

**PENYUSUNAN PERENCANAAN PENGELOLAAN  
SUMBER DAYA ALAM DI KABUPATEN CIAMIS  
(Studi Kasus pada Obyek Wisata Situ Wangi  
Kecamatan Kawali)**



**Disusun oleh:**

Ketua : Dr. Maman Herman, M.Pd  
Anggota : 1. Dr. Nana Darna, M.M.  
2. Dr. Marceilla Suryana, M.M.Par.

**LPPM UNIVERSITAS GALUH  
CIAMIS  
Nopember 2017**

## ABSTRAK

Kajian ini dilatarbelakangi pembangunan kawasan wisata sebagai andalan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Ciamis dan pembangunan pada sektor lain perlu memperhatikan dampak terhadap lingkungan, terutama akibat tumbuhnya fasilitas-fasilitas wisata yang akan mempengaruhi lingkungan sekitar. Obyek wisata Situ Wangi ini masih sangat jarang diketahui keberadaannya, namun berpotensi untuk menyejajarkan perekonomian masyarakat sekitarnya. Tujuan kajian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan: 1) Kondisi nyata potensi obyek wisata Situ Wangi, 2) Faktor pendukung dan penghambat pengelolaan obyek wisata Situ Wangi, 3) Strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan obyek wisata Situ Wangi. Metode kajian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kepada setiap wisatawan yang dijumpai langsung diambil sebagai responden dan ditetapkan sebanyak 20 orang. Sementara untuk sampel masyarakat lokal ditetapkan sebanyak 10 orang dan aparat pemerintahan sebanyak 10 orang. Hasil kajian menunjukkan bahwa: 1) Kondisi nyata obyek Wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis memiliki indeks kelayakan obyek wisata berada pada kriteria **layak dikembangkan**, namun demikian perlu peningkatan terutama pada indikator amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan. 2) Faktor pendukung obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis melalui indikator daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik, aksesibilitas berada pada kriteria sangat mudah diakses, amenitas berada pada kriteria kurang memadai, fasilitas pendukung berada pada kriteria kurang memadai, dan masyarakat sebagai tuan rumah berada pada kriteria sangat ramah. Sedangkan faktor penghambat obyek wisata Situ Wangi melalui indikator kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang, indikator kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang pemasaran, pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang profesional, dan kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang penyuluhan. 3) Strategi pengembangan obyek wisata Situ Wangi di arahkan berdasarkan analisis SWOT. Analisis ini merupakan suatu metode yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta kendala-kendala yang dihadapi dalam proses pengembangan obyek wisata. Strategi yang dapat diterapkan adalah dukungan kebijakan pemerintah yang agresif (*growth oriented strategy*).

*Kata kunci: perencanaan, pengelolaan, sumber daya alam, obyek wisata.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga kajian dengan judul **“Penyusunan Perencanaan Pengelolaan Sumber Daya Alam di Kabupaten Ciamis (Studi Kasus pada Obyek Wisata Situ Wangi Kecamatan Kawali)”** dapat selesai disusun.

Kajian ini merupakan kerjasama antara Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis dengan LPPM Universitas Galuh, sekaitan dengan kajian tentang penyusunan perencanaan pengelolaan sumber daya alam di Kabupaten Ciamis.

Akhir kata, kami menyadari sebagai manusia yang banyak memiliki keterbatasan dan hanya Allah SWT yang memiliki kesempurnaan seutuhnya, untuk itu kritikan konstruktif kami nantikan dalam upaya penyempurnaan kajian ini.

Ciamis, 30 Nopember 2017

Penyusun,

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| ABSTRAK .....                                     | i   |
| KATA PENGANTAR .....                              | ii  |
| DAFTAR ISI.....                                   | iii |
| DAFTAR TABEL .....                                | vi  |
| DAFTAR GAMBAR .....                               | xx  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                             | xxi |
| BAB I PENDAHULUAN .....                           | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Kajian.....                    | 1   |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                    | 5   |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                         | 5   |
| 1.4 Tujuan Kajian .....                           | 6   |
| 1.5 Kegunaan Kajian .....                         | 6   |
| 1.5.1 Kegunaan Teoritis .....                     | 6   |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis .....                      | 6   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 7   |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                          | 7   |
| 2.1.1 Konsep Kepariwisata .....                   | 7   |
| 2.1.2 Destinasi Wisata .....                      | 9   |
| 2.1.3 Produk Pariwisata .....                     | 16  |
| 2.1.5 Zonasi Kawasan Wisata .....                 | 25  |
| 2.1.6 Peraturan Perundang-Undangan Terkait .....  | 26  |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....                      | 37  |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| BAB III | METODOLOGI KAJIAN .....  | 39 |
| 3.1     | Objek Kajian .....   | 39 |
| 3.3     | Metode dan Pendekatan Kajian.....  | 39 |
| 3.3     | Operasionalisasi Variabel .....  | 40 |
| 3.4     | Populasi dan Sampel Kajian .....   | 42 |
| 3.5     | Sumber Data .....  | 42 |
| 3.6     | Alat Pengumpul Data .....  | 43 |
| 3.7     | Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....                                   | 43 |
| 3.8     | Teknik Analisis Data .....   | 46 |
| 3.8     | Agenda Kajian .....  | 51 |
| 3.10    | Biaya Kegiatan .....   | 52 |
| 3.11    | Tim Pelaksana Kajian .....   | 53 |
| BAB IV  | HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN .....  | 54 |
| 4.1     | Hasil Kajian .....   | 54 |
| 4.1.1   | Gambaran Umum Objek Kajian .....   | 54 |
| 4.1.2   | Karakteristik Responden .....  | 55 |
| 4.1.3   | Kondisi Nyata Potensi Obyek Wisata Situ Wangi .....                              | 58 |
| 4.1.4   | Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan<br>obyek wisata Situ Wangi .....     | 63 |
| 4.1.5   | Strategi yang Perlu Dilakukan dalam Pengelolaan<br>Obyek Wisata Situ Wangi ..... | 70 |
| 4.2     | Pembahasan .....   | 90 |
| 4.2.1   | Kondisi Nyata Potensi Obyek Wisata Situ Wangi .....                              | 90 |
| 4.2.2   | Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan<br>Obyek Wisata Situ Wangi .....     | 91 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.2.3 Strategi yang Perlu Dilakukan dalam Pengelolaan<br>Obyek Wisata Situ Wangi ..... | 93  |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 104 |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 104 |
| 5.2 Saran .....  | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA   |     |
| LAMPIRAN   |     |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1  | Komponen Kepariwisata dalam Destinasi Wisata .....  | 23 |
| Tabel 2.2  | Rekapitulasi Daya Tarik Wisata Kabupaten Ciamis .....   | 36 |
| Tabel 3.1  | Operasional Variabel Penyusunan Perencanaan Pengelolaan Sumber Daya Alam di Obyek Wisata Situ Wangi .....                       | 40 |
| Tabel 3.2  | IFAS (Internal Factors Analysis Strategy) Pembobotan menggunakan metode perbandingan berpasangan .....                          | 49 |
| Tabel 3.3  | Matrik EFAS (Eksternal Factors Analysis Strategy) Pembobotan menggunakan metode perbandingan berpasangan .....                  | 49 |
| Tabel 3.4  | Tahapan Dan Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Perencanaan Pengembangan Sumber Daya Alam melalui Potensi Obyek Wisata Situ Wangi ..... | 51 |
| Tabel 3.5  | Rencana Anggaran Biaya Kajian Sumber Daya Alam di Kabupaten Ciamis .....  | 52 |
| Tabel 3.6  | Tim Pelaksana Kajian .....  | 53 |
| Tabel 4.1  | Responden Kajian .....  | 56 |
| Tabel 4.2  | Jenis Kelamin Responden .....   | 56 |
| Tabel 4.3  | Usia Responden .....  | 57 |
| Tabel 4.5  | Pekerjaan Responden .....   | 58 |
| Tabel 4.6  | Obyek dan Daya Tarik Wisata .....   | 59 |
| Tabel 4.7  | Aksesibilitas .....   | 60 |
| Tabel 4.8  | Amenitas .....  | 60 |
| Tabel 4.9  | Fasilitas Pendukung .....   | 61 |
| Tabel 4.10 | Kelembagaan .....   | 62 |

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 4.11 | Rekapitulasi Kondisi Nyata Obyek Wisata Situ Wangi .....           | 62 |
| Tabel 4.12 | Daya Tarik Wisata .....  | 63 |
| Tabel 4.13 | Aksesibilitas .....  | 64 |
| Tabel 4.14 | Amenitas .....   | 64 |
| Tabel 4.15 | Fasilitas Pendukung .....  | 65 |
| Tabel 4.16 | Masyarakat sebagai Tuan Rumah .....                                | 66 |
| Tabel 4.17 | Rekapitulasi Faktor Pendukung Obyek Wisata<br>Situ Wangi .....     | 66 |
| Tabel 4.18 | Kurangnya Sarana dan Prasarana .....                               | 67 |
| Tabel 4.19 | Kurangnya Pemasaran Wisata .....                                   | 68 |
| Tabel 4.20 | Pengelolaan yang Belum Profesional .....                           | 68 |
| Tabel 4.21 | Kurangnya Penyuluhan Kepada Masyarakat<br>Tentang Pariwisata ..... | 69 |
| Tabel 4.22 | Rekapitulasi Faktor Penghambat Obyek Wisata Situ Wangi .....       | 70 |
| Tabel 4.23 | Lokasi Wisata yang Nyaman dan Asri .....                           | 71 |
| Tabel 4.24 | Panorama Alam yang Indah.....                                      | 71 |
| Tabel 4.25 | Udara yang Bersih dan Sejuk .....                                  | 72 |
| Tabel 4.26 | Aman untuk Dikunjungi .....  | 73 |
| Tabel 4.27 | Kondisi Jalan yang Baik .....                                      | 73 |
| Tabel 4.28 | Masyarakat Sekitar Wisata yang Ramah .....                         | 74 |
| Tabel 4.29 | Lokasi yang Strategis .....  | 75 |
| Tabel 4.30 | Transportasi yang Memadai .....                                    | 75 |
| Tabel 4.31 | Biaya yang Relatif Murah .....                                     | 76 |
| Tabel 4.32 | Rekapitulasi Kekuatan Obyek Wisata Situ Wangi .....                | 76 |



|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 4.33 | Tidak Adanya Lokasi Berkemah .....                                 | 78 |
| Tabel 4.34 | Kurangnya Sarana dan Prasarana .....                               | 78 |
| Tabel 4.35 | Kurangnya Pemasaran Wisata .....                                   | 79 |
| Tabel 4.36 | Pengelolaan yang Belum Profesional .....                           | 80 |
| Tabel 4.37 | Adanya Sampah yang Berserakan .....                                | 80 |
| Tabel 4.38 | Adanya Coretan-Coretan yang Mengurangi Keindahan .....             | 81 |
| Tabel 4.39 | Kurang Cocok untuk Wisata Keluarga .....                           | 82 |
| Tabel 4.40 | Kurangnya Penyuluhan Kepada Masyarakat<br>tentang Pariwisata ..... | 82 |
| Tabel 4.41 | Rekapitulasi Kelemahan Obyek Wisata Situ Wangi .....               | 83 |
| Tabel 4.42 | Lokasi Wisata Pelajar .....  | 84 |
| Tabel 4.43 | Potensi Pengadaan Cinderamata .....                                | 85 |
| Tabel 4.44 | Pengadaan Tiket Masuk .....  | 86 |
| Tabel 4.45 | Dapat Menciptakan Kesempatan Kerja/Lapangan Kerja .....            | 86 |
| Tabel 4.46 | Rekapitulasi Peluang Obyek Wisata Situ Wangi .....                 | 87 |
| Tabel 4.47 | Adanya Persaingan Tempat Wisata Lain yang<br>Lebih Menarik .....   | 88 |
| Tabel 4.48 | Kurangnya Minat Pengunjung .....                                   | 89 |
| Tabel 4.49 | Rekapitulasi Ancaman Obyek Wisata Situ Wangi .....                 | 89 |
| Tabel 4.50 | Analisis TOWS/SWOT Situ Wangi .....                                | 95 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Sistem Kepariwisataaan .....  | 9  |
| Gambar 2.2 <i>Geographical Elements of a Tourist System Transit region<br/>or rute</i> ..... | 10 |
| Gambar 2.3 <i>The Tourism Area Life Cycle</i> .....  | 20 |
| Gambar 2.4 Diagram Kerangka Pemikiran .....  | 38 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Angket Kajian

Lampiran 2 Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Contoh Perhitungan Kelayakan Obyek Wisata

Lampiran 4 Dokumentasi/Foto Kegiatan Kajian

Lampiran 5 Riwayat Hidup Tim Kajian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Otonomi yang diberikan kepada daerah Kabupaten dan Kota dilaksanakan dengan memberikan kewenangan yang seluas-luasnya, nyata dan bertanggung jawab kepada pemerintah daerah secara proporsional. Artinya, pelimpahan tanggung jawab akan diikuti oleh pengaturan pembagian dan pemanfaatan serta sumber daya nasional yang berkeadilan, serta perimbangan keuangan pusat dan daerah. Dalam mengurus dan mengatur rumah tangga sendiri, sudah barang tentu daerah memerlukan biaya yang cukup besar guna membiayai pengelolaan pemerintahan dan pembangunan di daerah. Oleh karena itu daerah diberi hak dan wewenang untuk menggali sumber-sumber pendapatan daerahnya sendiri. Hal ini sesuai dengan Pasal 285 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 yang mengatur sumber pendapatan daerah, yang terdiri atas:

- a. Pendapatan asli Daerah, meliputi:
  1. Pajak daerah
  2. Retribusi daerah
  3. Hasil pengelolaan Daerah yang dipisahkan
  4. Lain-lain pendapatan asli Daerah yang sah
- b. Pendapatan transfer; dan
- c. Lain-lain pendapatan Daerah yang sah

Pendapatan asli daerah merupakan gambaran potensi keuangan daerah, pada umumnya mengandalkan unsur pajak daerah dan retribusi daerah. Berkaitan dengan pendapatan asli daerah dari sektor retribusi, maka daerah dapat menggali potensi sumber daya alam yang berupa obyek wisata. Pemerintah menyadari bahwa sektor

pariwisata bukan merupakan sektor penyumbang terbesar dalam pendapatan daerah tetapi berpotensi dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang sangat penting dan mampu memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pembangunan. Produk wisata konvensional mulai banyak ditinggalkan dan wisatawan beralih kepada produk wisata yang lebih menghargai lingkungan, alam, budaya dan atraksi secara spesial. Kepuasan wisatawan tidak lagi bersandar pada keindahan alam dan kelengkapan fasilitas wisata melainkan juga pada keleluasaan dan intensitas interaksi dengan lingkungan dan masyarakat lokal. Berdasarkan fakta di atas maka perlu dirumuskan bentuk pembangunan pariwisata berkelanjutan yang lebih tepat di masa mendatang. Konsep pariwisata perdesaan (*rural tourism*) dengan cirinya produk yang unik, khas serta ramah lingkungan kiranya dapat menjadi solusi baru bagi pengembangan kepariwisataan di dunia. Sebagai respons atas pergeseran minat wisatawan tersebut maka di Indonesia pun tumbuh pilihan wisata baru berupa desa-desa wisata di berbagai provinsi di Indonesia.

Situ Wangi yang berlokasi di Dusun Hayawang, Desa Winduraja, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis, merupakan satu di antara beberapa danau yang ada di wilayah Kabupaten Ciamis bagian utara, bahkan dalam web site Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis sudah masuk ke dalam 4 daerah wisata baru di Kabupaten Ciamis. Danau seluas 3,5 hektar tersebut terletak hanya 1 km dari Jalan Raya Ciamis-Cirebon dan mudah dijangkau kendaraan sehingga memungkinkan untuk dikunjungi wisatawan.

Selama ini sebagian masyarakat di sekitarnya menjadikan danau tersebut untuk keperluan sehari-hari, seperti mandi, cuci dan juga kakus. Pemerintah pada tahun 2007 melalui BKSDA, DAS Citanduy telah melakukan usaha untuk menjaga, memperindah dan melestarikan salah satu sumber mata air tersebut dengan memasang kirmir di sepanjang tepian danau dan melengkapi fasilitas danau dengan membuat WC umum di pinggir sebelah timur. Wilayah sekeliling situ wangi yang asalnya merupakan tanah milik adat masyarakat dusun Hayawang, Desa Winduraja pada tahun 2007 telah diganti rugi oleh pemerintah Kabupaten Ciamis dan pada bulan Desember 2010 telah diadakan penyerahan pengelolaan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis kepada Pemerintah Desa Winduraja dengan perjanjian pembagian hasil (Tabloid Lintas Pena, Maret 2011). Namun usaha-usaha yang telah dilakukan selama ini belum dapat mendatangkan banyak pengunjung.

Obyek wisata Situ Wangi Kecamatan Kawali merupakan salah satu obyek wisata yang menjadi daya tarik di wilayah Kabupaten Ciamis sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Ciamis Tahun 2015. Untuk pengelolaan kawasan pariwisata telah di atur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Ciamis Nomor 16 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Ciamis Tahun 2017-2027.

Pengembangan kawasan wisata Ciamis tidak luput dari peran pengelola atau SDM didalamnya. Pengelola ini bisa saja terdiri dari berbagai pihak atau dalam hal ini disebut *stakeholder*. Weaver dalam Sugiyama (2011:113) menyampaikan bahwa terdapat 8 pihak yang berkepentingan dalam sistem kepariwisataan, yaitu "*host community, host governments, tourism business, Universities, Community college,*

*NGO's, Origin Government, dan Tourists.*” Manfaat dari berjalannya sistem kepariwisataan yang utuh bukan saja terhadap wisatawan yang datang atau bisnis yang dijalankan di destinasi wisata atau dalam hal ini menyangkut aspek ekonomi dan peningkatan taraf hidup masyarakat saja, melainkan juga kepada aspek lain seperti pelestarian alam dan kesadaran akan budaya tradisional.

Hasil studi pendahuluan melalui observasi dan wawancara dengan Aparat Desa Bagian Ekonomi Pembangunan dan beberapa pengunjung obyek wisata Situ Wangi pada tanggal 13 September 2017 muncul beberapa permasalahan terkait pengelolaan Obyek wisata tersebut sebagai berikut:

1. Pengelolaan obyek wisata Situ Wangi belum optimal, hal ini ditunjukkan melalui pengelolaan yang belum profesional.
2. Belum optimalnya potensi daya tarik obyek wisata Situ Wangi.
3. Belum optimalnya jumlah kunjungan wisatawan.
4. Penyediaan sarana dan prasarana obyek wisata belum memadai.
5. Rendahnya promosi atau pemasaran obyek wisata.
6. Belum adanya pengembangan produk pariwisata.

Pembangunan kawasan wisata sebagai andalan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Ciamis dan pembangunan pada sektor lain perlu memperhatikan dampak terhadap lingkungan, terutama akibat tumbuhnya fasilitas-fasilitas wisata yang akan mempengaruhi lingkungan sekitar. Obyek wisata Situ Wangi ini masih sangat jarang diketahui keberadaannya, namun berpotensi untuk menyegerakan perekonomian masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis mengenai potensi dan strategi pengembangan obyek wisata Situ Wangi, sehingga

judul kajian adalah **“Penyusunan Perencanaan Pengelolaan Sumber Daya Alam di Kabupaten Ciamis (Studi Kasus pada Obyek Wisata Situ Wangi Kecamatan Kawali).”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang kajian maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Belum optimalnya potensi daya tarik obyek wisata Situ Wangi.
2. Belum optimalnya jumlah kunjungan wisatawan.
3. Penyediaan sarana dan prasarana obyek wisata belum memadai.
4. Rendahnya promosi dan pemasaran obyek wisata.
5. Belum ada pengembangan produk pariwisata.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi nyata potensi obyek wisata Situ Wangi?
2. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pengelolaan obyek wisata Situ Wangi?
3. Bagaimana strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan obyek wisata Situ Wangi?



## **1.4 Tujuan Kajian**

Tujuan kajian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan:

1. Kondisi nyata potensi obyek wisata Situ Wangi.
2. Faktor pendukung dan penghambat pengelolaan obyek wisata Situ Wangi.
3. Strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan obyek wisata Situ Wangi.

