



Analisis Potensi Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Wisata Situ Cilangla, Kabupaten Tasikmalaya

Mita Rosita^{1*}, Mila Nadita², Aldin Alfariji³, Astri Tresna Rahayu⁴

¹⁻⁴Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi, Indonesia

Email: mita.rosita106@gmail.com^{1*}, milanadita76@gmail.com², aldinalariji178@gmail.com³, tresnaastri42@gmail.com⁴

Alamat: Jl. Siliwangi No. 24 Kahuripan Kota Tasikmalaya 46115

*Penulis Korespondensi

Abstract. *Tourism plays a crucial role in increasing community participation while providing positive impacts on the economy, culture, and environment. This study aims to analyze the tourism development potential of Situ Cilangla in Raksasari Village, Taraju District, Tasikmalaya Regency. The qualitative method used was a SWOT analysis approach through interviews with managers, visitors, and the surrounding community. The results of the study indicate strengths in the form of scarcity of tourist attractions and free entry. Weaknesses include low visitor interest, suboptimal digital marketing, and limited land. Opportunities lie in the availability of good accommodation and services, while threats include the lack of tourist attractions and the existence of certain myths or beliefs. These findings can be used as a reference in formulating development strategies to increase the interest and awareness of Situ Cilangla among the public.*

Keywords: *Local community; Taraju; Tourism; Touris potential; Tourism development*

Abstrak. Pariwisata berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat sekaligus memberikan dampak positif bagi aspek ekonomi, budaya, dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi pengembangan wisata Situ Cilangla di Desa Raksasari, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT melalui wawancara dengan pengelola, pengunjung, dan masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan (strength) berupa kelangkaan objek wisata dan biaya masuk gratis. Kelemahan (weakness) meliputi rendahnya minat pengunjung, pemasaran digital yang belum optimal, serta keterbatasan lahan. Peluang (opportunity) terletak pada tersedianya akomodasi dan pelayanan yang baik, sedangkan ancaman (threat) meliputi minimalnya daya tarik wisata serta keberadaan mitos atau kepercayaan tertentu. Temuan ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi pengembangan agar Situ Cilangla lebih diminati dan dikenal luas oleh masyarakat.

Kata kunci: Masyarakat lokal; Pengembangan Wisata; Potensi Wisata; Wisata

1. LATAR BELAKANG

Berdasarkan data BPS 2022, Kabupaten Tasikmalaya merupakan pemilik wilayah dengan luas sekitar 2.708,82 km². Kabupaten Tasikmalaya secara administratif adalah pemilik 39 kecamatan dan 351 desa. Menurut data dari BPS, Kabupaten Tasikmalaya memiliki beberapa tempat wisata yaitu seperti Goa Saparwadi Pamijahan, Pantai Karangtawulan, Desa wisata, pemandangan gunung yakni Gunung Galunggung, pemandangan bukit pasir krisik. Selain itu terdapat beberapa Potensi pariwisata atau ikon-ikon unik lain yang terdapat di kabupaten Tasikmalaya dan tersebar di berbagai daerah khususnya daerah dengan dataran tinggi yang menyajikan pemandangan-pemandangan unik dari atas bukit dan gunung seperti Bukit Panyangrayan, Bukit Lestari, Gunung Pancar dan lain-lain. Adapun daerah dengan kekayaan alam air curug yang tersebar di Kabupaten Tasikmalaya yang menyajikan kesejukan

air alami dari pegunungan seperti Curug Cimanintin, Curug Dengdeng, Curug Panetean dan lain-lain. Kabupaten Tasikmalaya juga memiliki salah satu kecamatan yang lahannya ditanami oleh tanaman teh dan ikut serta dijadikan objek wisata di Kabupaten Tasikmalaya yaitu bertempat di Kecamatan Taraju.

Kecamatan Taraju merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Tasikmalaya yang menurut data terakhir BPS adalah memiliki luas sekitar 55,85 km² dan secara geografis keseluruhan desa berada di lereng atau punggung bukit. Taraju merupakan salah satu daerah dengan pemilik tinggi wilayah (mdpl) paling besar di Kabupaten Tasikmalaya yaitu sekitar 880 mdpl. Saat ini Taraju memiliki 9 desa atau kelurahan. Hampir keseluruhan lahan atau tanahnya dipenuhi oleh perkebunan teh. Hal tersebut menjadi ciri khas dan ikon unik Kecamatan Taraju dan menjadi destinasi wisata yang selalu dikunjungi para wisatawan. Kecamatan Taraju merupakan salah satu daerah yang masih memiliki keindahan pemandangan alam, hamparan sawah dan pegunungan sangat mendominasi wilayah tersebut. Selain masih memiliki kondisi alam yang asri dan lestari, Kecamatan Taraju juga memiliki banyak potensi wisata alam yang bisa dikembangkan dan bisa menjadi sumber pendapatan daerah. Salah satu potensi wisata di Kecamatan Taraju yaitu keberadaan sebuah danau atau situ di Desa Raksasari, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Tempat ini bernama Situ Cilangla, Situ Cilangla sendiri adalah sebuah situ atau danau yang dulunya adalah tempat irigasi air yang digunakan sebuah pabrik teh dan tempat memancing ikan yang sering digunakan masyarakat sekitar. Hingga akhirnya pada tahun 2021 Situ Cilangla resmi dijadikan tempat wisata oleh Bumdes dan Karang taruna. Pariwisata Situ Cilangla menawarkan tempat wisata yang menghadirkan tempat makan dan minum kopi di sekitar danau yang ditambah pemandangan indah kebun teh khas Taraju serta penyediaan layanan memancing ikan. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pemenuhan sarana dan prasarana pariwisata ini cukup dan bagus untuk mendongkrak perekonomian di Kecamatan Taraju, khususnya untuk warga desa Raksasari. Pariwisata seharusnya tidak hanya membantu keuangan pihak tertentu atau pihak pemerintah desa saja, melainkan dapat membantu dalam mendongkrak perekonomian atau memberikan dampak finansial warga desa. Masyarakat harus turut merasakan kebermanfaatannya dari adanya pariwisata ini salah satunya yaitu dalam hal perbaikan ekonomi rakyat. Berdasarkan penelitian, sebuah pariwisata target utamanya bukan hanya tentang menarik banyak wisatawan melainkan sebuah pariwisata yang mampu mengembangkan pada peluang-peluang usaha untuk masyarakat khususnya masyarakat sekitar tempat objek wisata.

