

Dampak Musim Liburan dan Fluktuasi Omset di Destinasi Wisata Bandung Offroad Track Cikole

The Impact Of The Holiday Season And Fluctuation Of Turnover At The Bandung Tourist Destination Offroad Track Cikole

Yulianti Permatasari¹, Aldy Santo Hegiarto²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Yulianti Permatasari¹, email: yulianti10121674@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 27/07/2025

Diterima: 29/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

Fluktuasi Omset, Pariwisata Offroad, Pemasaran

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak musim liburan dan fluktuasi omset di destinasi wisata Bandung Offroad Track Cikole, Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan terdiri dari TOP Manajemen / CEO Bandung Offroad, Koordinasi Lapangan Bandung Offroad, Staf Keuangan Bandung Offroad Dan Driver Land Rover. Hasil penelitian menunjukkan bahwa musim liburan berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang secara langsung yang berdampak pada kenaikan omset usaha, terutama pada akhir tahun dan masa libur sekolah. Namun, fluktuasi tetap terjadi karena pengaruh eksternal seperti kondisi politik (misalnya pemilu), cuaca, dan kebijakan pemerintah. Promosi melalui media sosial terbukti efektif dalam menarik minat wisatawan selama musim liburan. Selain itu, perusahaan menerapkan strategi peningkatan layanan, kesiapan sumber daya manusia, dan diversifikasi paket wisata untuk menghadapi lonjakan pengunjung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa musim liburan berperan penting dalam memicu peningkatan pendapatan di sektor wisata offroad, diperlukan strategi pemasaran berkelanjutan serta pengelolaan operasional yang adaptif guna menjaga stabilitas omset dan kepuasan wisatawan.

A B S T R A C T

Keywords:

Turnover Fluctuation, Offroad Tourism, Marketing

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

This study aims to analyze the impact of the holiday season and turnover fluctuations at the tourist destination of Bandung Offroad Track Cikole, Lembang, West Bandung Regency. The research employs a qualitative approach with a descriptive method, using data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. Informants include the top management/CEO of Bandung Offroad, the field coordinator, finance staff, and Land Rover drivers. The results show that the holiday season has a significant effect on increasing the number of tourist visits, which directly contributes to higher business turnover, especially during the year-end and school holidays. However, fluctuations still occur due to external factors such as political conditions (e.g., elections), weather, and government policies. Social media promotions have proven effective in attracting tourist interest during the holiday season. In response, the company has implemented strategies for service improvement, human resource readiness, and the diversification of tourism packages to accommodate the surge in visitors. This study concludes that the holiday season plays a crucial role in boosting revenue in the offroad tourism sector. However, sustainable marketing strategies and adaptive operational management are essential to maintain turnover stability and ensure visitor satisfaction.

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1.

Pendahuluan

Wisata Bandung Offroad salah satu perusahaan yang paling populer di Bandung sebagai penyedia jasa wisata kegiatan offroad dan outbound yang memiliki pesaing atau kompetitor yang banyak tepatnya di Bandung dan Bandung Barat. Faktor yang paling menarik perhatian pelanggan biasanya dari segi pelayanan (*service*), peralatan keselamatan (*safety equipment*), daftar harga paket (*pricelist*) dan potongan harga (*diskon*). Bandung Offroad berhasil membuat Grup yang berwisata merasa puas dan terhibur atas setiap kegiatan yang telah dilaksanakan dan nilai tambah seperti konten yang dibagikan dengan kegiatan yang memacu adrenalin yang dibagikan di sosial media untuk dilihat ulang yang menjadikannya sebuah kenangan para grup yang telah berwisata.

Pertumbuhan minat terhadap olahraga offroad di Kabupaten Bandung Barat tepatnya di Cikole, kondisi demografisnya yang mendukung berupa dataran tinggi dikawasan kaki gunung Tangkuban Parahu menjadi tempat offroad alami. Kondisi geografis yang berbukit, kontur tanah yang bervariasi, serta keberadaan hutan pinus yang masih alami menjadikan Cikole sebagai lokasi ideal untuk aktivitas offroad yang menantang sekaligus menyuguhkan panorama alam yang memukau. Infrastruktur penunjang seperti jalur-jalur offroad yang telah dikembangkan oleh komunitas maupun pelaku wisata setempat semakin mendorong pertumbuhan sektor pariwisata berbasis petualangan ini. Selain itu, meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman wisata yang unik dan menantang turut memperkuat posisi Cikole sebagai destinasi unggulan bagi para pecinta offroad, baik dari dalam maupun luar daerah.

