

**PENGEMBANGAN WISATA ALAM UNGGULAN  
DALAM MENCIPTAKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN  
DI KABUPATEN SUBANG  
(Studi Kasus: Curug Cileat)**

**Agung Sulisty<sup>1\*</sup>, Agung Nurhaji<sup>2</sup>, Tri Eko Yudiandri<sup>3</sup>, Hani Ernawati<sup>4</sup>, Apit Buchori<sup>5</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>

E-mail: [agungsulisty<sup>1\\*</sup>@stipram.ac.id](mailto:agungsulisty<sup>1*</sup>@stipram.ac.id)

**ABSTRACT**

*Tourism is a very important sector for improving any country's economy, including Indonesia's. The various impacts presented by the tourism sector need to be of concern to managers and other parties. The presence of the pandemic directly changed management strategy and focus. This research was conducted to develop the potential of Curug Cileat to become a sustainable natural tourism object and provide benefits to the community. This step can be done by studying the internal and external environmental conditions. In this study, a mixed methods design was used together with SWOT-8K analysis to reveal various aspects of the Curug Cileat development. The study's informant was the head of the tourism object management group at Curug Cileat. Based on the research that has been done, the Curug Cileat tourist attraction is in Quadrant 1-A. These results allow tourism-object managers to implement aggressive growth strategies. In creating sustainable tourism, managers can maximize the various strengths they have, such as: (1) potential tourist objects; (2) location of tourist objects; (3) human resource competence; (4) employee welfare; (5) cleanliness of tourist objects; (6) community empowerment; (7) implementation of health protocols; (8) security of tourist objects; and (9) the existence of an operational license. In addition to maximizing the existing potential, managers can also take advantage of various opportunities that arise, including: (1) the uniqueness of tourist objects; (2) the use of IT; and (3) community support.*

**Keywords:** Sustainable Tourism; SWOT-8K Analysis; Curug Cileat

**ABSTRAK**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian negara, termasuk Indonesia. Berbagai dampak yang dihadirkan oleh sektor pariwisata perlu menjadi perhatian pengelola dan pihak lainnya. Kehadiran pandemi secara langsung mengubah strategi dan fokus pengelolaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan potensi Curug Cileat menjadi objek wisata alam yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Langkah ini dapat dilakukan dengan mempelajari kondisi lingkungan internal dan eksternal. Dalam penelitian ini, desain metode campuran digunakan bersamaan dengan Analisa SWOT-8K untuk mengungkapkan berbagai aspek pengembangan Curug Cileat. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah ketua kelompok pengelola objek wisata di Curug Cileat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, objek wisata Curug Cileat berada di Kuadran 1-A. Hasil tersebut

memungkinkan pengelola objek wisata dapat menerapkan strategi pertumbuhan agresif. Menciptakan pariwisata berkelanjutan, pengelola dapat memaksimalkan berbagai kekuatan yang dimilikinya, seperti: (1) potensi objek wisata; (2) lokasi objek wisata; (3) kompetensi sumber daya manusia; (4) kesejahteraan karyawan; (5) kebersihan objek wisata; (6) pemberdayaan masyarakat; (7) penerapan protokol kesehatan; (8) keamanan objek wisata; dan (9) keberadaan izin operasional. Selain memaksimalkan potensi yang ada, pengelola juga dapat memanfaatkan berbagai peluang yang muncul, antara lain: (1) keunikan objek wisata; (2) penggunaan TI; dan (3) dukungan masyarakat.

**Kata Kunci:** Pariwisata Berkelanjutan; Analisa SWOT 8-K; Curug Cileat

## PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan dalam rangka peningkatan perekonomian negara, termasuk Indonesia (Asonitou & Kottara, 2019). Berbagai dampak positif yang diberikan sektor pariwisata harus menjadi perhatian serius berbagai pihak. Beberapa peranan pariwisata diantaranya: mampu memberdayakan dan meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat (Pegas et al., 2015; Sumaryadi et al., 2021), mendorong munculnya industri pendukung (Breakey & Breakey, 2015; Miah et al., 2017), dan mampu menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Perkembangan berikutnya, pariwisata juga dinilai memiliki peranan dalam menurunkan emosi negatif seseorang (Al-Msallam, 2020; Micevski et al., 2020). Melihat hal tersebut, tidak salah jika setiap wilayah berlomba untuk meningkatkan kualitas objek wisata yang dimiliki. Berbagai kebijakan yang dibuat oleh pemangku kepentingan dinilai sebagai salah satu upaya dalam menciptakan pariwisata berkelanjutan (Torkington et al., 2020).

Pedoman dasar serta acuan penting perkembangan pariwisata di Indonesia dapat dilihat melalui berbagai data yang

dimiliki. Berdasarkan informasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia melalui kegiatan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), terdapat 1.836 desa wisata potensial mengikuti kegiatan tersebut. Perhatian serius perlu diberikan oleh semua pihak dalam rangka pengembangan potensi wilayah (Alatas & Fardaniah, 2021).

