

ANALISIS POTENSI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI SITU SANGHYANG KECAMATAN TANJUNGGAYA KABUPATEN TASIKMALAYA

Alifia Tarijul Haq^{1*}, Fatima Adinda², Geriya Rahima³

^{1*}Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: alifia.tarijul01@gmail.com

²Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: fatimaadinda15@gmail.com

³Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: geriyarahima18@gmail.com

Abstract. *The tourism importance of Tasikmalaya Regency in the context of West Java and the region is recognized. Through good planning, the Situ Sanghyang area is expected to become a major attraction, supporting the diversification of tourism products and the development of the Priangan Craft and Culture Leading Tourism Area. This research aims to reveal the potential of Situ Gede as a tourism attraction in Tanjung Jaya District. The research methods are field surveys, interviews, documentation studies, and literature studies. The development of tourism human resources in the Situ Sanghyang area needs to support the tourism human resource development policy of Tasikmalaya Regency, by increasing the quantity and quality of human resources and involving the community in regional tourism. The results showed that the focus of tourism development in the Situ Sanghyang area is agriculture-based, prioritizing environmental and cultural conservation, by involving the community in the planning, implementation, and supervision of development.*

Keyword: *Development, Tourism Potential, Situ Sanghyang.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan, termasuk perubahan bentuk, pola, dan sifat kegiatan, serta dorongan orang untuk melakukan perjalanan, pola berpikir, dan karakteristik perkembangannya sendiri. Pariwisata menjadi industri modern yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat melalui penciptaan peluang kerja dan pendapatan daerah (Hendriawan, N. 2017).

Saat ini, banyak negara di seluruh dunia mengandalkan industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan bagi berbagai pihak yang menyediakan jasa kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, objek wisata memiliki potensi yang menjanjikan, bermanfaat baik bagi pemerintah selaku pengelola maupun masyarakat sekitar yang

berperan dalam mengembangkan potensi objek wisata. Namun, masih banyak objek wisata yang belum mendapatkan perhatian dari pemerintah. Mengingat bahwa Indonesia memiliki banyak objek pariwisata, sumber daya manusia di daerah tersebut harus berperan aktif dalam pengembangan dan pemanfaatan potensi tersebut.

Peran kepariwisataan di Kabupaten Tasikmalaya memiliki dampak penting dalam konteks kepariwisataan Jawa Barat serta pembangunan wilayah Kabupaten Tasikmalaya. Kabupaten Tasikmalaya telah diakui sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan di Jawa Barat, terutama berkat produk krianya yang khas, seperti di Rajapolah.

Kabupaten Tasikmalaya, bersama dengan Kota Tasikmalaya, Kabupaten Garut, Kabupaten Ciamis, dan Kota Banjar,

membentuk kawasan wisata unggulan di Jawa Barat, dengan fokus pada produk kriya dan budaya Priangan.

Dalam kerangka pembangunan wilayah Kabupaten Tasikmalaya, sektor pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi utama yang akan ditekankan dalam lima tahun ke depan. Pada tahun 2005, sektor perdagangan, hotel, dan restoran, yang juga menjadi pilar pendapatan dari sektor pariwisata, memberikan kontribusi sebesar 24,9% terhadap perekonomian Kabupaten Tasikmalaya. Angka ini merupakan kontribusi kedua setelah sektor pertanian, dan belum termasuk sumbangan dari sektor hiburan dan rekreasi.

Posisi strategis Kabupaten Tasikmalaya, yang berdekatan dengan Kota Tasikmalaya yang dikenal sebagai pusat KWU (Kriya Wisata Unggulan) dan Budaya Priangan, memberikan peluang besar bagi pengembangan pariwisata. Dengan fasilitas pendukung pariwisata yang lebih lengkap di Kota Tasikmalaya, kota ini dapat menjadi tujuan utama bagi wisatawan yang ingin menginap di Kawasan Wisata Unggulan Kriya dan Budaya Priangan. Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki beragam daya tarik wisata dapat mengandalkan Kota Tasikmalaya sebagai sumber utama pasar wisatawan (Hendriawan, N. 2017).

Peran penting kepariwisataan Kabupaten Tasikmalaya di tingkat daerah maupun regional/provinsi tidak terlepas dari potensi alam dan budaya yang dimilikinya. Kabupaten Tasikmalaya dikenal akan daya tarik wisata budayanya yang kaya, meliputi budaya masyarakat tradisional dan kriya khas lokal. Kehidupan masyarakat di Kampung Naga, yang menjadi daya tarik wisata budaya utama Kabupaten Tasikmalaya, telah meraih pengakuan tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di seluruh dunia. Hingga saat ini, Kampung Naga terus menarik wisatawan internasional yang mengunjungi Kabupaten Tasikmalaya. Selain itu, kerajinan anyaman Rajapolah juga menjadi daya tarik wisata yang terkenal di Indonesia.