## **1.5 Kegunaan Kajian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil kajian ini diharapkan bermanfaat sebagai kontribusi terhadap wawasan ilmu pengetahuan tentang pengelolaan kepariwisataan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah khususnya di Kabupaten Ciamis.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil kajian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan terhadap Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis terkait dengan pengelolaan kepariwisataan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah khususnya di Kabupaten Ciamis.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Kajian Teoritis

##### 2.1.1 Konsep Kepariwisata

Wahab (1985:75) mengemukakan bahwa pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam:

1. Penyediaan lapangan kerja
2. Peningkatan penghasilan
3. Standar hidup
4. Menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya.
5. Industri-industri klasik misalnya kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan, transportasi secara ekonomi.

Pariwisata itu sendiri berasal dari dua suku kata bahasa Sanskerta, '*pari*' yang berarti banyak atau berkali-kali dan '*wisata*' yang berarti perjalanan atau bepergian untuk bersenang-senang. Jadi, kata pariwisata diartikan sebagai suatu perjalanan untuk bersenang-senang yang dilakukan berkali-kali (Yoeti, 2002:126). Secara lebih luas, dalam pengertian kepariwisataan terdapat beberapa faktor penting yang menjadi batasan dalam definisi pariwisata, yaitu:

- a. Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain
- c. Perjalanan ini berhubungan dengan rekreasi atau bersenang-senang
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian pariwisata sebagai berikut: "Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang

dikunjungi, tetapi semata-mata untuk kegiatan bersenang-senang atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam". (Yoeti, 2002:25)

Berdasarkan etimologinya, pariwisata merupakan,"perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ketempat lain." Definisi lain menjelaskan bahwa pariwisata adalah, "salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya." (Depbudpar, 2006).

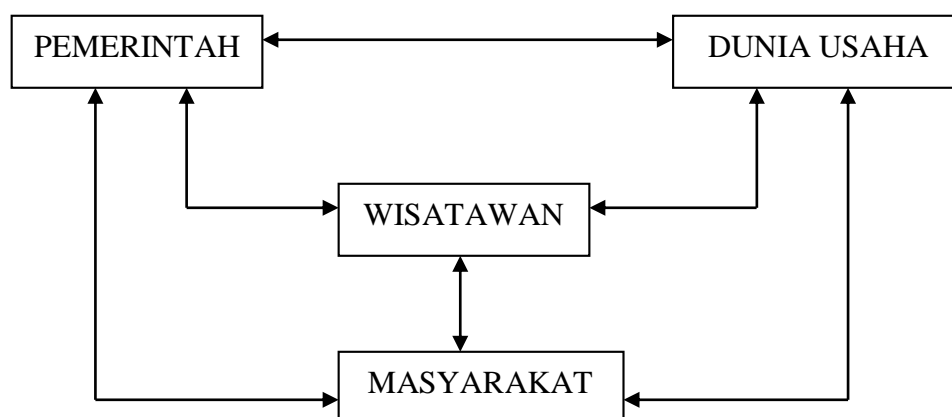
Kepariwisataan merupakan suatu sistem dan bukan sekedar berbicara mengenai bentuk perjalanan dan pariwisata. Jenis-jenis aktivitasnya terintegrasi dan menjadi suatu gejala atau fenomena sosial. Dilihat dari sisi lain kepariwisataan merupakan aktivitas dan interaksi manusia dengan lingkungan dan komunitasnya melalui berbagai motivasi dan kehendak akan segala keterbatasannya. Disampaikan oleh Bahar (2006:4), yaitu:

Kepariwisataan adalah proses manusia (wisatawan) dalam mengeksplorasi dan mengeksploitasi lingkungan dengan minat dan motivasi dasar serta kehendak yang diinginkan terhadap lingkungan dan komunitas dengan segala keterbatasannya.

Apresiasi manusia terhadap alam, lingkungan beserta masyarakat yang diwujudkan dalam kegiatan perjalanan dapat diartikan sebagai dasar pariwisata.

Secara sederhana sistem kepariwisataan dapat di gambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Sistem Kepariwisataaan**



Sumber: Bahar (2006:4)

Bahar (2002) selanjutnya menjelaskan peranan serta keberadaan sub-sub sistem ini sangat menentukan perkembangan kepariwisataan. Lebih rinci sub-sub sistem diatas dijelaskan sebagai berikut :

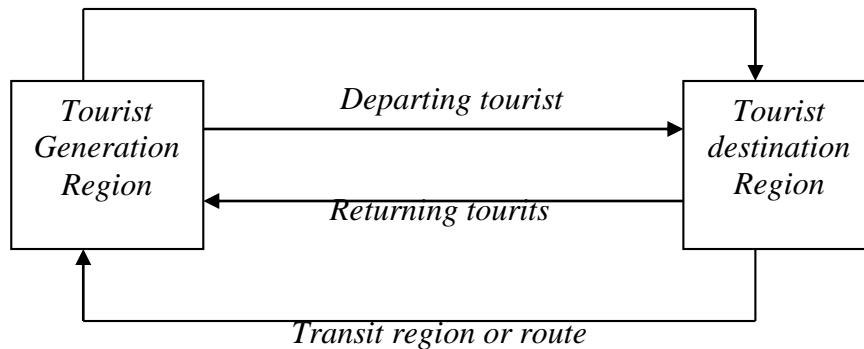
- a. Wisatawan, yaitu pihak yang melaksanakan kegiatan pariwisata atau melakukan perjalanan wisata.
- b. Dunia Usaha, yaitu pihak yang mengusahakan fasilitas penunjang bagi wisatawan.
- c. Pemerintah, yaitu pihak yang berkepentingan untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat melalui kepariwisataan.
- d. Masyarakat, yaitu pihak komunitas atau penduduk setempat yang tinggal di suatu daerah tujuan wisata, dan secara langsung akan menerima dampak kegiatan kepariwisataan di daerahnya.

### **2.1.2 Destinasi Wisata**

Pelaksanaan kepariwisataan tidak luput dari pengelolaan kawasan wisata yang terdiri dari elemen geografis didalamnya, dimana elemen geografis itu terdiri dari daerah asal wisatawan, daerah tujuan dengan tidak lupa juga menekankan

kepada kegiatan wisata di daerah transit tertentu. Selanjutnya Michael Hall (2000) menggambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
*Geographical Elements of a Tourist System*  
*Transit region or route*



(C. Michael Hall, 2000)

Secara geografis, sistem pariwisata melibatkan tiga elemen dasar yaitu :

1. *Generating region* atau daerah asal wisatawan yaitu tempat dimana wisatawan memulai atau mengakhiri suatu perjalanan.
2. *Transit region* atau rute transit adalah daerah dimana wisatawan harus singgah sebelum mencapai destinasi wisata atau sebelum kembali ke tempat asal.
3. *Destination region* atau destinasi wisata merupakan daerah yang dipilih oleh wisatawan untuk dikunjungi serta tempat dimana konsekuensi dari sistem pariwisata dirasakan secara nyata.

Sedangkan kata-kata destinasi itu sendiri berarti area atau tempat yang dikunjungi wisatawan dalam periode waktu tertentu. Menurut Kothler, Bown dan Makens (2003 : 718) definisi destinasi wisata adalah : “*Destination are places with some form aof actual or perceived boundary such as the physical boundary of an island, political boundaries or even market created boundaries*”.

Destinasi juga terdiri dari berbagai elemen-elemen. Di dalam membuat strategi terhadap sebuah destinasi terdapat beberapa faktor yang harus dianalisis terlebih dahulu di dalam pasar. Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. *What are the natural resources of the destination area?* Yang termasuk kedalam sumber daya alam di suatu destinasi antara lain adalah iklim, tanah, vegetasi, kehidupan binatang, air, pantai, ketersediaan air minum, sumber daya energi, dan keindahan alam sekitar destinasi.
2. *What is the existing infrastructure?* Infrastruktur yang masuk ke dalamnya antara lain water supply, sistem pembuangan, listrik dan gas, sistem komunikasi, jalan, bandar udara, terminal, stasiun kereta api, tempat parkir, dan transportasi publik.
3. *What is the current development phase of the suprastructure?* Sarana suprastruktur terdiri dari fasilitas-fasilitas seperti hotel/motel, restoran/bar, toko-toko, tempat-tempat hiburan, dan sektor bisnis lainnya yang menyediakan barang dan jasa kepada konsumen.
4. *What forms of transportation are currently available to potential travel consumers who may choose to visit the destination?* Dalam hal transportasi yang terkait di dalamnya mobil, pesawat udara, kereta api, bus dan kapal laut.
5. *Does the destination area have the necessary people (the host community) who are willing and able to service the travel consumer?* Maksud dari hal di atas apakah masyarakat lokal mempunyai keinginan di dalam memberikan jasanya kepada wisatawan yang datang ke daerah mereka. Keinginan tersebut tidak hanya meliputi keinginan di dalam pelayanan namun juga masyarakat lokal juga harus dapat menerima budaya dan motivasi yang dibawa oleh wisatawan ke daerah mereka.
6. *What cultural/historical resources does a particular destination have that sets it apart from other destinations?* Dengan kata lain adalah apakah destinasi yang akan dipasarkan tersebut mempunyai pesaing lain yang potensi produk sejarah dan budayanya sama dengan yang dipasarkan destinasi tersebut kepada konsumen.
7. *What types of travel consumers currently visit the destinations? Why do they choose to visit that destinations instead of the many other possible destinations?* Menentukan jenis wisatawan yang datang ke suatu destinasi yang dapat memberikan nilai wawasan yang nantinya akan masuk ke dalam daur hidup produk. Apakah wisatawan yang datang menyukai jenis wisata petualangan atau jenis lainnya.
8. *What is the government attitude toward, and treatment of, tourism?* Keterlibatan pemerintah terhadap pariwisata yang berkembang pada suatu destinasi. Keterlibatan tersebut bisa dalam bentuk tindakan langsung dari pemerintah pada perkembangan pariwisata atau pemerintah yang ada di destinasi tersebut hanya sebagai fasilitator dan pemberi kebijakan saja. (Sumber : Lewwis and Chambers, 1990)

Potensi pariwisata suatu daerah dengan beragam mulai dari keindahan alam, adat istiadat atau budaya dan keramah tamahan penduduknya hingga kesiapan sarana dan prasarana pendukungnya hal ini sangat ideal sekali dalam proses perencanaan dan pengembangan pariwisata suatu destinasi pariwisata kedepannya dan dapat dijadikan sebagai mesin penghasil devisa bagi suatu daerah dimana pariwisata itu berkembang. Keindahan alam suatu daerah yang masih bersifat alami sangat membantu dalam perkembangan pariwisatanya didukung dengan budaya masyarakat dan sifat keramahtamahan yang masih melekat dalam kehidupan masyarakat setempat sangat didambakan oleh wisatawan untuk dikenal lebih mendalam dan menarik untuk dipelajari oleh wisatawan.

Dengan melihat berbagai macam potensi yang sangat menarik bagi wisatawan maka suatu daerah yang memiliki potensi pariwisata untuk merencanakan pariwisata dengan melengkapi berbagai macam fasilitas penunjang baik dari segi infrastruktur seperti jalan sebagai aksesibility ke obyek wisata sehingga wisatawan dapat dengan mudah untuk melakukan perjalanan, selain itu merencanakan pembangunan hotel, villa, pondok wisata, *home stay* yang akan digunakan sebagai tempat akomodasi atau menginap wisatawan selama mengunjungi suatu daerah wisata serta berbagai macam fasilitas lainnya seperti restoran, pusat pembelajaran tradisional dan modern sehingga sehingga akan menimbulkan dampak positif baik bagi suatu destinasi pariwisata maupun masyarakat tempatan, hal itu sangat baik sekali dilakukan dalam merencanakan pariwisata.

Suatu destinasi pariwisata seiring dengan berjalannya waktu terkadang suatu destinasi pariwisata sering terjadi suatu penyimpangan perencanaan yang telah di buat akibat adanya sebuah intervensi dan keinginan penguasa dimana kawasan yang mestinya dikonservasi atau dilindungi dirubahnya menjadi kawasan penunjang pariwisata guna memenuhi beberapa keinginan wisatawan dengan mengabaikan kaidah-kaidah perencanaan, pengembangan dan daya dukung lingkungan suatu destinasi pariwisata seperti pembangunan hotel atau villa mewah didaerah kawasan konservasi, permukiman tradisional digusurnya menjadi “commerce core” dengan persepsi dan arogansiargumentasi lain bahwa hal ini dapat mendongkrak pemasukan “income” ke kas daerah, sehingga terjadi berbagai macam dampak negatif sebagai akibat perencanaan yang tidak sesuai peruntukannya baik dari segi lingkungan, ekonomi, budaya. Sebagai destinasi pariwisata yang mulai berkembang kearah lebih maju maka pengembangan kepariwisataan memerlukan perencanaan yang cermat dan detail karena dalam dunia kepariwisataan menyangkut berbagai bidang sektor kehidupan, baik bagi pengunjung dalam hal ini adalah wisatawan asing atau lokal maupun bagi masyarakat setempat yang menjadi penyedia produk kepariwisataan dan sekaligus sebagai tuan rumah. Perencanaan kepariwisataan di suatu destinasi pariwisata tidak hanya merupakan kepentingan wisatawan tetapi juga harus melihat kepentingan masyarakat atau melibatkan masyarakat baik bersifat lokal, daerah dan nasional.

Pariwisata dilihat sebagai suatu sistem (*system approach*) yang saling berhubungan (*interrelated system*); demikian halnya dalam perencanaan dan teknik analisisnya. Pendekatan menyeluruh (*comprehensive approach*), pendekatan ini



biasa disebut dengan pendekatan holistik. Seluruh aspek yang terkait dalam perencanaan pariwisata yang mencakup institusi, lingkungan, dan implikasi sosial ekonominya, dianalisis dan direncanakan secara menyeluruh. Pendekatan terintegrasi (*Integrated approach*); Pendekatan ini mirip dengan pendekatan sistem dan pendekatan menyeluruh. Pariwisata dikembangkan dan direncanakan sebagai suatu sistem yang terintegrasi baik ke dalam maupun ke luar. Dalam perencanaan suatu kawasan wisata, kawasan sekitarnya tidak bisa diabaikan, bahkan dipandang sebagai bagian integral perencanaan. Pendekatan ini didasari kebijakan dan rencana pemerintah, baik di tingkat nasional maupun di tingkat regional. Perencanaan pariwisata dilihat dari proses berkesinambungan yang perlu di evaluasi berdasar pemantauan dan umpan balik dalam kerangka pencapaian tujuan dan kebijakan pengembangan pariwisata selain itu pendekatan yang dapat dimplementasikan memiliki ciri: logis, luwes, obyektif dan realistis.

Ada beberapa pendekatan dalam sebuah perencanaan seperti yang dijabarkan oleh Inskeep (1991:78) diantaranya:

- 1) Pendekatan berkelanjutan dan fleksibel;
- 2) Pendekatan sistem;
- 3) Pendekatan Menyeluruh;
- 4) Pendekatan yang Terintegrasi;
- 5) Pendekatan Pengembangan Berkelanjutan dan Lingkungan;
- 6) Pendekatan Masyarakat;
- 7) Pendekatan Pelaksanaan;
- 8) Aplikasi Proses Perencanaan Sistematis;
- 9) Pendekatan yang mengedepankan kelestarian wawasan budaya.

Selain sebuah perencanaan, sebuah destinasi pariwisata harus memiliki sebuah konsep pengembangan pariwisata sehingga antara perencanaan dan proses pengembangan beriringan untuk menuju sebuah tujuan destinasi pariwisata yang ideal. Dalam konsep pengembangan destinasi pariwisata pun sangat berkaitan dalam kehidupan masyarakat ataupun daerah tersebut karena akan meningkatkan

kehidupan perekonomian masyarakat tersebut ataupun pendapatan suatu daerah tertentu (PAD). Pengembangan kawasan pariwisata tidak terlepas dari adanya sebuah kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah maupun swasta yang berkerjasama untuk membangun dan mengelola tempat wisata sebagai daya tarik wisata yang bertujuan untuk menarik perhatian wisatawan. Pengembangan kepariwisataan adalah merupakan upaya/usaha yang dilakukan suatu daerah untuk meningkatkan peran serta kegiatan pariwisata dengan maksud serta tujuan yang harus tetap berada dalam bingkai RTRW suatu daerah sehingga hasil akhirnya adalah mensejahterakan masyarakat keseluruhan, terutama masyarakat daerah dan obyek pembangunan harus berimbang positif bagi kehidupan dan penghidupan masyarakat secara keseluruhan bukan menimbulkan dan memperkeruh munculnya suatu persoalan atau masalah yang harus dihadapi oleh masyarakat yang tidak dikehendaki di kemudian hari. Menurut Soekadijo (1996:127) tujuan pengembangan pariwisata diantaranya adalah

Untuk mendorong perkembangan beberapa sektor, antara lain: mengubah atau menciptakan usaha-usaha baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata, memperluas pasar barang-barang lokal, memberi dampak positif pada tenaga kerja dan mempercepat sirkulasi ekonomi dalam usaha suatu daerah destina wisata dengan demikian akan memperbesar *multiplier effect*.

Dengan demikian sebuah perencanaan dan pengembangan destinasi wisata harus berjalan seiringan dan sesuai dengan koridor perencanaan dan pengembangan pariwisata yang bertujuan untuk kepentingan bersama terutama masyarakat lokal dari destinasi wisata tersebut.

### 2.1.3 Produk Pariwisata

Mengacu kepada pengertian pariwisata, maka arti produk pariwisata adalah gabungan dari unsur-unsur pembentuk produk yang berinteraksi secara fungsional dan tidak terpisahkan (*inseparability*) dengan membentuk rangkaian (*total product*) yang dikonsumsi secara seri oleh wisatawan. Middleton & Clarke (2001:125) memberikan batasan produk pariwisata sebagai berikut "*The product may be defined as bundle or package of tangible and intangible component, based on activity a destination*".

Lebih lanjut Middleton & Clarke (2001:125) menguraikan produk pariwisata ke dalam dua kategori, yakni :

1. *The overall tourism product, which comprises of combination of all services elements. This product is an idea, an expectation, or mental construct in the customer's mind at the point of sale.*
2. *The product of individual tourism business, mainly commercial products, which are components of total tourist product offers of accommodation, transport, attraction and other facilities for product.*

Adapun komponen utama dari *the overall tourism product* ( Middleton, 2001 : 125) terdiri atas :

1. *Destination Attractions*
2. *Destination facilities and service*
3. *Accessibilities of the destinations*
4. *Image of the destinations*
5. *Price to the consumers*

Bila diperhatikan, maka pada dasarnya produk industri pariwisata terdiri dari tiga komponen yang satu dengan yang lain sangat erat hubungannya, yaitu:

1. *Accessibilities of the destinations*

Yaitu semua yang dapat memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah wisata. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah :

- a. *Infrastructure*
- b. *Tranporatation*
- c. *Government regulatuion*
- d. *Operastional procedure*

2. *Facilities of the tourist destination*

Yaitu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di daerah wisata yang dikunjungi. Termasuk dalam kelompok ini adalah:

- a. *Accomodation units*
- b. *Restaurants, Bar and café*
- c. *Transportations at the destination*
- d. *Sport an activities*

3. *Tourist attractions*

Yaitu semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung. Termasuk dalam kelompok ini adalah :

- a. *Natural attractions*
- b. *Cultural attractions*
- c. *Social attractions*
- d. *Built attractions*

Konsep lain yang amat relevan dalam menggambarkan produk wisata dari sudut pandang komunitas (*community tourism product*) diperkenalkan oleh Peter E. Murphy pada tahun 1985. Pada konsep ini dipaparkan bahwa peran sektor publik, privat, masyarakat dan kelompok-kelompok yang berkepentingan lainnya diletakkan pada proporsi dan peran masing-masing dalam aktivitas kepariwisataan. Proses produksi dipandang akan memberikan manfaat yang besar kepada proses sosial dan ekonomi apabila spektrum industri pariwisata dimekarkan. Dengan demikian aktivitas kepariwisataan diletakkan berdampingan dengan proses sosial ekonomi dan industri dalam suatu daerah.

Pendekatan ini menganggap bahwa sumber daya dan fasilitas dengan seluruh atributnya merupakan rekayasa komunitas dan dapat dimanfaatkan sebagai produk pariwisata. Dengan demikian konsepsi produk wisata sebagai komunitas melihat kepariwisataan sebagai fenomena sosial dan merupakan interaksi manusia dengan lingkungan dalam arti yang seluas-luasnya. Apabila konsepsi ini dapat diterapkan sebagai salah satu pendekatan pengembangan suatu destinasi wisata, diyakini akan dapat merangsang tumbuhnya destinasi wisata baru.