Pandemi COVID-19 memberikan dampak bagi perkembangan pariwisata (Moreno-Luna et al., 2021). Mengacu pada data yang dirilis oleh *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO), dapat dilihat kunjungan wisatawan mengalami penurunan sebesar 74% (UNWTO, 2020). Situasi tersebut menjadi salah satu pemicu kurangnya fokus dan perhatian manajemen dalam pengelolaan sektor pariwisata (He & Harris, 2020). Aktivitas pemasaran serta strategi yang dijalankan perlu dirubah untuk mencapai tujuan pengelolaan (Aburumman, 2020). Namun demikian, pengelolaan juga perlu mempertimbangkan berbagai aspek yang ada, seperti: akulturasi budaya, lingkungan serta aspek lainnya agar pariwisata berkelanjutan dapat

diwujudkan (Lim et al., 2021; McCool & Moisey, 2008).



**Gambar 1. Sebaran Klasterisasi Desa Wisata Di Indonesia**

*Sumber: Kemparekraf, Peserta ADWI 2021*

Penurunan jumlah kunjungan juga dialami sektor pariwisata di Indonesia. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS) mencatat penurunan kunjungan wisatawan sebesar 89,05% (BPS, 2020). Pada Januari tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mencapai 141.300 orang. Jumlah tersebut menurun drastis jika dibandingkan dengan kunjungan wisatawan mancanegara pada Januari tahun 2020 yang mencapai 1,27 juta kunjungan. Kebijakan larangan serta pembatasan pergerakan masyarakat menjadi salah satu penyebab (Sulistyo, 2020). Langkah tersebut diambil Pemerintah untuk menekan tingginya kasus penyebaran virus COVID (DeWit et al., 2020).

Salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki potensi wisata adalah Kabupaten Subang Jawa Barat. Daerah ini memiliki banyak daya tarik wisata seperti: budaya, wisata alam, kuliner, serta daya tarik wisata buatan lainnya. Perkembangan berikutnya, sektor pariwisata berbasis alam mulai

dikembangkan. Curug Cileat merupakan salah satu potensi wisata yang mulai berkembang dan perlu mendapat perhatian. Objek wisata ini terletak di Desa Mayang, Kecamatan Cislak, Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat. Curug Cileat ini terdiri dari dua buah air terjun yang berdampingan dan menawarkan daya pikat yang mempesona. Curug Cileat memiliki ketinggian kurang lebih 100 meter. Tumpahan air dari curug ini membentuk sebuah kubangan air atau kolam yang sangat besar dengan diameter hampir 40 meter. Lokasi tersebut memungkinkan wisatawan dapat melakukan beberapa aktivitas seperti bermain air dan berendam (Hartono, 2019).

Rencana pengembangan objek wisata Curug Cileat yang berkelanjutan, perlu disusun secara menyeluruh. Fokus pengembangan dapat dilakukan melalui penyediaan sarana dan prasarana (Sulistyo, 2021), keterlibatan Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat lokal dengan memperhatikan potensi alam maupun sumber daya manusia (Sulistyo,

Agung, 2020). Berkaitan dengan hal tersebut, maka perlu dirancang pola pengembangan potensi wisata yang diawali dengan studi perencanaan daya tarik wisata. Kegiatan tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui berbagai faktor lingkungan internal dan eksternal (Sulistyo, 2017; Sulistyo & Salindri, 2018). Disamping itu, daya tarik wisata juga perlu memiliki atraksi khas, keindahan alam, nilai budaya serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dan wisatawan (Heslinga et al., 2019).

Penelitian ini mencoba memberikan kontribusi pada ranah penelitian yang berkaitan dengan strategi dan pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Beberapa hasil penelitian sebelumnya menekankan jika sektor pariwisata perlu menerapkan berbagai strategi untuk bertahan (Fatmawati et al., 2021; Lim et al., 2021; Nuryakin & Priyo, 2018). Beberapa strategi lain yang dapat digunakan diantaranya dengan penggunaan teknologi digital (Gössling, 2021), memperhatikan kualitas sumber daya manusia (Baum, 2018), menyiapkan sarana prasarana dengan baik (Higgins-Desbiolles & Wijesinghe, 2019; Stankov et al., 2020), serta fokus pada daya tarik wisata yang dimiliki (Mainolfi & Marino, 2020). Pemahaman menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan akan memberikan perubahan pada pengelolaan bisnis. Fokus utama bukan terletak pada daya tarik dan wisatawan saja, namun juga pada lingkungan bisnis secara menyeluruh (Kluza et al., 2021). Literatur yang berkembang banyak menitikberatkan fokus pada peranan strategi pengembangan dan menciptakan

kegiatan pengelolaan dan pemasaran berkelanjutan (El-Haddadeh et al., 2021; Tang et al., 2021).

Penelitian ini penting dilakukan dalam rangka mengembangkan potensi Curug Cileat menjadi objek wisata berbasis alam yang berkelanjutan dan memberikan manfaat luas bagi masyarakat. Langkah pengembangan tersebut dapat dilakukan dengan mengkaji berbagai kondisi lingkungan internal dan eksternal serta memperhatikan berbagai aspek lain yang memberikan pengaruh dalam perkembangan objek wisata.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi Keberlanjutan**

Perhatian terhadap lingkungan serta mempertahankan daya tarik wisata yang dimiliki merupakan salah satu langkah menciptakan pariwisata berkelanjutan (Bhaduri & Pandey, 2019). Sebagai potensi baru dalam sektor pariwisata, kehadiran *Curug Cileat* di Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat perlu mendapat perhatian (Hartono, 2019). Kehadiran objek wisata baru dimaknai sebagai perkembangan sektor pariwisata yang semakin dinamis dan atraktif. Pengelolaan objek wisata perlu menekankan dan memperkenalkan keunikan alam yang khas. Pengelola wisata juga perlu mempertimbangkan untuk memberikan jalur komunikasi dan informasi yang baik bagi wisatawan (Havadi Nagy & Espinosa Segui, 2020). Pengalaman menarik yang dirasakan setelah menikmati produk akan menghadirkan kesan dibenak penerima layanan (Al-Msallam, 2020).