Pariwisata harus selalu dijaga dan dilestarikan, baik oleh pengelola, pemerintah, dan masyarakat sekitar. Terkhusus pengelola harus tetap memperhatikan dan memastikan

lingkungan wisata ini aman dan nyaman untuk wisatawan, para pengelola juga harus tetap menjaga kelestarian alam dan tidak merusak keasrian alam. Para pengunjung harus diawasi agar tidak melakukan aktivitas yang bisa merusak kelestarian lingkungan serta tidak mengganggu pada permukiman warga yang bisa menimbulkan konflik. Pengelola juga harus selalu memperhatikan sarana dan prasarana, apakah sudah lengkap dan apakah sarana yang sudah ada mendapatkan perawatan agar tidak terjadi kerusakan yang bisa mendorong wisata Situ Cilangla menjadi destinasi favorit pengunjung serta bisa menjadi sumber pendapatan untuk daerah.

Pengunjung merupakan salah satu bagian penting yang bisa menjadi faktor kemajuan sebuah wisata, tanpa kehadiran pengunjung maka suatu wisata tidak akan berjalan. Beberapa hal perlu diperhatikan oleh pengelola khususnya agar wisata Situ Cilangla ini mampu untuk menarik para wisatawan, baik dalam pemenuhan sarana dan fasilitas, pelayanan, harga, kenyamanan dan lain-lain. Selain itu, wisatawan perlu informasi sebelum mengunjungi tempat wisata, maka dari itu pengelola harus selalu memberikan informasi bagi wisatawan melalui berbagai cara salah satunya dengan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi. Pengelola bisa mempromosikan melalui media sosial, ataupun menyebar menggunakan brosur dan lain-lain. Dengan meluasnya informasi tentang Situ Cilangla maka akan semakin bertambahnya peluang wisatawan yang berkunjung

Adanya pengelolaan yang baik serta menjaga kualitas dari wisata dan lingkungan, akan selalu menjadikan keberadaan Situ Cilangla ini sebagai sumber pendapatan untuk daerah dan menunjang pemerintah dalam membangun dan mengembangkan perekonomian di Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti berkeinginan untuk mengkaji bagaimana potensi pariwisata di Situ Cilangla serta menganalisis permasalahan pengelolaan yang terjadi di Pariwisata Cilangla ini. Penelitian memiliki manfaat sebagai bahan informasi para pengelola, pemerintah, dan masyarakat dalam rangka mengembangkan dan memaksimalkan tata kelola pariwisata Situ Cilangla Desa Raksasari Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana potensi pengembangan wisata di Situ Cilangla berdasarkan analisis Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat.

2. KAJIAN TEORITIS

Potensi Wisata adalah segala sesuatu yang berada dalam suatu daerah, yang dapat dikelola dan dikembangkan menjadi daya tarik wisata atau berbagai kondisi/situasi yang nyata (dapat diraba) maupun yang tidak dapat diraba yang dikelola dengan sedemikian rupa sehingga mampu menimbulkan kebermanfaatan Nugraha (Darmadjati, 2001). Wisata berbasis

masyarakat yang dikemukakan Suansri dalam (Hadiwijoyo, 2018) merupakan tindakan perhatian lebih pada pembangunan pariwisata yang sering kali melupakan hak masyarakat lokal di dalamnya. Pariwisata berbasis masyarakat adalah bagian dari kewirausahaan sosial, kewirausahaan sosial sendiri merupakan bisnis yang dibentuk dengan tujuan agar mampu mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Seperti yang dikatakan Nur Firdaus (2014), bahwasanya kewirausahaan sosial merupakan persatuan beberapa konsep yaitu seperti bisnis, amal, dan model aksi sosial untuk membentuk solusi atas permasalahan sosial secara berkelanjutan dan menciptakan tatanan nilai sosial.

Pariwisata dengan basis masyarakat atau komunitas bisa menjadi sumber pendapatan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dalam suatu daerah. Pengembangan wisata berbasis masyarakat dapat menjadi dampak positif bagi masyarakat desa, di antara dampak tersebut adalah terciptanya lapangan kerja baru bagi masyarakat yang bisa mengurangi angka pengangguran. Selain itu wisata dengan basis masyarakat dapat mempertahankan kelestarian alam dan budaya bagi sekitarnya. Dalam pariwisata harus terdapat sebuah daya tarik yang bisa menjadi keunikan dan keindahan, daya tarik wisata dapat berupa kekayaan atau sumber daya alam, kebudayaan lokal, atau dapat berupa hasil karya manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Pariwisata memerlukan pengelolaan dan pengembangan yang baik, yang harus memperhatikan berbagai komponen seperti yang dikemukakan oleh beberapa tokoh, salah satunya yaitu dikemukakan oleh Inskeep (Octavia & Suryadana, 2015) yang berpendapat bahwa komponen wisata terdiri dari:

- a. Atraksi dan Kegiatan Wisata
- b. Akomodasi
- c. Fasilitas dan Pelayanan Wisata
- d. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi
- e. Infrastruktur
- f. Elemen Kelembagaan

Beberapa komponen tersebut sangat penting untuk diperhatikan pengelola agar pariwisata mampu menarik banyak wisatawan. Kedatangan wisatawan adalah hal yang menjadi tujuan dari adanya sebuah wisata. Untuk itu, perlu pengelolaan yang baik agar tujuan dari wisata bisa terwujud. Selain dari pengelolaan fasilitas, pelayanan dan harga, dalam hal pemasaran juga harus diperhatikan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Situ Cilangla Desa Raksasari, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat yang dilakukan dalam kurun waktu 3 minggu, terhitung sejak 13 Februari s/d 5 Maret 2023. Jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu dengan studi kualitatif. Menurut (Moleong, 2021) penelitian kualitatif merupakan kegiatan penelitian yang memiliki maksud untuk mengkaji dan memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alami. Tahapan pada penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi yakni dengan datang langsung dan mengamati pada objek penelitian dan terakhir melakukan wawancara narasumber terkait. Narasumber dari tahap wawancara penelitian ini adalah pengelola, warga asli desa Cilangla, dan pedagang kaki lima. Wawancara ini juga menggunakan pendekatan dengan Analisis SWOT. Analisis ini menggunakan beberapa indikator yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sehingga dapat ditentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan potensi pariwisata

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Srength/Kekuatan

Berdasarkan hasil wawancara penelitian pada salah seorang narasumber, ditemukan beberapa hal yang menjadi kelebihan atau kekuatan bagi Situ Cilangla yaitu:

1. Kelangkaan Objek Wisata

Kekuatan yang dimiliki Situ Cilangla diantaranya adalah menjadi satu-satunya objek wisata berupa Situ didaerah Taraju dan sekitarnya, serta tempat wisata yang menghadirkan dua pemandangan atau objek wisata alam yaitu berupa hamparan kebun teh dan genangan air jernih Situ. Keberadaan Situ bagi masyarakat Taraju adalah hal yang langka, tempat wisata ini bisa berpotensi untuk menarik banyak pengunjung khususnya masyarakat sekitar Taraju. Tidak hanya pemandangan Situ, para wisatawan juga bisa turut menikmati pemandangan dari hamparan perkebunan teh yang mengelilingi Situ.

Hasil wawancara dengan narasumber berinisial DS (40 tahun), “Yang unik dari Situ Cilangla karena merupakan satu-satunya tempat wisata yang pemandangannya adalah sebuah Situ di kecamatan Taraju, wisatawan bisa menikmati pemandangan perkebunan teh sekaligus pemandangan situ”. Sejalan dengan ucapan dari DS, narasumber lain ikut menguatkan ungkapan dari D yaitu ZN (P/21 tahun) salah satu pengunjung, “iya Situ Cilangla adalah tempat

wisata satu-satunya yang berupa Situ di Kecamatan Taraju. Di sana juga masih terdapat perkebunan teh yang bisa menambah pemandangan untuk pengunjung”.



Gambar 1. Pemandangan Situ Cilangla dengan hamparan kebun teh

Kelangkaan objek wisata Situ merupakan hal yang menjadi penguat atau nilai lebih dari wisata Situ Cilangla. Kelangkaan tempat atau objek wisata ini bisa menjadi poin yang akan menarik pengunjung untuk datang, khususnya masyarakat sekitar Taraju. Kelangkaan objek wisata bisa mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung. Hal tersebut berdasarkan pada teori indikator penilaian potensi objek wisata yang menyebutkan bahwa tujuh aspek penilaian bagi potensi wisata yaitu terdiri dari keunikan, kelangkaan, keindahan, musiman, aksesibilitas, sensitivitas, dan fungsi sosial (Muslih et al., 2011). Dalam teori tersebut, aspek kelangkaan dikategorikan sebagai representasi komparatif (perbandingan) dan *intangible value* suatu objek wisata terhadap objek sejenis atau lainnya. Dari kelangkaan objek wisata dapat menjadi nilai lebih bagi pengunjung yang datang ke wisata ini, karena tidak dapat ditemukan di tempat lain. Suatu daerah dapat dikatakan memiliki daya tarik wisata di antaranya karena ada kelangkaan yang maknanya hal tersebut sulit untuk ditemui atau dirasakan di tempat lain (Octavia, Vanny & Suryadana, 2015). Kelangkaan tempat tersebut harus mampu dimanfaatkan oleh pengelola dengan melakukan pemaksimalan dalam pengelolaan ataupun pemasaran. Setiap wisata tentu memiliki ciri khas masing-masing yang ditunjukkan untuk menarik wisatawan, setiap wisata juga harus memiliki sesuatu yang bisa dijadikan "*Something to see*" yang maknanya adalah adanya objek ataupun atraksi wisata yang tidak sama atau tidak ada pada daerah lain Yoeti dalam (Hadiwijoyo, 2018).