Daya tarik wisata alam di Kabupaten Tasikmalaya juga tak kalah menariknya dengan daya tarik wisata budaya. Gunung

Galunggung, dengan segala daya tariknya seperti kawah, situ/danau dalam kawah, dan sumber air panas, mampu menarik banyak wisatawan saat liburan, terutama dari dalam negeri.

Untuk mendukung dan memperkuat posisi pariwisata Kabupaten Tasikmalaya sebagai bagian dari KWU Kria dan Budaya Priangan, Pemerintah Daerah Kabupaten Tasikmalaya memfokuskan pembangunan pariwisata ke arah:

1. Penataan objek dan daya tarik wisata secara fisik untuk dikelola dan dikemas dalam satu paket wisata.
2. Pendirian biro usaha perjalanan wisata, yang bekerjasama dengan pengelola tempat wisata.
3. Pendirian sarana penunjang pariwisata yang berupa hotel dan restoran serta usaha lain yang berkaitan erat dengan industri pariwisata, seperti toko souvenir, kerajinan, dan lain-lain.

Salah satu upaya untuk mendukung kebijakan pengembangan pariwisata Kabupaten Tasikmalaya adalah melakukan penataan terhadap potensi daya tarik wisata yang dapat dikembangkan, termasuk Kawasan Situ Sanghyang. Selain menampilkan keindahan panorama alam situ, kawasan ini juga memiliki nilai sejarah penting bagi Kabupaten Tasikmalaya. Dengan perencanaan dan perancangan yang matang, diharapkan Kawasan Situ Sanghyang dapat menjadi salah satu daya tarik utama bagi Kabupaten Tasikmalaya. Hal ini akan berkontribusi pada diversifikasi produk pariwisata di wilayah ini dan juga mendukung perkembangan Kawasan Wisata Unggulan Kria dan Budaya Priangan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Lundberg (1997) Pariwisata secara umum merupakan suatu konsep dimana orang-orang bepergian dengan dilakukan perjalanan ke suatu lokasi wisata dan terdapat berupa pelayanan yang di berikan oleh pengelola dengan tujuan untuk memudahkan dan memberikan kesan yang lebih menyenangkan terhadap suatu perjalanan wisata.

Menurut Mathieson & Wall (1982), pariwisata merupakan gerakan perpindahan sementara oleh individu atau kelompok bertujuan untuk menikmati tempat di luar aktifitas sehari-hari yang dilakukan seperti tempat kerja dan aktifitas di rumah yang normal dengan tujuan berwisata dengan di dukung oleh fasilitas yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Pariwisata sendiri dilakukan secara sadar dan mendapatkan pelayanan secara bergantian meliputi beberapa fasilitas tempat tinggal sementara untuk memberikan waktu mencari kepuasan dalam aktivitas berwisata sehingga pelaku perjalanan mendapatkan pengalaman yang berbeda Prof. Salah Wahab (dalam Yoeti, 2008).

Kewirausahaan berbasis pariwisata merupakan pengabdian masyarakat yang sederhana dan dapat dilakukan oleh masyarakat yang berada disekitar sektor wisata. Namun, dalam pelaksanaannya dibutuhkan antusias masyarakat dalam membuat produk yang diminati wisatawan, sehingga dapat membuka peluang usaha baru yang bermanfaat untuk dikembangkan didesanya.

III. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian mengungkapkan cara-cara yang digunakan dalam proses penelitian atau metode penyelesaian terhadap analisis data yang sesuai

Metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskripsi, dimana penelitian mendeskripsikan pengabdian mengenai wawancara potensi dan daya Tarik Penelitian dilaksanakan di Situ Sanghyang, Desa Cibalanarik-Cilolohan, Kecamatan Tanjungjaya, Kabupaten Tasikmalaya dilakukan dimulai pada Selasa 14 Februari 2023 hingga pada Kamis 2 Maret 2023.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan beberapa analisis yakni:

1. Analisis pasar: Mengetahui seberapa besar permintaan pasar terhadap produk pariwisata, serta mengetahui siapa saja pesaing dan tren pasar yang akan datang.
2. Analisis SWOT: Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang

ada pada industry pariwisata, sehingga dapat ditentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan potensi pariwisata.