Melihat perkembangan berikutnya, pengelola perlu memahami dan mendesain daya tarik wisata yang kompetitif (Arida et al., 2017), sehingga hambatan yang muncul seperti: konsistensi, keaslian dan berbagai permasalahan lainnya bisa diselesaikan (Hassan & Mahrous, 2019). Pengelola objek wisata perlu mempertimbangkan berbagai aspek yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal serta tidak bertentangan dengan budaya dan keaslian lingkungan (Arida et al., 2017; Manrai et al., 2018; Wiweka et al., 2021).

### **Pengembangan Pariwisata**

Sebagai potensi baru dalam sektor pariwisata, kehadiran objek wisata minat khusus dinilai semakin menunjukkan eksistensinya. Kemampuan masyarakat sebagai penggerak utama dalam pengelolaan, menjadi nilai penting bagi wisatawan (Ryan et al., 2020). Pengelola perlu mempertimbangkan adanya hubungan antara daya tarik, akomodasi serta fasilitas lain yang ditawarkan dalam sebuah sistem kehidupan masyarakat (Muhammad et al., 2020). Perkembangan objek wisata minat khusus semakin kompetitif, situasi tersebut terlihat dari berbagai potensi yang dimiliki dalam menarik kunjungan wisatawan (Aly et al., 2021; H. Demolinggo et al., 2020). Perkembangan berikutnya semakin mendorong pengelola objek wisata dalam memberikan perhatian yang serius pada lingkungan internal dan eksternal yang ada disekitarnya.

Penelitian ini dilakukan sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sulisty, 2017). Hasil penelitian menegaskan perlunya objek wisata membuat berbagai inovasi strategi

berdasarkan analisa SWOT 8-K. Pengelola dapat menerapkan strategi pertumbuhan sesuai dengan kekuatan objek wisata yang dimiliki dengan melihat besarnya peluang yang masih tersedia. Pengelola objek wisata dapat mengembangkan dengan memanfaatkan keunggulan bersaing yang dimiliki. Selain itu, keterampilan yang dimiliki oleh SDM juga menjadi salah satu kelebihan yang perlu diperhatikan. Berbagai pelatihan peningkatan keterampilan SDM perlu terus diberikan.

Pentingnya penyusunan rencana dan pengembangan daya tarik wisata menjadi salah satu tahapan yang perlu dilakukan dalam menciptakan pariwisata berkelanjutan. Studi ini juga merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh (Knab & Samuel, 2020). Penelitian tersebut menjelaskan jika strategi yang dilakukan perlu melibatkan peran serta masyarakat dalam pengembangan daya tarik wisata. Berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah perlu didukung oleh segenap masyarakat. Penelitian tersebut juga menegaskan peranan berbagai aktivitas promosi dalam menginformasikan serta merangsang penerima layanan untuk bereaksi melalui daya tarik yang ditawarkan.

### **METODE**

#### **Desain Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan jenis metode campuran (*mix methode*), dimana penelitian ini mencoba untuk mengkaji berbagai hal yang berkaitan dengan strategi pengembangan objek wisata Curug Cileat. Penelitian ini juga mengadopsi desain konstruktivisme dan

interpretive (Creswell & David, 2019). Metode kuantitatif dilakukan untuk menerjemahkan informasi yang diperoleh, kemudian disampaikan dalam bentuk angka. Sedangkan tipe desain penelitian kualitatif diterapkan untuk mengeksplorasi berbagai hal yang ingin diperoleh dalam penelitian. Perkembangan berikutnya menegaskan jika penelitian ini diterapkan secara terbatas dalam rangka mendorong dan menggali lebih dalam melalui kegiatan penelitian di lapangan (Zarezadeh et al., 2018).

### **Objek Penelitian**

Penelitian ini memilih objek wisata Curug Cileat sebagai objek penelitian. Lokasi objek wisata ini terletak di Desa Mayang, Kecamatan Cisalak, Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat. Curug Cileat terdiri dari dua buah air terjun yang berdampingan dan menawarkan daya pikat serta keindahan alam yang mempesona. Objek wisata ini dipilih karena diharapkan mampu menjadi penggerak bagi aktivitas masyarakat serta memberikan dampak positif lainnya.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data penelitian dalam studi ini menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur. Seluruh pertanyaan yang disampaikan kepada informan disusun secara sistematis dan terbuka. Pertanyaan yang dihadirkan diharapkan mampu membuka berbagai selubung informasi yang ingin diketahui. Informan dalam

penelitian ini adalah ketua kelompok pengelola objek wisata Curug Cileat. Ketentuan ini dipilih, karena ketua kelompok dinilai mengetahui berbagai hal yang terjadi dalam perkembangan objek wisata Curug Cileat. Informan akan menyampaikan pengalaman yang dimiliki selama mengelola objek wisata Curug Cileat. Informan tersebut bersama – sama peneliti merumuskan dan menentukan berbagai instrumen yang akan digunakan dalam pemetaan lingkungan internal (kekuatan & kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang & ancaman).

