
PENDEKATAN SWOT DALAM PENGEMBANGAN OBYEK WISATA SITU GEDE DI KOTA TASIKMALAYA

Oleh

R. Soni Somali ^{1*}, Tuti Iriani², Mila Karmila³, M. Abdul Aziz Danu Brata⁴, Indah Sugiarti⁵

^{1,2,3,4,5}Akademi Pariwisata Siliwangi, ⁵ Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: [1rsonisomali@gmail.com](mailto:rsonisomali@gmail.com)

Article History:

Received: 20-03-2023

Revised: 29-03-2023

Accepted: 21-04-2023

Keywords:

Planning and
Development Strategy,
SWOT Analysis, Situ
Gede Tourism Objec

Abstract: *The development of tourism in an area will certainly have a positive impact on society both economically and socially and culturally. The city of Tasikmalaya has many tourist attractions that can be visited and become icons. One of them is the Situ Gede tourist attraction. Situ Gede tourism object is one of the recommended tourist destinations in Tasikmalaya because it has quite an interesting charm to visit. However, not enough people know about this interesting tourist attraction. Therefore a strategy is needed to influence people's interest in visiting this tourist attraction. This research uses the concept or method of qualitative research (descriptive qualitative) SWOT approach, namely by examining alternative strategies for planning and developing the Situ Gede Tasikmalaya tourist attraction based on internal and external environmental analysis. The respondents of this study were visitors to the Situ Gede Tasikmalaya tourist attraction. The result of the SWOT application is an analysis of the internal and external environment that influences people's interest in visiting the Situ Gede tourist attraction.*

PENDAHULUAN

Berkembangnya sektor pariwisata pada suatu daerah tentunya akan memberikan banyak dampak positif bagi masyarakat baik secara ekonomis maupun secara sosial. Namun apabila perkembangan tersebut tidak dikelola dengan baik, maka kemungkinan akan menyebabkan berbagai macam permasalahan yang tentunya dapat merugikan masyarakat. Objek wisata Situ Gede Tasikmalaya merupakan salah satu objek wisata yang berada di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Situ Gede merupakan danau dengan luas sekitar 47 hektar. Objek wisata ini cukup populer dikarenakan menawarkan pemandangan yang indah, suasana yang tenang dan lokasi strategis dari pusat kota.

Objek wisata Situ Gede menjadi salah satu lokasi yang memiliki peluang untuk memberikan keuntungan bagi pada stakeholder diantaranya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya serta masyarakat lingkungan sekitar yang menggantungkan hidupnya dari objek wisata situ gede. Pengelolaan objek wisata situ gede ditetapkan dalam bentuk Perwalkot No 9 Tahun 2009 tentang Pemanfaatan Sumber Daya Alam pada objek

wisata situ gede Tasikmalaya. Lokasi objek wisata situ gede dapat dikatakan cukup strategis karena tidak jauh dari pusat kota.

Dengan adanya objek wisata Situ Gede, Kota Tasikmalaya termasuk ke dalam salah satu kawasan andalan yang akan diarahkan menjadi pusat pengembangan wilayah dengan pemanfaatan sector unggulan yang dimilikinya. Selain situ gede, Kota Tasikmalaya memiliki beberapa potensi pariwisata, seni dan budaya diantaranya :

Tabel 1 Data Potensi Wisata, Seni dan Budaya Kota Tasikmalaya

No	Potensi Pariwisata	Jumlah	Satuan
1	Objek Wisata	9	Tempat
2	Wisata Kuliner	4	Tempat
3	Tempat Hiburan dan Rekreasi	10	Tempat
4	Objek Sejarah	4	Tempat
5	Hotel	34	Buah
6	Bioskop	2	Buah
7	Organisasi Kesenian	44	Lingkungan Seni

Sumber : Pemerintah Kota Tasikmalaya dalam, <https://www.tasikmalayakota.go.id/>

Pada tabel 1 tersebut, dapat dilihat bahwa potensi yang dimiliki Kota Tasikmalaya cukup banyak. Salah satu potensi yang cukup bagus adalah Situ Gede. Kawasan situ gede merupakan salah satu objek wisata yang dikelola langsung oleh Pemerintah Kota Tasikmalaya yang memiliki potensi untuk menjadi Kawasan wisata andalan yang nantinya dapat menarik banyak wisatawan, bahkan Kawasan situ gede saat ini sudah dilakukan revitalisasi. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung tentunya akan menyediakan lapangan kerja yang beragam dan dapat menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat sekitar.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitra Delita (2017) dan Ainun (2018) bahwa dalam pengelolaan objek wisata diperlukan strategi yang maksimal. Namun sebelum itu, dilakukan dulu analisis faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal agar penerapan SWOT dapat optimal.

