

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN TASIKMALAYA

Dasep Dodi Hidayah, Nidia rismania Dewi

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi YPPT Priatim Tasikmalaya, Indonesia

Email: dasephidayah89@gmail.com

Abstrak

Strategi Pengembangan pariwisata dilakukan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi baik di Daerah maupun Nasional, untuk mencapai tujuan tersebut perlu merancang strategi yang akan dilaksanakan dilapangan yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata, beberapa aspek yang harus diperhatikan dan harus ada dalam menyusun perencanaan supaya strategi yang akan dilaksanakan tersebut bisa tercapai yaitu: (i) arah kebijakan, (ii) strategi kebijakan (iii) dan program pengembangan pariwisata harus di buat selaras dan sinergi dengan arah kebijakan yang di buat oleh Nasional, terlebih dalam kondisi sekarang ini yang masih dalam kndisi Pandemi Covid-19 sehingga perlu adanya strategi yang dirancang khusus, selaras dan inovatif supaya industri kepariwisataan tetap eksis sehingga perekonomian masyarakat tetap tumbuh dengan tidak mengabaikan keselamatan akibat dari Pandemi ini. Pengembangan pariwisata selayaknya mengiktui prinsip-prinsip keberlanjutan, yang mengintegrasikan keberlanjutan ekologi, sosial dan ekonomi.Strategi pendekatan untuk pariwisata berkelanjutan ini disarankan berskala kecil, manajemen lokal, dan memberikan keuntungan kepada masyarakat banyak. Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan, tahapan pertama yaitu perencanaan yang terdiri dari (i) identifikasi masalah, (ii) menentukan tujuan, (iii) membentuk struktur tim dan tugas, (iv) menyusun jadwal dan anggaran biaya. Tahapan Kedua melakukan Analisis, meliputi: (i) Pengumpulan data (observasi, wawancara), (ii) Analisis Data (Analisis Dokumentasi, Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata). Tahapan penelitian ketiga meliputi: (i) Potensi Pariwisata yang ada di Kabbupaten Tasikmalaya (ii) Menentukan strategi pengembangan pariwisata. Tahapan keempat meliputi: (i) Model strategi pengembangan pariwisata, (ii) Pengembangan potensi pariwisata. Hasil penelitian dapat memberikan strategi yang jelas kepada pemerintah dalam hal ini khususnya Instansi terkait yaitu Dinas pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tasikmalaya (Disparpora).

Kata Kunci: Strategi, Kebijakan, Pengembangan Pariwisata

Abstract

The tourism development strategy is carried out in the context of increasing economic growth both regionally and nationally, to achieve this goal it is necessary to design a strategy that will be implemented in the field related to tourism development, several aspects must be considered and must be present in planning so that the strategy to be implemented can achieved, namely: (i) policy directions, (ii) policy strategies (iii) and tourism development programs must be aligned and synergized with the policy directions made by the National, especially in the current conditions which are still in the condition of the Covid-19 Pandemic so that there needs to be a strategy that is specifically designed, aligned and innovative so that the tourism industry continues to exist so that the people's economy continues to grow without neglecting safety as a result of this Pandemic. Tourism development should follow the principles of

How to cite:	Hidayah, D. D., & Dewi, N. R. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya. <i>Syntax Literate</i> . (9)2. http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i2
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

sustainability, which integrate ecological, social and economic sustainability. This strategic approach to sustainable tourism is suggested to be small-scale, local management, and provide benefits to the community at large. This research was carried out in several stages, the first stage was planning which consisted of (i) identifying problems, (ii) determining objectives, (iii) establishing a team structure and tasks, (iv) compiling a schedule and budget. The second stage is to carry out analysis, including: (i) data collection (observation, interview), (ii) data analysis (documentation analysis, tourism development strategy analysis). The third research stage includes: (i) Tourism Potential in Tasikmalaya Regency (ii) Determining tourism development strategies. The fourth stage includes: (i) Model of tourism development strategy, (ii) Development of tourism potential. The results of the research can provide a clear strategy to the government, in this case, especially related agencies, namely the Tasikmalaya Regency Youth and Sports Tourism Office (Disparpora).