### **Analisa Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa SWOT 8K (8-kuadran). Analisa ini merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk memetakan faktor internal (kekuatan & kelemahan) yang dimiliki oleh objek wisata Curug Cileat. Faktor internal ini merupakan berbagai hal yang berasal dari dalam organisasi. Disamping melakukan pemetaan terhadap lingkungan internal, metode SWOT 8K juga mensyaratkan melakukan pemetaan terhadap lingkungan eksternal (peluang & ancaman). Lingkungan eksternal merupakan berbagai aspek yang berasal dari luar organisasi.

Keberhasilan dalam menentukan berbagai instrument yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal, akan memudahkan proses analisa dan informasi data dalam menghasilkan strategi yang digunakan.

**Tabel 1. Pemetaan Instrumen Internal**

Lingkungan Internal	
Kekuatan	Kelemahan
Potensi Objek Wisata	Aksesibilitas
Lokasi Objek Wisata	Ketersediaan Anggaran
Kompetensi SDM	Kerjasama Pihak Lain
Kesejahteraan Karyawan	Promosi Objek Wisata
Kebersihan Objek Wisata	Pengembangan SDM
Pemberdayaan Masyarakat	Fasilitas Pendukung
Sarana Protokol Kesehatan	
Keamanan Objek Wisata	
Ijin Operasional	

Sumber: data primer diolah tahun 2022

**Tabel 2. Pemetaan Lingkungan Eksternal**

Lingkungan Eksternal	
Peluang	Ancaman
Keunikan Objek Wisata	Kondisi Alam
Penggunaan IT	Perilaku Wisatawan
Dukungan Masyarakat	Persaingan Objek Wisata

Sumber: data primer diolah tahun 2022

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisa SWOT 8-Kuadran

Objek wisata Curug Cileat memiliki potensi dan keunikan tersendiri sehingga menghadirkan berbagai peluang yang dapat diraih. Curug Cileat terdiri dari dua buah air terjun yang berdampingan dan menawarkan daya pikat serta keindahan alam yang mempesona. Objek wisata ini dipilih karena diharapkan mampu menjadi penggerak bagi aktivitas masyarakat serta memberikan dampak positif lainnya.

Namun demikian, terdapat beberapa permasalahan yang perlu

diperhatikan dalam pengembangan objek wisata. Analisa lingkungan internal dan eksternal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dilakukan melalui proses wawancara semi-terstruktur. Proses pemetaan instrumen kedua lingkungan dilakukan bersama ketua kelompok pengelola Curug Cileat. Pemilihan Ketua kelompok pengelola sebagai informan berdasarkan pengalaman yang dimiliki dalam mengelola objek wisata Curug Cileat.

Setelah melakukan pemetaan instrumen lingkungan internal dan eksternal, Langkah berikutnya adalah

memberikan bobot serta nilai tertimbang dari masing – masing indikator yang dapat dilihat dalam tabel. Pemberian bobot terhadap instrumen merupakan langkah yang penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh atau dampak yang diberikan instrumen kepada pengelolaan organisasi. Semakin kuat pengaruh instrumen terhadap organisasi, maka bobot yang diberikan akan semakin besar (Sulistyo, 2017; Sulistyo & Salindri, 2018).

Berdasarkan nilai skor yang diperoleh, dilakukan perhitungan pada matriks internal dan eksternal untuk

menentukan strategi yang akan digunakan. Penentuan strategi berdasarkan kuadran yang terbagi menjadi delapan bagian (Sulistyo, 2017). Analisis Matriks SWOT 8-K, adalah kelanjutan dari analisis internal-eksternal dimana faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dikombinasikan dengan berbagai faktor-faktor eksternal yang berasal dari luar organisasi yaitu peluang dan ancaman. Instrument yang telah masuk kedalam salah satu sektor, tidak dapat masuk kembali kedalam sektor lainnya.

**Tabel 3. Analisa Lingkungan Internal**

No	Instrumen Lingkungan Internal	Bobot	Skor	Nilai Tertimbang
<b>Kekuatan</b>				
1	Potensi Objek Wisata	0.20	5	1.00
2	Lokasi Objek Wisata	0.10	3	0.30
3	Kompetensi SDM	0.10	4	0.40
4	Kesejahteraan Karyawan	0.10	3	0.30
5	Kebersihan Objek Wisata	0.10	4	0.40
6	Pemberdayaan Masyarakat	0.10	4	0.40
7	Penerapan Protokol Kesehatan	0.15	4	0.60
8	Keamanan Objek Wisata	0.05	3	0.15
9	Ijin Operasional	0.10	4	0.40
	<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>3.95</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Aksesibilitas	0.20	2	0.40
2	Ketersediaan Anggaran	0.10	2	0.20
3	Kerjasama Pihak Lain	0.10	2	0.20
4	Promosi Objek Wisata	0.20	3	0.60
5	Pengembangan SDM	0.30	3	0.90
6	Fasilitas Pendukung	0.10	2	0.20
	<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.50</b>