Lebih lanjut, kompleksitas yang ditimbulkan oleh produk yang memiliki karakter *intangibility*, *inseparability*, *variability* dan *perishability* (Kotler, Bowen and Makens, 2003:42) membuat wisatawan tidak mengetahui secara pasti seberapa besar tingkat kepuasan yang akan didapat sebelum melakukan transaksi. Disinilah letak peran citra dalam menjembatani *potencial gap* yang terjadi.

Tindakan memposisikan produk merupakan cara yang dipakai untuk pembentukan citra daerah tujuan wisata. Dengan kata lain citra terbentuk akibat

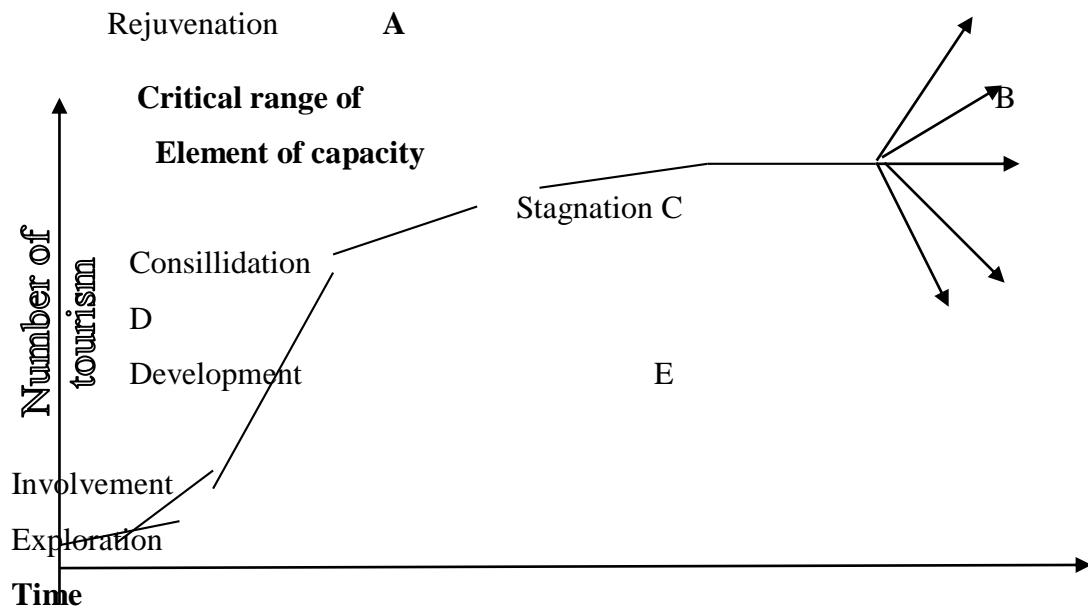
posisi produk. Namun yang perlu dipahami mengenai citra tersebut adalah bahwa citra terbentuk tidak sepenuhnya ditentukan oleh produsen melainkan merupakan hasil kompromi (*bargaining*) antara pasar dan produsen.

Lebih lanjut, melihat pada jenisnya, produk wisata melibatkan barang publik (*public goods*), barang privat (*privat goods*), maupun barang campuran (*mix goods*). Dengan demikian, perencanaan produk wisata memerlukan ketersediaan kebijakan beserta instrumennya maupun sinergi pelaku terkait untuk dapat mengatur terciptanya produk wisata secara utuh dan menarik.

Dalam konteks kepariwisataan, basis produk pariwisata terletak pada wilayah yang lebih dikenal sebagai daerah tujuan wisata (DTW). DTW dapat diartikan sebagai keranjang yang berisikan berbagai macam komponen produk wisata. Untuk dapat memberikan pemahaman yang lebih luas tentang produk wisata maka Jafari dalam Bahar (2002) membagi komponen pembentuk produk wisata dalam dua kategori yakni “*tourism oriented product (TOPs)*” dan “*residential orientated product (ROPs)*”. TOPs merupakan segala bentuk barang dan jasa yang memiliki dan dapat ditawarkan industri pariwisata kepada wisatawan. Keadaan ini akan memberikan dampak langsung terhadap ekonomi karena memiliki sifat dan nilai komersial. Di sisi lain, ROPs merupakan barang atau jasa maupun fasilitas yang disediakan bagi masyarakat, namun secara bersamaan dapat dipakai dan dinikmati oleh wisatawan. Oleh karena itu ROPs lebih bercirikan *public good* dan *mix goods* yang dapat dikontribusikan pemakainya terhadap aktivitas kepariwisataan. Pada kenyataannya produk wisata merupakan bauran antara TOPs

dan ROPs secara proposional dan membentuk produk wisata yang memiliki nilai dan daya saing.

**Gambar 2.3**  
*The Tourism Area Life Cycle*



(Butler dalam Kelly & Nankervis, 2001 : 51)

Keterangan :

1. Tahap *Exploration* (eksplorasi)
  - a. Jumlah wisatawan kecil, “allocentris” atau eksplorasi”.
  - b. Infrastruktur minimal atau tidak ada.
  - c. Atraksi dan daya tarik : alam atau budaya
2. Tahap *Involvement* (keterlibatan)
  - a. Investasi lokal untuk wisata
  - b. Masa-masa padat dan jarang wisatawan
  - c. Iklan-iklan kawasan tujuan wisata
  - d. Asal wisatawan mulai dari daerah tertentu

- e. Investasi pemerintah untuk infrastruktur
3. Tahap *Development* (pengembangan)
    - a. Pertumbuhan kunjungan yang cepat
    - b. Jumlah pengunjung yang lebih besar dari jumlah penduduk
    - c. Kawasan pasar sudah terdefinif
    - d. Iklan sangat gencar
    - e. Investasi dari luar dan control lokal makin kecil
    - f. Atraksi buatan mulai menggantikan daya tarik alam dan budaya
    - g. Wisatawan *midcentris* mulai menggantikan *explorer* dan *allocentris*
  4. Tahap *Consolidation* (penyesuaian)
    - a. Pertumbuhan melambat
    - b. Reklame makin ekstensif untuk mengurangi *seasonality* dan menarik wisatawan baru
    - c. Wisatawan *psycocntrics* mulai datang
    - d. Penduduk makin menghargai pentingnya wisata
  5. Tahap *Stagnation* (tetap)
    - a. Jumlah kunjungan tertinggi tercapai
    - b. Batas kapasitas tercapai
    - c. Citra kunjungan wisata beda dengan lingkungan awalnya
    - d. Kawasan tidak populer lagi
    - e. Sangat tergantung pendatang yang berulang
    - f. *Occupancy rates* berkurang



- g. Pengembangan kawasan di sekitar tujuan awalnya
6. Tahap *Decline* (berkurang)
- a. Pengurangan jumlah dan sebaran wisatawan
  - b. Kegiatan wisata mulai berkurang, investasi lokal bisa menggantikan yang ditinggalkan
  - c. Infrastruktur wisata mulai makin memburuk dan bias digantikan dengan penggunaan lain
7. Tahap *Rejuvenation* (perubahan baru)

Atraksi baru menggantikan daya tarik awal sepenuhnya atau sumber daya alam yang baru.

Siklus hidup suatu industri pariwisata biasa berlangsung pendek sekali, namun pada umumnya melalui proses bertahap: proses pengembangan, penciptaan, peluncuran/perkenalan, pertumbuhan, kematangan, penurunan dan akhirnya hilang di pasaran. Konsep siklus hidup produk dapat digunakan sebagai alat dalam perencanaan pemasaran. Atraksi wisata bagi wisatawan sifatnya tidak terbatas dan tanpa perhitungan waktu, tetapi hendaknya selalu diperbaharui, diberi perlindungan dan bahkan pelestarian, bila tidak keaslian atraksi itu citranya akan menjadi luntur dan daya tariknya akan hilang.

Kawasan wisata atau bisa juga disebut dengan destinasi wisata memerlukan beragam fasilitas yang disediakan agar wisatawan dapat tinggal dan menginap lebih lama di destinasi tersebut. Sugiama (2011:121) menyebutkan ada beberapa komponen kepariwisataan dalam kawasan wisata, sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Komponen Kepariwisataaan dalam Destinasi Wisata**

| Komponen kepariwisataan | Ragam Layanan  |
|-------------------------|--|
| 1. Atraksi wisata       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraksi alam</li> <li>• Atraksi budaya</li> <li>• Atraksi minat khusus</li> </ul>     |
| 2. Aksesibilitas        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melalui darat</li> <li>• Melalui laut</li> <li>• Melalui udara</li> </ul>             |
| 3. Ameniti              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akomodasi</li> <li>• Transfer di destinasi (<i>local transport</i>)</li> </ul>        |
| 4. Ansilari             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemerintah</li> <li>• Perusahaan swasta</li> <li>• Asosiasi kepariwisataan</li> </ul> |

Sumber : Sugiana (2011)

Secara lebih jelas keempat komponen itu dijelaskan sebagai berikut :

1. Komponen atraksi wisata

*Attraction* atau atraksi wisata disebut juga daya tarik wisata merupakan suatu objek yang memiliki daya tarik bagi seseorang untuk menikmati/menyaksikan objek tersebut. Secara umum ada tiga jenis atraksi wisata yakni :

- a. Atraksi alam (*natural attractions*)
- b. Atraksi budaya (*cultural attractions*) atau *man-made* dan
- c. Atraksi minat khusus (*special attractions*)

2. Komponen aksesibilitas

*Access* mencakup fasilitas prasarana dan sarana yang memungkinkan wisatawan dapat menjangkau atau sampai ke destinasi wisatanya. Beberapa faktor dalam komponen aksesibilitas adalah fasilitas *local transport*, dan *transport terminals*. Aksesibilitas (*accessibility*) artinya tingkat intensitas sebuah destinasi

dapat dijangkau oleh wisatawan. Berbagai prasarana dan sarana tentu dibutuhkan untuk memenuhi syarat aksesibilitas.

### 3. Komponen Ameniti

*Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi atau *accommodation* (tempat penginapan), penyediaan makanan dan minuman atau *food and beverage outlets*, tempat hiburan (*entertainment*), tempat-tempat perbelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya seperti kebutuhan penunjang untuk kesehatan, perbankan, keamanan.

### 4. Komponen Ansilari

*Ancillary services*, merupakan keberadaan berbagai organisasi yang ditujukan untuk memfasilitasi dan mendorong kepariwisataan destinasi bersangkutan. Beberapa organisasi dalam ansilari antara lain pihak pemerintah (misal departemen kepariwisataan, dinas pariwisata), asosiasi kepariwisataan (antara lain asosiasi pengusaha perhotelan, bisnis perjalanan wisata, pemandu wisata dan lainnya). Setiap kawasan wisata (termasuk kawasan agrowisata) perlu dikelola oleh organisasi dan didukung oleh berbagai pihak. Sebuah organisasi pengelola destinasi atau kawasan wisata dapat berupa perusahaan berbadan hukum atau bentuk usaha lainnya. Selain itu daya dukung organisasi lain diperlukan antara lain organisasi pemerintah, asosiasi kepariwisataan, *tour operator*, dan lain-lain (Wargenau dan Deborah, 2006, dalam Sugiama, 2011).

Selanjutnya Sugiama (2011:224) juga mengungkapkan pengembangan destinasi yang baik adalah yang menerapkan pendekatan pengembangan destinasi berkelanjutan atau *sustainable tourism development*. Konsep ini adalah

pengembangan destinasi wisata yang berbasis pada konservasi lingkungan alam atau *ecologically acceptable* yang bertujuan melestarikan pariwisata untuk jangka panjang, dapat memenuhi kebutuhan finansial, berorientasi pasar, dan bertumpu pada potensi serta kekuatan masyarakat setempat (Altinay dan Kaship, 2005:272). Dengan demikian, pengembangan sebuah destinasi wisata itu harus menjadi bagian dari lingkungan (Altinay dan Kaship, 2005:272 dalam Sugiama, 2011) :

1. Alam
2. Kultur
3. Manusia atau *human*

Mengacu pada *The World Summit on Sustainable Development* (dalam Altinay dan Kaship, 2005:274 dalam Sugiama, 2011), ternyata pengembangan destinasi yang *sustainable* adalah jika menerapkan:

1. Beroperasi dengan kemampuan mengelola potensi alam yang dikonservasi dengan baik, sehingga mampu menciptakan regenerasi dan meningkatkan produktivitas sumber daya alam untuk masa yang akan datang,
2. Berkontribusi besar bagi penciptaan pengalaman bagi wisatawan baik yang diperoleh dari alam, budaya, atau dari lingkungan destinasi wisata yang dikunjunginya,
3. Mampu menciptakan manfaat ekonomi bagi komunitas setempat, dan terbuka untuk membina kehidupan masyarakat di destinasi tersebut.

### **2.1.5 Zonasi Kawasan Wisata**

Pembagian zonasi kawasan wisata memiliki tujuan agar setiap kawasan wisata dapat terorganisir dengan baik dan mengurangi dampak negatif yang

ditimbulkan oleh wisatawan yang mengunjungi kawasan tersebut. Menurut Fennel (dalam Sugiama, 2010) menjelaskan bahwa kawasan wisata, contohnya wisata ekologi dapat dibagi ke dalam lima zonasi wisata, yaitu:

1. *Zona special preservation*, zona ini merupakan zona kawasan wisata yang sangat dijaga kelestariannya, karena keunikan yang dimiliki oleh kawasan tersebut terdapat disini. Oleh karena itu, pembangunan akses atau fasilitas tidak diperbolehkan dilakukan dalam zona ini.
2. *Zona wildness*, merupakan zona yang juga dijaga dan dipertahankan kelestariannya, hanya beberapa kegiatan tertentu yang dapat dilakukan di dalam zona. Akses apapun juga tidak diperbolehkan dilakukan dalam zona ini.
3. *Zona natural environment*, dapat dilakukan kegiatan-kegiatan tertentu dalam zona ini, akses juga dapat dibuat tetapi tetap dalam jumlah yang tidak banyak, karena untuk tetap menjaga kelestarian yang ada.
4. *Zona outdoor recreation*, pada zona ini kegiatan untuk berekreasi dapat dilakukan, lebih bebas dari zona *natural environment*, tetapi pembangunan fasilitas dalam zona ini masih sangat dibatasi.
5. *Zona park service*, merupakan zonasi yang paling luar dari semua zonasi yang ada. Sehingga segala jenis kegiatan, fasilitas, dan jenis pelayanan apapun dapat dilakukan di zonasi ini.

### **2.1.6 Peraturan Perundang-Undangan Terkait**

#### **1. UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata**

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menggantikan UU Nomor 9 Tahun 1990 karena dianggap sudah tidak sesuai dengan tuntutan zaman saat ini. Undang-undang baru ini juga dianggap lebih relevan karena kepariwisataan saat ini merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang sebaiknya dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Dalam Undang-undang yang terbaru

ini, dimuat beberapa penjelasan teknis yang berhubungan dengan penyelenggaraan kawasan pariwisata, yaitu:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
- e. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Hal-hal yang berhubungan dengan kawasan pariwisata juga diterangkan di Undang-Undang ini, sebagai berikut :

- a. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
- b. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- c. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

Undang-undang terbaru tentang kepariwisataan ini juga memuat hal-hal yang mendasari tentang pembangunan kepariwisataan dengan aturan main yang perlu diikuti. Pasal 8 ayat 1 menjelaskan Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. Pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud di atas merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional. Perencanaan Kepariwisataan daerah diatur juga dalam Undang-Undang tersebut

dengan terlebih dahulu harus mengikut beberapa Rencana Induk seperti yang dijelaskan pada :

### **Pasal 9**

- (1) Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.
- (2) Rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Daerah provinsi.
- (3) Rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Daerah kabupaten/kota.
- (4) Penyusunan rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan.
- (5) Rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

Terakhir yang bisa diungkapkan dalam Undang-undang Pariwisata ini adalah kategori usaha kepariwisataan yang di dalamnya juga termasuk penyelenggaraan kawasan pariwisata. Usaha pariwisata meliputi, antara lain :

- a. daya tarik wisata;
- b. kawasan pariwisata;
- c. jasa transportasi wisata;



- d. jasa perjalanan wisata;
- e. jasa makanan dan minuman;
- f. penyediaan akomodasi;
- g. penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi;
- h. penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran;
- i. jasa informasi pariwisata;
- j. jasa konsultan pariwisata;
- k. jasa pramuwisata;
- l. wisata tirta; dan
- m. spa.

**2. Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata Diterjemahkan Langsung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 8 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata**

Secara garis besar peraturan ini sebenarnya sama hamper sama dengan Undang-Undang yang telah dijabarkan diatas, yang membedakan dalam pertauran ini ada pada pasal 16, yang secara jelas dituliskan sebagai berikut :

Bagian Kedua  
Kawasan Wisata Unggulan

Pasal 16

- (1) Kawasan wisata unggulan merupakan daerah atau wilayah yang menjadi kawasan wisata dengan skala Daerah, Nasional dan/atau Internasional yang memiliki pesan strategis terkait dengan pengembangan wilayah.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penetapan dan pengembangan kawasan wisata unggulan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut oleh Gubernur.

### 3. Peraturan Daerah Kabupaten Ciamis

#### Pasal 7

Kajian Lingkungan serta Strategi Pembangunan Kepariwisata berdasarkan kepada :

1. Penceramatan Lingkungan Eksternal, dipengaruhi oleh :
  - a. kecenderungan dan perkembangan pariwisata global.
  - b. kode etik pariwisata global.
  - c. kebangkitan ekonomi kreatif.
  - d. pembangunan yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat.
  - e. peningkatan kepariwisataan di sekitar Kabupaten Ciamis.
  - f. pertumbuhan ekonomi Kabupaten Ciamis.
  - g. persaingan dan perkembangan destinasi wisata pada tingkat Nasional dan Internasional.
  - h. potensi pasar melalui media *online* internet dan kendala dalam pembangunan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia.
2. Penceramatan Lingkungan Internal, dipengaruhi oleh :
  - a. Analisis Destinasi Pariwisata Kabupaten Ciamis, berdasarkan kepada :
    - 1) posisi kepariwisataan Kabupaten Ciamis dalam tataran Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Jawa Barat Tahun 2009-2029.
    - 2) kebijakan pembangunan destinasi wisata di Kabupaten Ciamis.
    - 3) analisis kemampuan destinasi pariwisata Kabupaten Ciamis.
  - b. Analisis Pasar dan Pemasaran, terdiri dari :
    - 1) jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Ciamis.

- 2) klasifikasi pasar wisata.
  - 3) potensi pasar pariwisata.
  - c. Pencermatan Kelembagaan
  - d. Pencermatan Industri Kepariwisata, mengacu kepada :
    - 1) penguatan struktur industri pariwisata.
    - 2) peningkatan daya saing produk pariwisata.
    - 3) pengembangan kemitraan usaha pariwisata/penciptaan kredibilitas bisnis.
    - 4) pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.
3. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Pariwisata Kabupaten Ciamis, menggunakan analisis sebagai berikut :
- a. *Threat* (ancaman daya saing).
  - b. *Oportunities* (kesempatan).
  - c. *Strenght* (kekuatan).
  - d. *Weaknesses* (kelemahan).
- 4. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Ciamis Tahun 2015**

Dalam mencermati lingkungan eskternal dan internal kepariwisataan Kabupaten Ciamis, terlebih dahulu dijabarkan secara singkat kebijakan dan peraturan terkait kedudukan sektor pariwisata di Kabupaten Ciamis dalam Konstelasi Nasional dan Regional, sehingga dapat tergambaran posisi kepariwisataan Kabupaten Ciamis secara aktual berdasarkan ketetapan pemerintah pusat maupun provinsi. Secara garis besar analisis destinasi pariwisata Kabupaten Ciamis, sebagai berikut:

## **1. Posisi Kepariwisataan Kabupaten Ciamis dalam Tataran Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Jawa Barat Tahun 2009-2029**

Pada Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Jawa Barat, Kabupaten Ciamis diarahkan untuk kegiatan dan industri pengolahan, pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan, perikanan, wisata pantai, serta kegiatan pertambangan mineral non-logam serta penyediaan sarana dan prasarana PKW Pangandaran yang terintegrasi serta pengembangan PKNP Pangandaran sebagai daerah tujuan wisata nasional dan internasional. Selain itu terdapat rencana pembangunan Cagar Alam di Kecamatan Panjalu sebagai kawasan perlindungan alam di Kabupaten Ciamis. Kecamatan Rancah juga termasuk salah satu dari 5 kawasan geologi di Provinsi Jawa Barat sebagai kawasan konservasi geologi. Cagar Budaya Ciung Wanara Karangkamulyan, Situ Lengkong Panjalu dan Kampung Kuta juga ditetapkan untuk menjadi kawasan cagar budaya dan ilmu pengetahuan. Arahan zonasi untuk kawasan cagar budaya dan ilmu pengetahuan, ditetapkan dengan memperhatikan :

- a. pengendalian pemanfaatan ruang untuk pendidikan, penelitian, dan pariwisata.
- b. ketentuan pelarangan kegiatan dan pendirian bangunan yang tidak sesuai dengan fungsi kawasan.
- c. ketentuan pelarangan kegiatan yang dapat merusak cagar budaya.
- d. ketentuan pelarangan kegiatan yang dapat mengubah bentukan geologi tertentu yang mempunyai manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan.
- e. ketentuan pelarangan pemanfaatan ruang yang mengganggu kelestarian lingkungan di sekitar cagar budaya dan ilmu pengetahuan, meliputi

peninggalan sejarah, bangunan arkeologi, monumen nasional, serta wilayah dengan bentukan geologi tertentu.