Keywords: Strategy, Policy, Tourism Development

Pendahuluan

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu bagian dari pembangunan ekonomi dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam suatu daerah dan Negara. Sehingga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat yang lebih luas yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara keseluruhan yang akhirnya dapat meningkatkan kemakmuran masyarakat (Sutiarso, 2018).

Dalam pengembangan pariwisata suatu daerah dalam hal ini adalah Kabupaten Tasikmalaya, perlu memperhatikan potensi yang dimiliki oleh daerah Kabupaten Tasikmalaya itu sendiri. Semakin banyak potensi wisata di suatu daerah maka akan semakin besar pula potensi ekonomi yang akan tumbuh di Daerah tersebut, dan daerah tersebut layak dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata. Beraneka ragam bentuk pariwisata yang bisa dikembangkan menjadi tempat tujuan wisata, seperti di Kabupaten tasikmalaya banyak bentuk tempat wisata seperti wisata religi, alam dan budaya.

Berikut daftar objek wisata beserta jumlah pengunjung satu tahun terakhir yang ada di Kabupaten Tasikmalaya.

Tabel 1. Daftar Objek Wisata di Kabupaten Tasikmalaya

No	Objek Wisata/ <i>Tourist attraction</i>	Mancanegara/ <i>Internationa</i>	Domestic/ <i>Domestic</i>	Jumlah/ <i>Total</i>
1	Cipanas Galunggung	91	182379	182.470
2	Pantai Karangtawulan		45232	45.232
3	Lokasi Khas Pamijahan		173940	173.940
4	Kampung Naga	2699	39420	42.119
5	Pantai Cipatujah		11659	11.659
6	Pantai Sindangkerta		51009	51.009
7	Cipanas Cipacing		12808	12.808
8	Wanawisata Galunggung	98	132388	132.486
9	Pantai Pamayangsari			

	Objek Wisata/	Mancanegara/	Domestic/	Jumlah/
10	Taman Bubujang Indah			
11	Makam Syech Tubagus Anggariji			
12	Cipanas Cigunung			
13	Situ Sanghiyang		6893	6.893
14	Waterpark Ampera		470618	470.618
15	Pasir Kirisik	39	16781	16.820
16	Batu Mahpar	18	61161	61.179
17	KPH Perhutani	130	241951	242.081
	JUMLAH			1.449.314

Sumber: BPS Kabupaten Tasikmalaya (Tasikmalaya Dalam Angka, 2021)

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa Kabupaten Tasikmalaya memiliki beraneka ragam objek wisata mulai dari religi, alam, budaya, kerajinan dan yang lainnya, namun demikian dari berbagai objek wisata tersebut hasilnya masih belum sesuai dengan harapan padahal apabila di kembangkan dengan lebih baik lagi maka akan menjadi sumber pendapatan daerah dan sumber perekonomian yang sangat baik. Terlebih dalam kondisi sekarang ini yang masih dalam masa Pandemi maka pemerintah harus memiliki strategi yang lebih inovatif lagi supaya industri pariwisata di kabupaten Tasikmalaya lebih baik lagi.

Kebijakan pengembangan pariwisata yang sedang dijalankan sekarang ini perlu di selaraskan dan dikolaborasikan lagi baik dari segi cara promosi maupun dengan kebijakn yang telah dijalankan oleh Pemerintahan Pusat khususnya dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif seperti yang sudah dijalankan di berbagai daerah lainnya sehingga memiliki nilai jual tidak hanya skala daerah tetapi skala Internasional karena objek wisata yang ada di Kabupaten Tasikmalaya pada dasarnya sangat memiliki nilai jual skala Internasional.

Berdasarkan uraian di atas perlu adanya kajian lebih mendalam terkait dengan potensi objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Tasikmalaya, baik di wisata religi, keindahan alam, budaya, kerajinan dan yang lainnya, sehingga dapat berkembang dengan baik dan sejajar dengan daerah lain yang memiliki objek wisata yang berskala nasional bahkan Interbasional.

Diperlukan upaya dalam pengembangan pengelolaan pariwisata melalui strategi pengembangannya didasarkan pada potensi yang dimiliki, di dukung dengan kebijakan yang kolaboratif dan selaras dengan kebijakan Nasional.