*Sumber: data primer diolah tahun 2022*



**Tabel 4. Analisa Lingkungan Eksternal**

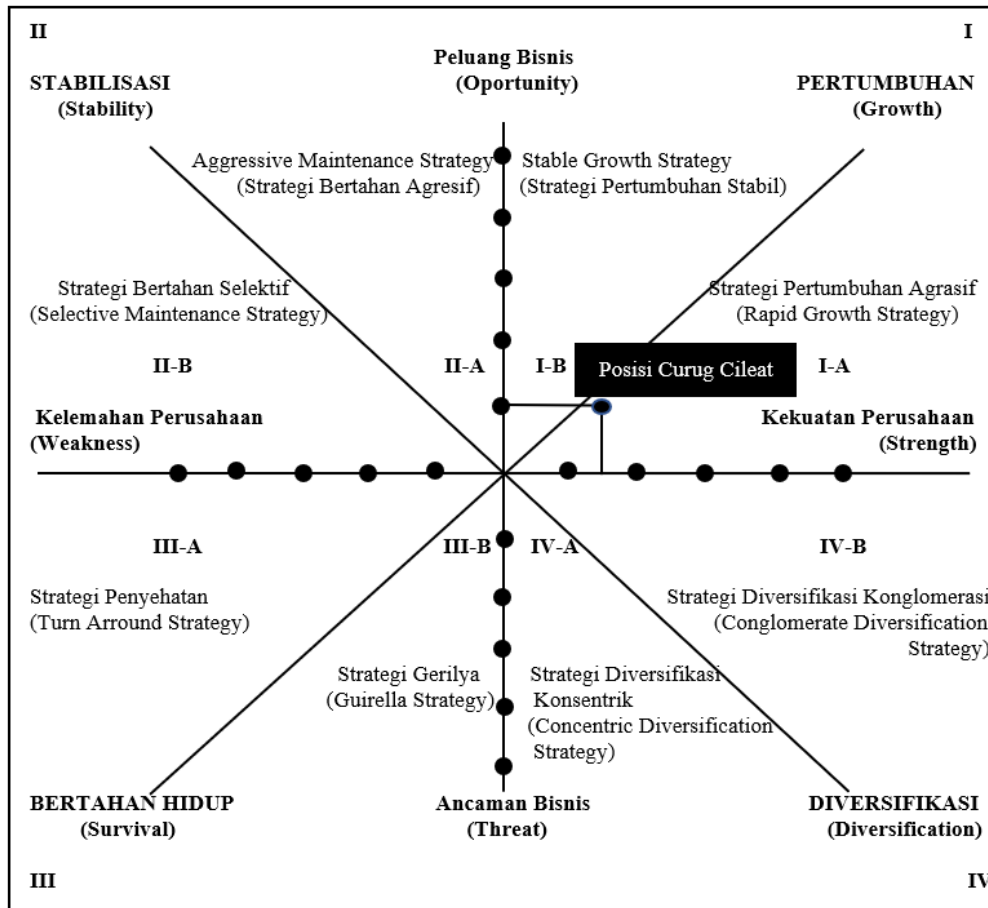
No	Instrumen Lingkungan Eksternal	Bobot	Skor	Nilai Tertimbang
<b>Peluang</b>				
1	Keunikan Objek Wisata	0.30	4	<b>1.20</b>
2	Penggunaan IT	0.30	4	<b>1.20</b>
3	Dukungan Masyarakat	0.40	4	<b>1.60</b>
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>4.00</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Kondisi Alam	0.40	3	<b>1.20</b>
2	Perilaku Wisatawan	0.30	3	<b>0.90</b>
3	Persaingan Objek Wisata	0.30	3	<b>0.90</b>
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.00</b>

*Sumber: data primer diolah tahun 2022*

**Tabel 5. Nilai Tertimbang**

Kategori variabel	Nilai tertimbang
Nilai Tertimbang Kekuatan Curug Cileat	3.95
Nilai Tertimbang Kelemahan Curug Cileat	2.50
<b>Selisih Positif</b>	<b>1.45</b>
Nilai Tertimbang Peluang Curug Cileat	4.00
Nilai Tertimbang Ancaman Curug Cileat	3.00
<b>Selisih Positif</b>	<b>1.00</b>

*Sumber: Data primer diolah 2022*



**Matriks SWOT 8 Kuadran**

*Sumber: data primer diolah 2022*

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang telah dilakukan, objek wisata Curug Cileat berada pada kuadran I-A, dengan total nilai tertimbang adalah positif. Selisih nilai positif untuk instrument lingkungan internal sebesar 1,45 (kekuatan) dan selisih instrumen lingkungan eksternal sebesar 1,00 (peluang). Penentuan kuadran I-A diperoleh dengan melihat nilai tertimbang kekuatan lebih besar dari nilai tertimbang kelemahan, dan disaat yang sama nilai peluang lebih besar dari nilai tertimbang ancaman.

### **Strategi Objek Wisata Curug Cileat Berdasarkan Analisa SWOT 8-K**

Berdasarkan posisi kuadran yang diperoleh, maka organisasi pengelolaan objek wisata Curug Cileat dapat melakukan strategi pertumbuhan agresif. Pengelola dapat memaksimalkan potensi kekuatan yang dimiliki dan disaat bersamaan dapat mengambil berbagai peluang yang muncul. Penerapan strategi yang dapat dilakukan diantaranya:

#### **Memaksimalkan Potensi Objek Wisata**

Objek wisata ini menampilkan air terjun sebagai salah satu daya tarik utama. Namun demikian, pengelola perlu memaksimalkan kreativitas dan inovasi

dalam menawarkan daya tarik lainnya. Pengelola dapat menghadirkan arung jeram sebagai daya tarik lainnya. Lokasi yang menarik dan memiliki ketinggian juga menjadi salah satu peluang bagi pengelola untuk menghadirkan daya tarik flyng fox. Kejelian pengelola dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki, dapat menjadi nilai tawar yang diberikan kepada wisatawan.