## **2. Kebijakan Pembangunan Destinasi Wisata di Kabupaten Ciamis**

Pembangunan kepariwisataan Kabupaten Ciamis berdasarkan kepada Rencana Tata Ruang Wilayah Tahun 2011-2031 telah menjelaskan arahan dalam pola ruang pembangunan berdasarkan peruntukkan wilayah. Pola ruang yang berkaitan dengan pembangunan kepariwisataan adalah Rencana Pola Ruang Pariwisata yang dapat didefinisikan sebagai berikut :

- a. Objek Wisata Budaya, yaitu Situ Lengkong Panjalu, Astana Gede Kawali, Karangkamulyan, Kampung Kuta, Situs Gunung Susuru, Museum Fosil
- b. Objek Wisata Alam, yaitu Situ Bubuhan di Kecamatan Sukamantri
- c. Objek Wisata Khusus/Minat, yaitu Curug Tujuh, Curug Tilu, Wisata Tapos di Kecamatan Sadananya, Batucakra di Kecamatan Cikoneng, Wisata Air Panas Cikupa
- d. Objek Wisata Buatan, yaitu wahana wisata tirta, wahana wisata flora, wahana wisata fauna, wahana permainan modern, tempat-tempat hiburan dan atau plaza, dan museum

Selain itu arahan pengembangan kawasan pariwisata di wilayah Kabupaten Ciamis secara ruang untuk dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. meningkatkan devisa dari sektor pariwisata dan meningkatkan investasi di daerah.
- b. mendorong kegiatan lain yang ada di sekitarnya.
- c. meningkatkan pendapatan masyarakat.

- d. meningkatkan kontribusi pada pendapatan daerah dan nasional.
- e. meningkatkan kesempatan kerja.
- f. melestarikan budaya local.
- g. meningkatkan perkembangan masyarakat.

Guna mencapai hasil yang optimal, maka pengelolaan potensi wisata meliputi:

- a. Pengembangan destinasi pariwisata.
- b. Pengembangan pemasaran pariwisata.
- c. Pengembangan kemitraan kepariwisataan melalui penataan obyek wisata unggulan.
- d. Penataan sarana dan prasarana akomodasi pariwisata.
- e. Pengembangan potensi budaya daerah dan penggalian potensi lainnya yang didukung dengan sistem informasi dan promosi yang mudah diakses oleh wisatawan.
- f. Peningkatan manajemen kepariwisataan yang terintegrasi.

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap sebaran daya tarik di wilayah Kabupaten Ciamis dapat diidentifikasi sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Rekapitulasi Daya Tarik Wisata Kabupaten Ciamis**

| No | Kecamatan   | Nama Objek                  | Jenis Wisata  |
|----|-------------|-----------------------------|---------------|
| 1  | Banjarsari  | Air Panas Cikupa            | Wisata Alam   |
|    |             | Curug Gambir Santolok       | Wisata Alam   |
|    |             | Gunung Pangalusan           | Wisata Alam   |
|    |             | Makam Kramat                | Wisata Budaya |
|    |             | Air Terjun Cigumawang       | Wisata Alam   |
| 2  | Lakbok      | Situs Keramat Kuning        | Wisata Budaya |
|    |             | Bendungan Manganti          | Wisata Buatan |
| 3  | Cimaragas   | Situs Salawe Cimaragas      | Wisata Budaya |
| 4  | Cijeungjing | Cagar Budaya Karangkamulyan | Wisata Budaya |
|    |             | Situs Gunung Susuru         | Wisata Budaya |

| No                                | Kecamatan    | Nama Objek                            | Jenis Wisata        |
|-----------------------------------|--------------|---------------------------------------|---------------------|
|                                   |              | Arung Jeram                           | Wisata Minat Khusus |
| 5                                 | Cisaga       | Curug Panganten                       | Wisata Alam         |
| 6                                 | Tambaksari   | Situ Cekdam Kadupandak                | Wisata Alam         |
|                                   |              | Kampung Kuta                          | Wisata Budaya       |
|                                   |              | Situs Tambaksari                      | Wisata Budaya       |
|                                   |              | Museum Fosil Tambaksari               | Wisata Buatan       |
| 7                                 | Ciamis       | Situs Jambansari                      | Wisata Budaya       |
|                                   |              | Museum Galuh Imbanagara               | Wisata Buatan       |
|                                   |              | Museum Galuh Pakuan                   | Wisata Buatan       |
|                                   |              | Fasilitas Olahraga:                   | Wisata Buatan       |
|                                   |              | a. Stadion Galuh                      |                     |
|                                   |              | b. Taman Lokasana                     |                     |
| c. Gedung Gelanggang Galuh Taruna |              |                                       |                     |
| d. Gedung Tennis Indoor           |              |                                       |                     |
| 8                                 | Cihaurbeuti  | Waterboom Sukahaji Cihaurbeuti        | Wisata Buatan       |
| 9                                 | Cipaku       | Waterboom Tirta Sumber Jaya Cipagalun | Wisata Buatan       |
| 10                                | Kawali       | Situ Wangi                            | Wisata Alam         |
|                                   |              | Astana Gede Kawali                    | Wisata Budaya       |
| 11                                | Panjalu      | Curug Tujuh                           | Wisata Alam         |
|                                   |              | Situ Lengkong Panjalu                 | Wisata Budaya       |
|                                   |              | Museum Bumi Alit                      | Wisata Buatan       |
| 12                                | Sindangkasih | Situ Rancamaya                        | Wisata Alam         |
|                                   |              | Situs Pangcalikan Gunung Padang       | Wisata Budaya       |
| 13                                | Baregbeg     | Icakan                                | Wisata Buatan       |
| 14                                | Sukamantri   | Situ Cibubuhan                        | Wisata Alam         |
|                                   |              | Situs Batu Panjang                    | Wisata Budaya       |

(Sumber : Riparda, 2015)

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Pariwisata merupakan keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya, ke satu atau beberapa tempat tujuan di luar tempat tinggal yang didorong oleh beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah. Dengan demikian pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang perlu diberi perhatian lebih agar dapat berkembang dengan baik, sehingga menjadi

daya tarik untuk dikunjungi wisatawan dan berkembang menjadi destinasi pariwisata.

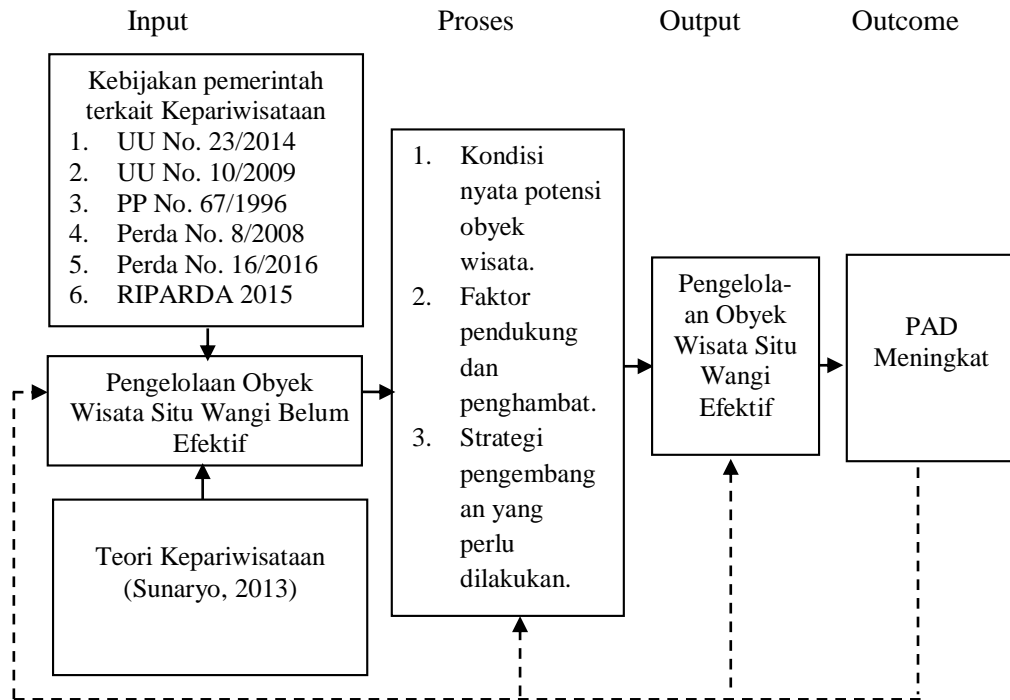
Berbagai kisi-kisi pemahaman mengenai destinasi pariwisata seperti halnya diadaptasikan dari banyak batasan pengertian yang telah diberikan oleh para pakarnya, pada intinya mengandung tujuan yang sama bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut :

- a. Objek dan daya tarik (atraksi) yang mencakup : daya tarik yang berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan.
  - b. Aksesibilitas, yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi : rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lainnya.
  - c. Amenitas, yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi : akomodasi, rumah makan, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, agen perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
  - d. Fasilitas pendukung, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, layanan kesehatan, dan sebagainya.
  - e. Kelembagaan, yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.
- (Sunaryo, 2013)

Pembangunan kawasan wisata sebagai andalan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Ciamis dan pembangunan pada sektor lain perlu memperhatikan dampak terhadap lingkungan, terutama akibat tumbuhnya fasilitas-fasilitas wisata yang akan mempengaruhi lingkungan sekitar. Obyek wisata Situ Wangi ini masih sangat jarang diketahui keberadaannya, namun berpotensi untuk menyegerakan perekonomian masyarakat sekitarnya. Untuk lebih jelasnya disajikan diagram kerangka pemikiran sebagai berikut :



**Gambar 2.4**  
**Diagram Kerangka Pemikiran**



## **BAB III**

### **METODOLOGI KAJIAN**

#### **3.1 Objek Kajian**

Dalam kajian ini, yang menjadi Obyek kajian adalah : 1) Kondisi nyata potensi Obyek Wisata Situ Wangi, meliputi Obyek dan daya tarik wisata, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung dan kelembagaan sehingga Obyek Wisata Situ Wangi akan terpetakan menjadi Obyek wisata apakah layak dikembangkan, belum layak dikembangkan, atau tidak layak dikembangkan. 2) Faktor pendukung dan penghambat pengelolaan obyek wisata Situ Wangi meliputi daya tarik wisata, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung, masyarakat sebagai tuan rumah. 3) Strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan obyek wisata Situ Wangi, meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT).

#### **3.2 Metode dan Pendekatan Kajian**

Metodologi penelitian adalah cara dan prosedur ilmiah yang diterapkan untuk melaksanakan penelitian, mulai dari menentukan variabel, menentukan populasi, menentukan sampel, mengumpulkan data, mengolah data, dan menyusunnya dalam laporan tertulis (Wardiyanta, 2006). Metodologi pada penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Bersifat deskriptif karena penelitian ini bertujuan mendeskripsikan fenomena Obyek wisata secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Komponen dalam metode penelitian ini meliputi

penentuan daerah penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengolahan data, dan metode analisis data.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Pada kajian ini ditetapkan tiga jenis variabel yang akan diukur, yaitu :

1) Kondisi nyata potensi obyek wisata Situ Wangi, 2) Faktor pendukung dan penghambat pengelolaan obyek wisata Situ Wangi, 3) Strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan obyek wisata Situ Wangi, sebagaimana disajikan pada tabel operasional variabel sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Penyusunan Perencanaan Pengelolaan**  
**Sumber Daya Alam di Obyek Wisata Situ Wangi**

| NO | VARIABEL  | INDIKATOR  | SKALA   |
|----|---|--|---------|
| 1  | Kondisi nyata potensi obyek wisata Situ Wangi                       | a. Obyek dan daya tarik wisata.<br>b. Aksesibilitas.<br>c. Amenitas.<br>d. Fasilitas pendukung.<br>e. Kelembagaan.   | Ordinal |
| 2  | Faktor pendukung dan penghambat pengelolaan obyek wisata Situ Wangi | a. Faktor Pendukung<br>1) Daya tarik wisata.<br>2) Aksesibilitas.<br>3) Amenitas.<br>4) Fasilitas pendukung.<br>5) Masyarakat sebagai tuan rumah.<br>b. Faktor Penghambat<br>1) Kurangnya sarana dan prasarana.<br>2) Kurangnya pemasaran wisata.<br>3) Pengelolaan yang belum profesional.<br>4) Kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata. | Ordinal |

| NO | VARIABEL  | INDIKATOR  | SKALA   |
|----|---|--|---------|
| 3  | Strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan obyek wisata Situ Wangi | <p>a. Kekuatan, meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Lokasi wisata yang nyaman dan asri.</li> <li>2) Panorama alam yang indah.</li> <li>3) Udara yang bersih dan sejuk.</li> <li>4) Aman untuk dikunjungi.</li> <li>5) Kondisi jalan yang baik.</li> <li>6) Masyarakat sekitar wisata yang ramah.</li> <li>7) Lokasi yang strategis.</li> <li>8) Transportasi yang memadai.</li> <li>9) Biaya yang relatif murah.</li> </ol> <p>b. Kelemahan, meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5) Tidak adanya lokasi berkemah.</li> <li>6) Kurangnya sarana dan prasarana.</li> <li>7) Kurangnya pemasaran wisata.</li> <li>8) Pengelolaan yang belum profesional.</li> <li>9) Adanya sampah yang berserakan.</li> <li>10) Adanya coretan-coreatan yang mengurangi keindahan.</li> <li>11) Kurang cocok untuk wisata keluarga.</li> <li>12) Kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata.</li> </ol> <p>c. Peluang, meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Lokasi wisata pelajar.</li> <li>2) Potensi pengadaan cinderamata.</li> <li>3) Pengadaan tiket masuk.</li> <li>4) Dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja.</li> </ol> <p>d. Ancaman, meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik.</li> <li>2) Kurangnya minat pengunjung.</li> </ol> | Ordinal |

### **3.4 Populasi dan Sampel Kajian**

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Obyek Wisata Situ Wangi (wisatawan) yang memanfaatkan obyek wisata di Desa Winduraja Kecamatan Kawali dan masyarakat setempat yang telah berdiam di daerah tersebut minimal 5 tahun. Sampel penelitian untuk wisatawan ditetapkan secara *accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data, maka dapat digunakan sebagai sampel. Setiap wisatawan yang dijumpai langsung diambil sebagai responden dan ditetapkan sebanyak 20 orang. Sementara untuk sampel masyarakat lokal ditetapkan sebanyak 10 orang dan aparat pemerintahan sebanyak 10 orang. Hal ini didasarkan pada teori Sugiyono (2013:233) yang menyatakan bahwa “Sampel terkecil/minimal untuk penelitian berjumlah 30 responden.”

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari survey lapangan menyangkut Obyek yang akan diteliti dan disesuaikan dengan kebutuhan, dalam hal ini pencatatan dan pengamatan langsung mengenai kondisi obyek wisata di Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. Data juga diperoleh dari wawancara terhadap responden berupa wisatawan dan masyarakat lokal pada lokasi penelitian serta penyebaran angket kepada sejumlah responden. Data sekunder diperoleh dari beberapa instansi yang terkait dengan penelitian ini.

### **3.6 Metode Pengumpul Data**

Pengumpulan data primer dilakukan oleh tim kajian secara langsung terhadap Obyek penelitian melalui pengamatan/observasi langsung, wawancara (*interview*), sedangkan untuk pengumpulan data sekunder dilakukan melalui kajian terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek kajian, serta mencocokkan dengan data yang lain dan terbaru serta penyebaran angket terhadap sejumlah responden.

### **3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Uji validitas angket dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Instrumen yang diberikan kepada responden terlebih dahulu akan diuji masing-masing dengan uji validitas isi dan validitas konstruk.

#### **a. Validitas Isi (*content validity*)**

Validitas isi menunjuk pada sejauhmana instrumen tersebut mencerminkan isi yang dikehendaki. Validitas isi yang dilakukan terhadap instrumen yang digunakan dalam kajian ini tidak dinyatakan dalam bentuk angka. Pengesahan (validitas) isi didasarkan pada pertimbangan. Untuk itu, tim kajian melakukan penelaahan yang cermat dan kritis terhadap butir-butir instrumen, karena butir-butir instrumen itu erat hubungannya dengan wilayah isi yang ditentukan. Tim kajian mempertimbangkan apakah isi dan tujuan yang diukur oleh instrumen tersebut mencerminkan isi dan tujuan yang terdapat di dalam wilayah isi. Tim kajian juga memastikan apakah butir-butir di dalam instrumen itu

mencerminkan indikator-indikator yang terdapat dalam definisi konseptual dan operasional.

b. Validitas Konstruk (*construct validity*)

Untuk menguji validitas konstruk, dapat digunakan pendapat dari para ahli (*judgement experts*) dan para ahli tersebut diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun (Sugiyono, 2007:177). Pendekatan konstruk terhadap validitas bertujuan menetapkan konstruk psikologis apa yang diukur oleh suatu instrumen dan seberapa jauh konstruk itu dapat diukur. Penetapan validitas konstruk merupakan gabungan dari pendekatan logis dan empiris. Salah satu segi pendekatan logisnya adalah mempersoalkan apa unsur-unsur yang membentuk konstruk itu. Pendekatan logis itu juga dapat dilakukan dengan cara pemeriksaan butir instrumen guna menetapkan apakah butir-butir itu tampak cocok untuk menaksir unsur-unsur yang terdapat dalam konstruk tersebut. Segi empiris dari validitas konstruk adalah : (1) secara internal, hubungan-hubungan di dalam instrumen itu hendaknya seperti yang diramalkan oleh konstruk tersebut; (2) secara eksternal, hubungan-hubungan antara skor instrumen tersebut pengamatan-pengamatan lainnya hendaknya konsisten dengan konstruk tersebut.

c. Uji reliabilitas Instrumen

Untuk menentukan reliabilitas instrumen bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai alpha lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  maka bisa dikatakan reliabel.

d. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen menurut Riduan (2007:109-110) menjelaskan bahwa validitas adalah “Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur.” Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1)(\sum Y_1)}{\sqrt{\{n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\}\{n\sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2007: 228)

Dimana :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$\sum X_i$  = Jumlah skor item

$\sum Y_i$  = Jumlah skor total (seluruh item)

N = Jumlah responden.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah setiap item butir soal valid atau tidak digunakan rumus Uji-t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = Nilai thitung

r = Koefisien korelasi hasil r hitung

n = Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (dk = n-2) dengan kaidah keputusan :

Jika t hitung > t tabel berarti valid sebaliknya

Jika t hitung < t tabel berarti tidak valid



Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya ( $r$ ) sebagai berikut.

Antara 0,800-1,000 : sangat tinggi  
Antara 0,600-0,799 : tinggi  
Antara 0,400-0,599 : cukup tinggi  
Antara 0,200-0,399 : rendah  
Antara 0,000-0,199 : sangat rendah (tidak valid)  
(Sugiyono, 2013: 257)

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Data-data yang telah diperoleh dalam penelitian ini diolah ke dalam bentuk naratif, diagram, data peta, dan deskriptif yang didukung oleh hasil dokumentasi di lapangan yakni foto untuk memperlihatkan secara visual kondisi nyata di lapangan.