Dari beberapa peluang atas, objek wisata situ gede belum mampu memberikan kontribusi yang optimal terhadap peningkatan pendapatan daerah ataupun perekonomian masyarakat sekitar, seperti jalan yang kurang bagus, kurangnya petugas kebersihan, belum tertata nya letak para pedagang dan rumah makan. Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu dilakukan penelitian yang mendalam terkait strategi pengembangan objek wisata situ gede dengan tujuan membantu pendapatan daerah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan pada penelitian ini diarahkan untuk dapat menjawab pertanyaan berikut :

1. Bagaimana potensi objek wisata Situ Gede dilihat dari aspek geografi.
2. Kendala apa yang dihadapi dalam pengembangan kawasan wisata Situ Gede sebagai objek wisata yang potensial.
3. Bagaimana strategi pengembangan objek wisata Situ Gede dengan menggunakan analisis SWOT.

LANDASAN TEORI

Analisis SWOT

Pendekatan SWOT merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi dasar penentuan strategi. Setelah mengenali dasar permasalahan yang dihadapi maka dirasa perlu dibangun kesepakatan antar pemangku kepentingan mengenai “apa yang diharapkan pada masa yang akan datang” terhadap isu tersebut. Komponen atau elemen apa yang perlu untuk ditingkatkan, dikurangi atau bahkan diganti, memerlukan suatu proses analisis yang banyak didasarkan pada peta kondisi SWOT dari isu tersebut.

Definisi analisis SWOT menurut Freddy (2013) ialah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam sebuah bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Freddy juga mengatakan, untuk melakukan analisis, diperlukan penentuan tujuan usaha yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Menurut Robinson (2017) SWOT merupakan singkatan dari Kekuatan (*strength*), Kelemahan (*weakness*), Peluang (*opportunity*) dan Ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT merupakan suatu cara yang sistematis yang digunakan untuk melakukan identifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Dari beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*).

Komponen Analisis SWOT

Secara sederhana, analisis SWOT merupakan metode strategi perencanaan yang mengukur 4 (empat) komponen penting.

Menurut Siagian komponen analisis SWOT diantaranya :

1. Kekuatan (*Strenght*)

Komponen pertama dari analisis SWOT adalah kekuatan (*Strength*). Melalui komponen kekuatan, perusahaan dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang bisa menjadi kekuatan bisnisnya..

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan menghentikan organisasi dari kinerja pada tingkat optimalnya. Ini merupakan area dimana bisnis perlu ditingkatkan agar tetap kompetitif, diantaranya *brand* yang lemah, perputaran yang lebih tinggi dari rata-rata, tingkat utang yang tinggi, rantai pasokan yang kurang memadai atau bahkan kekurangan modal.

3. Peluang (*Oportunity*)

Peluang mengacu pada faktor eksternal yang menguntungkan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Misalnya, jika suatu negara melakukan pemotongan tarif, produsen mobil dapat mengeksport mobilnya ke pasar baru, meningkatkan penjualan dan saham.

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman mengacu pada faktor yang berpotensi merugikan organisasi. Misalnya, kekeringan merupakan ancaman bagi perusahaan penghasil gandum, karena dapat merusak atau mengurangi hasil panen. Ancaman umum lainnya termasuk hal-hal seperti kenaikan biaya bahan, persaingan yang meningkat, pasokan tenaga kerja yang ketat.

Analisis SWOT dalam bidang pariwisata dapat dimanfaatkan untuk menentukan arah dan tujuan pengembangan pariwisata baik dalam skala mikro sampai skala makro yang saling berhubungan, yang artinya analisis SWOT dapat merumuskan secara rasional dan terstruktur sesuai dengan tujuannya yaitu sebagai berikut :

1. Memberikan gambaran mengenai permasalahan yang perlu diindikasikan untuk pengembangan industri pariwisata.
2. Menganalisis hubungan antar isu pengembangan industri pariwisata.
3. Memberikan scenario dan arahan keadaan sekarang dan masa datang yang akan dituju bagi pengembangan industri pariwisata.