2. Biaya masuk gratis

Kekuatan lain yang dimiliki oleh Situ Cilangla adalah pengelola tidak menetapkan biaya masuk atau gratis biaya masuk. Adanya keringanan biaya dapat menjadi peluang untuk selalu dikunjungi karena dapat mengurangi pengeluaran pengunjung saat datang ke tempat wisata. Berikut adalah pernyataan dari Narasumber DS (L/40 tahun), “Disini kami tidak menetapkan biaya masuk, hanya ada biaya untuk parkir motor saja. Kalau ditempat lain biasanya parkir motor ditambah dengan biaya masuk”. Selain pernyataan dari DS terdapat juga pernyataan dari Kak ZN (P/21) yang turut menyatakan bahwasanya tidak ada biaya masuk di tempat wisata ini, “Iya memang di sini tidak ada pembayaran biaya masuk berbeda sama tempat wisata lain di sini”.

Tidak adanya penetapan biaya masuk ini dapat menjadi kekuatan bagi wisata Situ Cilangla, karena hal ini bisa menjadi pertimbangan bagi para wisatawan pada saat memilih mengunjungi Situ Cilangla. Harga dapat menjadi indikator penentu bagi pembeli/pengunjung untuk mengambil keputusan pembelian suatu produk (Armayani & Jatra, 2019). Setiap orang pasti akan melihat sisi harga untuk membeli suatu barang, begitu pun ketika ingin mengunjungi suatu tempat. Seperti yang diungkapkan Tjiptono dalam (Sulitiyana et al., 2015) bahwa harga merupakan mayoritas konsumen yang sensitif. Sehingga sebelum menentukan atau memilih sesuatu, para konsumen akan melihat harga lalu membandingkan dengan yang ada di tempat lain.

Menurut Sulistiyana (Rahmadayanti & Khalid, 2020) Harga merupakan sekumpulan biaya yang dibebankan atau dikeluarkan untuk sebuah produk maupun jasa. Harga tiket termasuk pada salah satu aspek yang mempengaruhi keputusan seseorang berkunjung di suatu tempat wisata (Rahmadayanti & Khalid, 2020). Jika biaya yang dikeluarkan pengunjung kecil, maka akan berpeluang untuk selalu datang dan berkunjung ke tempat wisata. Seperti di Situ Cilangla, pengunjung tidak perlu mengeluarkan biaya karcis hanya membayar untuk parkir kendaraan.

b. Weakness/Kelemahan

1. Kekurangan Pengunjung

Dari hasil wawancara penelitian pada narasumber, Situ Cilangla belum memiliki banyak pengunjung. Tempat ini belum terlalu dikenal oleh banyak orang. Hal ini terjadi karena beberapa hal dan lainnya. Terdapat beberapa hal yang menjadi penyebab kurangnya pengunjung di Situ Cilangla yaitu tidak terdapatnya proses promosi yang dilakukan oleh para pihak pengelola, karena menganggap bahwa promosi bisa dilakukan para pengunjung yang

datang ke sana melalui postingan di media sosial. Selain itu Situ Cilangla memiliki lahan yang tidak terlalu luas sehingga tempat untuk pengunjung sangat terbatas. Walaupun sudah ada fasilitas atau sarana, namun belum terlalu memadai termasuk dalam fasilitas kesehatan untuk para pengunjung yang belum disediakan pengelola. Terdapat juga sarana seperti tempat duduk yang sudah rusak karena kurang perawatan. DS (40) mengungkapkan, “Di sini pengunjungnya belum terlalu banyak karena masih baru juga. Bahkan kadang tidak ada pengunjung sama sekali”. Sejalan dengan itu, ZN (P/21 tahun) turut memberi penjelasan tentang kelemahan dari Situ Cilangla, “Situ Cilangla menurut aku kurang banyak pengunjung, selain itu dalam fasilitas tempat duduk atau makan pengunjung kurang memadai. Menurut aku lahannya kurang luas jadi pengunjung hanya berpusat disatu tempat dan tempat seperti sarana untuk pengunjung menurut aku masih kurang apalagi kalau pengunjungnya banyak”.

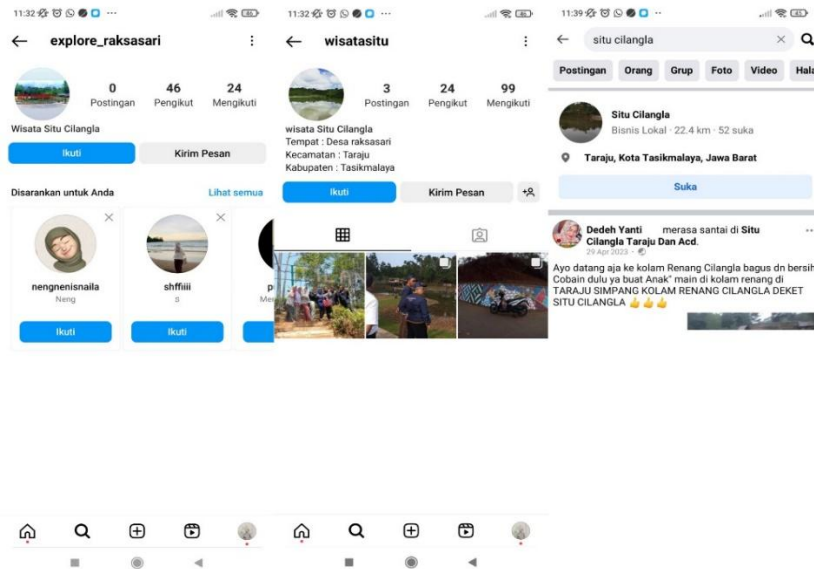
Hasil penelitian pada wawancara menunjukkan atau menemukan beberapa hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan bagi objek wisata Situ Cilangla. Hal pertama yaitu kurang banyaknya pengunjung di objek wisata Situ Cilangla. Pengunjung merupakan salah satu bagian yang harus diperhatikan dalam setiap objek wisata. Fangidae dalam (Zunaidi et al., 2022) mengemukakan bahwa suatu objek wisata dikatakan berhasil tergantung pada jumlah pengunjung yang datang atau berada di lokasi objek wisata. Keberadaan pengunjung akan membuat tempat wisata berjalan.