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menelaah semua data-data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari hasil wawancara langsung, pengamatan di lapangan, dokumentasi pribadi dan dokumen resmi serta dari hasil penyebaran angket. Untuk mengetahui seberapa besar potensi obyek wisata Situ Wangi, maka digunakan teknik analisis skoring dan klasifikasi interval kelas potensi obyek wisata, setelah itu melakukan analisis terhadap faktor internal dan faktor eksternal lalu menyusun strategi pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT.

Langkah-langkah yang ditempuh untuk menjawab rumusan masalah dilakukan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui potensi Obyek wisata layak dikembangkan atau tidaknya melalui penilaian kelayakan Obyek wisata menurut Karsudi (2010:76) yaitu:

$$\text{Indek Kelayakan Objek Wisata} = \frac{A}{B} \times 100\%$$

Keterangan :

A = Skor Kriteria

B = Skor Total Kriteria

Dengan ketentuan :

1. Tingkat kelayakan > 66,6% = Layak dikembangkan
2. Tingkat kelayakan 33,3% s.d 66,6% = Belum Layak dikembangkan
3. Tingkat kelayakan < 33,3% = Tidak Layak dikembangkan

## 2. Strategi yang perlu dilakukan dalam pengembangan Obyek Wisata Situ Wangi

Analisis SWOT atau Tows adalah alat analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atas identifikasi berbagai faktor secara strategis berdasarkan intuisi (pemahaman dan pengetahuan) ekspert terhadap suatu Obyek. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan atau dianggap perusahaan.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, sehingga hasil analisisnya dapat diambil suatu keputusan strategi bagi perusahaan atau dianggap perusahaan. Proses pembuatan analisis SWOT dapat dilakukan melalui delapan tahap penentuan strategi dibangun untuk suatu perusahaan melalui matrik SWOT. Tahapan yang dimaksud adalah :

- a. Membuat daftar peluang eksternal Obyek wisata
- b. Membuat daftar ancaman eksternal Obyek wisata
- c. Membuat daftar kekuatan internal Obyek wisata
- d. Membuat daftar kelemahan internal Obyek wisata

Berdasarkan point a-d akan dapat dirumuskan strategi umum (*Grand Strategy*) melalui matriks IFAS dan EFAS dan strategi alternatif (*Alternative Strategy*) melalui matriks SWOT. Tahapan perumusan strategi umum adalah sebagai berikut :

### **1. Analisis Matriks I-F-A-S**

Setelah faktor strategi internal diidentifikasi, maka perlu dilakukan analisis dengan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), dengan tahapan sebagai berikut :

- a. Membuat daftar faktor-faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).
- b. Melakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan (lihat metode pembobotan perbandingan berpasangan), sehingga total bobot sama dengan satu.
- c. Memberikan peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan, yang memiliki nilai 1 (sangat lemah), 2 (tidak begitu lemah), 3 (cukup kuat), 4 (sangat kuat). Jadi nilai (*rating*) mengacu pada kondisi perusahaan atau Obyek wisata (jika yang di SWOT Obyek wisata).
- d. Mengalikan antara bobot dan *rating* dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.

- e. menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi Obyek yang dinilai. Jika nilainya di bawah 1,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan atau Obyek adalah lemah, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Untuk lebih jelasnya disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel Matrik 3.2**  
**IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy*)**  
**Pembobotan menggunakan metode perbandingan berpasangan**

| Faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Nilai<br>(Bobot x ranting) |
|--------------------------|-------|--------|----------------------------|
| <b>Kekuatan</b>          |       |        |                            |
| 1) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| 2) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| 3) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| 4) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| <b>Kelemahan</b>         |       |        |                            |
| 1) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| 2) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| 3) .....                 | ..... | .....  | .....                      |
| 4) .....                 | ..... | .....  | .....                      |

Sumber : Umar (2002)

## 2. Analisis Matriks EFAS

Jika telah diidentifikasi faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, maka dilanjutkan dengan analisis faktor-faktor strategis eksternal (*External Factor Analysis Summary*) dengan tahapan di bawah ini :

- a. Membuat daftar faktor-faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).
- b. Melakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan (lihat metode pembobotan perbandingan berpasangan), sehingga total bobot sama dengan satu.

- c. Memberikan peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor peluang dan ancaman, yang memiliki nilai 1 (sangat berpeluang), 2 (tidak begitu berpeluang), 3 (cukup berpeluang), 4 (sangat berpeluang).
- d. Mengalikan antara bobot dan *rating* dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.
- e. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi Obyek yang dinilai. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara eksternal perusahaan atau Obyek adalah terancam, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang berpeluang besar.

Untuk lebih jelasnya disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Matrik EFAS (*Eksternal Factors Analysis Strategy*)**  
**Pembobotan menggunakan metode perbandingan berpasangan**

| Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Nilai<br>(Bobot x ranting) |
|---------------------------|-------|--------|----------------------------|
| <b>Kekuatan</b>           |       |        |                            |
| 1) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| 2) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| 3) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| 4) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| <b>Kelemahan</b>          |       |        |                            |
| 1) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| 2) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| 3) .....                  | ..... | .....  | .....                      |
| 4) .....                  | ..... | .....  | .....                      |

Sumber : Umar (2002)

### 3.9 Agenda Kajian

Jadwal kegiatan kajian direncanakan sebagaimana pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.4**  
**Tahapan Dan Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Perencanaan Pengembangan**  
**Sumber Daya Alam melalui Potensi Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Uraian                              | Bulan |   |     |   |   |   |     |   |
|----|-------------------------------------|-------|---|-----|---|---|---|-----|---|
|    |                                     | Sep   |   | Okt |   |   |   | Nop |   |
|    |                                     | 3     | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 |
| 1  | Tahap Pelaksanaan                   |       |   |     |   |   |   |     |   |
|    | – Studi Pendahuluan                 | ■     | ■ |     |   |   |   |     |   |
|    | – Pengumpulan Data                  |       |   | ■   | ■ |   |   |     |   |
|    | – Pengolahan Data dan Analisis Data |       |   |     |   | ■ |   |     |   |
|    | – Penyusunan Draf laporan akhir     |       |   |     |   |   | ■ |     |   |
|    | – Pembahasan Draf laporan akhir     |       |   |     |   |   | ■ |     |   |
| 2  | Tahap Penyelesaian Akhir            |       |   |     |   |   |   |     |   |
|    | – Penyempurnaan laporan akhir       |       |   |     |   |   |   | ■   |   |
| 3  | Tahap Pelaporan                     |       |   |     |   |   |   |     |   |
|    | – Pencetakan Laporan Akhir          |       |   |     |   |   |   |     | ■ |
|    | – Penyampaian Laporan Akhir         |       |   |     |   |   |   |     | ■ |

### 3.10 Biaya Kegiatan

**Tabel 3.5**  
**Rencana Anggaran Biaya Kajian Sumber Daya Alam**  
**di Kabupaten Ciamis**

| <b>I. Biaya Langsung Personil</b>                                  |                                    |               |              |                   |               |                   |
|--|------------------------------------|---------------|--------------|-------------------|---------------|-------------------|
| No   | Tenaga Ahli                        | Kualifikasi   | Jumlah Orang | Harga Satuan (Rp) | Waktu (bulan) | Jumlah (Rp)       |
| 1  | Ahli Ekonomi                       | S3            | 1            | 4.300.000         | 2             | 8.600.000         |
| 2  | Ahli Manajemen                     | S3            | 1            | 4.300.000         | 2             | 8.600.000         |
| 3  | Ahli Pariwisata                    | S3            | 1            | 4.300.000         | 2             | 8.600.000         |
| <b>Sub Total (Rp)</b>  |                                    |               |              |                   |               | <b>25.800.000</b> |
| No   | Tenaga Pendukung                   | Kualifikasi   | Jumlah Orang | Harga Satuan (Rp) | Waktu (bulan) | Jumlah (Rp)       |
| 1  | Administrasi/Keuangan              | SMA/SMK       | 1            | 875.000           | 2             | 1.750.000         |
| 2  | Teknisi                            | D3            | 2            | 2.500.000         | 2             | 5.000.000         |
| 3  | Operator Komputer                  | D3            | 1            | 750.000           | 2             | 1.500.000         |
| <b>Sub Total (Rp)</b>  |                                    |               |              |                   |               | <b>8.250.000</b>  |
| <b>Total Biaya Langsung Personil (Rp)</b>                          |                                    |               |              |                   |               | <b>34.050.000</b> |
| <b>II. Biaya Langsung Non Personal</b>                             |                                    |               |              |                   |               |                   |
| No   | Biaya Operasional                  | Jumlah Satuan |              | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp)   |                   |
| 1  | Biaya ATK                          | 1             | Paket        | 1.000.000         | 1.000.000     |                   |
| 2  | Dokumentasi                        | 1             | Paket        | 400.000           | 400.000       |                   |
| <b>Sub Total (Rp)</b>  |                                    |               |              |                   |               | <b>1.400.000</b>  |
| No   | Biaya Laporan                      | Jumlah Satuan |              | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp)   |                   |
| 1  | Laporan (Hard copy)                | 5             | buku         | 100.000           | 500.000       |                   |
| 2  | Laporan (Soft copy)                | 5             | CD           | 10.000            | 50.000        |                   |
| <b>Sub Total (Rp)</b>  |                                    |               |              |                   |               | <b>550.000</b>    |
| <b>Total Biaya Langsung Non Personal (Rp)</b>                      |                                    |               |              |                   |               | <b>1.950.000</b>  |
| <b>III. Biaya Lain-lain</b>  |                                    |               |              |                   |               |                   |
| No   | Pajak                              | Jumlah Satuan |              | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp)   |                   |
| 1  | PPN                                | 10            | %            | 3.600.000         | 3.600.000     |                   |
| <b>Sub Total (Rp)</b>  |                                    |               |              |                   |               | <b>3.600.000</b>  |
| <b>Rekapitulasi Biaya Kegiatan</b>                                 |                                    |               |              |                   |               |                   |
| No   | Uraian                             |               |              |                   |               | Total Biaya (Rp)  |
| <b>I</b>   | <b>Biaya Langsung Personil</b>     |               |              |                   |               | 34.050.000        |
| <b>II</b>  | <b>Biaya Langsung Non Personal</b> |               |              |                   |               | 1.950.000         |
|  | <b>Jumlah Biaya</b>                |               |              |                   |               | 36.000.000        |
| <b>III</b>   | <b>PPN (10%)</b>                   |               |              |                   |               | 3.600.000         |
|  | <b>Jumlah</b>                      |               |              |                   |               | <b>39.600.000</b> |
| <b>Terbilang : Tiga Puluh Sembilan Juta Enam Ratus Ribu Rupiah</b> |                                    |               |              |                   |               |                   |

### 3.11 Tim Pelaksana Kajian

**Tabel 3.6**  
**Tim Pelaksana Kajian**

| No | Nama                            | Keahlian              | Kualifikasi Akademik |
|----|---------------------------------|-----------------------|----------------------|
| 1  | Dr. Maman Herman, M.Pd          | Ekonomi               | S3                   |
| 2  | Dr. Nana Darna, M.M.            | Manajemen             | S3                   |
| 3  | Dr. Marceilla Suryana, M.M.Par. | Pariwisata            | S3                   |
| 4  | Agung Prawiranagara, S.P.       | Observer              | S1                   |
| 5  | Elom Carlam Sujana, SE.         | Observer              | S1                   |
| 6  | R. Novia Fadilah, SE.           | Observer              | S1                   |
| 7  | Epi Pujiastuti                  | Administrasi/Keuangan | SMA                  |
| 8  | Andri Winata, S.Kom.            | Operator Komputer     | S1                   |



## **BAB IV**

### **HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Kajian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Kajian**

Situ Wangi yang berlokasi di Dusun Hayawang, Desa Winduraja, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis, merupakan satu di antara beberapa danau yang ada di wilayah Kabupaten Ciamis bagian utara, bahkan dalam web site Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis sudah masuk ke dalam 4 daerah wisata baru di Kabupaten Ciamis. Danau seluas 3,5 hektar tersebut terletak hanya 1 km dari Jalan Raya Ciamis-Cirebon dan mudah dijangkau kendaraan sehingga memungkinkan untuk dikunjungi wisatawan.

Secara administratif, Situ Wangi terletak di Desa Winduraja, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat dan berada pada koordinat 7°09'42.0"S 108°22'11.3"E. Pada mulanya, Situ Wangi hanya dimanfaatkan oleh warga setempat sebagai sumber pengairan sawah, kebun, dan kolam. Namun demikian pada tahun 2007, Situ Wangi masuk dalam perencanaan pengembangan objek wisata oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis serta baru dapat direalisasikan pada tahun 2014.

Situ Wangi yang memiliki luas kurang lebih 3,5 Ha milik Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis yang sudah meliputi area perairan dan darat akhirnya dibenahi. Pembenahan yang dilakukan diantaranya perbaikan akses jalan menuju Situ Wangi, pembuatan gapura Situ Wangi, pembuatan area parkir wisatawan. Pembenahan lainnya, terkait dengan penataan dan penambahan sarana prasarana

bisa dilangsungkan setelah pembebasan lahan warga yang berbatasan langsung dengan area Situ Wangi, namun hal ini belum dapat terealisasi.

Obyek wisata Situ Wangi Kecamatan Kawali merupakan salah satu obyek wisata yang menjadi daya tarik di wilayah Kabupaten Ciamis sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Ciamis Tahun 2015. Untuk pengelolaan kawasan pariwisata telah di atur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Ciamis Nomor 16 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kabupaten Ciamis Tahun 2017-2027.

Apabila ditinjau dari asal-usul nama Situ Wangi memiliki dua versi yang berbeda. Versi pertama berkaitan dengan Kerajaan Galuh. Disebutkan, Raja Galuh pertama, keturunan Brata Legawa, atau lebih akrab dikenal Haji Purwa Galuh (Prabu Wangi), pergi ke Mekah untuk berhaji. Sepulang dari Mekah, Haji Purwa Galuh tersebut membawa air zam-zam. Kemudian, sebagian air zam-zam tersebut dituangkan ke dalam situ, kemudian lahirlah nama Situ Wangi. Versi kedua yaitu diambil dari nama seorang penari ronggeng yang dulu mencurahkan keluh kesahnya dengan mendatangi situ tersebut, nama seorang penari itu Nyi mas Sri Wangi.

#### **4.1.2 Karakteristik Responden**

Untuk mengetahui responden pada kajian ini disajikan pada tabel 4.1 di bawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Responden Kajian**

| No | Jenis Responden         | Jumlah (orang) | %    |
|----|-------------------------|----------------|------|
| 1  | Pengunjung Obyek Wisata | 20             | 50   |
| 2  | Aparat Pemerintahan     | 10             | 25   |
| 3  | Masyarakat Lokal        | 7              | 17,5 |
| 4  | Kelompok sadar wisata   | 3              | 7,5  |
|    | Jumlah                  | 40             | 100  |

Sumber : Hasil Kajian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa Responden pada kajian ini terdiri dari pengunjung sebanyak 20 orang (50%), aparat pemerintahan sebanyak 10 orang (25%), masyarakat lokal sebanyak 7 orang (17,5%), dan kelompok sadar wisata sebanyak 3 orang (7,5%).

Dari hasil angket yang telah terkumpul dapat diperoleh informasi karakteristik responden, yang dilihat dari jenis kelamin responden seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------|----------------|----------------|
| 1  | Laki-Laki     | 25             | 62,5           |
| 2  | Perempuan     | 15             | 37,5           |
|    | Jumlah        | 40             | 100            |

Sumber : Hasil Kajian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jenis kelamin responden yang paling dominan adalah laki-laki sebanyak 25 orang (62,5%), sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang (37,5%).

Setelah mengetahui responden kajian dan jenis kelamin responden, maka selanjutnya disajikan usia responden sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Usia Responden**

| No | Usia (Tahun) | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|--------------|----------------|----------------|
| 1  | 10 – 20      | 11             | 27,5           |
| 2  | 21 – 30      | 7              | 17,5           |
| 3  | 31 – 40      | 8              | 20             |
| 4  | 41 – 50      | 12             | 30             |
| 5  | 51 – 60      | 1              | 2,5            |
| 6  | > 60         | 1              | 2,5            |
|    | Jumlah       | 40             | 100            |

Sumber : Hasil Kajian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa umur responden 10 – 20 tahun sebanyak 11 orang (27,5%), 21 – 30 tahun sebanyak 7 orang (17,5%), 31 – 40 tahun 8 orang (20%), 41 – 50 tahun sebanyak 12 orang (30%), 51 – 60 tahun sebanyak 1 orang (2,5%), dan di atas 60 tahun sebanyak 1 orang (2,5%).

Selanjutnya untuk mengetahui pendidikan responden disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Pendidikan Responden**

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|--------------------|----------------|----------------|
| 1  | SD                 | 2              | 5              |
| 2  | SLTP               | 7              | 17,5           |
| 3  | SLTA               | 23             | 57,5           |
| 4  | S1                 | 4              | 10             |
| 5  | S2                 | 2              | 5              |
| 6  | S3                 | 2              | 5              |
|    | Jumlah             | 40             | 100            |

Sumber : Hasil Kajian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden, SD sebanyak 2 orang (5%), SLTP sebanyak 7 orang (17,5%), SLTA sebanyak 23

orang (57,5%), S1 sebanyak 4 orang (10%), S2 dan S3 masing-masing sebanyak 2 orang (5%).

Kemudian untuk mengetahui pekerjaan responden disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Pekerjaan Responden**

| No | Pekerjaan        | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|------------------|----------------|----------------|
| 1  | Pelajar          | 9              | 22,5           |
| 2  | Wiraswasta       | 7              | 17,5           |
| 3  | Petani           | 1              | 2,5            |
| 4  | Buruh            | 2              | 5              |
| 5  | Aparat desa      | 10             | 2,5            |
| 6  | Ibu rumah tangga | 6              | 15             |
| 7  | Pedagang         | 1              | 2,5            |
| 8  | Dosen            | 4              | 10             |
|    | Jumlah           | 40             | 100            |

Sumber : Hasil Kajian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pekerjaan responden, pelajar sebanyak 9 orang (22,5%), wiraswasta sebanyak 7 orang (17,5%), petani sebanyak 1 orang (2,5%), buruh sebanyak 2 orang (5%), aparat desa sebanyak 10 orang (2,5%), ibu rumah tangga sebanyak 6 orang (15%), pedagang sebanyak 1 orang (2,5%), dan dosen sebanyak 4 orang (10%).

#### **4.1.3 Kondisi Nyata Potensi Obyek Wisata Situ Wangi**

Data yang diperlukan untuk mengukur penyusunan perencanaan pengelolaan sumber daya alam di Kabupaten Ciamis pada obyek wisata Situ Wangi Kecamatan Kawali dengan menggunakan kuesioner atau angket yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah indikator pernyataan yang diberikan berjumlah 37 indikator. Skala pengukuran yang digunakan pada kajian ini menggunakan *Skala*

*Likert* dengan 5 (lima) jawaban yaitu sangat setuju (nilai 5), setuju (nilai 4), kurang setuju (nilai 3), tidak setuju (nilai 2), dan sangat tidak setuju (nilai 1). Jawaban dengan skor tertinggi diberi nilai 5 dan nilai terendah diberi nilai 1. Dengan demikian **nilai ideal** adalah skor yang diperoleh dari jawaban responden dikalikan dengan jumlah responden. Selanjutnya untuk **prosentase** dari setiap skor adalah skor yang diperoleh dari jawaban responden dibagi jumlah nilai ideal dikalikan 100%.

Hasil analisis indikator obyek dan daya tarik wisata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Obyek dan Daya Tarik Wisata**

| <b>Pernyataan</b>   | <b>Obyek wisata Situ Wangi menarik</b> |          |
|---------------------|--|----------|
|                     | <b>F</b>                               | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 35                                     | 88       |
| Setuju              | 5                                      | 12       |
| Kurang Setuju       | 0                                      | 0        |
| Tidak Setuju        | 0                                      | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0                                      | 0        |
| Jumlah              | 40                                     | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator obyek dan daya tarik wisata yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang (88%), setuju sebanyak 5 orang (12%), tidak ada yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator obyek dan daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik (88%).