Gambar 1. Diantara Destinasi Wisata di Kabupaten Tasikmalaya

Penelitian Terkait Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tasikmalaya, yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Penelitian Strategi Pengembangan Pariwisata

No.	Judul	Nama Peneliti	Tahun
1	Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Rangka Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Samosir. (Simarmata & Panjaitan, 2019)	Simarmata, Hengki Mangiring Parulian Panjaitan, Nora Januarti	2019
2	Strategi Pengembangan Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. (Provinsi & Tenggara, 2019)	Rizal Kurniansah1), Lia Rosida	
3	Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. (Sayekti, 2019)	Nidya Waras Sayekti	
4	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis Folklor (Ziarah Mitos: Lahan Baru Pariwisata Indonesia). (Amanat, 2019)	Tri Amanat	
5	Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi. (Firsty & Suryasih, 2019)	Ophelia Firsty a, Ida Ayu Suryasih	2020
6	Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember. (Buditiawan & Harmono, 2020)	Kristian Buditiawan1, Harmono	
7	Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. (Ismail, 2020)	Muhamad Ismail*	
8	Strategi Pariwisata Ekologis Dalam Tantangan Masa Pandemi Covid-19. (Djausal et al., 2020)	Gita Paramita Djausal, Alia Larasati, Lilih Muflihah	
9	Strategi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Daya Dukung Wisata Dan CHSE Pada Masa Pandemi Covid-19. (Nurrahma et al., 2021)	Hanun Nurrahma, Luchman Hakim, Rita Parmawati2	

Berdasarkan tabel 2. terdapat 9 (sembilan) penelitian sejenis dari kurun waktu tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Hanya terdapat ada perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh sipeneliti, dimana penelitian ini akan dilakukan terhadap instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga sebagai implementor strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya, dari segi gagasan yang ditawarkan terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam strategi pengembangan Pariwisata itu sendiri. Diperlukan adanya strategi pengembangan pengelolaan pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya sehingga mampu bersaing dengan obek wisata daerah lainnya yang ada di Indonesiaberdasarkan dengan potensi yang dimilikinya.

Dalam pengembangan strategi pariwisata tentunya memiliki dua kondisi yang harus dipertimbangkan, yaitu kondisi internal dan juga eksternal. Kondisi internal mengenai pengelola mengatur sumber daya yang ada baik alam maupun manusia. Kondisi eksternal berkaitan dengan interaksi pihak terkait di luar organisasi atau perusahaan pengelola objek

wisata. Pihak terkait adalah pengunjung, masyarakat, pemerintah, swasta. Kondisi eksternal, interaksi dengan pemerintah dan swasta program yang dilakukan adalah pendampingan dan juga kerja sama.

Banyak definisi yang menjabarkan terkait dengan strategi, seperti menurut Siagian (Siagian, 1995) Strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diharapkan, Misalnya pencapaian tujuan dan solusi untuk masalah. Bisa dikatakan bahwa strategi itu adalah cara yang di pilih oleh seorang pemangku kebijakan atau keputusan.

Pendapat lain mengenai strategi, Rangkuti(Rangkuti, 1998) Strategi merupakan respon secara terus-menerus dan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi. Masih pendapat tentang strategi (Boyd et al., 2000) mengemukakan bahwa: “Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, penerahan sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar pesaing dan faktor-faktor lingkungan yang lain”.

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya (Giantari & Barreto, 2015).

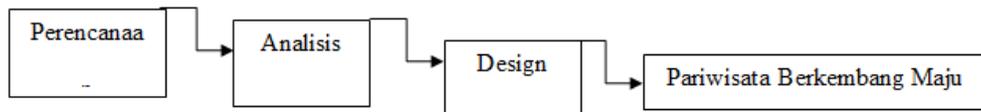
Berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata, maka akan berkaitan dengan model manajemen strategik, dan model yang digunakan yaitu model manajemen strategi versi Wheelen dan Hunger (Wheelen & Hunger, 1998). Dimana model ini membagi proses manajemen strategi ke dalam empat elemen dasar, yakni:

1. Analisis lingkungan (environmental scanning)
2. Perumusan strategi (strategy formulation)
3. Implementasi strategi (strategy implementation)
4. Evaluasi dan kontrol (evaluation and control)

Berdasarkan berbagai pendapat di atas strategi pengembangan pariwisata merupakan bagian dari manajemen strategi yang di ambil oleh pemangku kebijakan yang memerlukan dukungan dan dorongan dari berbagai aspek supaya tujuan dari pengembangan pariwisata dapat tercapai.