Jumlah kunjungan pada saat musim liburan pada tahun 2023-2024 mengalami fluktuasi atau naik turunnya wisatawan. Fluktuasi tersebut berdampak pada omset perusahaan Bandung offroad. Bandung offroad melakukan promosi dan iklan di sosial media agar terus meningkat dan menghasilkan omset yang semakin tinggi. Jika promosi dan iklan bisa menarik perhatian wisatawan, bisa membantu ekonomi bagi masyarakat sekitar. Untuk menambah daya tarik kawasan ini sebagai destinasi offroad yang lengkap dan profesional, diperlukan fasilitas pendukung seperti penyewaan kendaraan 4x4 seperti mobil Land Rover, pemandu wisata, serta penginapan bernuansa alam.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pra survey kepada Bapak Handryanto Setiawan selaku koordinasi lapangan Wisata Bandung Offroad, menyatakan bahwa trafik liburan akhir tahun atau musim liburan peningkatan pengunjung yang berdampak pada Wisata Bandung Offroad khususnya di track cikole. Pada tahun 2023 untuk masa liburan panjang masih signifikan naik untuk antusias *client* terhadap Wisata Bandung Offroad yang cukup bagus. Kemudian pada tahun 2024 mengalami penurunan yang cukup signifikan mungkin karena faktor pemilu dan pemilihan pilkada serentak. Begitupun ketika liburan masa sekolah dan masa kunjungan *corporate*. Di tahun 2025 memasuki bulan Januari sudah mulai ada peningkatan, tetapi pada Wisata Bandung Offroad belum signifikan tetapi sudah ada perubahan dari tahun 2024 yang jauh berbeda.

Peneliti melakukan lagi pra survey kepada Bu Elva Febri selaku staf keuangan Wisata Bandung Offroad, menyatakan bahwa Kalau di bulan biasa perusahaan mendapat 40-an juta. Tapi pada libur akhir tahun kemarin, perusahaan bisa mendapatkan 120 juta karena hampir setiap hari full booking. Kondisi ini menimbulkan penurunan pada omset perusahaan yang memengaruhi aktivitas operasional dan pendapatan pada perusahaan.

Selain itu, terdapat indikasi bahwa walaupun terjadi peningkatan jumlah pengunjung saat musim liburan, tidak semua pelaku usaha wisata merasakan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan mereka. Fluktuasi omset yang tidak menentu bisa saja dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti persaingan usaha, strategi pemasaran, daya beli wisatawan, hingga kondisi cuaca. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana pola omset di Bandung Offroad Trek Cikole berubah selama dan setelah musim liburan.

2. Kajian Teori

A. Manajemen pariwisata

Manajemen pariwisata terdiri dari dua kata yaitu manajemen dan pariwisata. Manajemen adalah proses mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain. Pengertian manajemen pariwisata pada dasarnya menitik

beratkan pada pengelolaan sumber daya pariwisata, interaksi antara wisatawan dengan alam dan masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. (Roedjinandari, 2021)

B. Perilaku konsumen atau wisatawan

Menyatakan perilaku konsumen di definisikan sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita, dimana manusia melakukan aspek perkuran dalam hidup mereka. Sementara gerald zaltman dan melani wallendorf mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan - tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber – sumber lainnya. (Amirullah, 2020)

C. Musim liburan dan dampaknya

Musim liburan adalah periode waktu tertentu dalam setahun di mana sebagian besar masyarakat memiliki waktu luang yang bersamaan, biasanya karena adanya libur sekolah, cuti bersama, hari besar keagamaan, atau libur nasional (Ritchie, 2022). Dalam konteks pariwisata, musim liburan sering dikaitkan dengan peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan ke berbagai destinasi.

D. Pemasaran wisata

Menurut Middleton dan Clarke (2020), pemasaran wisata adalah aktivitas manajerial yang bertugas memprediksi, mengarahkan, dan memuaskan permintaan wisatawan dengan cara yang menguntungkan secara ekonomi dan sosial bagi destinasi tersebut.