Dalam dunia usaha tentu perlu adanya produsen sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli, produsen membutuhkan konsumen untuk membeli produk yang dijualnya dan konsumen membutuhkan produsen untuk memenuhi berbagai kebutuhannya (Sri Utami, 2010). Keberadaan pengunjung atau pembeli akan menentukan pendapatan dari suatu usaha, yang artinya pengunjung atau pembeli berpengaruh positif terhadap pendapatan (Datu, 2018). Jika tidak ada pengunjung, maka bagaimana suatu usaha menghasilkan pendapatan dan bagaimana usaha tersebut akan maju

2. Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran

Kelemahan atau kekurangan selanjutnya yang terdapat di Situ Cilangla yaitu kurangnya pemasaran secara aktif dalam media sosial, mereka hanya mengandalkan pengunjung khususnya dengan penggunaan media sosial untuk memasarkan tempat wisata sebagai sumber informasi bagi pengunjung. Hal ini jadi pemicu atau penyebab kurangnya pengunjung di sini DS (L/40 tahun) menyampaikan, “Disini tidak ada pengelolaan media sosial untuk memasarkan tempat ini, karena menurut saya sudah cukup dari pengunjung yang memposting foto. Dulu

juga saya sempat mengelola website tapi tidak jalan dan sudah hilang, di sini juga gak ada yang bisa mengelola media sosialnya jadi kami tidak menggunakan media sosial untuk promosi”.



Gambar 2. Media Sosial Situ Cilangla Lama Tidak Dikelola

Di zaman yang sudah serba digital ini tentu saja setiap manusia dituntut untuk bisa menerima, memahami, dan mengikuti perkembangan yang terjadi pada teknologi, termasuk menggunakan teknologi dalam dunia bisnis. Memanfaatkan teknologi informasi pada saat berbisnis akan semakin meningkatkan peluang pasar terbuka secara luas, berbisnis dengan memanfaatkan internet dapat memudahkan dalam promosi produk yang akan dipasarkan (Sri Utami, 2010). Dalam hal ini pengelola harus mampu memanfaatkan kemajuan teknologi yang terjadi dan selalu berkembang. Teknologi sudah menghadirkan platform-platform yang dapat berguna dalam proses menerima dan menyebarkan informasi, termasuk melakukan promosi atau pemasaran. Hal ini harus mampu dimanfaatkan para pengelola untuk melakukan promosi agar produk yang dipasarkan semakin diketahui oleh orang dari berbagai daerah, sejalan dengan ungkapan (Gusti, 2016) yaitu Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berguna dalam dunia pariwisata sebagai upaya pengembangan bisnis wisata. Bagi pengelola wisata, TIK dapat memudahkan dalam melakukan promosi pada berbagai penjuru dunia, bagi wisatawan TIK memudahkan dalam mendapat informasi yang dibutuhkan untuk menetapkan rencana atau perjalanan wisata.

Kemajuan teknologi yang dapat digunakan dalam pengembangan wisata ini salah satunya melalui media sosial berupa Instagram, Facebook, dan masih banyak media sosial lainnya. Menurut Gunelius pada Devi et al., (2015), mengemukakan bahwa promosi atau pemasaran yang dilakukan melalui laman media sosial adalah bagian pemasaran yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung sebagai upaya menumbuhkan kesadaran juga tindakan

terhadap suatu nama, usaha/perusahaan, orang, atau yang lainnya. Menurut Oktaviani & Fatchiya dalam (Rahmadayanti & Khalid, 2020), berpendapat bahwa efektivitas media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kemajuan teknologi dapat digunakan para wisatawan untuk mencari informasi tentang tempat wisata, untuk itu pengelola harus selalu mengupdate apa saja yang terbaru dalam wisata dan hal apa yang menarik dalam tempat wisata. Media sosial sudah mengalami perkembangan sehingga menjadi perantara teknologi dalam menciptakan juga menyebarkan gambar tujuan wisata Respatiningsih & Kurniawan (Zunaidi et al., 2022). Menurut Akehurst, penggunaan gambar yang di unggah dalam media sosial merupakan salah satu cara yang efektif untuk promosi suatu objek wisata (Rusata, 2019). Dapat disimpulkan bahwa penggunaan kemajuan teknologi informasi harus dimanfaatkan oleh sektor wisata sebagai upaya pengembangan wisata.

3. Kekurangan Lahan dan Sarana

Kekurangan sarana dan lahan yang sempit adalah bagian dari kekurangan atau kelemahan Situ Cilangla. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung. Bahkan hal itu sering kali diungkapkan pengunjung saat datang ke Situ Cilangla. DS (L/40 tahun) yang mengungkapkan, “Hal yang paling disayangkan di sini yaitu tempatnya tidak teralu luas, dan masih banyak lahan kosong tanpa ada tempat duduk atau hiasan-hiasan unik. Pelanggan juga banyak yang mengeluhkan tempat makan yang kurang luas dan kurang cocok untuk segala musim, jadi tempat makan yang tersedia kurang aman dan nyaman untuk segala cuaca, misal ketika hujan tiba dan pengunjung sedang makan atau duduk-duduk harus terkena air hujan yang tidak terhalangi bilik ditambah angin yang suka cukup besar di kawasan sana jadi membuat air hujan menyerbu tempat makan terbuka yang ada di sini dan sedang digunakan pengunjung ditambah tempat-tempatnya juga sudah banyak yang rusak. Di sini juga belum ada penyediaan fasilitas untuk kesehatan, jadi kami belum bisa memberikan pertolongan pertama seperti obat-obatan untuk pengunjung yang mengalami cedera atau kecelakaan kecil, tapi kami sekarang sudah mencoba mengusahakan untuk adanya pengadaan fasilitas kesehatan atau pertolongan pertama”.