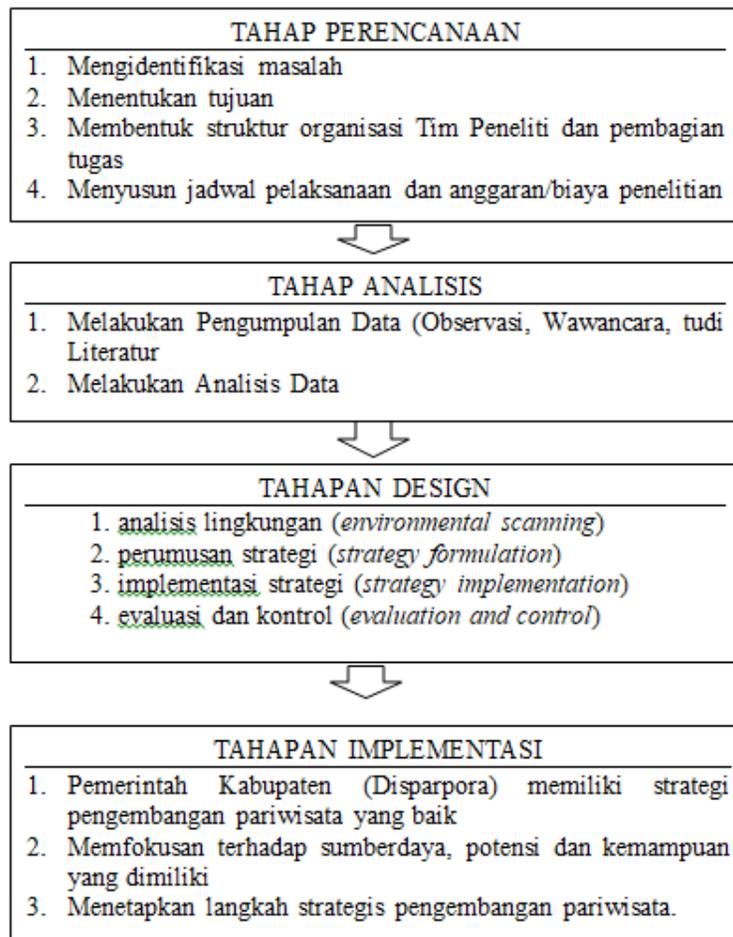
Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan menggunakan kualitatif meliputi analisis terkait dengan tantangan, hambatan dan potensi yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Tasikmalaya (Dinas Pariwisata, Pemuda dan olahraga) didasarkan ketersediaan sumber daya manusia, anggaran serta tujuan yang ingin dicapai.



Gambar 2. Tahapan Strategi Pengembangan Pariwisata

Adapun rangkaian kegiatan penelitian yang dilakukan melalui beberapa tahapan, sebagaimana digambarkan di bawah ini:



Gambar 3. Tahapan Penelitian

Hasil dan Pembahasan

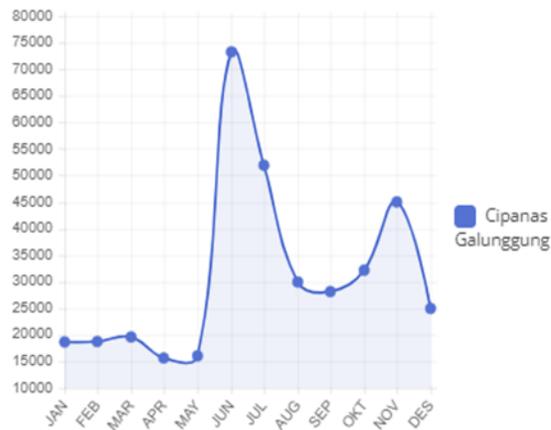
Berbicara strategi pengembangan pariwisata, dalam hal ini menggunakan model manajemen strategi versi Wheelen dan Hunger14, yaitu:

Analisis lingkungan (environmental scanning)

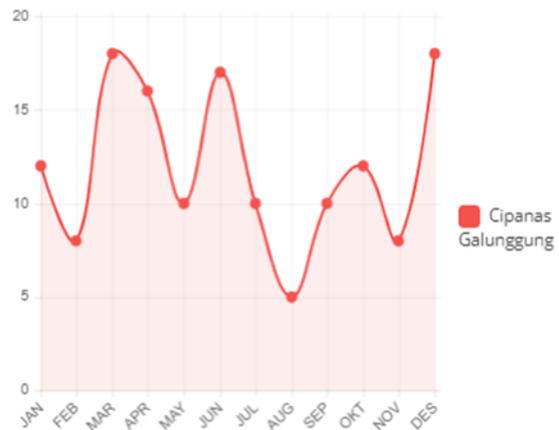
Potensi wisata semua obyek yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai dan daya tarik bagi wisatawan. Misalnya di Kabupaten Tasikmalaya memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan menjadi obek wisata yang berdampak positif terhadap berbagai sektor. Kabupaten Tasikmalaya sudah dianugerahi dengan keadaan alam yang indah dan eksotik dengan nuansa pedesaan serta memiliki kekhasan dengan nilai-nilai budaya sunda dan nilai-nilai religiusnya, maka dari itu bagaimana cara mengelola dan mengembangkan potensi yang sudah ada tersebut supaya berdampak positif terhadap Pembangunan di Kabupaten Tasikmalaya

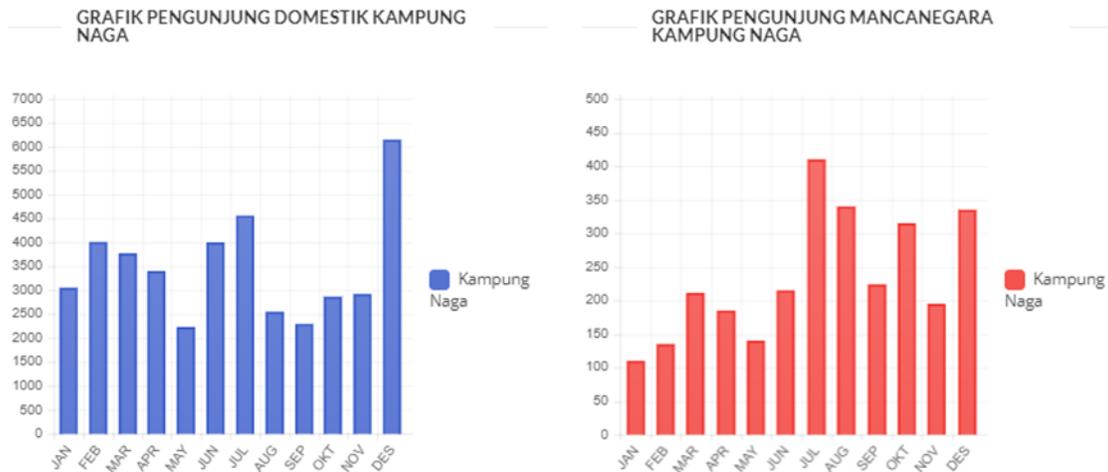
Pada faktanya dilapangan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian di Kabupaten Tasikmalaya masih rendah dibandingkan dengan potensi pariwisata yang dimilikinya. Wisatawan asing maupun domestik yang berkunjung ke Kabupaten Tasikmalaya belum begitu besar. Diantara penyebab jumlah pengunjung yang masih rendah adalah transportasi ke tempat lokasi wisata masih belum mendukung, masih rendahnya promosi tempat wisata baik melalui digital seperti website dan media sosial lainnya, masih kurangnya SDM dalam mendukung Pengembangan pariwisata tersebut, dan yang terahir terkait masih adanya tumpang tindih dalam pengelolaan sehingga dalam pengelolaannya belum maksimal. Dari sekian banyaknya tempat pariwisata yang ada di Kabupaten Tasikmalaya sejauh ini tercatat hanya ada dua tempat wisata yang dari segi pengunjung terbilang cukup banyak, yaitu wisata Gunung Galunggung dan Kampung Naga, seperti dalam graik berikut ini:

GRAFIK PENGUNJUNG DOMESTIK CIPANAS GALUNGGUNG



GRAFIK PENGUNJUNG MANCANEGARA CIPANAS GALUNGGUNG





Sumber: Website DisParBud Kab.Tasikmalaya, 2019

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, penempatan prioritas pengembangan terhadap bidang pariwisata masih relatif kecil dan masih jauh di bawah, jika dibandingkan dengan bidang lainnya. Belum ditematkannya sektor pariwisata sebagai salah satu prioritas utama pembangunan daerah di era otonomi khusus ini menjadikan banyak usulan program yang telah direncanakan menjadi sulit terealisasi. Prioritas pembangunan yang sangat kecil yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya menjadi ukuran dan sebuah permasalahan, hal ini dikarenakan secara kuantitas jumlah wisatawan yang berkunjung sangat minim. Akibatnya pariwisata tidak menjadi skala prioritas. Padahal, skala prioritas menjadi kebutuhan mutlak yang harus diambil guna mengakomodasi usulan yang paling memberikan manfaat dengan dampak skala prioritas, dengan mempertimbangan spesifikasi potensi wilayah yang sangat mendukung terhadap pengembangan pariwisatanya. Selain itu sistem promosi pariwisata dinilai kurang inovatif. Masih kurangnya promosi dan inovasi pariwisata disebabkan belum ditematkannya pariwisata sebagai salah satu prioritas pembangunan dari pemerintah daerah sehingga dana yang dianggarkan masih belum mencukupi untuk mengembangkan produk-produk wisata yang akan dipasarkan atau dipromosikan.

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan Bidang pariwisata di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tasikmalaya, bahwa pemerintah sedang melestarikan dan ikut merawat lokasi wisata yang dikunjungi. Dan salah satu program yang sedang di kembangkan oleh Dinas Pariwisata yang perlu dukungan dari Pemerintah Daerahnya yaitu tentang pengembangan Desa Wisata, karena Kabupaten Tasikmalaya selain memiliki daerah Perdesaan juga memiliki nilai-nilai Pedesaan yang luhur yang layak untuk dikembangkan dan konsep pengembangan Desa pun masih banyak sekali tantangan dan hambatanya. Dari segi kuantitas tempat wisata di kabupaten Tasikmalaya memang sudah tidak perlu diragukan lagi, berdasarkan data yang di peroleh baik dari BPS maupun

secara turun langsung terdapat 17 tempat wisata yang dimiliki abupaten Tasikmalaya yang bisa dikembangkan (Lihat tabel 1.1Daftar Objek Wisata di Kabupaten Tasikmalaya)

Dengan demikian hasil kajian ini, mengidentifikasi masih rendahnya kualitas pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya diakibatkan karena masih minimnya pengembangan, pengelolaan, dan perawatan terhadap potensi wisata, keterbatasan sarana dan prasarana penunjang pariwisata juga merupakan penyebab masih rendahnya kualitas pariwisata. Oleh karena itu maka strategi pengembangan potensi wisata Kabupaten Tasikmalaya secara lebih rinci pada Tabel berikut ini:

Tabel 3. Faktor-aktor yang mempengaruhi terhadap Pengembangan Pariwisata

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Memiliki potensi wisata alam yang sangat banyak	Kurangnya promosi destinasi wisata
Tersedianya festival wisata alam seperti wisata laut dan gunung	Belum Berjalannya Rencana Induk Pariwisata Daerah (RIPDA)
Tersedia sarana dan prasarana Pendukung objek wisata alam	Pengelolaan objek wisata belum secara professional
Peluang (O)	Ancaman (T)
Meningkatnya jumlah wisatawan	Pudarnya budaya lokal/nilai kearifan oleh budaya luar
Meningkatnya Pendapatan masyarakat	Meningkatnya migrasi
Meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD)	Explorasi yang tidak terkendali