3. Analisis PEST: Mengetahui factor eksternal yang mempengaruhi industry pariwisata, seperti perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, sehingga dapat ditentukan strategi yang tepat untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada.
4. Analisis sumber daya: Mengetahui sumber daya yang tersedia di destinasi pariwisata, seperti sumber daya manusia, finansial, dan infrastruktur, sehingga dapat ditentukan strategi untuk meningkatkan potensi pariwisata.
5. Analisis kompetitif: Mengetahui posisi kompetitif destinasi pariwisata dibandingkan dengan destinasi lain, sehingga dapat ditentukan strategi untuk meningkatkan posisi kompetitif destinasi pariwisata.

Sumber data utama dari penelitian ini adalah 1 orang pengelola, 1 orang warga sekitar, 1 orang warga sekitar sekaligus pengelola serta 1 orang pihak pemerintah. Sumber data tersebut bisa berkembang seiring dengan kelengkapan dan kebutuhan data peneliti. Pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara dan observasi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

a. Analisis Kompetitif

• Analisis Pesaing

Dalam analisis pesaing ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan keunggulan, kelemahan, dan pesaing dari objek wisata Situ Sanghyang.

Situ Sanghyang memiliki keindahan alam yang luas dan terdapat cerita sejarah dan mitos-mitos yang menjadi suatu hal menarik bagi wisatawan. Sehingga hal tersebut menjadi keunggulan bagi tempat wisata ini. Hal ini didukung oleh pernyataan M (63) yang mengatakan bahwa: "Situ ini memiliki luas kurang lebih 40 hektar yang dikelilingi oleh hutan dan perbukitan. Situ ini dibentuk secara alami sehingga

terdapat sejarahnya dan terdapat juga makam nenek moyang daerah Priangan dan Tanjungjaya ini yang sering dijadikan tempat berziarah”. Sejalan dengan itu, AS (52) menyatakan “Tempat ini juga sering dijadikan tempat kemah bagi beberapa sekolah dan tempat ini juga fasilitasnya cukup mendukung ada wc, musholah, rumah makan khas sunda dan juga tersedia rakit, perahu gayung dan sekarang sedang ada pembangunan penginapan”.

Namun Adapun kelemahan tempat wisata ini yaitu kurangnya dalam pengelolaan fasilitas-fasilitas yang ada. Menurut pernyataan AS (52) “Karena pengelola situ ini hanya 3 orang, jadi fasilitas yang ada memang kurang terawat. Apalagi pada saat pandemi, pengunjung sangat berkurang sehingga tidak adanya pemasukan untuk biaya perawatan fasilitas” AN (48) juga menyatakan bahwa, "Orang kalau ke sini kan agak susah, ya. Dari jalan besar di depan saya, yang ada tanda petunjuk Situ Sanghyang itu, jalannya kan kecil. Susah kalo ada bus atau mobil mau masuk. Paling aman, ya, pake motor. Dulu jalannya rusak banget, sekarang alhamdulillah sudah dibenerin. Tapi memang jalannya kurang besar. Ditambah lagi fasilitas-fasilitas di sini kan terbilang ya sudah lama, sudah mulai banyak yang rusak."



Gambar 1. Foto Wisata Situ Sanghyang

Peneliti melihat bahwa kurangnya pengelolaan dalam fasilitas menjadi salah satu kekurangan dan alasan dibalik sepi pengunjung. Selain itu, AS (52) juga menyatakan bahwa “Adanya perbaikan yang dilakukan di Situ Gede ternyata mempengaruhi Situ Sanghyang. Hal tersebut dapat dilihat dari pengunjung yang lebih tertarik berkunjung ke Situ

Gede di banding Situ Sanghyang. Situ Gede mendapatkan perhatian khusus dibanding dengan Situ Sanghyang.”.



Gambar 2. Foto Fasilitas yang sudah rusak di Situ Sanghyang.

• Analisis Pasar

Dalam analisis pasar ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan suasana sekitar, perilaku wisatawan, serta tren yang berkembang di sekitar Situ Sanghyang.



Gambar 4. Berita Tentang Sepinya Situ Sanghyang.

"Dulu tempat wisata ini biasanya selalu ramai pengunjung pada saat hari-hari libur panjang, apalagi menjelang atau setelah hari raya Idul Fitri. Hal tersebut dijelaskan oleh M (63) selaku pengelola dan warga asli Tanjungjaya: “Kalo hari - hari libur panjang, tempat ini menjadi tempat yang favorit bagi wisatawan, apalagi sebelum puasa suka banyak keluarga yang munggan disini.”