Selain dari ungkapan DS (L/40 tahun) berikut adalah hasil wawancara dari salah satu pengunjung Situ Cilangla yang mendukung pernyataan dari DS, “Menurut saya lahannya kurang luas jadi pengunjung hanya berpusat disatu tempat dan tempat seperti sarana untuk pengunjung menurut aku masih kurang apalagi kalau pengunjungnya banyak”.

Sarana atau fasilitas ikut memberi pengaruh pada keputusan wisatawan untuk membeli serta menggunakan produk atau jasa yang tersedia (Yusrini & Triandini, 2018). Pemenuhan

sarana atau fasilitas tentu saja harus jadi perhatian bagi para pengelola karena, fasilitas turut menjadi kebutuhan dan keinginan wisatawan saat datang. Sejalan dengan teori tentang dasar kebutuhan dan keinginan wisatawan yang terdiri dari beberapa hal yaitu kenyamanan lokasi, pelayanan yang diberikan, kemudahan aksesibilitas, kelengkapan dalam fasilitas, suasana yang menarik atau daya tarik yang menarik, kemampuan sumber daya (para pengelola dan karyawan), serta jam pelayanan atau kunjungan Stanton dalam (Octavia, Vanny & Suryadana, 2015). Dalam teori tersebut terdapat poin kelengkapan fasilitas, itu artinya bahwa fasilitas harus benar-benar diperhatikan demi kenyamanan pengunjung. Fasilitas dan sarana hendaknya mampu membuat wisatawan merasa lebih

c. Opportunity/Peluang

1. Akomodasi dan Pelayanan

Berdasarkan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa Situ Cilangla merupakan tempat wisata sekaligus tempat makan yang unik untuk para wisatawan. Hasil wawancara pada narasumber menunjukkan terdapat hal-hal yang bisa menjadi peluang bagi wisata Situ Cilangla ini, “Kalau menurut saya pelanggan bisa tertarik kesini ya karena adanya restoran cepat saji ini. Suka ada yang menyewa untuk kegiatan seperti ulang tahun, untuk itu kami berkeinginan membuat bangunan semacam vila atau penginapan. Di sini juga kami sediakan lahan camping yang aman untuk acara anak-anak misal untuk kegiatan pramuka”.



Gambar 3. Pemandangan Situ Cilangla dari lahan camping

Dalam pembangunan wisata, pemenuhan fasilitas berupa akomodasi dan pelayanan adalah hal yang memang harus dilakukan oleh para pengelola wisata hal ini tentu saja demi kenyamanan pengunjung. Selain itu, hal tersebut sangat membantu dalam proses pengembangan pariwisata. Sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Inskeep dalam buku *Desa Wisata Berbasis Masyarakat* (Hadiwijoyo, 2018) tentang komponen dalam pengembangan pariwisata yang terdapat beberapa poin yaitu (1) atraksi dan aktivitas

pariwisata; (2) Akomodasi; (3) Fasilitas dan layanan wisata; (4) Infrastruktur seperti listrik, air dan alat telekomunikasi; (5) Elemen institusional. Dalam teori tersebut akomodasi dan pelayanan menjadi salah satu komponen pada pengembangan pariwisata, akomodasi merupakan sejenis hotel atau penginapan serta layanan lain yang membantu wisatawan untuk menginap selama waktu kunjungan, sementara fasilitas yaitu berupa pelayanan tempat yang diberikan pengelola.

Salah satu hal penting yang digunakan dalam proses pengembangan pariwisata adalah melalui kemudahan fasilitas yang disediakan, Sammeng dalam (Sulitiyana et al., 2015). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas. Setiap pelayanan dan juga harga yang disediakan pada tempat wisata akan selalu jadi pertimbangan pengunjung sebelum mengunjungi tempat wisata (Rahmadayanti & Khalid, 2020). Menurut Yoeti dalam (Sulitiyana et al., 2015) fasilitas wisata adalah segala hal yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat menikmati dan berpartisipasi dengan baik dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan suatu wisata.

d. Threat/Ancaman

1. Spot atau Daya tarik wisata kurang

Hasil penelitian dengan proses wawancara menunjukkan bahwasanya Situ Cilangla memiliki beberapa hal yang bisa mengancam keberadaan Situ Cilangla atau bahkan bisa membuat Situ Cilangla kurang pengunjung. Dari hasil wawancara narasumber DS (40 tahun) mengungkapkan bahwa, “Banyak wisata lain di sini yang sudah banyak spot fotonya, sementara di Situ Cilangla masih lumayan tertinggal kurang. Saya belum melakukan perubahan-perubahan lagi di sini, ditambah kemarin banyak kerusakan fasilitas di sini”. Sejalan dengan itu, Kak ZN (P/21 tahun) turut serta mengungkapkan, “Menurut saya di Situ Cilangla vibesnya masih banyak yang kurang. Spot-spot nya kurang unik dan kurang enak dipandang”. Daya tarik wisata menjadi sesuatu yang penting yang bisa mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung (Rahmadayanti & Khalid, 2020). Menurut Agung, (Asmoro et al., 2020) mengemukakan bahwa daya tarik wisata menjadi elemen yang paling signifikan dan dapat menjadi motivasi atau dorongan pengunjung untuk berkunjung pada lokasi wisata.