Dari hasil analisis SWOT tersebut dapat dihasilkan beberapa strategi yang akan digunakan untuk perencanaan dan pengembangan industri pariwisata (Fretes, 2013 : 50). Strategi yang berasal dari proses analisis SWOT dapat dibedakan dalam empat macam, yaitu : Agresif, Diversifikasi, Turn-Around, dan Defensif/

Objek Wisata

Objek wisata merupakan segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik agar orang-orang tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. Objek wisata menurut Undang-undang No. 10 tentang Kepariwisataaan yaitu daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan dan nilai yang berupa keaneka ragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan yang disebut destinasi wisata.

Objek wisata menurut Ridwan (2012) adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan yang didapatkan, tempat melakukan kegiatan wisata serta kenangan indah di tempat wisata.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di objek wisata situ gede, Kota Tasikmalaya. Perolehan data dilakukan langsung ke lokasi wisata Situ Gede, agar data yang diperoleh untuk penelitian dapat terbukti kebenarannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Langkah-langkah yang dilaksanakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Perumusan masalah
Masih terdapat permasalahan dan kekurangan terkait objek wisata Situ Gede
2. Penentuan tujuan penelitian
Tujuan dalam penelitian ini adalah Menyusun strategi pengembangan objek wisata Situ Gede
3. Perumusan kerangka teori
4. Penelusuran sumber kepustakaan
5. Pengumpulan data



Gambar 1 Objek Wisata Situ Gede

Gambar 2 Objek Wisata Situ Gede

Informan dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar, para pedagang dan pengunjung objek wisata Situ Gede Tasikmalaya. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini analisis SWOT yaitu terdiri dari evaluasi faktor internal yang terdiri dari faktor kekuatan dan faktor kelemahan, evaluasi faktor eksternal yang terdiri dari kesempatan atau peluang dan ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, peneliti dapat mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada Objek Wisata Situ Gede Tasikmalaya diantaranya :

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Potensi wisata lebih variatif	1. Media promosi masih kurang	1. Menjadi salah satu objek wisata terbesar di wilayah Priangan Timur	1. Punahnya situs sejarah
2. Kawasan yang masih alami, asri dan natural	2. Belum banyak masyarakat yang tertarik objek wisata Situ Gede	2. Menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar untuk Pemerintahan Kota Tasikmalaya	2. Minimnya pendapatan Kota Tasikmalaya
3. Dekat dengan pusat kota	3. Kurangnya fasilitas umum	3. Membantu perekonomian masyarakat sekitar	3. Objek wisata Situ Gede kurang dikenal di Kota Tasikmalaya
4. Merupakan salah satu situs sejarah	4. Kurangnya <i>art shop</i> yang memudahkan pengunjung memperoleh cinderamata	4. Melestarikan budaya Kota Tasikmalaya	4. Hilangnya nilai budaya Kota Tasikmalaya
5. Lingkungan yang bersahabat dengan masyarakat sekitar	5. Kebersihan situ gede memerlukan pembenahan		5. Tidak menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung ke Situ Gede

Tabel 2 Matrix Internal Strategic Factors Analysis Summary

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Score
Strenght			
Potensi wisata lebih variatif	0.20	4	0.80
Kawasan yang masih alami, asri dan natural	0.10	2	0.20
Dekat dengan pusat kota	0.15	3	0.45
Merupakan salah satu situs sejarah	0.05	3	0.15
Lingkungan yang bersahabat dengan masyarakat sekitar	0.05	2	0.1
Sub Total Kekuatan			1.7
Weakness			
Media promosi masih kurang	0.10	3	0.30
Belum banyak masyarakat yang tertarik objek wisata situ gede	0.15	4	0.60
Kurangnya fasilitas umum	0.10	3	0.30
Kurangnya <i>art shop</i> yang memudahkan pengunjung memperoleh cinderamata	0.05	2	0.1
Kebersihan situ gede memerlukan pembenahan	0.05	3	0.15
Sub Total Kelemahan			1.45
Total	1.00		

Tabel 3 Matrix External Strategic Factors Analysis Summary

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Score
Peluang			
Menjadi salah satu objek wisata terbesar di wilayah	0.20	2	0.40
Menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar untuk	0.10	3	0.30
Membantu perekonomian masyarakat sekitar	0.10	2	0.20
Melestarikan budaya Kota Tasikmalaya	0.15	3	0.45
Menjadi salah satu objek wisata terbesar di wilayah	0.05	3	0.15
Sub Total			1.50
Ancaman			
Punahnya situs sejarah	0.05	3	0.15
Minimnya pendapatan Kota Tasikmalaya	0.10	3	0.30
Objek wisata Situ Gede kurang dikenal di Kota	0.05	2	0.10
Hilangnya nilai budaya Kota Tasikmalaya	0.15	3	0.45
Tidak menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung ke	0.05	4	0.20
Sub Total			1.20
Total	1.00		