Sejalan dengan itu, pernyataan AS (52) menyatakan: “Banyak juga orang luar Tasik yang berkunjung ke tempat wisata ini. Pengunjung yang datang juga tidak ada yang meresahkan, mereka masih berlaku baik tetapi pernah ada juga beberapa kejadian di bagian hutan situ. Karena sepi, ada beberapa pasangan yang melakukan hal hal yang tidak senonoh. Saat dipergoki, mereka menyebarkan diri

ke dalam situ". AN (48) juga menyatakan bahwa: "saya sudah biasa dagang cilok keliling di sekitar Tanjungjaya. Saya pasti bakal dagang lebih lama di sekitar situ sini. Saya juga tahu bahwa dulu sempat ada sepasang remaja yang kepergok sedang berduaan di dekat situ yang memang sepi sekali. Terus juga ada anak kecil yang meninggal gara-gara jatuh ke dalam situ."



Gambar 3. Berita anak kecil tercebur di Situ Sanghyang

Terkait dengan hal tersebut, AS (52) menambahkan: "Alhamdulillahnya, kami pihak pengelola langsung cepat mengatasi masalah tersebut. Setelah kejadian itu, kami keempat pengelola rutin melakukan penjagaan di sekitar situ. Meskipun kekurangan orang, terkadang kami juga dibantu warga setempat. Pengelola juga selalu menyempatkan untuk stand by keliling Situ Sanghyang."

Akan tetapi semenjak pandemic hingga sekarang, pengunjung berkurang drastis. M (63) juga mengatakan bahwa: "Semenjak COVID, Situ Sanghyang ini menjadi sangat sepi. COVID sangat berdampak besar terhadap Situ Sanghyang dan warga setempat. Sampai akhirnya, Situ Sanghyang dikenal sudah mati."

Peneliti juga membenarkan bahwa Situ Sanghyang terbilang cukup sepi untuk kategori sebuah objek wisata. Beberapa kali peneliti berkunjung ke sana, suanasanya sepi tetapi juga terasa nyaman dan dingin untuk dijadikan tempat menenangkan diri. Hanya terlihat segelintir orang yang berkunjung ke sana, itupun masih dari warga setempat yang tinggal di sekitar sana.

Hal tersebut dikuatkan oleh Pernyataan BA selaku pedagang didaerah sekitar "dulu sebelum pandemic memang selalu rame bahkan banyak juga pedagang

keliling yang berjualan disini, tapi sekarang jarang sekali ada penjual keliling yang berjualan disini bahkan rumah makan rumah makan pun ikut tutup hanya ada 2 warung yang masih berjualan sampai saat ini.

Peneliti sempat bertanya terkait bagaimana sikap masyarakat dan apakah masyarakat sekitar menerima perkembangan zaman yang modern masuk ke wilayah di sekitar Situ Sanghyang. Akan tetapi, AS (52) menyatakan, "Situ Sanghyang ini masih alami, budayanya juga masih kental. Makanya, di sekitar Situ Sanghyang tidak ada cafe, restoran atau tempat-tempat seperti itu. Takutnya, terjadi persaingan dengan penduduk di sekitar yang berjualan, juga banyak yang menentang karena takut hilangnya kekentalan budaya yang ada."

• Analisis Produk

Dalam analisis pasar ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan kualitas objek wisata, fasilitas, dan layanan yang ada di Situ Sanghyang.

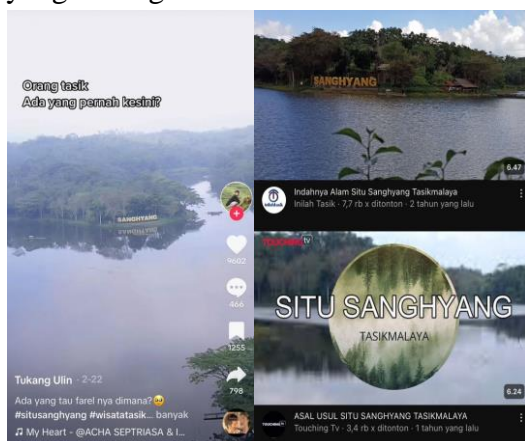


Gambar 5. Fasilitas di Situ Sanghyang

Dilihat dari hasil penelitian, hanya terdapat 4 pengelola di Situ Sanghyang. Hal tersebut ditegaskan oleh pernyataan M (63) yang mengatakan bahwa "Yang mengelola di sini itu ada empat. Satu orang PNS dari Dinas Pariwisata, tiga orang lagi tenaga kontrak dari warga setempat. Tapi kalo soal menjaga keamanan, kebersihan, itu kami bersama warga-warga setempa bekerja sama." Hal tersebut juga ditegaskan oleh AS (52) yang memberikan pernyataan serupa.

