sendiri belum mengikuti sertifikasi *Cleanliness, Health and Safety and Environmental Sustainability* (CHSE) atau Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berdasarkan penetapan dari Pemerintah Indonesia, *World Health Organization* (WHO) dan *International Rafting Federation* (IRF) serta keterlibatan Federasi Arung Jeram Indonesia (FAJI) (Handayani, 2020). Meski tidak ada dari kayak, namun pedoman dari arung jeram bisa dijadikan dasar untuk protokol kesehatan bagi seluruh pihak, baik pengelola maupun wisatawan yang berkunjung ke Sungai Ciherang untuk menikmati atraksi yang ditawarkan Kayak X. Dari Tabel 3. tersebut, rata-rata nilai aspek dari pemasaran adalah rintisan dengan skor 2,5, sementara untuk keberlanjutan adalah rintisan dengan skor 2, kemudian partisipasi memiliki rata-rata nilai 2,5 dengan sebutan rintisan dan mitigasi bencana memiliki nilai rata-rata 3 yang berarti tumbuh. Kemudian keempat aspek ini dihitung total nilai kawasan dengan cara penjumlahan nilai rata-rata aspek dibagi empat atau hitungan seperti di bawah ini:

$$\frac{\text{Jumlah nilai aspek}}{\text{Total aspek}} = \frac{(M + S + P + DM)}{4}$$

$$\frac{(2,5 + 2 + 2,5 + 3)}{4} = 2,5$$

Hasil dari total nilai destinasi wisata atraksi Kayak X adalah 2,5 artinya Kayak X adalah destinasi wisata rintisan yang bisa terus berkembang dengan memenuhi segala faktor yang ada sehingga bisa menjadi destinasi wisata mandiri. Tentunya dengan meningkatkan indikator tersebut wisatawan yang pernah datang akan berminat untuk datang lagi di waktu yang akan datang. Minat beli ulang atau *repurchaseintention* terbentuk ketika konsumen yang telah membeli produk atau jasa untuk membeli ulang dan menjadi ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan (Firdaus, Yuliani, Muktamar, & Sulastri, 2020).

KESIMPULAN

Pariwisata olahraga air memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan destinasi wisata atau atraksi lainnya. Dalam pengembangan Kayak X terdapat kelebihan seperti menikmati liburan dengan cara baru dan bahkan merasakan terpacunya adrenaline yang ditawarkan oleh pengelola. Namun dari analisis MSPDM ternyata Kayak X hanya memenuhi destinasi wisata rintisan dan perlu mengembangkan potensi yang ada. Seluruh indikator tidak ada yang memenuhi nilai sempurna harus bisa terpenuhi agar destinasi wisata Kayak X bukan hanya sebagai wisata olahraga alternatif melainkan menjadi destinasi wisata yang wajib dikunjungi apabila wisatawan berkunjung ke Kabupaten Bandung khususnya Kecamatan Banjaran dan sekitarnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bukan hanya bagi pengelola Kayak X saja tapi juga destinasi wisata lainnya yang kini tengah berkembang pesat di Indonesia. Setiap indikator tentu tidak bisa dipenuhi semua secara langsung dan membutuhkan proses. Perlu adanya promosi agar pemenuhan indikator dapat tercapai dengan hasil yang maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas bantuan dari Ridwan untuk dukungan data dan wawancara. Ridwan menjadi salah satu pencetus Kayak X dan terus mengembangkan olahraga air kayak dengan membuka sekolah kayak di Sungai Ciherang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2014). Penggunaan literatur dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 9(1), 32–35. <https://doi.org/10.7454/jki.v9i1.157>
- Axhausen, K. W. (2001). Transport and Tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(1), 59. [https://doi.org/10.1016/s0969-6989\(99\)00029-6](https://doi.org/10.1016/s0969-6989(99)00029-6)
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Firdaus, Yuliani, Muktamar, R. N., & Sulastri. (2020). Kepuasan konsumen terhadap penyelenggaraan event olahraga sepak bola. *Altius: Jurnal Ilmu Olahraga Dan Kesehatan*, 9(2), 10–16. <https://doi.org/10.36706/ALTIUS.V9I2.12305>
- Handayani, R. (2020). Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan

- Kelestarian Lingkungan untuk Wisata Arung Jeram. In *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Deputi Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (Events) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved from <http://www.faji.org/chse.php>
- Mauludin, L. A. (2020, December 18). Tempat Wisata Alternatif, Bermain Kayak di Sungai Ciherang, Banjarnegara, Menikmati Olahraga Ekstrem - Tribun Jabar. Retrieved March 18, 2021, from <https://jabar.tribunnews.com/2020/12/18/tempat-wisata-alternatif-bermain-kayak-di-sungai-ciherang-banjarnegara-menikmati-olahraga-ekstrem>
- McManus, J. (2020). Football tourist trips: a new analytic for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 84, 102985. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102985>
- Natal, Y. R., & Bate, N. (2020). Manajemen pengelolaan sarana dan prasarana PJOK. *Altius: Jurnal Ilmu Olahraga Dan Kesehatan*, 9(2), 70–82. <https://doi.org/10.36706/ALTIUS.V9I2.12879>
- Neupane, B. P. (2012). *KAYAKING: Guide for Beginners* (Central Ostrobothnia University of Applied Sciences). Central Ostrobothnia University of Applied Sciences. Retrieved from https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/49209/Neupane_BP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- O'Connell, T. S. (2010). The effects of age, gender and level of experience on motivation to sea kayak. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, 10(1), 51–66. <https://doi.org/10.1080/14729671003669289>
- Priatmoko, S. (2019). Perencanaan pengembangan destinasi wisata menggunakan analisis MSP+DM. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1), 33–41. <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5624>
- Tarlow, P. E. (2017). *Sports Travel Security*. Oxford: Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/book/9780128050996/sports-travel-security>
- Tisnawati, E., & Ratriningsih, D. (2017). Pengembangan konsep pariwisata sungai berbasis masyarakat: studi kasus: kawasan bantaran Sungai Gadjah Wong Yogyakarta. *Jurnal Arsitektur KOMPOSISI*, 11(5), 201. <https://doi.org/10.24002/jars.v11i5.1293>
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism - Frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183–200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.004>
- Zinke, P., Sandvik, D., Nesheim, I., & Seifert-Dähnn, I. (2018). Comparing three approaches to estimating optimum white water kayak flows in Western Norway. *Water*, 10(12), 1–19. <https://doi.org/10.3390/w10121761>