Konsep bauran pemasaran dapat digunakan dalam membantu memahami produk yang akan dipasarkan, juga membantu dalam memaksimalkan kepuasan pelanggan. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi Marketing Mix yang dilakukan serta mengetahui pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Pelanggan. (Hegiarto, 2024)

E. Peningkatan omset dan ekonomi lokal

Omset (*revenue/turnover*) adalah jumlah total pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu, sebelum dikurangi biaya operasional atau pajak (Kotler & Keller, 2020). Dalam konteks pariwisata, omset pelaku usaha wisata mencerminkan seberapa besar aktivitas ekonomi yang terjadi akibat konsumsi wisatawan baik dari penjualan tiket, jasa pemanduan, penyewaan, makanan, hingga oleh-oleh.

F. Olahraga offroad

Offroad adalah aktivitas berkendara di luar jalan beraspal atau jalan raya, melewati medan alami seperti tanah, lumpur, pasir, bebatuan, sungai, dan hutan. Kendaraan yang digunakan biasanya adalah mobil 4x4 seperti Land Rover, Jeep, Toyota Land Cruiser dan masih banyak lagi macam-macam mobil offoad lainnya. Atau menggunakan motor trail yang dirancang untuk menghadapi medan sulit. Kegiatan offroad ini termasuk kedalam kategori wisata olahraga jenis *active sport tourism*.

3. Metode Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dari Dampak Musim Liburan Dan Fluktuasi Omset Di Destinasi Wisata Bandung Offroad Track Cikole. Pada bab ini dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam melakukan penelitian. Dimulai dengan latar belakang pemilihan metode penelitian kualitatif sebagai desain penelitian dan bagaimana implementasinya, termasuk penetapan kriteria pemilihan informan dan bagaimana proses analisis data yang akan dilakukan. Penelitian ini akan menghasilkan data berupa data deskriptif yaitu kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, sehingga metode ini sangat tepat digunakan. Dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara keseluruhan mengenai dampak musim liburan dan fluktuasi omset di destinasi wisata bandung offroad track cikole.

Penelitian kualitatif ialah untuk memahami atau memperoleh pemahaman mengenai fenomena atau gejala yang diangkat untuk diteliti secara mendalam (Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, 2010)

Metode penelitian kualitatif dipilih oleh peneliti didasarkan pada pernyataan peneliti mengenai bagaimana kontribusi dampak musim liburan terhadap destinasi offroad dan strategi pemasaran untuk peningkatan omset. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis peningkatan omset akibat musim liburan pada perusahaan Wisata Bandung Offroad. Fokus utamanya adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong peningkatan pendapatan, seperti peran jumlah pengunjung, paket wisata, tarif layanan, dan promosi. Selain itu, penelitian ini

bertujuan memberikan rekomendasi strategi pemasaran dan solusi untuk menjaga keseimbangan antara peningkatan omset dan perbaikan kualitas layanan wisata.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara akan dilakukan dengan *TOP Management / CEO* Bandung Offroad, Koordinasi lapangan Bandung Offroad, Driver Land rovet selaku pelaku usaha, dan Staff keuangan Bandung Offroad. Selain itu, wawancara juga melibatkan wisatawan sebagai informan untuk memperoleh perspektif mengenai layanan yang mereka terima. Observasi akan dilakukan di lokasi usaha untuk melihat pola kunjungan wisatawan, interaksi mereka dengan layanan yang tersedia, serta tantangan yang dihadapi dalam operasional sehari-hari. Dokumentasi berupa data pemasukan keuangan tahun 2023 – 2024.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis tematik, di mana hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikategorikan ke dalam tema-tema utama seperti tren omset berdasarkan periode waktu, kendala dalam pelayanan, serta strategi yang diterapkan dalam menghadapi lonjakan wisatawan. Hasil analisis ini akan memberikan gambaran mengenai pola peningkatan omset serta rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan bisnis pariwisata.