Terkait dengan kualitas, AS (52) menyatakan bahwa, "Situ Sanghyang ini tempatnya bagus, enak, masih sangat alami sekali. Makanya orang kalau ke sini bawaannya sejuk, nyaman, dan masih asri juga, kan, tempatnya." Sejalan dengan pernyataan tersebut, AN (48) juga menyatakan, "Situ Sanghyang ini jangan diragukan lagi. Tempatnya bagus sekali, masih asri, masih alami, budayanya masih kental. Enak lah pokoknya kalo orang ke sini pengen ngumpul sambil ngadem."

Dari yang telah peneliti amati, fasilitas yang terdapat di Situ Sanghyang terdiri mushola, wc, museum mini, loket, gazebo, permainan anak-anak, rakit, perahu bebek, spot foto, rumah makan, dan warung. Akan tetapi, fasilitas-fasilitas yang terdapat di sana kurang terawat. Banyak fasilitas yang sudah semakin rusak di makan waktu dan tidak layak untuk digunakan lagi. Hal tersebut berpengaruh terhadap minat pengunjung. Sejalan dengan itu, AN (48) menyatakan bahwa, "Situ Sanghyang itu sepi, bukan cuma karena setelah Covid saja, tapi juga emang fasilitasnya yang sudah kurang. Jadinya, ya, pengunjung juga kurang minat kalau mau ke sini. Udah mah waktu Covid sepi, ditambah fasilitasnya yang kurang terawat."



Gambar 6. Media promosi Wisata Situ Sanghyang

- **Analisis Harga**

Dalam analisis harga ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan harga yang dibutuhkan untuk berkunjung ke Situ Sanghyang.

Tiket masuk Situ Sanghyang ini terbilang cukup terjangkau yaitu dibandrol dengan harga Rp.6.000/orang. Hal ini dinyatakan oleh M (63) yaitu, "Tiket masuk per orang cuman Rp.6.000 tanpa ada biaya lainnya. Tapi harga segitu masih banyak orang yang bilang kemahalan, padahal hasil dari tiket ini disetorkan lagi kepada dinas pariwastanya langsung. Kecuali kalau pengunjung mau naik rakit atau perahu bebek harus bayar lagi. Karena rakit dan perahu yang ada di sini usaha milik para warga setempat. Biasanya kalau pengunjung mau naik, harganya Rp.10.000/orang, tapi itu masih bisa dinego lagi." Sejalan dengan pernyataan tersebut AS (52) menyatakan "Iya karna memang tempat wisata ini dikelola langsung oleh dinas pariwisata jadi setiap pemasukan selalu disetorkan langsung ke pusat."

- **Analisis Distribusi**

Dalam analisis distribusi ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan promosi, aksesibilitas serta keterlibatan pemerintah untuk objek wisata Situ Sanghyang.

Pernyataan dari AS terkait keterlibatan pemerintah untuk pembangunan adalah, "Setiap tahunnya biasanya ada dana dari pemerintah untuk perbaikan atau perawatan tempat wisata ini, seperti tahun 2019 adanya penataan lahan seperti disediakannya spot foto adapula gazebo, tempat main anak yang berhasil menarik pengunjung berdatangan. Semenjak pandemic fasilitas yang ada tidak terurus karna dari pusat tidak ada dana turun, tetapi pada tahun ini Insha Allah akan diusahakan untuk adanya perbaikan."

Strategi yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk memperkenalkan dan mempromosikan Situ Sanghyang yaitu dengan menggunakan media sosial untuk memperkenalkan atau mempromosikan wisata ini. Dari pernyataan AS, menyatakan bahwa, "Kita biasanya

memperkenalkan Situ Sanghyang ini melalui YouTube, Facebook dari akun wisatawan ataupun masyarakat yang mengunggah ke media sosialnya”

Terkait dengan akses jalan, Situ Sanghyang memiliki 3 akses jalan menuju ke sana. Pengunjung yang ingin pergi ke Situ Sanghyang dapat melalui akses jalan melalui akses jalan dari kota maupun kabupaten, seperti Jalan Sasak Gantung, Jalan dari Kabupaten Singaparna, dan melalui Jalan dari Kabupaten Sukaraja.

4.2 Pembahasan

a. Analisis Pesaing

Analisis persaingan adalah proses mempelajari dan menganalisis pesaing-pesaing dalam suatu pasar atau industri. Tujuan dari analisis persaingan adalah untuk memahami posisi pesaing, strategi yang mereka gunakan, kekuatan dan kelemahan mereka, serta dampak yang mereka miliki terhadap bisnis Anda.

Setelah informasi terkumpul, analisis persaingan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang pesaing-pesaing Anda. Ini dapat melibatkan identifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing pesaing, analisis strategi pemasaran dan penetapan harga yang mereka gunakan, serta pengenalan tren dan perubahan dalam industri yang dapat mempengaruhi persaingan.