Perumusan Strategi (strategy formulation)

Merujuk pada penelasan pada point 1 di atas, maka selanjutnya dalam merumuskan strategi kebijakan menggunakan faktor-faktor utama kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O) dan ancaman (T), maka disusunlah rumusan strategi kebijakan pengembangan potensi wisata menjadi 4 strategi yaitu strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T disajikan pada Tabel 2. Terkait tabel di atas, maka analisa SWOT nya sebagai berikut:

1. Strategi S – T (Kekuatan dan Ancaman)

Strategi yang diambil adalah Pertama meningkatkan kualitas dan kuantitas promosi wisata baik melalui media internet/digital maupun dengan cara konvensional serta didukung dengan mengikuti berbagai event Strategi ini diperlukan karena dirasa sangat efektif ditengah kondisi sekarang yang serba digital. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sistem promosi pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya masih belum tersusun dengan rapih dan juga belum di dukung media digital yang baik, bahkan untuk website pariwisata saa sangat tidak update.

Tabel 4. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya

	KEKUATAN (<i>STRENGTHS</i>) :	KELEMAHAN (<i>WEAKNESS</i>)
Internal	Memiliki potensi wisata alam yang sangat banyak.	Kurangnya promosi destinasi Wisata
Eksternal	Tersedianya festival wisata alam seperti wisata laut dan gunung	Belum Berjalannya Rencana Induk Pariwisata Daerah (RIPDA).
	Tersedia sarana dan prasarana Pendukung objek wisata alam	Pengelolaan objek wisata belum secara profesional
PELUANG (<i>OPORTUNITIES</i>).	STRATEGI S-O :	STRATEGI W-O :
Meningkatnya jumlah wisatawan Meningkatkan Pendapatan masyarakat Meningkatkan PAD	Mengembangkan dan meningkatkan kualitas pengelolaan produk wisata alam secara profesional Merancang pengelolaan Kegiatan tahunan festival wisata alam dan laut yang berkelanjutan	Meningkatkan kualitas dan kuantitas promosi wisata Mendorong pengembangan potensi wisata alam dan laut yang dapat memberikan dampak secara ekonomi (<i>multiplier effect</i>)
ANCAMAN (<i>THREATS</i>)	STRATEGI S-T :	STRATEGI W-T :
Meningkatnya jumlah wisatawan Meningkatnya Pendapatan masyarakat Meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD)	Memelihara budaya dan nilai kearifan lokal Menata data penduduk terkait arus migrasi yang makin meningkat	Menjaga dan memelihara potensi wisata alam agar tidak rusak baik secara nilai maupun fisiknya

2. Strategi S – T (Kekuatan dan Ancaman)

Strategi yang bersumber dari strenghts dan threats ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal seperti memelihara budaya dan nilai kearifan lokal, meningkatnya jumlah wisatawan yang masuk ke Kabupaten tasikmalaya tentu saja perlu diimbangi dengan bagaimana menjaga nilai- nilai budaya serta religiusitas yang ada pada masyarakat dengan cara mempertahankan dan nilai kearifan lokal. Hal ini diperlukan karena pengaruh budaya global dewasa ini sudah sangat kuat sehingga jika budaya lokal tidak dijaga maka lambat laun akan hilang. Untuk itu diperlukan adanya strategi memelihara budaya lokal agar tidak hilang melalui pelaksanaan Kegiatan-

kegiatan festival budaya yang berkelanjutan yang selama ini sudah mulai dilaksanakan.

3. Strategi W – T (Kelemahan-Ancaman)

Strategi yang bersumber dari weakness dan threats ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalisir kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal dan juga digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal dalam pengembangan potensi wisata alam di Kabupaten Tasikmalaya. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut: Pertama Menjaga dan memelihara potensi wisata alam agar tidak punah/rusak. Kedua, menciptakan rasa aman bagi para wisatawan yang berkunjung Kabupaten Tasikmalaya.