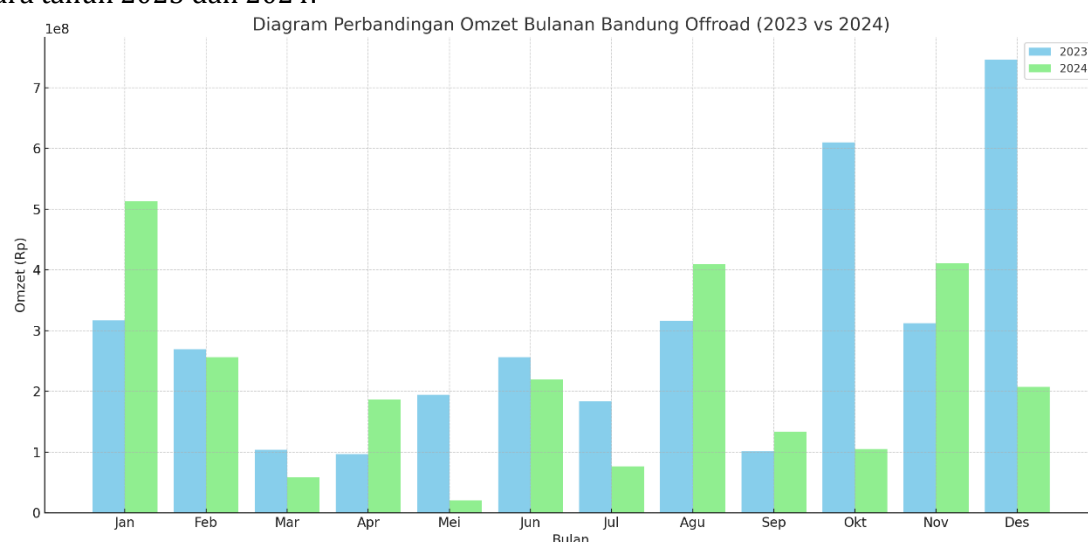
4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian merupakan fakta yang ditemukan dari obyek yang diteliti berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Pada bagian ini penulis memaparkan hasil-hasil yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan pada bagian I. Jika tujuan penelitian adalah untuk menggambarkan suatu obyek, maka penulis harus memaparkan dan menggambarkan hasil temuan dari obyek yang diamati. Demikian selanjutnya.

Musim liburan menjadi salah satu faktor utama yang berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Bandung Offroad di Track Cikole. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola serta staf keuangan, terdapat pola kunjungan yang meningkat secara signifikan selama periode libur panjang, seperti:

- Libur sekolah (Juni–Juli dan Desember)
- Libur Natal dan Tahun Baru
- Libur Lebaran dan akhir pekan panjang (long weekend)

Berikut adalah data diagram batang perbandingan omset bulanan Bandung Offroad Track Cikole antara tahun 2023 dan 2024:



- Warna biru muda mewakili omzet tahun 2023
- Warna hijau muda mewakili omzet tahun 2024

Diagram ini dengan jelas menunjukkan fluktuasi pendapatan, serta perbandingan performa bulanan antar tahun. Misalnya:

- Desember 2023 unggul jauh dibanding Desember 2024.
- Januari 2024 justru mengalami peningkatan signifikan dibanding Januari 2023.

Selain itu, lonjakan kunjungan juga dipengaruhi oleh meningkatnya minat terhadap wisata alam dan petualangan pascapandemi, serta tren wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*). Wisatawan yang datang terdiri dari berbagai segmen, seperti:

- Keluarga yang ingin mencoba aktivitas alam bersama anak-anak
- Komunitas atau klub otomotif
- Perusahaan yang mengadakan *outing*, *team building*, atau *family gathering*.

Hasil penelitian telah ditemukan data dari hasil observasi dan wawancara tentang Dampak Musim Liburan Dan Fluktuasi Omset Di Destinasi Wisata Bandung Offroad. Selanjutnya peneliti akan sajikan uraian pembahasan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dengan mengacu pada hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya. Adapun hasil dari rumusan masalah yang terdapat pada BAB 1 yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dampak musim liburan pada destinasi wisata Bandung Offroad di trek Cikole, khususnya dalam hal fluktuasi jumlah wisatawan terhadap pendapatan perusahaan dan usaha masyarakat lokal dan peran promosi melalui media sosial dan strategi pemasaran yang efektif pada musim liburan untuk peningkatan omzet destinasi wisata Bandung Offroad Track Cikole

Berdasarkan wawancara dengan empat narasumber dari pihak CEO Bandung Offroad, Koordinator Lapangan Bandung Offroad, Driver Land Rover, dan Staf Keuangan Bandung Offroad, terlihat bahwa Bandung Offroad memiliki peran utama yang signifikan terhadap fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan dan omset usaha pada perusahaan dan masyarakat sekitar yang terlibat. Temuan ini sejalan dengan teori beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa fluktuasi kunjungan wisata sangat dipengaruhi oleh faktor waktu dan musim.