### **Lokasi Objek Wisata**

Lokasi objek wisata ini sangat strategis dan mudah dijangkau. Situasi ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola dengan membuat konten publikasi sebagai salah satu strategi promosi. Pengelola dapat menanamkan kesadaran kepada wisatawan jika terdapat objek wisata berbasis alam yang menarik dan mudah dijangkau.

### **Kompetensi SDM**

Secara berkala, SDM yang ada di objek wisata ini diberikan pelatihan dalam rangka peningkatan kapasitas dan kualitas yang dimiliki. Keadaan ini dapat dijadikan nilai lebih yang dapat ditawarkan dan dinikmati oleh pengunjung. SDM yang memiliki kompetensi akan memiliki kesadaran dan tanggungjawab dalam memberikan pelayanan yang baik serta rasa aman bagi wisatawan yang sedang melakukan kunjungan.

### **Kebersihan Objek Wisata**

Salah satu instrument penting yang perlu dipertimbangkan dan menjadi alasan wisatawan berkunjung adalah masalah kebersihan. Fokus pariwisata berkelanjutan perlu memberikan

perhatian lebih bagi lingkungan yang terjaga, terutama objek wisata yang berbasis alam. Kebersihan objek wisata akan memberikan kenyamanan bagi pengunjung dalam menikmati aktivitas pariwisata.

### **Pemberdayaan Masyarakat**

Pariwisata berkelanjutan perlu mempertimbangkan dampak yang diberikan pengelolaan bagi pemberdayaan dan perekonomian masyarakat. Kehadiran Curug Cileat mampu memberikan kesempatan bagi pemuda dan masyarakat untuk ikut serta dalam pengelolaannya. Disamping itu, masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomiannya dengan melakukan aktivitas perekonomian melalui kegiatan menjual dan menawarkan produk yang dapat dibeli oleh wisatawan atau menyediakan penginapan bagi wisatawan yang berkunjung.

### **Penerapan Protokol Kesehatan**

Pandemi memberikan dampak luas bagi berbagai sektor termasuk pariwisata. Kehadiran pandemi secara langsung merubah perilaku dan kebiasaan masyarakat untuk lebih peduli terhadap kesehatannya. Penerapan protokol kesehatan di objek wisata akan memberikan rasa tenang bagi seluruh wisatawan yang berkunjung. Kegiatan tersebut secara langsung memberikan bukti jika pengelola sangat memperhatikan dan peduli dengan masalah tersebut.

### **Keamanan Objek Wisata**

Objek wisata perlu memperhatikan masalah keamanan bagi wisatawan yang

berkunjung. Pengelola dapat membuat standar operasional yang dapat diterapkan dalam memberikan rasa aman kepada wisatawan. Selama proses menikmati daya tarik, terkadang wisatawan mengabaikan atau melanggar aturan yang ada. Pengelolaan perlu memberikan edukasi dan hibauan kepada wisatawan sebagai implementasi dalam upaya memberikan rasa aman bagi wisatawan.

### **Ijin Operasional**

Keberadaan objek wisata perlu mendapat dukungan berbagai pihak, terutama pemangku kebijakan wilayah. Dengan demikian, segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan akan memiliki payung hukum yang jelas. Ijin operasional dimaknai sebagai sebuah legalitas dan dukungan keberadaan objek wisata. Ijin operasional pada akhirnya akan memberikan gambaran kepada wisatawan tentang bagaimana kesepahaman antara pengelola objek wisata dengan Pemerintah setempat.

Disamping melakukan optimalisasi terhadap kekuatan yang dimiliki, pengelola juga perlu memanfaatkan peluang yang dimiliki, diantaranya:

### **Keunikan Objek Wisata**

*Positioning* dimaknai sebagai keunikan dan ciri khas yang tidak dimiliki oleh pihak lain. Pengelola objek wisata Curug Cileat dapat memberikan pengetahuan ataupun menyebarkan informasi tentang daya tarik yang dimiliki. Objek wisata yang memiliki daya tarik berbeda akan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Keunikan tidak hanya berfokus pada

produk utama saja, namun juga dapat dimunculkan dari produk pelengkap seperti: layanan, akses, dan hal lainnya yang dirasa unik oleh wisatawan.

### **Penggunaan IT**

Perkembangan IT dewasa ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola objek wisata untuk penyebaran informasi serta semakin memperluas jangkauan dan area pemasaran. Mengadopsi teknologi informasi untuk aktivitas pemasaran dan promosi perlu dilakukan oleh pengelola. Penggunaan IT juga dapat dimaknai sebagai sebuah proses penerapan inovasi yang dilakukan sepanjang waktu dan berkesinambungan selama pengelolaan masih dilakukan.