Alur pengembangan strategi dimulai dari penguatan regulasi di bidang pariwisata, perlu adanya Rencana Induk Pariwisata Daerah yang baik dan dilaksanakan. Selain itu juga perlu adanya inovasi-inovasi dalam pengembangan pariwisata dari berbagai aspek dan tidak hanya menjadi peran dari pemerintah saja, tetapi unsur masyarakat dan sektor swasta harus ikut andil.

Implementasi strategi (strategy implementation)

Selanjutnya implementasi dari strategi yang sudah ditetapkan, dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, prosedur serta perubahan budaya secara menyeluruh, struktur atau sistem secara keseluruhan, dan harus bisa berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan dalam konsep perencanaan sebelumnya. Semua stakeholder harus bisa bersinergi untuk menalakan strategi pengembangan tersebut dan tidak bisa hanya di bebaskan kepada Pemerintah semata.

Evaluasi dan kontrol (evaluation and control)

Pada tahapan evaluasi dan kontrol ini yaitu untuk mengukur apa yang dapat dihasilkan dari strategi pengembangan pariwisata yang sudah dijalankan, hal ini berarti membandingkan antara perencanaan dengan hasil yang dicapai di lapangan. Dalam tahapan evaluasi dan pengawasan ini selain lembaga yang memiliki wewenang dalam pelaksanaan pengawasan, masyarakat juga bisa langsung melaksanakan pengawasan secara melekat di lapangan.

Kesimpulan

Pengelolaan potensi pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya pada dasarnya sudah berjalan cukup baik, hanya saja bisa dikatakan tidak sebanding antara potensi wisata yang dimiliki dengan dampak positif yang dirasakan oleh Pemerintah dalam pemasukan Pendapatan Asli Daerahnya, terlebih dalam hal ini khususnya masyarakat di Kabupaten Tasikmalaya.

Secara keseluruhan Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya sudah melaksanakan pengembangan dalam sektor pariwisata, hanya saja masih belum terkonsep secara optimal dan juga Kurangnya peran pemerintah maupun sektor swasta dalam mendukung pengembangan potensi wisata di kabupaten Tasikmalaya yang di tandai dengan belum dijelankannya Rencana Induk Pariwisata dengan baik.

Saran yang dapat penulis sampaikan yaitu; (1) mengembangkan dan meningkatkan kualitas pengelolaan produk wisata alam secara profesional melalui penerapan replikasi inovasi bidang pariwisata di daerah, (2) merancang pengelolaan kegiatan yang berkelanjutan, (3) meningkatkan kualitas dan kuantitas promosi wisata melalui peran media sosial/media massa/media elektronik, dan (4) mendorong pengembangan potensi wisata alam untuk dapat memberikan dampak secara ekonomi (multiplier effect) seperti mengembangkan UMKM di sekitar lokasi wisata

BIBLIOGRAFI

- Amanat, T. (2019). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis Folklor (Ziarah Mitos: Lahan Baru Pariwisata Indonesia). *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.22146/jpt.49277>.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*.
- Buditiawan, K., & Harmono. (2020). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37–50. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.50>.
- Djausal, G. P., Larasati, A., & Muflihah, L. (2020). Strategi pariwisata ekologis dalam tantangan masa pandemik COVID-19. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(1), 57–61. <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i1.15>.
- Firsty, O., & Suryasih, I. A. (2019). Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 36. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i01.p06>.
- Giantari, I. G. A. K., & Barreto, M. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 44781.
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>.
- Nurrahma, H., Hakim, L., & Parmawati, R. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Daya Dukung Wisata Dan CHSE Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, 5(1), 87. <https://doi.org/10.46252/jsai-fpik-unipa.2021.vol.5.no.1.133>.
- Provinsi, M., & Tenggara, N. (2019). 2) 1,2. 14(2), 2061–2068.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

- Sayekti, N. W. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *Kajian*, 24(3), 159–171.
- Siagian, S. P. (1995). *Manajemen stratejik*.
- Simarmata, H. M., & Panjaitan, N. J. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 2(2), 189–201. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v2i2.103>.
- Sutiarso, M. A. (2018). *Pengembangan Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Ekowisata*.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (1998). *Strategic management and business policy: entering 21st century global society*.

Copyright holder:

Dasep Dodi Hidayah, Nidia Risma Dewy (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