A. Fluktuasi Jumlah Wisatawan dan Dampaknya terhadap Pendapatan.

Seluruh informan menyatakan bahwa musim liburan seperti libur sekolah, akhir pekan tahun dan hari besar nasional menjadi momen puncak kunjungan wisatawan. Lonjakan jumlah pengunjung pada periode ini berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan perusahaan. CEO menyebutkan bahwa pada musim liburan, omset dapat meningkat hingga lebih dari dua kali lipat dibanding hari biasa.

Namun, pada musim sepi (*low season*), terjadi penurunan signifikan dalam jumlah pengunjung yang berdampak langsung pada fluktuasi pendapatan. Staff keuangan mencatat bahwa stabilitas arus kas perusahaan sangat bergantung pada optimalisasi pendapatan saat musim ramai untuk menutupi kebutuhan operasional pada hari bulan biasa.

B. Dampak Ekonomi terhadap Masyarakat Lokal

Koordinasi lapangan dan Driver Land Rover menegaskan bahwa aktivitas wisata offroad turut memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, terutama yang terlibat langsung di lapangan seperti korlap, guide, fasilitator, driver, penyedia jasa makanan dan minuman asongan, restoran, pusat oleh - oleh serta rest area di track offroad. Saat musim liburan, intensitas kegiatan ekonomi masyarakat meningkat sering dengan tingginya permintaan jasa penunjang pariwisata. Sebaliknya, saat kunjungan menurun, usaha – usaha lokal juga mengalami penurunan pendapatan secara signifikan.

C. Peran Media Sosial dan Strategi Promosi

CEO dan staf keuangan bandung offroad sepakat bahwa promosi melalui media sosial pada platform Instagram, TikTok dan WhatsApp Business memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan, terutama generasi muda dan wisatawan luar kota. Konten promosi yang menampilkan keunikan pengalaman offroad, panorama alam cikole, serta testimoni pelanggan terbukti efektif meningkatkan minat kunjungan, terutama saat musim liburan.

Selain itu, strategi bundling paket wisata seperti Fun Offroad, makan siang 1x, dan fun game (outbound) kerja sama dengan agen perjalanan juga dianggap sukses dalam mendorong jumlah kunjungan secara signifikan.

D. Strategi Peningkatan Omzet di Musim Liburan

Koordinator lapangan bandung offroad juga menjelaskan bahwa peningkatan kesiapan operasional seperti pengecekan armada dan penguatan SOP keselamatan menjadi bagian dari strategi pelayanan optimal guna menjaga kepuasan pelanggan saat kunjungan membludak.

Musim liburan memberikan dampak positif yang sangat signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan di destinasi wisata bandung offroad. Fluktuasi kunjungan ini tidak hanya berdampak terhadap performa keuangan perusahaan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi langsung bagi masyarakat lokal yang terlibat. Keberhasilan dalam memanfaatkan momen liburan sangat berdampak oleh efektifitas strategi promosi, terutama melalui media sosial, serta kesiapan operasional yang matang. Oleh karena itu, pendektan terintegrasi antara pemasaran digital, pengelolaan lapangan dan pemberdayaan masyarakat lokal menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi pariwisata offroad dikawan track cikole.

Dampak pariwisata petualangan terhadap perekonomian masyarakat lokal menunjukkan bahwa aktivitas wisata petualangan seperti offroad dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar hingga 40-60% dan menciptakan peluang usaha baru bagi penduduk lokal. Penelitian ini menekankan bahwa pariwisata petualangan memiliki efek multiplier yang kuat dalam menggerakkan ekonomi mikro di daerah tujuan wisata. (Suswantoro, 2020)

Dalam Jurnal Pariwisata Indonesia menemukan bahwa kegiatan offroad tourism dapat meningkatkan kunjungan wisatawan sebesar 35% dalam periode satu tahun dan berdampak pada peningkatan omzet UMKM lokal hingga 45%. Penelitian ini menegaskan bahwa pariwisata petualangan memiliki daya tarik tersendiri yang mampu menarik segmen wisatawan khusus. (Wijaya, 2020)

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat narasumber utama yaitu CEO Bandung Offroad, Koordinator Lapangan, Driver Land Rover, dan Staf Keuangan, dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata Bandung Offroad di Track Cikole memiliki kontribusi besar terhadap dinamika kunjungan wisatawan dan fluktuasi pendapatan, baik untuk perusahaan maupun masyarakat lokal yang terlibat secara langsung dalam aktivitas wisata.