### **Dukungan Masyarakat**

Dampak positif yang diberikan objek wisata dalam rangka pemberdayaan dan pengembangan masyarakat luas, akan memperkuat posisi objek wisata. Dengan situasi tersebut, dukungan masyarakat akan semakin kuat terhadap keberadaan objek wisata. Pariwisata berkelanjutan juga menegaskan pengelola perlu memberikan perhatian serius dalam pengelolaannya sehingga akan memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, objek wisata Curug Cileat berada pada Kuadran 1-A. hasil tersebut menegaskan jika pengelola objek wisata dapat menerapkan strategi pertumbuhan agresif. Pengelola objek wisata dapat memaksimalkan berbagai kekuatan yang dimiliki seperti: (1) potensi objek wisata,

(2) lokasi objek wisata, (3) kompetensi SDM, (4) kesejahteraan karyawan, (5) kebersihan objek wisata, (6) pemberdayaan masyarakat, (7) penerapan protokol Kesehatan, (8) keamanan objek wisata, dan (9) adanya ijin operasional. Disamping memaksimalkan potensi yang ada, pengelola juga dapat memanfaatkan berbagai peluang yang muncul, diantaranya: (1) keunikan objek wisata, (2) penggunaan IT dan (3) memanfaatkan dukungan masyarakat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Aburumman, A. A. (2020). COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: The example of the UAE MICE industry. *Humanities & Social Sciences Communications*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>

Alatas, B. I., & Fardaniah, R. (2021, September 9). *Daftar Desa-Desa Wisata Penerima Penghargaan ADWI 2021*. antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/2574693/ini-daftar-desa-desa-wisata-penerima-penghargaan-adwi-2021#:~:text=Juara%20%20Desa%20Wisata%20Tinalah,Tamansari%2C%20Banyuwangi%2C%20Jawa%20Timur>.

Al-Msallam, S. (2020). The impact of tourists' emotions on satisfaction and destination loyalty – an integrative moderated mediation model: Tourists' experience in Switzerland. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(5), 509–528. <https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2019-0126>

Aly, M. N., Hamid, N., Suharno, N. E., Kholis, N., & Aroyandini, E. N. (2021). Community involvement and

sustainable cave tourism development in tulungagung region. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(2), 588–597. Scopus. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.2\(50\).28](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.2(50).28)

Arida, I. N. S., Wiguna, P. P. K., Narka, I. W., & Febrianti, N. K. O. (2017). Development Planning of Tourist Village Using Participatory Mapping (Case study: Mambal Village, Badung Regency, Indonesia). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 98(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/98/1/012044>

Asonitou, S., & Kottara, C. (2019). Sustainable development of skills for the tourism sector and its financial impact. In *Strategic {Innovative} {Marketing} and {Tourism}* (pp. 1121–1129). Springer.

Baum, T. (2018). Sustainable human resource management as a driver in tourism policy and planning: A serious sin of omission? *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 873–889. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1423318>

Bhaduri, K., & Pandey, S. (2019). Sustainable smart specialisation of small-island tourism countries. *Journal of Tourism Futures*, 6(2), 121–133. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2019-0010>

BPS. (2020). *Statistics of International Tourist Visits in 2019*. Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2019. <https://jambikota.bps.go.id/>

Breakey, N. M., & Breakey, H. E. (2015). Tourism and Aldo Leopold's "cultural harvest": Creating virtuous

- tourists as agents of sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 85–103. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.924954>
- Creswell, J., & David. (2019). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches*. 388–388.
- DeWit, A., Shaw, R., & Djalante, R. (2020). An integrated approach to sustainable development, National Resilience, and COVID-19 responses: The case of Japan. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, 101808. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101808>
- El-Haddadeh, R., Osmani, M., Hindi, N., & Fadlalla, A. (2021). Value creation for realising the sustainable development goals: Fostering organisational adoption of big data analytics. *Journal of Business Research*, 131, 402–410. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.066>
- Fatmawati, I., Bestari, S. A., & Rostiani, R. (2021). Key Success Factors' Identification of Farm Tourism: A Case from Indonesia. In Juwaidah Prof., Saiyut P., Tjale M.M., & Rozaki Z. (Eds.), *E3S Web of Conferences* (Vol. 232). EDP Sciences; Scopus. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123202020>
- Gössling, S. (2021). Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 733–750. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>
- H. Demolinggo, R., Damanik, D., Wiweka, K., & Pramania Adnyana, P. (2020). Sustainable Tourist Villages Management Based on Javanese Local Wisdom 'Memayu Hayuning Bawono' Best Practice of Desa Wisata Pentingsari, Yogyakarta. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 7(2), 41–53. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2020.725>
- Hartono, R. (2019). *Menyusuri Keindahan Tanah Pasundan* (1st ed.). Penerbit Duta.
- Hassan, S., & Mahrous, A. A. (2019). Nation branding: The strategic imperative for sustainable market competitiveness. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 1(2), 146–158. <https://doi.org/10.1108/JHASS-08-2019-0025>
- Havadi Nagy, K. X., & Espinosa Segui, A. (2020). Experiences of community-based tourism in Romania: Chances and challenges. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 27(2), 143–163. <https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>
- He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Heslinga, J., Groote, P., & Vanclay, F. (2019). Strengthening governance processes to improve benefit-sharing from tourism in protected areas by using stakeholder analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(6), 773–787. Scopus.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1408635>

Higgins-Desbiolles, F., & Wijesinghe, G. (2019). The critical capacities of restaurants as facilitators for transformations to sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1080–1105. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1510410>

Kluza, K., Ziolo, M., & Spoz, A. (2021). Innovation and environmental, social, and governance factors influencing sustainable business models—Meta-analysis. *Journal of Cleaner Production*, 303, 127015. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127015>