Hasil analisis indikator aksesibilitas, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Aksesibilitas**

| <b>Pernyataan</b>   | Akses/jalan menuju obyek wisata Situ Wangi mudah ditempuh wisatawan |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 27  | 68       |
| Setuju              | 11  | 28       |
| Kurang Setuju       | 2   | 4        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator aksesibilitas yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang (68%), setuju sebanyak 11 orang (28%), kurang setuju sebanyak 2 orang (4%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator aksesibilitas berada pada kriteria sangat mudah di akses (68%).

Hasil analisis indikator amenitas, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Amenitas**

| <b>Pernyataan</b>   | Fasilitas di obyek wisata Situ Wangi lengkap amenitis (penerangan, souvenirshop, hotel, restoran) |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 9   | 23       |
| Setuju              | 5   | 11       |
| Kurang Setuju       | 11  | 28       |
| Tidak Setuju        | 6   | 15       |
| Sangat Tidak Setuju | 9   | 23       |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator amenitas yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang (23%), setuju sebanyak 5 orang (11%), kurang setuju sebanyak 11 orang (28%), tidak setuju sebanyak 6 orang (15%), dan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang (23%). Dengan demikian

disimpulkan bahwa untuk indikator amenitas berada pada kriteria kurang lengkap (28%).

Hasil analisis indikator fasilitas pendukung, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Fasilitas Pendukung**

| <b>Pernyataan</b>   | Fasilitas pendukung yang ada di obyek wisata Situ Wangi memadai (wc, tempat sampah, tempat parkir) |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 10   | 25       |
| Setuju              | 14   | 35       |
| Kurang Setuju       | 9  | 23       |
| Tidak Setuju        | 5  | 13       |
| Sangat Tidak Setuju | 2  | 4        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator fasilitas pendukung yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (25%), setuju sebanyak 14 orang (35%), kurang setuju sebanyak 9 orang (23%), tidak setuju sebanyak 5 orang (13%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (4%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator fasilitas pendukung berada pada kriteria fasilitas cukup lengkap (35%).

Hasil analisis indikator kelembagaan, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :



**Tabel 4.10**  
**Kelembagaan**

| <b>Pernyataan</b>   | Kerjasama kelembagaan antar instansi yang ada di obyek wisata Situ Wangi berjalan dengan baik |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 0   | 0        |
| Setuju              | 2   | 4        |
| Kurang Setuju       | 12  | 30       |
| Tidak Setuju        | 13  | 33       |
| Sangat Tidak Setuju | 13  | 33       |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kelembagaan tidak ada yang menjawab sangat setuju (0%), setuju sebanyak 2 orang (4%), kurang setuju sebanyak 12 orang (30%), tidak setuju sebanyak 13 orang (33%), dan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang (33%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kelembagaan berada pada kriteria kurang baik (33%).

Untuk mengetahui rekapitulasi kondisi nyata potensi obyek wisata Situ Wangi dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Rekapitulasi Kondisi Nyata Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator                     | %    | Keterangan            |
|----|-------------------------------|------|-----------------------|
| 1  | Obyek dan daya tarik wisata   | 88   | Sangat menarik        |
| 2  | Aksesibilitas                 | 68   | Sangat mudah di akses |
| 3  | Amenitas                      | 28   | Kurang lengkap        |
| 4  | Fasilitas pendukung           | 35   | Cukup lengkap         |
| 5  | Kelembagaan                   | 33   | Kurang baik           |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata | 80,5 | Layak dikembangkan    |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel kondisi nyata obyek Wisata Situ Wangi melalui indikator obyek dan daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik (88%), aksesibilitas pada kriteria sangat mudah diakses (68%), amenitas pada kriteria kurang lengkap (28%), fasilitas pendukung

pada kriteria cukup lengkap (35%), dan kelembagaan pada kriteria kurang baik (33%). Dengan demikian kondisi nyata obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 80,5% dengan kriteria **layak dikembangkan**, namun demikian perlu peningkatan terutama pada indikator amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan.

#### 4.1.4 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan obyek wisata Situ Wangi

##### 1. Faktor Pendukung

Hasil analisis indikator daya tarik wisata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Daya Tarik Wisata**

| <b>Pernyataan</b>   | Pemandangan alam pada obyek wisata Situ Wangi Indah dan menarik |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| <b>Jawaban</b>      |   |          |
| Sangat Setuju       | 34  | 85       |
| Setuju              | 4   | 10       |
| Kurang Setuju       | 2   | 5        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator daya tarik wisata yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang (85%), setuju sebanyak 4 orang (10%), kurang setuju sebanyak 2 orang (5%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik (85%).

Hasil analisis indikator aksesibilitas, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Aksesibilitas**

| <b>Pernyataan</b>   | Jalan menuju lokasi wisata Situ Wangi tersedia dan mudah ditempuh wisatawan. |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 28   | 70       |
| Setuju              | 6  | 15       |
| Kurang Setuju       | 2  | 5        |
| Tidak Setuju        | 3  | 8        |
| Sangat Tidak Setuju | 1  | 3        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator aksesibilitas yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang (70%), setuju sebanyak 6 orang (15%), kurang setuju sebanyak 2 orang (5%), tidak setuju sebanyak 3 orang (8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (3%). Selanjutnya disimpulkan bahwa indikator aksesibilitas berada pada kriteria sangat mudah diakses (70%).

Hasil analisis indikator amenitas, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.14**  
**Amenitas**

| <b>Pernyataan</b>   | Terdapat toilet umum, tempat pementasan atraksi wisata hotel, restoran, dan akomodasi lainnya telah memadai. |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 11   | 27       |
| Setuju              | 7  | 18       |
| Kurang Setuju       | 12   | 30       |
| Tidak Setuju        | 5  | 13       |
| Sangat Tidak Setuju | 5  | 13       |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator amenitas yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang (27%), setuju sebanyak 7 orang (18%), kurang setuju sebanyak 12 orang (30%), tidak setuju sebanyak 5 orang (13%), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (15%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator amenitas berada pada kriteria kurang memadai (30%).

Hasil analisis indikator fasilitas pendukung, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.15**  
**Fasilitas Pendukung**

| <b>Pernyataan</b>   | Tersedia toko cinderamata, jaringan telepon, dan tempat belanja (pasar). |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 5  | 13       |
| Setuju              | 6  | 15       |
| Kurang Setuju       | 13   | 33       |
| Tidak Setuju        | 11   | 26       |
| Sangat Tidak Setuju | 5  | 13       |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator fasilitas pendukung yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang (13%), setuju sebanyak 6 orang (15%), kurang setuju sebanyak 13 orang (33%), tidak setuju sebanyak 11 orang (26%), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (13%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator fasilitas pendukung berada pada kriteria kurang memadai (33%).

Hasil analisis indikator masyarakat sebagai tuan rumah, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Masyarakat sebagai Tuan Rumah**

| <b>Pernyataan</b>   | Masyarakat di sekitar obyek wisata Situ Wangi sebagai tuan rumah sangat ramah. |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 20   | 50       |
| Setuju              | 16   | 40       |
| Kurang Setuju       | 4  | 10       |
| Tidak Setuju        | 0  | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator masyarakat sebagai tuan rumah yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang (50%), setuju sebanyak 16 orang (40%), kurang setuju sebanyak 4 orang (10%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator masyarakat sebagai tuan rumah berada pada kriteria sangat ramah (50%).

Untuk mengetahui rekapitulasi faktor pendukung dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.17**  
**Rekapitulasi Faktor Pendukung Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator                     | %    | Keterangan            |
|----|-------------------------------|------|-----------------------|
| 1  | Daya tarik wisata             | 85   | Sangat menarik        |
| 2  | Aksesibilitas                 | 70   | Sangat mudah di akses |
| 3  | Amenitas                      | 30   | Kurang memadai        |
| 4  | Fasilitas pendukung           | 33   | Kurang memadai        |
| 5  | Masyarakat sebagai tuan rumah | 50   | Sangat ramah          |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata | 79,4 | Layak dikembangkan    |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel faktor pendukung obyek wisata Situ Wangi melalui indikator daya tarik wisata berada para kriteria sangat menarik (85%), aksesibilitas berada para kriteria sangat mudah

diakses (70%), amenities berada para kriteria kurang memadai (30%), fasilitas pendukung berada para kriteria kurang memadai (33%), dan masyarakat sebagai tuan rumah berada para kriteria sangat ramah (50%). Dengan demikian faktor pendukung obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 79,4% dengan kriteria **layak dikembangkan** ini berarti memiliki faktor pendukung obyek wisata yang kuat untuk dikembangkan, namun demikian perlu peningkatan terutama pada indikator amenities dan fasilitas pendukung.

## 2. Faktor Penghambat

Hasil analisis indikator kurangnya sarana dan prasarana, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Kurangnya Sarana dan Prasarana**

| <b>Pernyataan</b>   | Sarana dan prasarana yang ada di obyek wisata Situ Wangi kurang memadai |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 24  | 60       |
| Setuju              | 13  | 33       |
| Kurang Setuju       | 3   | 7        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya sarana dan prasarana yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang (60%), setuju sebanyak 13 orang (33%), kurang setuju sebanyak 3 orang (7%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria kurang memadai (60%).

Hasil analisis indikator kurangnya pemasaran wisata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.19**  
**Kurangnya Pemasaran Wisata**

| <b>Pernyataan</b>   | Pemasaran wisata mengenai obyek wisata Situ Wangi kurang terpublikasikan. |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 15  | 37       |
| Setuju              | 21  | 53       |
| Kurang Setuju       | 2   | 5        |
| Tidak Setuju        | 2   | 5        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya pemasaran wisata yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (37%), setuju sebanyak 21 orang (53%), kurang setuju sebanyak 2 orang (5%), tidak setuju sebanyak 2 orang (5%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang pemasaran (53%).

Hasil analisis indikator pengelolaan yang belum profesional, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.20**  
**Pengelolaan yang Belum Profesional**

| <b>Pernyataan</b>   | Pengelolaan obyek wisata Situ Wangi kurang profesional. |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 10  | 25       |
| Setuju              | 22  | 55       |
| Kurang Setuju       | 5   | 13       |
| Tidak Setuju        | 2   | 5        |
| Sangat Tidak Setuju | 1   | 2        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator pengelolaan yang belum profesional yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (25%), setuju sebanyak 22 orang (55%), kurang setuju sebanyak 5 orang (13%), tidak setuju sebanyak 2 orang (5%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (2%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang profesional (55%).

Hasil analisis indikator kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.21**  
**Kurangnya Penyuluhan Kepada Masyarakat Tentang Pariwisata**

| <b>Pernyataan</b>   | Kurangnya penyuluhan kepada masyarakat sekitar obyek wisata tentang pariwisata. |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 12  | 30       |
| Setuju              | 23  | 58       |
| Kurang Setuju       | 3   | 8        |
| Tidak Setuju        | 2   | 4        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya penyuluhan kepada masyarakat yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (30%), setuju sebanyak 23 orang (58%), kurang setuju sebanyak 3 orang (8%), tidak setuju sebanyak 2 orang (4%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang penyuluhan (58%).

Untuk mengetahui rekapitulasi faktor penghambat dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :



**Tabel 4.22**  
**Rekapitulasi Faktor Penghambat Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator   | %    | Keterangan                                     |
|----|---|------|--|
| 1  | Kurangnya sarana dan prasarana.                           | 60   | Sangat Kurang                                  |
| 2  | Kurangnya pemasaran wisata.                               | 53   | Kurang Pemasaran                               |
| 3  | Pengelolaan yang belum profesional.                       | 55   | Kurang Profesional                             |
| 4  | Kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata | 58   | Kurang Penyuluhan                              |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata                             | 84,1 | Layak dikembangkan dengan Hambatan yang Tinggi |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel faktor penghambat obyek wisata Situ Wangi melalui indikator kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang (60%), indikator kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang pemasaran (53%), pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang profesional (55%), dan kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang penyuluhan (58%). Dengan demikian faktor penghambat obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 84,1% dengan kriteria **layak dikembangkan** namun memiliki hambatan yang tinggi terutama perlu peningkatan sarana prasarana pendukung obyek wisata, pemasaran wisata, pengelolaan yang belum profesional, dan penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata.

#### **4.1.5 Strategi yang Perlu Dilakukan dalam Pengelolaan Obyek Wisata Situ Wangi**

##### **1. Kekuatan**

Hasil analisis indikator lokasi wisata yang nyaman dan asri, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.23**  
**Lokasi Wisata yang Nyaman dan Asri**

| <b>Pernyataan</b>   | Lokasi obyek wisata Situ Wangi nyaman dan asri |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>                                       | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 32   | 80       |
| Setuju              | 8  | 20       |
| Kurang Setuju       | 0  | 0        |
| Tidak Setuju        | 0  | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator lokasi wisata yang nyaman dan asri yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang (80%), setuju sebanyak 8 orang (20%), tidak ada yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator Lokasi wisata yang nyaman dan asri berada pada kriteria sangat nyaman dan asri (80%).

Hasil analisis indikator panorama alam yang indah, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.24**  
**Panorama Alam yang Indah**

| <b>Pernyataan</b>   | Panorama alam di obyek wisata Situ Wangi indah |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>                                       | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 34   | 85       |
| Setuju              | 5  | 13       |
| Kurang Setuju       | 1  | 3        |
| Tidak Setuju        | 0  | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator panorama alam yang indah yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang (85%), setuju sebanyak 5 orang (13%), kurang setuju sebanyak 1 orang (3%), tidak ada yang

menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator panorama alam yang indah berada pada kriteria sangat indah (85%).

Hasil analisis indikator udara yang bersih dan sejuk, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.25**  
**Udara yang Bersih dan Sejuk**

| <b>Pernyataan</b>   | Udara di obyek wisata Situ Wangi bersih dan sejuk |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 36  | 90       |
| Setuju              | 3   | 8        |
| Kurang Setuju       | 1   | 2        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator udara yang bersih dan sejuk yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (90%), setuju sebanyak 3 orang (8%), kurang setuju sebanyak 1 orang (2%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator udara yang bersih dan sejuk berada pada kriteria sangat bersih dan sejuk (90%).

Hasil analisis indikator Aman untuk dikunjungi, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.26**  
**Aman untuk Dikunjungi**

| <b>Pernyataan</b>   | Obyek wisata Situ Wangi aman untuk dikunjungi |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>                                      | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 36  | 90       |
| Setuju              | 4   | 10       |
| Kurang Setuju       | 0   | 0        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator Aman untuk dikunjungi yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (90%), setuju sebanyak 4 orang (10%), tidak ada yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator aman untuk dikunjungi berada pada kriteria sangat aman (90%).

Hasil analisis indikator kondisi jalan yang baik, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.27**  
**Kondisi Jalan yang Baik**

| <b>Pernyataan</b>   | Kondisi jalan menuju dan di lokasi obyek wisata Situ Wangi dalam kondisi baik |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 24  | 60       |
| Setuju              | 11  | 28       |
| Kurang Setuju       | 4   | 10       |
| Tidak Setuju        | 1   | 2        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kondisi jalan yang baik yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang (60%), setuju sebanyak 11 orang (28%), kurang setuju sebanyak 4 orang (10%), tidak setuju

sebanyak 1 orang (2%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kondisi jalan yang baik berada pada kriteria sangat baik (60%).

Hasil analisis indikator masyarakat sekitar wisata yang ramah, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.28**  
**Masyarakat Sekitar Wisata yang Ramah**

| <b>Pernyataan</b>   | <b>Masyarakat di sekitar obyek wisata Situ Wangi ramah</b> |          |
|---------------------|--|----------|
|                     | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 17   | 43       |
| Setuju              | 20   | 50       |
| Kurang Setuju       | 3  | 7        |
| Tidak Setuju        | 0  | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator masyarakat sekitar wisata yang ramah yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (43%), setuju sebanyak 20 orang (50%), kurang setuju sebanyak 3 orang (7%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator masyarakat sekitar wisata yang ramah berada pada kriteria ramah (50%).

Hasil analisis indikator lokasi yang strategis, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.29**  
**Lokasi yang Strategis**

| <b>Pernyataan</b>   | Obyek wisata Situ wangi lokasinya strategis |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>                                    | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 26  | 65       |
| Setuju              | 13  | 33       |
| Kurang Setuju       | 1   | 2        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator lokasi yang strategis yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang (65%), setuju sebanyak 13 orang (33%), kurang setuju sebanyak 1 orang (2%), dan tidak ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator lokasi yang strategis berada pada kriteria lokasi sangat strategis (65%).

Hasil analisis indikator transportasi yang memadai, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.30**  
**Transportasi yang Memadai**

| <b>Pernyataan</b>   | Transportasi menuju obyek wisata Situ Wangi memadai |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 18  | 45       |
| Setuju              | 21  | 53       |
| Kurang Setuju       | 1   | 2        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator transportasi yang memadai yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang (45%), setuju

sebanyak 21 orang (53%), kurang setuju sebanyak 1 orang (2%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator transportasi yang memadai berada pada kriteria memadai (53%).

Hasil analisis indikator biaya yang relatif murah, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.31**  
**Biaya yang Relatif Murah**

| <b>Pernyataan</b>   | <b>Biaya masuk obyek wisata Situ Wangi relatif murah</b> |          |
|---------------------|--|----------|
|                     | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 23   | 57       |
| Setuju              | 13   | 33       |
| Kurang Setuju       | 4  | 10       |
| Tidak Setuju        | 0  | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator biaya yang relatif murah yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang (57%), setuju sebanyak 13 orang (33%), kurang setuju sebanyak 4 orang (10%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator biaya yang relatif murah berada pada kriteria murah (57%).

Untuk mengetahui rekapitulasi kekuatan dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.32**  
**Rekapitulasi Kekuatan Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator                           | %  | Keterangan              |
|----|-------------------------------------|----|-------------------------|
| 1  | Lokasi wisata yang nyaman dan asri. | 80 | Sangat Nyaman dan Asri  |
| 2  | Panorama alam yang indah.           | 85 | Sangat Indah            |
| 3  | Udara yang bersih dan sejuk.        | 90 | Sangat bersih dan sejuk |
| 4  | Aman untuk dikunjungi.              | 90 | Sangat aman             |
| 5  | Kondisi jalan yang baik.            | 60 | Sangat baik             |

| No | Indikator                             | %    | Keterangan                                      |
|----|---------------------------------------|------|---|
| 6  | Masyarakat sekitar wisata yang ramah. | 50   | Ramah   |
| 7  | Lokasi yang strategis.                | 65   | Sangat strategis                                |
| 8  | Transportasi yang memadai.            | 53   | Memadai   |
| 9  | Biaya yang relatif murah.             | 57   | Murah   |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata         | 92,7 | Layak dikembangkan dengan kategori sangat kuat. |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel kekuatan obyek wisata Situ Wangi melalui indikator lokasi wisata yang nyaman dan asri berada pada kriteria sangat nyaman dan asri (80%), panorama alam yang indah berada pada kriteria sangat indah (85%), udara yang bersih dan sejuk berada pada kriteria sangat bersih dan sejuk (90%), aman untuk dikunjungi berada pada kriteria sangat aman (90%), kondisi jalan yang baik berada pada kriteria sangat baik (60%), masyarakat sekitar wisata yang ramah berada pada kriteria ramah (50%), lokasi yang strategis berada pada kriteria sangat strategis (65%), transportasi yang memadai berada pada kriteria memadai (53%), dan biaya yang relatif murah berada pada kriteria sangat murah (57%). Dengan demikian kekuatan obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 92,7% dengan kriteria **layak dikembangkan** ini berarti memiliki faktor pendukung obyek wisata yang sangat kuat untuk dikembangkan.

## 2. Kelemahan

Hasil analisis indikator tidak adanya lokasi berkemah, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :



**Tabel 4.33**  
**Tidak Adanya Lokasi Berkemah**

| <b>Pernyataan</b>   | Tidak adanya lokasi berkemah di obyek wisata Situ Wangi |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 19  | 46       |
| Setuju              | 5   | 13       |
| Kurang Setuju       | 10  | 25       |
| Tidak Setuju        | 3   | 8        |
| Sangat Tidak Setuju | 3   | 8        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator tidak adanya lokasi berkemah yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang (46%), setuju sebanyak 5 orang (13%), kurang setuju sebanyak 10 sebanyak orang (25%), tidak setuju sebanyak 3 orang (8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (8%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator tidak ada lokasi berkemah berada pada kriteria tidak memiliki lokasi berkemah (46%).