Fluktuasi jumlah wisatawan dan dampaknya terhadap pendapatan musim liburan seperti libur sekolah, akhir tahun, dan hari besar nasional menjadi momentum utama peningkatan kunjungan wisatawan. Seluruh narasumber sepakat bahwa jumlah kunjungan meningkat tajam di periode ini dan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan perusahaan, bahkan bisa lebih dari dua kali lipat dibanding hari biasa. Sebaliknya, saat musim sepi, terjadi penurunan jumlah wisatawan yang signifikan dan memengaruhi kestabilan arus kas perusahaan.

Dampak ekonomi terhadap masyarakat lokal. Kegiatan wisata offroad tidak hanya menguntungkan perusahaan tetapi juga memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Peningkatan kunjungan saat musim liburan membuka lebih banyak peluang bagi masyarakat lokal seperti pengemudi, fasilitator lapangan, pedagang, hingga pengelola rest area. Namun, saat jumlah pengunjung menurun, usaha-usaha lokal ini juga mengalami dampak penurunan pendapatan secara langsung.

Peran media sosial dan strategi promosi. Promosi melalui media sosial terbukti efektif dalam menarik minat kunjungan wisatawan, khususnya dari kalangan muda dan wisatawan luar kota. Platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business menjadi saluran utama dalam menyampaikan keunikan pengalaman wisata offroad. Selain itu, strategi pemasaran berupa paket bundling dan kerja sama dengan agen wisata mampu meningkatkan daya tarik dan volume kunjungan secara signifikan.

Strategi peningkatan omzet di musim liburan. Kesiapan operasional menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi lonjakan wisatawan. Upaya seperti pengecekan armada, peningkatan layanan, dan penguatan SOP keselamatan merupakan strategi penting untuk menjaga kepuasan pengunjung dan memperkuat citra destinasi.

5. Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di destinasi wisata Bandung Offroad Track Cikole, dapat disimpulkan bahwa musim liburan memiliki dampak besar terhadap fluktuasi jumlah wisatawan yang secara langsung berdampak pada pendapatan perusahaan dan usaha masyarakat lokal. Pada periode

libur panjang seperti akhir tahun dan masa liburan sekolah, jumlah pengunjung meningkat tajam, yang menyebabkan lonjakan pendapatan hingga dua sampai tiga kali lipat dari hari biasa. Sebaliknya, pada periode *low season* atau ketika terjadi gangguan eksternal seperti agenda politik nasional, kunjungan wisatawan menurun secara signifikan, yang mengakibatkan penurunan omzet baik bagi pihak penyelenggara wisata offroad maupun pelaku usaha lokal seperti pedagang, pemilik penginapan, dan UMKM lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan ekonomi di kawasan Cikole sangat bergantung pada stabilitas arus wisatawan yang datang.

Selain itu, promosi melalui media sosial terbukti memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan, khususnya generasi muda yang aktif di platform digital seperti Instagram dan TikTok. Konten visual yang menampilkan tantangan medan offroad, keindahan alam hutan pinus, serta pengalaman seru wisatawan mampu menciptakan daya tarik emosional yang memengaruhi keputusan berkunjung. Promosi digital yang dilakukan secara intensif menjelang musim liburan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan permintaan layanan, ditambah lagi dengan peran testimoni wisatawan dan konten *user-generated* yang memperluas jangkauan promosi secara organik.