Knab, M. J., & Samuel, O. W. (2020). Potensi Dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tunan Di Kabupaten Minahasa Utara. *Universitas Katolik De La Salle*. <https://repo.unikadelasalle.ac.id/1449/>

Lim, W. M., Yap, S.-F., & Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading? *Journal of Business Research*, 122, 534–566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>

Mainolfi, G., & Marino, V. (2020). Destination beliefs, event satisfaction and post-visit product receptivity in event marketing. Results from a tourism experience. *Journal of Business Research*, 116, 699–710. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.001>

Manrai, L. A., Manrai, A. K., & Friedeborn, S. (2018). Environmental

determinants of destination competitiveness and its Tourism Attractions-Basics-Context, A-B-C, indicators: A review, conceptual model and propositions. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 25(50), 425–449. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-01-2018-0010>

McCool, S. F., & Moisey, R. N. (2008). Tourism, recreation, and sustainability: Linking culture and the environment: Second edition. In *Tourism, Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment: Second Edition* (p. 296).

Miah, S. J., Vu, H. Q., Gammack, J., & McGrath, M. (2017). A Big Data Analytics Method for Tourist Behaviour Analysis. *Information and Management*, 54(6), 771–785. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.11.011>

Micevski, M., Diamantopoulos, A., & Erdbrügger, J. (2020). From country stereotypes to country emotions to intentions to visit a country: Implications for a country as a destination brand. *Journal of Product & Brand Management*, 30(1), 118–131. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2019-2563>

Moreno-Luna, L., Robina-Ramírez, R., Sánchez, M. S. O., & Castro-Serrano, J. (2021). Tourism and sustainability in times of covid-19: The case of Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1–22. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041859>

Muhammad, D., Hanggraito, A. A., Anshori, H. A., & Aisyahdi, nahda F. (2020). *Study of Classification of Tourism Villages in Sleman Regency*.

Sleman Regency Tourism Office. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

Nuryakin, & Priyo, J. S. (2018). Service quality, trust and customer loyalty: The role of customer satisfaction at the hotel services industry in Indonesia. *Quality - Access to Success*, 19(166), 50–55. Scopus.

Pegas, F. V., Weaver, D., & Castley, G. (2015). Domestic tourism and sustainability in an emerging economy: Brazil's littoral pleasure periphery. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 748–769. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.998677>

Ryan, I., Myers, B., & Mooney, S. (2020). Leader development: A pathway for social change? *Leadership*, 1742715020980295. <https://doi.org/10.1177/1742715020980295>

Stankov, U., Filimonau, V., Gretzel, U., & Vujčić, M. D. (2020). E-mindfulness – the growing importance of facilitating tourists' connections to the present moment. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 239–245. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0135>

Sulistyo, A. (2017). Analisis Swot 8-K Pada Objek Wisata Rekreasi Dan Hiburan Keluarga Kid's Fun Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataan*, 11 No 2, 1–10.

Sulistyo, A. (2020). *Sme's Strategy in Creating Sustainable Business During Covid-19 Towards the New Normal Era Based on Marketing Mix Perspective*. 200–202--4.

Sulistyo, A. (2021). Tourism Marketing 3.0 On Tinalah Tourist Village An Effort To Increase The Quality Of

Tourist Product. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 9(3), 1–8. <https://doi.org/10.35814/tourism.v9i3.2283>

Sulistyo, A., & Salindri, Y. A. (2018). Pengembangan "Si Thole" Sebagai Transportasi Pariwisata Terintegrasi Di Yogyakarta. *Proceeding Seminar Nasional Membangun Green Entrepreneur (Solusi Bonus Demografi Indonesia)*, 138–151. <http://www.stieww.ac.id/index.php/2019/05/10/prosiding-seminar-nasional-2018-membangun-green-entrepreneur-solusi-bonus-demografi-indonesia/>

Sulistyo, Agung. (2020). Strategi Pengembangan Objek Wisata Minat Khusus Dalam Upaya Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Bantul (Studi Kasus: Karst Tubing). *The 11th University Research Colloquium 2020*, 1–8. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/876/851>

Sumaryadi, S., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Gaffar, V. (2021). The Relationship Between the Quality of Destination and Tourist Satisfaction: The Role of Destination Attributes. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 929–937. Scopus. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0929>

Tang, T. (Ya), Zhang, S. (Katee), & Peng, J. (2021). The value of marketing innovation: Market-driven versus market-driving. *Journal of Business Research*, 126, 88–98. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.067>

Torkington, K., Stanford, D., & Guiver, J. (2020). Discourse(s) of growth



and sustainability in national tourism policy documents. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7), 1041–1062. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1720695>

UNWTO. (2020, October 2). *Tourism Statistics Data*. United Nations World Tourism Organizations. <https://www.unwto.org/statistic/basic-tourism-statistics>

Wiweka, K., Demolingo, R. H., Karyatun, S., Adnyana, P. P., & Nurfikriyani, I. (2021). *Tourist Village Rejuvenation and Overtourism Management: The Desa Wisata Nglanggeran Lifecycle Experience*, Yogyakarta, Indonesia. 8(1), 1–16.

Zarezadeh, Z. Z., Rastegar, H. R., & Gretzel, U. (2018). Reviewing the Past to Inform the Future: A Literature Review of Social Media in Tourism. *Czech Journal of Tourism*, 7(2), 115–131. <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0006>