Hasil analisis indikator kurangnya sarana dan prasarana, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.34**  
**Kurangnya Sarana dan Prasarana**

| <b>Pernyataan</b>   | Sarana prasarana di obyek wisata Situ Wangi sangat kurang |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 19  | 48       |
| Setuju              | 18  | 45       |
| Kurang Setuju       | 1   | 3        |
| Tidak Setuju        | 2   | 4        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya sarana dan prasarana yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang (48%), setuju

sebanyak 18 orang (45%), kurang setuju sebanyak 1 orang (3%), tidak setuju sebanyak 2 orang (4%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang (48%).

Hasil analisis indikator kurangnya pemasaran wisata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.35**  
**Kurangnya Pemasaran Wisata**

| <b>Pernyataan</b>   | Pemasaran wisata di obyek wisata Situ Wangi kurang |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 13   | 33       |
| Setuju              | 22   | 55       |
| Kurang Setuju       | 4  | 10       |
| Tidak Setuju        | 1  | 2        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya pemasaran wisata yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang (33%), setuju sebanyak 22 orang (55%), kurang setuju sebanyak 4 orang (10%), tidak setuju sebanyak 1 orang (2%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurangnya pemasaran wisata (55%).

Hasil analisis indikator pengelolaan yang belum profesional, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.36**  
**Pengelolaan yang Belum Profesional**

| <b>Pernyataan</b>   | Obyek wisata Situ Wangi belum dikelola secara profesional |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 13  | 33       |
| Setuju              | 22  | 55       |
| Kurang Setuju       | 4   | 10       |
| Tidak Setuju        | 1   | 2        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator pengelolaan yang belum profesional yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang (%), setuju sebanyak 22 orang (%), kurang setuju sebanyak 4 orang (%), tidak setuju sebanyak 1 orang (2%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria belum dikelola secara profesional (55%).

Hasil analisis indikator adanya sampah yang berserakan, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.37**  
**Adanya Sampah yang Berserakan**

| <b>Pernyataan</b>   | Terdapat sampah berserakan di obyek wisata Situ Wangi |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 0   | 0        |
| Setuju              | 13  | 33       |
| Kurang Setuju       | 16  | 40       |
| Tidak Setuju        | 11  | 27       |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator adanya sampah yang berserakan tidak ada yang menjawab sangat setuju, setuju sebanyak

13 orang (33%), kurang setuju sebanyak 16 orang (40%), tidak setuju sebanyak 11 orang (27%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator adanya sampah yang berserakan berada pada kriteria tidak ada sampah berserakan (40%).

Hasil analisis indikator adanya coretan-coretan yang mengurangi keindahan, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.38**  
**Adanya Coretan-Coretan yang Mengurangi Keindahan**

| <b>Pernyataan</b>   | Terlihat coretan-coretan yang mengurangi keindahan di obyek wisata Situ Wangi |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| <b>Jawaban</b>      |   |          |
| Sangat Setuju       | 0   | 0        |
| Setuju              | 4   | 10       |
| Kurang Setuju       | 20  | 50       |
| Tidak Setuju        | 13  | 33       |
| Sangat Tidak Setuju | 3   | 7        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator adanya coretan-coretan yang mengurangi keindahan tidak ada yang menjawab sangat setuju (0%), setuju sebanyak 4 orang (10%), kurang setuju sebanyak 20 orang (50%), tidak setuju sebanyak 13 orang (33%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (8%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator adanya coretan-coretan yang mengurangi keindahan berada pada kriteria tidak ada coretan-coretan yang mengurangi keindahan (50%).

Hasil analisis indikator kurang cocok untuk wisata keluarga, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.39**  
**Kurang Cocok untuk Wisata Keluarga**

| <b>Pernyataan</b>   | Obyek wisata Situ Wangi kurang cocok untuk wisata keluarga |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 2  | 5        |
| Setuju              | 3  | 8        |
| Kurang Setuju       | 15   | 38       |
| Tidak Setuju        | 7  | 18       |
| Sangat Tidak Setuju | 13   | 31       |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurang cocok untuk wisata keluarga yang menjawab sangat setuju sebanyak 2 orang (5%), setuju sebanyak 3 orang (8%), kurang setuju sebanyak 15 orang (38%), tidak setuju sebanyak 7 orang (18%), dan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang (31%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurang cocok untuk wisata keluarga berada pada kriteria cocok untuk wisata keluarga (38%).

Hasil analisis indikator kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.40**  
**Kurangnya Penyuluhan Kepada Masyarakat tentang Pariwisata**

| <b>Pernyataan</b>   | Kurang penyuluhan kepada masyarakat di obyek wisata Situ Wangi tentang pariwisata |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 9   | 23       |
| Setuju              | 19  | 48       |
| Kurang Setuju       | 10  | 25       |
| Tidak Setuju        | 2   | 4        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata yang menjawab sangat setuju

sebanyak 9 orang (23%), setuju sebanyak 19 orang (48%), kurang setuju sebanyak 10 orang (25%), tidak setuju sebanyak 2 orang (4%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang penyuluhan (48%).

Untuk mengetahui rekapitulasi kelemahan dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.41**  
**Rekapitulasi Kelemahan Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator  | %    | Keterangan                                 |
|----|--|------|--|
| 1  | Tidak adanya lokasi berkemah.                              | 48   | Kurang                                     |
| 2  | Kurangnya sarana dan prasarana.                            | 48   | Sangat kurang                              |
| 3  | Kurangnya pemasaran wisata.                                | 55   | Kurang                                     |
| 4  | Pengelolaan yang belum profesional.                        | 55   | Kurang profesional                         |
| 5  | Adanya sampah yang berserakan.                             | 40   | Tidak ada                                  |
| 6  | Adanya coretan-coreatan yang mengurangi keindahan.         | 50   | Tidak ada                                  |
| 7  | Kurang cocok untuk wisata keluarga.                        | 38   | Cocok                                      |
| 8  | Kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata. | 48   | Kurang                                     |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata                              | 71,1 | Layak dikembangkan dengan kelemahan tinggi |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel kelemahan obyek wisata Situ Wangi melalui indikator tidak adanya lokasi berkemah berada pada kriteria kurang (48%), kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang (48%), kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang (55%), pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang profesional (40%), adanya sampah yang berserakan berada pada kriteria tidak ada (50%), adanya coretan-coreatan yang mengurangi keindahan berada pada kriteria tidak ada

(50%), kurang cocok untuk wisata keluarga berada pada kriteria cocok (38%), dan kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang (48%). Dengan demikian kelemahan obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 71,1% dengan kriteria **layak dikembangkan** namun memiliki kelemahan yang tinggi terutama perlu peningkatan pada adanya lokasi berkemah, sarana prasarana, pemasaran wisata, pengelolaan yang belum profesional, masih adanya sampah yang berserakan, masih adanya coretan-coretan yang mengurangi keindahan, peningkatan pada tersedianya wisata keluarga, dan penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata.

### 3. Peluang

Hasil analisis indikator lokasi wisata pelajar, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.42**  
**Lokasi Wisata Pelajar**

| <b>Pernyataan</b>   | Obyek wisata Situ Wangi dapat dijadikan lokasi wisata pelajar (edukasi) |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 29  | 72       |
| Setuju              | 9   | 23       |
| Kurang Setuju       | 2   | 5        |
| Tidak Setuju        | 0   | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator lokasi wisata pelajar yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang (72%), setuju sebanyak 9 orang (23%), kurang setuju sebanyak 2 orang (5%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan

bahwa indikator lokasi wisata pelajar berada pada kriteria sangat cocok untuk wisata pelajar (72%).

Hasil analisis indikator potensi pengadaan cinderamata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.43**  
**Potensi Pengadaan Cinderamata**

| <b>Pernyataan</b>   | Di lokasi obyek wisata Situ Wangi berpotensi untuk pengadaan cendera mata |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| <b>Jawaban</b>      |   |          |
| Sangat Setuju       | 23  | 57       |
| Setuju              | 13  | 33       |
| Kurang Setuju       | 2   | 5        |
| Tidak Setuju        | 2   | 5        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator potensi pengadaan cinderamata yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang (57%), setuju sebanyak 13 orang (33%), kurang setuju sebanyak 2 orang (5%), tidak setuju sebanyak 2 orang (5%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator potensi pengadaan cinderamata berada pada kriteria sangat berpotensi untuk pengadaan cinderamata (57%).

Hasil analisis indikator pengadaan tiket masuk, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :



**Tabel 4.44**  
**Pengadaan Tiket Masuk**

| <b>Pernyataan</b>   | Pengadaan tiket masuk obyek wisata Situ Wangi mudah/tersedia |          |
|---------------------|--|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>   | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 19   | 48       |
| Setuju              | 20   | 50       |
| Kurang Setuju       | 1  | 2        |
| Tidak Setuju        | 0  | 0        |
| Sangat Tidak Setuju | 0  | 0        |
| Jumlah              | 40   | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator pengadaan tiket masuk yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang (48%), setuju sebanyak 20 orang (50%), kurang setuju sebanyak 1 orang (2%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (0%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator pengadaan tiket masuk berada pada kriteria kurang tersedia (50%).

Hasil analisis indikator dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.45**  
**Dapat Menciptakan Kesempatan Kerja/Lapangan Kerja**

| <b>Pernyataan</b>   | Obyek wisata Situ Wangi dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 25  | 63       |
| Setuju              | 9   | 23       |
| Kurang Setuju       | 3   | 7        |
| Tidak Setuju        | 3   | 7        |
| Sangat Tidak Setuju | 0   | 0        |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang (63%), setuju sebanyak 9 orang (23%), kurang setuju sebanyak

3 orang (7%), tidak setuju sebanyak 3 orang (7%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja berada pada kriteria sangat dapat menciptakan lapangan kerja (63%).

Untuk mengetahui rekapitulasi peluang dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.46**  
**Rekapitulasi Peluang Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator  | %    | Keterangan                     |
|----|--|------|--------------------------------|
| 1  | Lokasi wisata pelajar.                             | 73   | Sangat cocok                   |
| 2  | Potensi pengadaan cinderamata.                     | 58   | Sangat berpotensi              |
| 3  | Pengadaan tiket masuk.                             | 50   | Kurang tersedia                |
| 4  | Dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja. | 63   | Kurang tersedia lapangan kerja |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata                      | 89,8 | Layak Dikembangkan             |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel peluang obyek wisata Situ Wangi melalui indikator lokasi wisata pelajar berada pada kriteria sangat cocok (73%), potensi pengadaan cinderamata berada pada kriteria sangat berpotensi (58%), pengadaan tiket masuk berada pada kriteria kurang tersedia (50%), dan dapat menciptakan kesempatan kerja/lapangan kerja berada pada kriteria kurang tersedia lapangan kerja (63%). Dengan demikian peluang obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 89,8% dengan kriteria **layak dikembangkan** ini berarti memiliki peluang obyek wisata yang sangat kuat untuk dikembangkan.

#### 4. Ancaman

Hasil analisis indikator adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.47**  
**Adanya Persaingan Tempat Wisata Lain yang Lebih Menarik**

| <b>Pernyataan</b>   | Adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik disekitar obyek wisata Situ Wangi |          |
|---------------------|---|----------|
|                     | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| <b>Jawaban</b>      |   |          |
| Sangat Setuju       | 6   | 15       |
| Setuju              | 10  | 25       |
| Kurang Setuju       | 7   | 18       |
| Tidak Setuju        | 8   | 20       |
| Sangat Tidak Setuju | 9   | 22       |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (15%), setuju sebanyak 10 orang (25%), kurang setuju sebanyak 7 orang (18%), tidak setuju sebanyak 8 orang (20%), dan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang (22%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik berada pada kriteria memiliki pesaing (25%).

Hasil analisis indikator kurangnya minat pengunjung, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.48**  
**Kurangnya Minat Pengunjung**

| <b>Pernyataan</b>   | Kurangnya minat pengunjung untuk berkunjung ke obyek wisata Situ Wangi. |          |
|---------------------|---|----------|
| <b>Jawaban</b>      | <b>F</b>  | <b>%</b> |
| Sangat Setuju       | 8   | 20       |
| Setuju              | 8   | 20       |
| Kurang Setuju       | 11  | 28       |
| Tidak Setuju        | 7   | 18       |
| Sangat Tidak Setuju | 6   | 14       |
| Jumlah              | 40  | 100      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk indikator kurangnya minat pengunjung yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang (20%), setuju sebanyak 8 orang (20%), kurang setuju sebanyak 11 orang (28%), tidak setuju sebanyak 7 orang (18%), dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (15%). Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator kurangnya minat pengunjung berada pada kriteria kurang adanya minat bagi pengunjung (28%).

Untuk mengetahui rekapitulasi ancaman dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.49**  
**Rekapitulasi Ancaman Obyek Wisata Situ Wangi**

| No | Indikator  | %    | Keterangan               |
|----|--|------|--------------------------|
| 1  | Adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik. | 25   | Memiliki pesaing         |
| 2  | Kurangnya minat pengunjung                               | 28   | Adanya minat             |
|    | Indeks Kelayakan Obyek Wisata                            | 60,0 | Belum layak dikembangkan |

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk variabel ancaman obyek wisata Situ Wangi melalui indikator adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik berada pada kriteria memiliki pesaing (25%) dan kurangnya minat pengunjung berada pada kriteria ada minat (28%). Dengan demikian

ancaman obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata kurang dari 66,6% yaitu 60,0% dengan kriteria **belum layak dikembangkan** karena memiliki ancaman yang tinggi.

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian melalui analisis data maka dibahas beberapa hal sebagai berikut :

### 4.2.1 Kondisi Nyata Potensi Obyek Wisata Situ Wangi

Kondisi nyata obyek Wisata Situ Wangi melalui indikator obyek dan daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik (88%), aksesibilitas pada kriteria sangat mudah diakses (68%), amenitas pada kriteria kurang lengkap (28%), fasilitas pendukung pada kriteria cukup lengkap (35%), dan kelembagaan pada kriteria kurang baik (33%). Dengan demikian kondisi nyata obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 80,5% dengan kriteria **layak dikembangkan**, namun demikian perlu peningkatan terutama pada indikator amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan.

Hal ini sejalan dengan kerangka pengembangan destinasi pariwisata yang dikemukakan oleh Sunaryo (2013:102) bahwa komponen-komponen utama destinasi wisata sebagai berikut :

- a. Objek dan daya tarik (atraksi) yang mencakup : daya tarik yang berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan.
- b. Aksesibilitas, yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi : rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lainnya.

- c. Amenitas, yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi : akomodasi, rumah makan, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, agen perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
- d. Fasilitas pendukung, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, layanan kesehatan, dan sebagainya.
- e. Kelembagaan, yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

Daya tarik merupakan faktor yang membuat orang berkeinginan untuk mengunjungi dan melihat secara langsung ke tempat yang mempunyai daya tarik tersebut. Pengkajian komponen daya tarik ini bertujuan untuk mengetahui gambaran bentuk-bentuk kegiatan rekreasi yang sesuai dengan daya tarik dan sumber daya yang tersedia. Setiap daya tarik tersebut memiliki nilai masing-masing dan nilai tersebut menunjukkan seberapa kuat suatu daya tarik wisata bisa menarik pengunjungnya.

#### **4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan obyek wisata Situ Wangi**

Faktor pendukung obyek wisata Situ Wangi melalui indikator daya tarik wisata berada para kriteria sangat menarik (85%), aksesibilitas berada para kriteria sangat mudah diakses (70%), amenitas berada para kriteria kurang memadai (30%), fasilitas pendukung berada para kriteria kurang memadai (33%), dan masyarakat sebagai tuan rumah berada para kriteria sangat ramah (50%). Dengan demikian faktor pendukung obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 79,4% dengan kriteria **layak dikembangkan** ini berarti memiliki faktor pendukung obyek wisata yang kuat untuk dikembangkan, namun demikian perlu peningkatan terutama pada indikator amenitas dan fasilitas pendukung.

Faktor pendukung merupakan suatu kondisi yang dapat mendukung atau menumbuhkan suatu kegiatan usaha atau produksi. Faktor pendukung dan pendorong suatu produk wisata yang biasanya terwujud sistem destinasi wisata yang meliputi daya tarik wisata, akomodasi atau amenitas, aksesibilitas, dan transportasi, fasilitas umum, fasilitas pendukung pariwisata dan masyarakat sebagai tuan rumah dari suatu destinasi.

Sedangkan faktor penghambat obyek wisata Situ Wangi melalui indikator kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang (60%), indikator kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang pemasaran (53%), pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang profesional (55%), dan kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang penyuluhan (58%). Dengan demikian faktor penghambat obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 84,1% dengan kriteria **layak dikembangkan** namun memiliki hambatan yang tinggi terutama perlu peningkatan sarana prasarana pendukung obyek wisata, pemasaran wisata, pengelolaan yang belum profesional, dan penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata.

Pengembangan obyek wisata pasti tidak lepas dari adanya faktor-faktor penghambat. Beberapa permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik obyek wisata yang ada antara lain belum dikelolanya dengan baik oleh pihak pemerintah yang berwenang, belum memadai dan belum tertatanya secara optimal aspek sarana dan prasarana padahal yang sebenarnya dapat dijadikan daya dukung

untuk pengembangan obyek wisata Situ Wangi. Hal tersebut merupakan dampak dari kurangnya alokasi anggaran dana yang diperuntukkan bagi pengembangan sektor pariwisata.

#### **4.2.3 Strategi yang Perlu Dilakukan dalam Pengelolaan Obyek Wisata Situ Wangi**

Kekuatan obyek wisata Situ Wangi melalui indikator lokasi wisata yang nyaman dan asri berada pada kriteria sangat nyaman dan asri (80%), panorama alam yang indah berada pada kriteria sangat indah (85%), udara yang bersih dan sejuk berada pada kriteria sangat bersih dan sejuk (90%), aman untuk dikunjungi berada pada kriteria sangat aman (90%), kondisi jalan yang baik berada pada kriteria sangat baik (60%), masyarakat sekitar wisata yang ramah berada pada kriteria ramah (50%), lokasi yang strategis berada pada kriteria sangat strategis (65%), transportasi yang memadai berada pada kriteria memadai (53%), dan biaya yang relatif murah berada pada kriteria sangat murah (57%). Dengan demikian kekuatan obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 92,7% dengan kriteria **layak dikembangkan** ini berarti memiliki faktor pendukung obyek wisata yang sangat kuat untuk dikembangkan.

Selanjutnya kelemahan obyek wisata Situ Wangi melalui indikator tidak adanya lokasi berkemah berada pada kriteria kurang (48%), kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang (48%), kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang (55%), pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang profesional (40%), adanya sampah yang berserakan berada pada kriteria tidak ada (50%), adanya coretan-coreatan yang mengurangi keindahan



berada pada kriteria tidak ada (50%), kurang cocok untuk wisata keluarga berada pada kriteria cocok (38%), dan kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang (48%). Dengan demikian kelemahan obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata lebih dari 66,6% yaitu 71,1% dengan kriteria **layak dikembangkan** namun memiliki kelemahan yang tinggi terutama perlu peningkatan pada adanya lokasi berkemah, sarana prasarana, pemasaran wisata, pengelolaan yang belum profesional, masih adanya sampah yang berserakan, masih adanya coretan-coretan yang mengurangi keindahan, peningkatan pada tersedianya wisata keluarga, dan penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata.

Begitu pula ancaman obyek wisata Situ Wangi melalui indikator adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik berada pada kriteria memiliki pesaing (25%) dan kurangnya minat pengunjung berada pada kriteria ada minat (28%). Dengan demikian ancaman obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis berada pada indeks kelayakan obyek wisata kurang dari 66,6% yaitu 60,0% dengan kriteria **belum layak dikembangkan** karena memiliki ancaman yang tinggi. Namun demikian apabila ancaman tersebut dapat diminimalisir bahkan dihilangkan maka obyek wisata Situ Wangi dapat berkembang.