Selanjutnya, strategi pemasaran yang efektif pada musim liburan turut menjadi faktor pendukung utama dalam peningkatan omzet. Bandung Offroad menerapkan berbagai pendekatan seperti penawaran paket bundling (offroad + outbound), diskon musiman, serta pemanfaatan sistem pemesanan daring yang memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungan. Strategi segmentasi pasar juga diterapkan dengan menyesuaikan penawaran berdasarkan target seperti keluarga, komunitas, atau perusahaan. Dengan perpaduan antara strategi promosi digital dan inovasi produk wisata, perusahaan mampu meningkatkan volume transaksi secara signifikan saat musim liburan berlangsung. Strategi ini juga membantu menjaga daya saing Bandung Offroad di tengah pertumbuhan destinasi wisata sejenis di wilayah Bandung dan sekitarnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai dampak musim liburan dan fluktuasi omzet di destinasi wisata Bandung Offroad Track Cikole, penulis menyarankan beberapa langkah strategis yang dapat diterapkan oleh pihak pengelola dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan efektivitas operasional dan stabilitas pendapatan. Pertama, pengelola wisata sebaiknya merancang perencanaan khusus menjelang musim liburan yang mencakup peningkatan jumlah tenaga kerja temporer, penguatan sistem reservasi online, serta pengaturan jadwal operasional yang lebih fleksibel agar tidak terjadi kepadatan berlebih yang dapat menurunkan kualitas layanan. Selain itu, penting juga dilakukan penyesuaian jumlah armada dan jalur offroad agar sesuai dengan kapasitas maksimum, serta pemeliharaan berkala terhadap kendaraan dan trek offroad untuk menjaga keamanan dan kenyamanan pengunjung.

Kedua, dalam menghadapi periode *low season*, pengelola dapat mempertimbangkan strategi diversifikasi produk wisata, seperti pengembangan paket edukatif untuk sekolah, wisata korporat, atau program khusus akhir pekan dengan harga promosi. Upaya ini bertujuan agar kegiatan operasional dan arus pendapatan tetap terjaga meskipun tidak berada dalam musim liburan. Pemasaran berbasis digital perlu terus diperkuat dengan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial serta memanfaatkan data analitik untuk memahami perilaku calon wisatawan secara lebih mendalam. Kolaborasi dengan influencer, travel blogger, dan komunitas offroad juga dapat menjadi bagian dari strategi promosi yang relevan dengan tren saat ini.

Ketiga, sebagai upaya jangka panjang, disarankan agar pengelola menjalin kerja sama lebih erat dengan pemerintah daerah dan komunitas lokal dalam pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan. Kolaborasi ini dapat mencakup pelatihan masyarakat sekitar dalam hal pelayanan wisata, pelestarian lingkungan, serta penguatan peran UMKM dalam rantai ekonomi wisata. Dengan demikian, keberadaan Bandung Offroad tidak hanya memberikan dampak ekonomi yang positif, tetapi juga mendukung pertumbuhan pariwisata yang inklusif dan ramah lingkungan. Melalui implementasi strategi ini, diharapkan destinasi wisata offroad Cikole dapat terus berkembang dan menjadi pilihan utama wisatawan, baik dalam maupun luar musim liburan.

6. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada dosen pembimbing, Bapak Aldy Santo Hegiarto, S.E., M.M., atas bimbingan dan arahannya selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Teknologi Digital Bandung atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan, serta kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Penghargaan khusus juga diberikan kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan artikel ini.