Daya saing lebih menitikberatkan pada kemampuan suatu destinasi menyediakan produk yang dapat diterima wisatawan, atau penawaran pariwisata (Kozak dan Rimmington, 1999).

Sejalan dengan teori di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan keunggulan, kelemahan, dan pesaing dari objek wisata Situ Sanghyang. Di balik pemandangan yang indah, Situ Sanghyang ini memiliki keunikan yang alami, dimana Situ Sanghyang terbuat secara alami sejalan dengan cerita-cerita sejarahnya. Hal ini merupakan salah satu keunggulan Situ Sanghyang untuk menarik perhatian wisatawan. Tetapi dengan tempat yang sangat luas dan pengelola hanya 4 orang membuat

tempat wisata ini kurang terawat fasilitasnya. Banyak fasilitas yang rusak karena kurangnya perawatan. Situ Sanghyang juga terdapat di tengah-tengah pemukiman warga sehingga jalan menuju tempat ini kurang memadai dan hanya ada jalan kecil yang dapat dilalui oleh satu arah. Hal tersebut menjadikan salah satu kelemahan Situ Sanghyang sehingga wisatawan lebih memilih berkunjung ke salah satu situ yang ada di daerah kota Tasikmalaya karena tempatnya yang strategis dan didukung oleh fasilitas-fasilitas yang memadai.

b. Analisis Pasar

Analisis pasar adalah proses yang dilakukan untuk memahami kondisi dan karakteristik pasar yang relevan untuk produk atau layanan tertentu. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, perilaku pesaing, tren pasar, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan, penawaran, dan perilaku pasar secara keseluruhan. Analisis pasar melibatkan pengumpulan dan analisis data tentang pasar, termasuk data demografis, geografis, ekonomi, dan sosial.

Analisis pasar sangat penting dalam menginformasikan pengambilan keputusan bisnis, seperti penetapan harga, pengembangan produk, strategi pemasaran, dan pengembangan pasar. Dengan pemahaman yang baik tentang pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang yang menarik dan menghindari risiko yang tidak perlu, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saing mereka di pasar.

Menurut David Bowen dan Heather Makarem, analisis pasar kualitas produk pada wisata adalah proses pengumpulan dan analisis data tentang persepsi wisatawan terhadap kualitas dan suasana produk yang mereka alami selama perjalanan, termasuk keandalan, kebersihan, keramahan, dan kepuasan keseluruhan terhadap produk wisata. Menurut Kaye Sung Chon dan Norbani Che Ha, analisis pasar kualitas produk pada wisata melibatkan identifikasi dan penilaian atribut dan karakteristik produk wisata yang dianggap penting oleh wisatawan,

serta evaluasi kepuasan wisatawan terhadap kualitas produk tersebut.

Hasil peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan suasana sekitar, perilaku wisatawan, serta tren yang berkembang di sekitar Situ Sanghyang. sejalan dengan itu, hasil dari wawancara menunjuka bahwa Situ Sanghyng dulu memiliki pengunjung yang cukup banyak bahkan dapat dikatakan tempat wisata favorit di daerah kabupaten Tasikmalaya. Tetapi seiring berjalannya waktu, munculnya pandemi Covid-19 berimbas pada menurunnya pengunjung yang datang di Situ Sang Hyang. Sehingga hal tersebut mengakibatkan kondisi Situ Sanghyang menjadi sepi, bahkan hampir dikatakan akan padam. Situasi yang sepi tersebut ternyata pernah disalahgunakan untuk melakukan hal-hal yang tidak pantas oleh beberapa oknum pengunjung. Situ Sanghyang ini masih kental dengan kebudayaan yang ada didaerah sekitar sehingga perkembangan tren-tren modern tidak dapat diikuti dan diterapkan di tempat wisata ini karna hal tersebut dapat mempengaruhi terhadap pendapatan dan kebiasaan warga.

c. Analisis Produk

Analisis produk adalah proses evaluasi dan penilaian yang dilakukan terhadap produk tertentu untuk memahami karakteristik, kualitas, keunggulan, dan daya tarik. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kinerja produk, kepuasan konsumen, serta peluang terkait dengan produk atau objek tersebut. Dalam analisis pasar ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan kualitas dan daya tarik objek wisata, fasilitas, dan layanan yang ada di Situ Sanghyang

Daya tarik wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, bab I, GB bu pasal 5, menegaskan pengertian daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan yang maksud atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik

difokuskan pada permintaan wisatawan dan aspek-aspek yang menarik mereka ke berbagai destinasi (Formica, 2002).