Hal ini berkaitan dengan penyediaan daya tarik wisata ataupun atraksi yang ada pada wisata, pengelola kurang menunjukkan atraksi menarik khususnya untuk kalangan muda. Daya tarik wisata dan objek wisata merupakan wujud dan fasilitas wisata yang dapat menarik minat

wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi suatu daerah atau lokasi tertentu (Ardianysah & Iskandar, 2022). Daya tarik wisata dapat berupa apa saja yang dibuat semenarik mungkin, seperti (1). Fitur berupa lingkungan alam; (2). Struktur bangunan dan arsitektur hasil tangan manusia yang dirancang untuk menarik wisatawan dan busa digunakan sarana rekreasi untuk wisatawan; (3). Bangunan untuk menarik wisatawan dan memenuhi kebutuhan wisatawan; (4). Acara spesial yang ditunjukkan masyarakat sekitar sebagai upaya menarik pengunjung untuk melihat, Swarbrooke dalam (Asmoro et al., 2020). Pengaruh daya tarik wisata yaitu menjadi penggerak utama yang bisa menimbulkan motivasi wisatawan untuk berkunjung Mulyadi dan Masruri (Rahmadayanti & Khalid, 2020). Dalam hal ini, tentu saja masyarakat juga pengelola harus lebih aktif dan kreatif untuk menciptakan daya tarik wisata yang menarik.

2. Kepercayaan Takhayul/Mitos

Ancaman lain yang terdapat di Situ Cilangla yang bisa mengancam keberlangsungan wisata Situ adalah terdapatnya kepercayaan masyarakat terhadap takhayul atau mitos yang ada di daerah sekitar Situ. Mereka percaya terhadap keberadaan penunggu yang menetap disitu. Dengan keberadaan mitos tersebut membuat pengelola merasa takut untuk banyak beraktivitas di Situ Cilangla apa lagi jika malam hari DS (40) mengungkapkan, “Disini ada penunggunya, kami menghargai dan mempercayai hal tersebut. Makanya kami tidak membuka untuk kegiatan malam hari, karena kami juga takut. Kalau ada penyewa yang setel-setel musik atau terlalu berisik juga saya suka was-was sendiri takut ganggu penunggunya ”.

Sejalan dengan itu, MR (P/50 tahun) salah satu Masyarakat sekitar mengungkapkan, “Iya di sini memang masih ada mitos seperti itu, masyarakat sekitar percaya tentang hal itu. Itu juga ada sejarahnya dimasyarakat”.

Mitos merupakan suatu konotasi yang sudah melekat dalam suatu kelompok masyarakat, tokoh dari mitos dapat berupa dewa atau makhluk setengah dewa yang disegani, dipuji bahkan bisa ditakuti (Sari et al., 2016). Mitos ataupun tahayul merupakan sistem kepercayaan yang hadir dalam suatu lingkungan, dan merupakan bagian dari kearifan lokal. Suatu kearifan lokal dapat menjadi aspek penting dalam rangka pengembangan pariwisata karena mengandung nilai pada bidang ekonomi. Hal menarik yang ada dalam lokalitas dapat mencakup suatu sistem kepercayaan tertentu, yang bahkan dianggap menghambat upaya pengembangan masyarakat dan industri pariwisata pada beberapa kasus (Fatkhullah, 2021).

Pengaruh takhayul atau mitos dalam suatu kelompok masyarakat dapat memberi berbagai pengaruh salah satunya pengaruh negatif, pengaruh negatif dapat muncul apabila masyarakat percaya dengan sepenuh hati atau benar-benar menganggap sebagai suatu kebenaran mutlak.

Sebuah mitos atau takhayul juga dapat berakibat pada penghambatan dalam mengembangkan pengetahuan, khususnya pada eksplorasi potensi alam dan lingkungan (Fatkhullah, 2021). Jika dalam konteks pariwisata, maka mitos akan menimbulkan kurangnya eksplorasi pada alam dan lingkungan sehingga menyebabkan tidak optimalnya pemanfaatan potensi wisata yang ada. Seperti mitos yang menyebar di Situ Cilangla ini yaitu tentang adanya keberadaan penunggu di dalam Situ. Mitos ini tentu saja bisa menjadi pengaruh untuk kedatangan pengunjung. Bahkan pengelola sengaja hanya membuka akses sampai pukul 4 sore karena adanya isu atau mitos tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dengan studi kualitatif melalui tahapan observasi, wawancara dan dokumentasi serta dengan penggunaan pendekatan analisis SWOT pada tahap wawancara yang dilaksanakan di objek wisata Situ Cilangla Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya tentang analisis potensi pariwisata berbasis masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa kelangkaan tempat wisata dan biaya berkunjung relatif murah adalah bagian dari kekuatan Situ Cilangla untuk semakin berkembang. Kedua hal tersebut dapat dimanfaatkan para pengelola untuk semakin melakukan pengelolaan yang baik dan perkembangan di tempat wisata Situ Cilangla agar pengunjung semakin tertarik untuk datang. Kurangnya lahan dan sarana merupakan bagian terpenting yang harus kembali diperhatikan oleh para pengelola karena itu menjadi kelemahan dari Situ Cilangla yang selalu dikeluhkan para pengunjung. Penggunaan media sosial tidak digunakan para pengelola untuk sarana promosi, untuk itu harus dikelola kembali oleh para pengelola agar bisa memberi informasi atau update terbaru dari Situ Cilangla kepada orang-orang. Terdapatnya akomodasi dan pelayanan seperti restoran, cafe atau tempat makan serta terdapatnya lahan untuk penyewaan camping yang aman terkhusus untuk kegiatan sekolah karena masih terjangkau dari permukiman warga. Daya tarik wisata kurang menarik dan kurang dikelola dengan baik serta terdapat kepercayaan pada takhayul, mitos atau pada cerita-cerita mistis masyarakat yang menimbulkan rasa takut ataupun was-was saat berada di lokasi.