Matriks Space (Strategic Position and Action Evaluation)

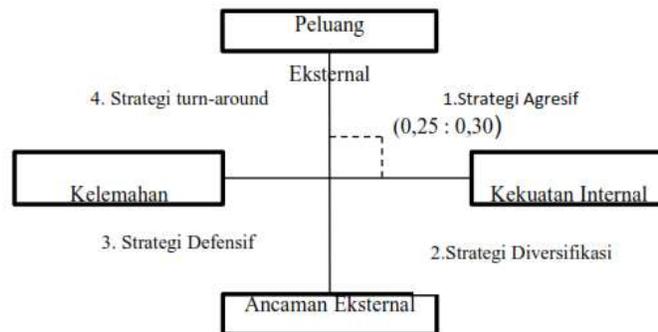
Matriks SPACE menunjukkan apakah strategi agresif, turn around, defensive atau diversifikasi yang paling sesuai untuk suatu organisasi. Matriks space didasarkan pada sebanyak mungkin informasi actual. Beragam variabel bisa memetakan masing-masing dimensi yang ditunjukkan dalam sumbu matriks SPACE. Berdasarkan hasil yang didapat dari analisis internal dan eksternal, hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4 Hasil Analisa SWOT

Uraian	Nilai
Faktor Internal	
Kekuatan	1,7
Kelemahan	1,4
Faktor Eksternal	
Peluang	1,5
Ancaman	1,2

Kekuatan - Kelemahan (Faktor Internal) : $1,70 - 1,45 = 0,25$

Peluang - Ancaman (Faktor Eksternal) : $1,50 - 1,20 = 0,30$



Dalam pengembangan obyek wisata hendaknya perlu diadakan kajian yang mendalam agar menghasilkan kebijakan dan strategi yang efektif. Selain itu supaya pengelola mengetahui apa yang menjadi prioritas dalam pengembangan obyek wisata.

Matriks SPACE diatas menunjukkan apakah *strategi agresif*, *strategi turn around*, *strategi defensive*, atau *strategi diversifikasi* yang paling sesuai untuk diterapkan di Obyek Wisata Situ Gede berdasarkan hasil dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS.

Berdasarkan gambar matrik SPACE diatas menunjukkan bahwa titik potong (0,25:0,30) berada pada kuadran 1 yang berarti objek wisata Situ Gede Tasikmalaya dalam kondisi prima sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, melanjutkan pengembangan. Objek wisata Situ Gede Tasikmalaya dapat menggunakan kekuatan sebagai modal dasar operasi dan memanfaatkan kekuatan semaksimal mungkin serta menggunakan kesempatan sebaik-baiknya untuk mengantisipasi dan menanggulangi ancaman.

KESIMPULAN

Terlihat dari potensi yang dimiliki, dapat disimpulkan objek wisata Situ Gede Tasikmalaya mampu menjadi satu kawasan wisata yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi kawasan ini. Namun setelah melihat kondisi di lapangan dan manajemen kawasan Situ Gede, ada kekhawatiran kawasan ini sulit untuk terpelihara dengan baik meskipun sudah melalui tahapan revitalisasi sehingga sulit untuk menjadi tempat wisata yang mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat.

Penulis memandang, begitu besar peluang yang dimiliki oleh Situ Gede jika dikelola dengan maksimal dan dengan manajemen yang baik untuk menjadi salah satu penyumbang pendapat yang besar bagi Kota Tasikmalaya. Penulis memiliki kesimpulan bahwa salah satu

yang menjadi kendala mengapa situ gede tidak begitu diminati oleh masyarakat karena kurangnya promosi mengenai Situ Gede, kurangnya event-event yang bisa diadakan di kawasan wisata Situ Gede.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ainun Zaibah dan Zulkifli. 2018. Analisis Swot Dalam Pengelolaan Tempat Wisata Dikabupaten Rokan Hulu Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Rokan Hulu. PUBLIKA, Vol. 4, No.1 Hal. 1-16
- [2] Fitra Delita. 2017. Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun. <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo> e-ISSN: 2549-7057 | p-ISSN: 2085-8167
- [3] Fretes, Richard A. 2013. Strategi Perencanaan dan pengembangan industry pariwisata dengan menggunakan metode SWOT dan metode QSPM. Universitas Brawiaya.
- [4] Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2007). Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Rangkuti, Freddy. 1999. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta:PT Gramedia <http://www.tasikmalayakota.go.id>