

sedangkan Curug Cibaliung baru saja dikenalkan pada masyarakat. Kemudian akses menuju Curug Cibaliung juga lebih mudah dijangkau dibandingkan dengan Curug Bidadari.

c. Pengunjung

Sebuah obyek daya tarik wisata dapat dikatakan berhasil bila ada yang berkunjung. Semakin banyak pengunjung yang datang di obyek daya tarik wisata tersebut maka semakin berhasil pula dan dapat berimbas pada penghasilan pengelola dan obyek tersebut.

Untuk sementara pengunjung yang datang ke obyek daya tarik wisata Curug Cibaliung sudah banyak. Sekitar 30-45 pengunjung setiap harinya. Promosi yang dilakukan oleh pengelola lebih dari mulut ke mulut.

d. Promosi

Promosi merupakan cara paling efektif dalam mengenalkan suatu obyek daya tarik wisata. Promosi dapat dilakukan melalui media cetak, media online ataupun berdasarkan mulut ke mulut.

Dari hasil wawancara penulis dengan pengelola, promosi belum dilakukan secara maksimal, hanya dari mulut ke mulut saja. Hal ini dikarenakan obyek daya tarik wisata Curug Cibaliung dinilai oleh pengelola belum siap sepenuhnya untuk dilakukan promosi. Karena menurut pengelola promosi bisa maksimal jika sebuah obyek daya tarik wisata tersebut sudah dalam masa pengembangan yang baik dan siap untuk dipromosikan. Walaupun promosi belum secara besar-besaran tetapi wisatawan sudah lumayan banyak yang mengenal Curug Cibaliung.

e. Pangsa Pasar

Dibukanya sebuah obyek daya tarik wisata juga harus memperhatikan sasaran pengunjung yang akan didatangkan seperti

apa. Tidak terbatas hanya beberapa kalangan saja. Karena hal tersebut erat kaitannya dengan bagaimana pola pengembangan suatu obyek daya tarik wisata yang akan dibuka.

Obyek daya tarik wisata Curug Cibaliung sendiri memiliki pangsa pasar atau sasaran pengunjung yang telah ditentukan sebagai acuan pembangunan oleh pengelola adalah pertama yaitu para remaja yang suka dengan wisata tematik, kemudian kalangan pengusaha yang bosan dengan suasana kota.

Banyak wisatawan yang datang membawa sanak keluarganya. Hal tersebut didukung dengan banyaknya pilihan spot di Curug Cibaliung yang dapat dinikmati dan dapat memenuhi keinginan wisatawan.

Tabel 2
Analisis Faktor Lingkungan Eksternal

No.	Faktor	<i>Opportunities</i>	<i>Threat</i>
1.	Sudah ada aturan yang jelas untuk pengunjung, dan juga harga tiket masuk yang sudah ditentukan.	√	-
2.	Pesaing disiasati dengan konsep yang berbeda, maka wisatawan akan memilih mereka berkunjung kemana, dengan kata lain bersaing dengan sehat.	√	-
3.	Wisatawan yang berkunjung sudah banyak ± 30-45 orang setiap harinya. Tetapi jika libur panjang ada sedikit	√	-