Adapun beberapa keterbatasan peneliti pada saat proses penelitian yang bisa menjadi bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya yaitu kurang mengatur dan mengefektifkan waktu yang tersedia, lokasi tempat penelitian cukup jauh dan memiliki cuaca yang sering mengalami turun hujan sehingga saat penelitian kami banyak terhambat untuk menuju tempat wisata karena turun hujan, kurangnya sampel yang terdapat di tempat wisata sehingga kurang menerima berbagai informasi dari berbagai sudut pandang, kurang menyusun instrumen

wawancara sehingga banyak list pertanyaan yang dirasa kurang cocok ditanyakan pada narasumber. Dari berbagai keterbatasan tersebut, maka peneliti menuliskan beberapa saran yang dapat berguna bagi para peneliti adalah dengan merencanakan dengan benar bagaimana tahapan penelitian sehingga tidak ada waktu yang terbuang, memilih lokasi yang mudah dijangkau, walaupun harus melakukan penelitian di tempat yang jauh maka peneliti harus lebih pandai mengatur strategi agar proses penelitian tidak banyak terhambat baik itu dengan memilih waktu yang tepat saat akan melakukan penelitian atau observasi, mencari cara lain agar sampel tidak hanya dari orang yang berada di tempat wisata saja, misal dengan melakukan angket atau pertanyaan tertulis melalui media G-Form, menyusun instrumen dengan baik dan teliti agar saat melakukan wawancara semua pertanyaan dapat tersampaikan dan terjawab, selain itu peneliti harus mempertimbangkan siapa dan bagaimana narasumber yang akan kita wawancarai sehingga tidak ada pertanyaan yang tidak cocok dipertanyakan. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, dan masih banyak hal yang perlu digali, dianalisis, serta diteliti di lokasi penelitian ini. Untuk itu besar harapan peneliti, jika peneliti selanjutnya menjadikan tulisan ini sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianysah, I., & Iskandar, H. (2022). Analisis Potensi Ekowisata Di Taman Wisata Alama Gunung Pancar Dengan Menggunakan Metode Analisis ADO-ODTWA. *JIP (Jurnal Inovasi Penelitian)*, 2(8), 2621–2630.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promoi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5222–5239. <https://doi.org/10.24843>
- Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati, A. (2020). Analisis Potensi Wisata Desa dengan Kerangka 6A: Studi Kasus Desa Ngajum, Malang. *Jurnal Media Wisata*, 18(2), 231–250. <https://doi.org/10.36276>
- Datu, C. J. M. T. (2018). Pengaruh Jam Kerja, Jumlah Pembeli, dan Lokasi Berdagang Terhadap Perempuan Di Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang. *Jurnal Imliah Mahasiswa FEB*, 7(1), 3–15.
- Devi, A., Nugraha, H. S., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi (Studi Kasus Pembelian Tas Imitasi Louis Vuitton pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *JLAB (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis)*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710>
- Fatkhullah, M. (2021). *Agama, Takhayul dan Kearifan Lokal dalam Upaya Pengembangan Masyarakat Berbasis Pariwisata*. 1(1), 35–46.
- Gusti, B. A. I. (2016). *Geografi Pariwisata Ekonomi Kreatif*. Rajawali Pers.
- Hadiwijoyo, S. S. (2018). *Perencanaan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat* (1st ed.). Suluh Media.
- Moleong, L. J. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (40th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Muslih, I., Sunarminto, T., & Avenzora, R. (2011). Evaluasi Ekoturisme Di Taman Nasional Gunung Ciremai. *Media Konservasi*, 1(16).

- Octavia, Vanny & Suryadana, M. L. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. ALFABETA.
- Rahmadayanti, T., & Khalid, M. (2020). Pengaruh Efektivitas Medial Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal EkonomiIslam Universitas Yudharta Pasuruan*, 12(1).
- Rusata, T. (2019). Aktivasi Promosi Pariwisata di Media Sosial Studi Kasus Kabupaten Belitung. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(2), 277–292.
- Sari, I. A., Azhar, M. A., & Erviantono, T. (2016). Mitos dan Kekuasaan Studi Kasus Hegemoni Ngalap Berkah Gunung Kemukus terhadap Pencarian Kekuasaan. *Jurnal Politik Udayana*, 1(1), 1–13.
- Sri Utami, S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi dalam Perkembangan Bisnis. *JASTI (Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi)*, 8(1), 61–67.
- Sulitiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(25).
- Yusrini, L., & Triandini, R. (2018). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor. *EDUTURISMA*, 3(1), 1–20.
- Zunaidi, A., Munir, M., Zailani, A. Q., & Muhammad, N. (2022). Upaya Menambah Daya Tarik Objek Wisata Melalui Rancangan Spot Foto Pantai Pasetran Gondo Mayit Blitar. 8(2).