7. Referensi

- Abubakar. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Amirullah. (2020). American marketing association. 32.
- Baihaqi, H. T. (2023). perancangan off-road park dikawasan wisata prigen. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 115.
- Clarke, M. a. (2020). *Aspek Situasional yang mempengaruhi perilaku wisatawan*.
- Creswell, J. W. (2015). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Nebraska, Lincoln: Pearson.
- Darwis. (2020). *Manajemen Pariwisata*. jakarta: fullbook manajemen.
- Engel. (2020). *CONSUMER BEHAVIOR*.
- Fadillah. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah di Indonesia. *Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 15.
- Fahrizal, D. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KUNJUNGAN WISATAWAN (Studi Kasus Pada Objek Wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk). *Journal Of Social Science Research*, 20.
- Hardani, A. H. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Mataram: CV. Pustaka Ilmu.
- Hegiarto, A. S. (2024). Penerapan Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kafe di Sukanagara - Cianjur (Studi Kasus pada Haku Kafe). *jurnal masharif al - syariah, jurnal ekonomi dan perbankan syariah*, 7.
- Huberman, M. d. (2020). *Analisis data dalam penelitian kualitatif*. Sugiyono.
- Humphreys, H. d. (2020). *mengelola dampak musim liburan secara strategis*.
- keller, k. d. (2020). digital marketing yang efektif melalui platfor media sosial. *database jurnal pariwisata indonesia*, 20.
- Kornila, K. (2024). ANALISIS DAMPAK PENGOLAHAN PANTAI TERHADAP. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 15.
- Kusumah, G. (2024, Febuari 27). *Menghadapi Tantangan Bisnis di Musim Liburan yang Padat*. Retrieved from UPI MAGISTER PARIWISATA: <https://mpar.upi.edu/menghadapi-tantangan-bisnis-di-musim-liburan-yang-padat-2/>
- Leigh, B. d. (2020). *ekonomi lokal pariwisata*.
- M.Nurzaman. (2023). *KONSEP OFFROAD PADA THEME PARK DI DAERAH URBAN STUDI KASUS: LAND ROVER EXPERIENCE CENTER*. Jakarta: DESA - JURNAL DESAIN DAN ARSITEKTUR.
- Marcellina, R. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada. *Jurnal Sahmiyya*, 8.
- Miles, H. L. (2007). Article Navigati. *In Vitro Fertilization Improves Childhood Growth and Metabolism*, 47.
- Nugroho, P. &. (2022). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 114.
- Nurmadewi, D. (2022). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA LOMBOK KULON KABUPATEN BONDOWOSO JAWA TIMUR. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 8.
- Pancawati, A. P. (2023). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 23.
- Prastiani, N. (2020). *Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongko dalam upaya menarik wisatawan*. Retrieved from profesi humas: <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/21311#:~:text=Salah%20satu%20indikator%20yang%20menunjukkan,meningkatkan%20wisatawan%20di%20Tirta%20Sinongko>.
- Prof. Dr. Erika Revida, M. (2022). *Manajemen Pariwisata*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S. (2010, oktober 4). *Nalar Dasar Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Retrieved from UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG: <https://uin-malang.ac.id/r/101001/nalar-dasar->

penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif.html#:~:text=Jika%20metode%20penelitian%20kuantitatif%20mengandalkan,diskusi%20kelompok%20dengan%20latar%20alamiah.

Ritchie, G. d. (2022). *musim liburan*.

Roedjinandari, B. (2021). *Manajemen Pariwisata*. jakarta: fullbook manajemen.

salam, A. Z. (2024). PENGARUH ERA SOCIETY 5.0 TERHADAP INDUSTRI PARIWISATA. *JURNAL PESONA PARIWISATA*, 22.

Salomom, T. d. (2020). soal media platform yang tepat menjadi media pemasaran. *database jurnal pariwisata indonesia*, 20.

Salomon, T. (2020). Platform digital efektif sebagai alat promosi untuk meningkatkan brand awareness. *jurnal akademika*, 12.

Science. (2022). Kampanye Safety Riding Oleh PT. Sarana Aman Berkendara. *Safety Riding*, 22.

Science, U. (2015). Kampanye Safety Riding Oleh PT. Sarana Aman Berkendara. *Safety Riding*, 22.

SEKO. (2024). *Navigating the Challenges of Rural and Remote Area Deliveries*. britania raya, inggris: sekologistics.

Setiawan, I. (2017). potensi destinasi wisata di indonesia menuju kemandirian ekonomi. *media neliti*, 6.

Setyorini, D. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Beli Pelanggan pada Platform E-commerce di Kota Medan. *jurnal penelitian inovatif*, 6.

Sugiyono. (2020).

Sukana, G. (2020). *Manajemen pariwisata*. jakarta: fullbook manajemen.

Suswantoro. (2020). Dampak Pariwisata Petualangan Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. *garuda kemendikbud*, 15.

Tavasoli, M. (2025). *Data Communication Challenges of Connected and Automated Vehicles in Rural Areas*. Eropa: researchgate.net publication.

Wijaya. (2020). Adventure Tourism dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat: Studi Kasus Wisata Offroad di Jawa Barat. *database jurnal pariwisata indonesia*, 15.

Wisata Bandung Offroad. (2024). *safety briefing*. Retrieved from Wisata Bandung Offroad: <https://bandungoffroad.com>