Objek wisata Situ Wangi memiliki kekuatan, kelemahan ancaman dan peluang. Selanjutnya untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan objek wisata Situ Wangi, di bawah ini disajikan matriks SWOT analisis sebagai berikut :

**Tabel 4.50**  
**Analisis TOWS/SWOT Situ Wangi**

| <p align="center"><b>OT (Faktor Eksternal)</b></p> <p align="center"><b>SW (Faktor Internal)</b></p>  | <p align="center"><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi wisata pelajar</li> <li>2. Potensi pengadaan cinderamata</li> <li>3. Pengadaan tiket masuk</li> <li>4. Pengadaan lapangan kerja</li> </ol>  | <p align="center"><b>Ancaman (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya persaingan tempat wisata lain yang lebih menarik</li> <li>2. Kurangnya minat pengunjung</li> </ol>  |
|---|---|---|
| <p align="center"><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Wisata nyaman dan asri</li> <li>2. Panorama alam yang indah</li> <li>3. Udara yang bersih dan sejuk</li> <li>4. Aman untuk dikunjungi</li> <li>5. Kondisi jalan yang baik</li> <li>6. Masyarakat sekitar wisata yang ramah</li> <li>7. Lokasi yang strategis</li> <li>8. Transportasi memadai</li> <li>9. Biaya relatif murah</li> </ol> | <p align="center"><b>Strategi SO – Growth</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberlakukan pembayaran tiket masuk obyek wisata (kebijakan pemerintah)</li> <li>2. Pengelolaan yang lebih baik dan profesional.</li> <li>3. Melakukan kerja sama dengan sekolah-sekolah dari tingkat SD-SMA untuk kunjungan karyawisata</li> <li>4. Didirikannya kedai-kedai makanan juga minuman dan pasar wisata</li> <li>5. Membuat store khusus oleh-oleh dan cinderamata khas ciamis</li> <li>6. Membangun resort atau penginapan untuk pengunjung yang ingin merasakan udara yang sejuk di Situ Wangi.</li> <li>7. Mengadakan atraksi wisata melalui seni dan budaya tradisional pada even-even tertentu</li> </ol> | <p align="center"><b>Strategi ST – Stability</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Mempertahankan wisata khas Situ Wangi</li> <li>b. Mempertahankan keamanan dan kenyamanan akses wisata Situ Wangi</li> <li>c. Mempertahankan biaya relatif murah yang ditetapkan pada wisata Situ Wangi.</li> <li>d. Menawarkan kenyamanan kepada pengunjung seperti tempat-tempat indah untuk pengambilan foto (selfie), <i>guide</i>, asuransi, penitipan barang, dan lain-lain.</li> <li>e. Melakukan peninjauan kembali untuk menambah daya tarik wisatawan (misalnya pembebasan lahan)</li> <li>f. Meningkatkan kesadaran masyarakat dengan memberikan penyuluhan tentang manfaat obyek wisata.</li> </ol> |

| <b>Kelemahan (W)</b>  | <b>Strategi WO – Growth</b>  | <b>Strategi WT – Divest</b>   |
|---|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya lokasi berkemah</li> <li>2. Kurangnya sarana dan prasarana</li> <li>3. Kurangnya pemasaran wisata</li> <li>4. Pengelolaan yang belum profesional</li> <li>5. Adanya sampah berserakan</li> <li>6. Adanya coretan yang mengurangi keindahan</li> <li>7. Kurang cocok untuk wisata keluarga</li> <li>8. Kurangnya penyuluhan pada masyarakat tentang pariwisata</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan <i>camping ground</i> untuk pengunjung yang ingin melakukan kegiatan berkemah.</li> <li>2. Menyediakan sarana-prasarana yang umum, antara lain: information center, toilet, Kedai makanan, lokasi parkir kendaraan mulai roda dua sampai bus, gazebo, kursi, lampu taman, tempat sampah, dan desain taman di beberapa tempat</li> <li>3. Melakukan pemasaran wisata yang dapat menarik pengunjung lebih banyak, misalnya dibuatnya tim IT dan digital marketing berupa website, blog dan sosial media.</li> <li>4. Melakukan pengelolaan secara profesional sehingga dapat lebih menarik pengunjung misalnya pengunjung yang datang bersama keluarga.</li> <li>5. Melakukan studi banding ke salah satu wisata yang telah sukses untuk mempelajari pengelolaan wisata</li> <li>6. Dibuatnya sistem keamanan berupa CCTV</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kerja sama dengan wisata lain berupa rabat atau diskon tiket masuk</li> <li>2. Bekerja sama dengan pihak swasta dalam pengelolaan wisata Situ Wangi.</li> <li>3. Menambah minat pengunjung dan daya tarik wisata dengan melakukan penyesuaian tempat wisata agar sesuai untuk dijadikan wisata keluarga.</li> <li>4. Membuat lokasi berkemah di tempat yang aman (jauh dari lokasi terjadinya longsor.</li> <li>5. Melakukan pengelolaan yang profesional.</li> </ol> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | 7. Melakukan pembersihan terhadap sampah-sampah dan juga menghilangkan coretan-coretan yang mengganggu daya tarik dengan membuat papan himbauan. |  |
|--|--|--|

Berdasarkan matriks SWOT di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Strategi S-O (*Growth/Berkembang*)

Strategi S-O merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan sebaik mungkin untuk dapat mengambil peluang yang ada, adapun strategi yang dapat dilakukan antara lain :

- a. Memberlakukan pembayaran tiket masuk obyek wisata (kebijakan pemerintah).  
Pembayaran tiket masuk obyek wisata Situ Wangi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pendapatan retribusi pariwisata, yang selama ini belum adanya tiket masuk obyek wisata melalui kebijakan pemerintah. Kondisi pembayaran tiket masuk saat ini hanya seadanya itupun atas kreativitas kelompok Sadar Wisata (Darwis).
- b. Pengelolaan yang lebih baik dan profesional, melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia pada obyek pariwisata.
- c. Melakukan kerja sama dengan sekolah-sekolah dari tingkat SD-SMA untuk kunjungan karyawisata. Dibuatnya program khusus untuk kelas dan semester tertentu untuk mengunjungi wisata Situ Wangi, bagi sekolah-sekolah yang ada di Ciamis setara SD, SMP dan SMA dalam mata pelajaran biologi/lingkungan/ekonomi. Dibuatnya program seperti ekowisata, agrowisata dan geowisata sehingga pengunjung Situ Wangi stabil bahkan bertambah.

- d. Didirikannya kedai-kedai makanan juga minuman dan pasar wisata. Strategi ini ditujukan untuk memberikan akses mudah bagi pengunjung yang membutuhkan kebutuhan pangan, baik makanan berat, makanan ringan juga minuman. Makanan berat yang disediakan harus memiliki cita rasa desa seperti nasi liwet dengan pakatnya, makanan ringan terbagi dua yang pertama makanan kemasan yang kedua makanan khas desa yakni gorengan yang dimasak dadakan juga memiliki varian yang cukup banyak, dan minuman yang disediakan terbagi dua ada yang kemasan juga olahan seperti jus.
- e. Membuat store khusus oleh-oleh dan cinderamata khas Ciamis. Strategi ini ditujukan untuk pengunjung luar kabupaten Ciamis yang ingin memiliki kenang-kenangan berupa oleh-oleh juga cinderamata khas sebagai buah tangan. Cinderamata yang dijual dapat berupa t-shirt khas Ciamis, gantungan kunci, asbak, dompet dan lain-lain begitupun oleh-oleh yang disediakan memiliki ke khasan yang berasal dari Kabupaten Ciamis.
- f. Membangun resort atau penginapan untuk pengunjung yang ingin merasakan udara yang sejuk di Situ Wangi. Strategi ini ditujukan untuk pengunjung yang ingin merasakan keindahan, kesejukan, dan kenyamanan yang lebih lama. Penginapan yang dibuat harus memiliki khas desa baik berupa penginapan yang terbuat serba kayu maupun penginapan di atas situ menjadikan nilai tambah pada wisata Situ Wangi. Resort yang ditambahkan dapat berupa *waterpark*, kolam pemancingan khusus keluarga, terapi ikan, perahu untuk mengelilingi situ dan lain-lain.

- g. Mengadakan atraksi wisata melalui seni dan budaya tradisional pada even-even tertentu. Acara-acara budaya yang mengisi pagelaran yang memiliki jadwal rutin sebagai ajang bertemunya para budayawan dan seniman di Ciamis akan mendorong meriahnya acara di Situ Wangi.

## 2. Strategi W-O (*Growth/Berkembang*)

Strategi W-O merupakan strategi untuk menghilangkan kelemahan yang ada dengan memanfaatkan semua peluang yang ada. Strategi ini dapat dilakukan antara lain sebagai berikut :

1. Menyediakan *camping ground* untuk pengunjung yang ingin melakukan kegiatan berkemah.
2. Menyediakan sarana-prasarana yang umum, antara lain : *information center*, toilet, Kedai makanan, lokasi parkir kendaraan mulai roda dua sampai bus, *gazebo*, kursi, lampu taman, tempat sampah, dan desain taman di beberapa tempat. Strategi pembangunan sarana dan prasarana yang memadai dapat menjadikan tumbuhnya wisata Situ Wangi, pusat informasi adalah salah satu ujung tombak wisata di mana seluruh pengunjung mendatangi tempat tersebut pada saat pertama kali masuk. Begitupun sarana dan prasarana lain wajib dibangun jika ingin berkembang hanya saja hal ini memerlukan investasi yang relatif tidak sedikit.
3. Melakukan pemasaran wisata yang dapat menarik pengunjung lebih banyak, misalnya dibuatnya tim IT dan digital *marketing* berupa *website*, *blog* dan sosial media. Kendala pemasaran dan promosi wisata saat ini sudah bukan menjadi hal yang harus ditakutkan oleh pengelola, dibentuknya tim IT dan digital

*marketing* memiliki tujuan untuk melakukan promosi di ranah digital. *Website* yang dibangun adalah sebagai *company profile* jadi jika pengunjung luar kota bahkan luar negeri yang ingin berkunjung seluruh informasi lengkap sudah disajikan dalam *website* tersebut termasuk rute perjalanan sampai biaya-biaya di Situ Wangi. Sedangkan *blog* dan sosial media merupakan sebuah penyebaran informasi terkini, hal tersebut juga dapat menjadi media promosi sebagai pengingat pengunjung yang ingin mengunjungi kembali (*repeat purchase*) wisata Situ Wangi.

4. Melakukan pengelolaan secara profesional sehingga dapat lebih menarik pengunjung misalnya pengunjung yang datang bersama keluarga.
5. Melakukan studi banding ke salah satu wisata yang telah sukses untuk mempelajari pengelolaan wisata. Strategi ini dimaksudkan untuk melatih seluruh staf juga manajemen dalam mengelola wisata agar bertahan bahkan berkembang menjadi salah satu wisata terbaik di Kabupaten Ciamis.
6. Dibuatnya sistem keamanan berupa CCTV. Dibangunnya kamera CCTV di seluruh tempat wisata Situ Wangi agar seluruh sudut dapat diawasi dengan baik oleh tim sekuriti, hal tersebut bertujuan mengurangi bahkan mencegah resiko tindakan kriminal juga kecelakaan yang terjadi di lokasi wisata. Adanya sistem pengamanan yang memadai di objek wisata Situ Wangi akan memberikan jaminan bagi para pengunjung atas keselamatannya.
7. Melakukan pembersihan terhadap sampah-sampah dan juga menghilangkan coretan-coretan yang mengganggu daya tarik dengan membuat papan himbauan.

### 3. Strategi S-T (*Stability/Stabilitas*)

Strategi S-T merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan sebaik mungkin untuk dapat mengantisipasi ancaman yang ada. Strategi yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut :

- a. Mempertahankan wisata khas Situ Wangi. Strategi stabilitas jika ditemukan ancaman tetapi masih memiliki kekuatan dalam melawan persaingan, Situ Wangi memiliki ciri khas tersendiri maka mempertahankan kesejukan khas desa dengan sarana juga prasarana yang sangat baik menjadi salah satu strategi stabilitas. Melestarikan lingkungan dan memfungsikan masyarakat sadar pariwisata pada berbagai kegiatan agar terbentuk masyarakat pariwisata di sekitar Situ Wangi.
- b. Mempertahankan keamanan dan kenyamanan akses wisata Situ Wangi. Tim Keamanan dan jaringan CCTV yang telah dibuat harus dipertahankan dengan cara melakukan *preventive maintenance* pada jaringan juga SDM terkait. Di samping itu keterlibatan Karang Taruna, Kelompok Sadar Wisata, maupun ormas lain yang telah memiliki pengetahuan tentang kepariwisataan dapat diberdayakan untuk memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan bagi pengunjung.
- c. Mempertahankan biaya relatif murah yang ditetapkan pada wisata Situ Wangi. Salah satu strategi Situ Wangi yakni melakukan strategi *penetration price*, maka mempertahankan harga yang murah menjadi salah satu alternatif strategi stabilitas disaat pesaing dalam industri yang sama memiliki biaya operasional yang lebih besar. Menarik dana CSR BUMN untuk kegiatan pelestarian



lingkungan dan perbaikan infrastruktur, akan menurunkan biaya operasional dan biaya penyusutan peralatan pengelolaan wisata Situ Wangi.

- d. Menawarkan kenyamanan kepada pengunjung seperti tempat-tempat indah untuk pengambilan foto (selfie), *guide*, asuransi, penitipan barang, dan lain-lain.
- e. Melakukan peninjauan kembali untuk menambah daya tarik wisatawan (misalnya pembebasan lahan)
- f. Meningkatkan kesadaran masyarakat dengan memberikan penyuluhan tentang manfaat obyek wisata.

#### **4. Strategi W-T (*Divest/Penciutan/Mundur*)**

Strategi W-T merupakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk mengantisipasi ancaman yang ada. Strategi yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut :

- a. Melakukan kerja sama dengan wisata lain berupa rabat atau diskon tiket masuk. Ketika Situ Wangi memiliki kelemahan yang tidak dapat diperbaiki juga disertai ancaman maka strategi *divest* adalah salah satu alternatif jika wisata ini masih ingin beroperasi. Melakukan kerja sama dengan wisata lain yang berdekatan dengan *buy I get one* atau diskon salah satu wisata yang relatif dekat dengan Situ Wangi yaitu astana gede kawali sebagai wisata budaya.
- b. Bekerja sama dengan pihak swasta dalam pengelolaan wisata Situ Wangi. Pihak Pemerintah Kabupaten Ciamis harus melepaskan wisata Situ Wangi jika tidak dapat bersaing dengan wisata lain, pelepasan tersebut tidak 100% milik swasta tetapi dibagi menjadi setengah kepemilikan agar tetap dapat bertahan dalam persaingan industri wisata. Atau pemerintah daerah yang sudah memiliki asset

penyertaan yang dapat dihitung sebagai modal tinggal pengembangan diserahkan kepada pihak swasta yang memiliki pengalaman dalam bisnis pariwisata.

- c. Menambah minat pengunjung dan daya tarik wisata dengan melakukan penyesuaian tempat wisata agar sesuai untuk dijadikan wisata keluarga.
- d. Membuat lokasi berkemah di tempat yang aman (jauh dari lokasi terjadinya longsor).
- e. Melakukan pengelolaan yang profesional.

Strategi pengembangan obyek wisata Situ Wangi di arahkan berdasarkan analisis SWOT. Analisis ini merupakan suatu metode yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta kendala-kendala yang dihadapi dalam proses pengembangan obyek wisata. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, akan mampu mengurangi kelemahan yang ada dan pada saat yang sama memaksimalkan kekuatan. Hal yang sama juga berlaku pada tantangan dan peluang, di mana pada saat tantangan dapat diminimalisir, peluang yang ada justru diperbesar atau ditingkatkan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sesuai dengan permasalahan yang dikaji, sebagai berikut :

1. Kondisi nyata obyek Wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis melalui indikator obyek dan daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik, aksesibilitas pada kriteria sangat mudah diakses, amenitas pada kriteria kurang lengkap, fasilitas pendukung pada kriteria cukup lengkap, dan kelembagaan pada kriteria kurang baik, Dengan indeks kelayakan obyek wisata berada pada kriteria **layak dikembangkan**, namun demikian perlu peningkatan terutama pada indikator amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan.
2. Faktor pendukung obyek wisata Situ Wangi Desa Winduraja Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis melalui indikator daya tarik wisata berada pada kriteria sangat menarik, aksesibilitas berada pada kriteria sangat mudah diakses, amenitas berada pada kriteria kurang memadai, fasilitas pendukung berada pada kriteria kurang memadai, dan masyarakat sebagai tuan rumah berada pada kriteria sangat ramah. Sedangkan faktor penghambat obyek wisata Situ Wangi melalui indikator kurangnya sarana dan prasarana berada pada kriteria sangat kurang, indikator kurangnya pemasaran wisata berada pada kriteria kurang pemasaran, pengelolaan yang belum profesional berada pada kriteria kurang

profesional, dan kurangnya penyuluhan kepada masyarakat tentang pariwisata berada pada kriteria kurang penyuluhan.

3. Strategi pengembangan obyek wisata Situ Wangi di arahkan berdasarkan analisis SWOT. Analisis ini merupakan suatu metode yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta kendala-kendala yang dihadapi dalam proses pengembangan obyek wisata. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, akan mampu mengurangi kelemahan yang ada dan pada saat yang sama memaksimalkan kekuatan. Hal yang sama juga berlaku pada tantangan dan peluang, di mana pada saat tantangan dapat diminimalisir, peluang yang ada justru diperbesar atau ditingkatkan. Strategi yang dapat diterapkan adalah dukungan kebijakan pemerintah yang agresif (*growth oriented strategy*).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka disarankan kepada pemangku kepentingan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pemerintah daerah khususnya instansi terkait hendaknya memberikan intensitas perhatian yang tinggi dari berbagai aspek destinasi wisata terhadap potensi obyek wisata alam Situ Wangi.
2. Pengembangan pariwisata berkelanjutan diharapkan bukan hanya sekedar wacana tetapi benar-benar diaplikasikan, minimal dengan program sosialisasi dan penyadaran masyarakat akan pentingnya dan manfaatnya obyek wisata.

3. Pemanfaatan teknologi informasi perlu dilakukan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi obyek wisata alam Situ Wangi kepada masyarakat luas. Selain mempromosikan kepada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha pengembangan obyek wisata.
4. Pemerintah Kabupaten Ciamis hendaknya membentuk tim kepariwisataan yang terdiri dari dinas terkait, Bappeda, perguruan tinggi, tokoh masyarakat, LSM, kelompok sadar wisata, dan yang lainnya seperti yang telah dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Magetan dengan membentuk Tim Sembilan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I Gusti Bagus, 2015, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Darsoprajitno, Soewarno. 2002. *Ekologi Pariwisata: Tata Laksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata*. Bandung: Angkasa Bandung.
- Gamal Suwanto, 2001. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Glen F Ross. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- H. Kodhyat Ramaini. 1992. *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: Grasindo.
- Hall, C.M, 2000, *Tourism Planning: Policies, Processes, and Relationships*, Singapore: Prentice Hall.
- Happy Marpaung, 2002, *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta
- Hari Karyono. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Inkeep, E., 1991, *Tourism Planning, An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kusmayadi & Endar Sugiarto, 2000, *Metodologi Penelitian dalam bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- M. A Desky. 1999. *Manajemen Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Moleong, L.J, 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2002. *Petunjuk Wisata Lengkap Jawa-Bali*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nyoman S Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramitha
- Oka A. Yoeti. 2002. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata..* Jakarta: PT Pradnya Paramitha
- Perda Jabar Nomor 15 Tahun 2015 tentang *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Jawa Barat Tahun 2015-2025*
- Perda Kabupaten Ciamis Nomor 16 Tahun 2016 tentang *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kabupaten Ciamis Tahun 2017-2027*

- Pitang, I Gede dan G. Gayatri, Putu. 2005. *Sosiologi Pariwisata Yogyakarta*. Andi Offset.
- PP Nomor 67 Tahun 1996 tentang *Penyelenggaraan Kepariwisata*
- R.S. Damarjati. 2001. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rangkuti, Freddy. 2006. "*Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- RIPPARDA Tahun 2015 tentang *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Ciamis*
- Salah Wahab. 2003. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- \_\_\_\_\_. 1997. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Sugiamaa, A Gima, 2011, *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konversi Alam*, Bandung: Gurdaya Intimatra.
- Sugiantoro, Ronny. 2000. *Pariwisata: Antara Obsesi dan Realita*. Yogyakarta: Adi Cita.
- Sugiyono, 2013, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Yogyakarta: Gava media.
- Umar, Husein, 2006, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*
- Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2014 tentang *Pemerintahan Daerah*
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offsset.