Kandampully (2000) juga berbicara tentang "pertemuan layanan" sebagai bagian integral dari produk pariwisata dan ini termasuk interaksi wisatawan dengan personel, fasilitas fisik dan berbagai komponen paket layanan.

Situ Sanghyang memiliki kualitas dan daya tarik yang sangat unik. Pemandangan situ yang masih alami, dengan disuguhi pepohonan yang masih asri dan hijau, serta hawa dan udara yang sangat digemari oleh pengunjung untuk dijadikan sebagai tempat untuk menenangkan diri, rekreasi keluarga, dan berkemah.

Situ Sanghyang memiliki budaya setempat yang masih kental dan berkembang sampai sekarang. Di sana juga terdapat makam bersejarah yaitu Makam Prabu Linggawastu yang merupakan nenek moyang daerah Kabupaten Tasikmalaya dan Tanjungjaya. Sehingga, demi menjaga kelestarian Situ Sangyang ini, maka warga dan pengelola kurang mendukung atas adanya perkembangan modern di sekitar sana. Di era gempuran modernisasi, Situ Sanghyang ini masih bertahan untuk tetap mempertahankan kebudayaan dan kesakralan yang menjadi ciri khas dari tempat wisata Situ Sanghyang.

Menurut Sulastyono (1999), fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk member kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Fasilitas yang terdapat di Situ Sanghyang terdiri dari mushola, wc, museum mini, loket, gazebo, permainan anak-anak, rakit, perahu bebek, perahu naga, spot foto, rumah makan, dan warung. Akan tetapi, fasilitas-fasilitas yang terdapat di sana kurang terawat. Banyak fasilitas yang sudah semakin rusak di makan waktu dan tidak layak untuk digunakan lagi. Sehingga hal tersebut menjadi tugas bagi pengelola dan warga setempat dalam mengembangkan dan mempertahankan Situ Sanghyang.

Menurut Zeithaml (1988) kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan

atas keunggulan atau keistimewaan yang dirasakan konsumen atas suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Adapun menurut Wyckof (Tjiptono, 2000) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen.

Pihak pengelola sekaligus pelayanan di sana melakukan kerja rooling untuk mengecek dan menjaga keamanan serta kebersihan di Situ Sanghyang. Di bagian depan Situ Sanghyang, terdapat pihak pengelola yang berjaga memberikan tiket masuk ke dalam Situ Sanghyang. Meskipun di sana terdapat loket tiket, akan tetapi pihak pengelola lebih memilih untuk memberikan tiket secara langsung kepada pengunjung dikarenakan terdapat akses masuk yang dapat dilalui begitu saja. Sehingga pengelola pun melakukan penjagaan ketat untuk akses masuk ke Situ Sanghyang.

d. Analisis Harga

Analisis harga adalah proses mempelajari dan menganalisis harga produk atau layanan yang ditawarkan dalam pasar. Tujuannya adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga, perilaku konsumen terhadap harga, dan implikasi strategis yang terkait dengan harga.

Analisis harga melibatkan pengumpulan data dan informasi tentang harga produk atau layanan yang sebanding di pasar, termasuk harga pesaing, tren harga, diskon atau promosi yang ada, dan preferensi konsumen terhadap harga. Data ini dapat diperoleh melalui survei pasar, penelitian pasar, pengamatan langsung, atau melalui sumber data sekunder.

Menurut Kotler dan Keller (2014) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu, dan perusahaan menetapkan harga produk dalam berbagai cara.

Tiket masuk Situ Sanghyang terbilang cukup terjangkau, yaitu dapat dibandrol dengan harga Rp.6.000/orang. Kecuali jikalau pengunjung ingin menaiki rakit, perahu naga, ataupun perahu bebek, maka pengunjung harus melakukan pembayaran lagi. Rakit dan

perahu yang ada di sini merupakan usaha milik para warga setempat yang sengaja disewakan untuk para pengunjung yang datang ke sana. Biasanya pengunjung akan membayar seharga Rp.10.000/orang untuk menaiki rakit atau perahu-perahu tersebut.

e. Analisis Distribusi

Analisis distribusi melibatkan pengumpulan data dan informasi tentang saluran distribusi yang ada. Informasi ini dapat diperoleh melalui wawancara dengan pelaku distribusi, pihak pengelola dan melalui sumber data sekunder. Dalam analisis distribusi ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan promosi, serta aksesibilitas untuk menuju ke tempat objek wisata Situ Sanghyang.

Strategi khusus perlu diterapkan untuk mengatasi kesenjangan yang teridentifikasi dengan mempertimbangkan alasan kesenjangan tersebut, yaitu bahwa penawaran produk perlu ditingkatkan atau kesadaran akan penawaran produk perlu diciptakan (Lubbe et al., 2016).

Menurut Hitt et al. (2011) strategi merupakan sebuah set yang terintegrasi dan terkoordinasi melalui sebuah komitmen dan tindakan yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi inti dan mencapai keunggulan bersaing. Sedangkan menurut Dirgantoro (2004) dalam Mulyadi et al. (2012) strategi adalah bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi suatu kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan terbaik dan membantu mencapai tujuan yang diharapkan serta mengarahkan seluruh sumber daya kearah manajerial.

Menurut Sudirman (2011) obyek wisata diharapkan mampu menempatkan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan, melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga terjadi peningkatan kunjungan.

Hasil peneliti mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan promosi, aksesibilitas serta keterlibatan pemerintah untuk objek wisata Situ Sanghyang. Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa strategi untuk

mempromosikan Situ Sanghyang dengan memanfaatkan sosial media milik warga atau bahkan pengunjung. Keterlibatan pemerintah terhadap pembangunan Situ Sanghyang ditunjukkan dengan pemberian dana setiap tahunnya. Hanya saja, setelah masa pandemi, dana dari pemerintah sulit untuk turun, sehingga pihak pengelola pun terhambat dalam melakukan pembaharuan dan perawatan Situ Sanghyang. Terkait dengan akses jalan, Situ Sanghyang memiliki 3 akses jalan menuju ke sana. Pengunjung yang ingin pergi ke Situ Sanghyang dapat melalui akses jalan melalui akses jalan dari kota maupun kabupaten, seperti Jalan Sasak Gantung, Jalan dari Kabupaten Singaparna, dan melalui Jalan dari Kabupaten Sukaraja.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan pariwisata di Kawasan Situ Sanghyang menekankan pengembangan daya tarik wisata berbasis pertanian yang fokus pada konservasi lingkungan alam dan budaya. Ini akan dicapai melalui pemberdayaan masyarakat pada tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pembangunan pariwisata dan budaya. Analisis kondisi tapak, prinsip-prinsip pengembangan, strategi dasar pengembangan, serta tema utama pengembangan Kawasan Situ Sanghyang sebagai kawasan pariwisata, memandu pembagian kegiatan wisata menjadi tiga zona utama: zona rekreasi umum, zona wisata transisi, dan zona minat khusus.

DAFTAR PUSTAKA

Barreto, M., & Giantari, I. K. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(11), 773-796.

Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado Grace inn. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1). ISO 690

Kennedy, P. S. J. (2022). Analisis Pasar dan Pengukuran Pasar Pariwisata.

Kuntjoroadi, W., & Safitri, N. (2011). Analisis strategi bersaing dalam persaingan

usaha penerbangan komersial. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 16(1), 7.

Mulyono, J., Munibah, K., & Lahan, S. (2016). Pendekatan location quotient dan shift share analysis dalam penentuan komoditas unggulan tanaman pangan di Kabupaten Bantul.

Nanda, A. D. (2021). Ta: Penentuan Prioritas Pengembangan Obyek Wisata Pantai Di Kecamatan Koba, Kabupaten Bangka Tengah (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Nasional Bandung).

Prasetyo, S. B. (2008). Analisis efisiensi distribusi pemasaran produk dengan metode data envelopment analysis (DEA). *Jurnal Penelitian Ilmu Teknik*, 8(2), 120-128.

Rulloh, N. (2018). Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Sekitar Objek Wisata Lumbok Resort Kecamatan Lumbok Seminung Kabupaten Lampung Barat) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Saluy, A. B., & Kemalasari, N. W. (2017, July). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pt. Xyz. In *Seminar Ekonomi dan Bisnis (SNEBIS) (Vol. 1, No. 1)*.

Saptana. 2008. Keunggulan Komparatif-Kompetitif dan Strategi Kemitraan. *Jurnal Soca (Socio-Economic of Agriculture and Agribusiness)*. 8(2):10-26.

Setiawan, Iwan, Retno Kuning Dewi Pusparatri, Suciati, dan Ach. Mushlih. 2018. Ilmu Pengetahuan Sosial untuk SMP/MTS Kelas IX. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Setiyanto, A. 2013. Pendekatan dan Implementasi Pengembangan Kawasan Komoditas Unggulan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 31 (2):71-195.

Supriadi, Y. (2000). Analisis Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran dan Penentuan Posisi Pasar dalam Kaitannya dengan Volume Penjualan Teh Sedap Pada PT. Perkebunan XIII di Bandung. *Jurnal Ilmiah Kesatuan (JIK)*, 2(1), 27-38. ISO 690.