

## Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Tirta Air Panas Gunung Peyek Ciseeng

Yhulia Ckristin<sup>1</sup>, Yudhiet Fajar Dewantara<sup>2</sup>

Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Jakarta Indonesia

Email : [ydwantara@bundamulia.ac.id](mailto:ydwantara@bundamulia.ac.id)

### ABSTRAK

Destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek adalah salah satu aset wisata alam dan salah satu situs sejarah pada saat Belanda masih tinggal di Indonesia. destinasi ini masih di urus perijinan dari situs menjadi destinasi, tetapi tidak mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung ataupun berobat di lokasi ini. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengembangan destinasi wisata Serta mengetahui pengelolaan masyarakat lokal dengan SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mixed Methode (Kualitatif & Kuantitatif)* secara *Deskriptif*. Penelitian ini menggunakan metode analisis *EFAS* dan *IFAS*, *Diagram Analisis SWOT*, *Matriks SWOT*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Observasi, Kuesioner, Wawancara, dan Dokumentasi*. Wawancara dalam penelitian ini melibatkan 2 orang informan, dan penyebaran kuesioner dibagikan kepada 30 responden melalui *Google Form*. Hasil penelitian menunjukkan posisi destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek dalam Diagram Analisis SWOT berada di *Kuadran I*, hal itu dapat digunakan dalam kondisi ini dengan mendukung kebijakan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Mengenai arah kebijakan pengembangan Gunung Peyek lebih mengarah ke *Strength – Opportunities (S – O)*. *Sustainable Tourism* dan *Tourism Life Cycle* pada destinasi, masih belum memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Saran untuk pengembangan & pengelolaan destinasi berdasar hasil *diagram analisis SWOT* dan *Matriks SWOT*, yaitu pengelolaan potensi destinasi dengan keunikan daya tarik wisata secara maksimal, sekaligus melakukan peningkatan dari segi promosi, fasilitas pendukung, layanan tambahan, dan kerja sama dengan investor maupun pihak terkait untuk pendanaan mengenai pengelolaan, dan pengembangan sarana prasarana kedepannya.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Destinasi, Gunung Peyek, Daya Tarik Wisata

### ABSTRACT

*The tourist destination of Mount Peyek Hot Spring is one of the natural tourism assets and one of the historical sites when the Dutch were still living in Indonesia. This destination is still in the process of licensing from the site to be a destination, but it does not reduce the interest of tourists to visit or seek treatment at this location. This study aims to determine the development of tourist destinations and to know the management of local communities with SWOT. This study uses a Mixed Method approach (Qualitative & Quantitative) in a descriptive manner. This study uses EFAS and IFAS analysis methods, SWOT Analysis Diagram, SWOT Matrix. The data collection techniques used were Observation, Questionnaire, Interview, and Documentation. Interviews in this study involved 2 informants, and questionnaires were distributed to 30 respondents via Google Form. The results show that the position of the Gunung Peyek Hot Spring tourist destination in the SWOT Analysis Diagram is in Quadrant I, it can be used in this condition by supporting an aggressive policy (Growth Oriented Strategy). Regarding the policy direction of Gunung Peyek development, it is more towards Strength – Opportunities (S – O). Sustainable Tourism and Tourism Life Cycle in destinations, still do not meet the needs and desires of tourists. Suggestions for destination development & management based on the results of SWOT analysis diagrams and SWOT Matrix, namely managing the potential of destinations with unique tourist attractions to the maximum, as well as making improvements in terms of promotions, supporting facilities, additional services, and collaboration with investors and related parties for funding regarding the management and development of infrastructure facilities in the future.*

Keywords:, Destination Development Strategy, Mountain Peyek, Tourism Attraction

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten Bogor adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Bogor merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah / budaya yang beragam. Daya tarik wisata Bogor adalah perpaduan antara karakter alamnya yang kuat, kebudayaan, dan kepurbakalaan. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional, mengenai daya tarik wisata Kabupaten Bogor meliputi, daya tarik wisata alam, daya tarik wisata buatan, dan wisata budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut di kelola dengan baik oleh masyarakat local setempat dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, disamping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap bangsa.

Parung adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat yang memiliki beberapa destinasi wisata yang terkenal. Salah satu destinasi wisata di Kecamatan Parung yang memiliki destinasi wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan dan dikelola adalah Pemandian Air Panas Gunung Peyek. Pemandian air Panas Gunung Peyek atau yang biasa disebut

Jacuzzi alami ini berlokasi Jalan Pasar Ciseeng, Desa Bojong Indah, Kec. Parung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek adalah salah satu aset wisata alam dan salah satu situs sejarah pada saat Belanda masih tinggal di Indonesia. Walaupun destinasi ini masih di urus perijinan dari situs menjadi destinasi dan rencananya akan di adakannya BUMDES menurut Lurah, tetapi tidak mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung ataupun berobat di lokasi ini.

Dikarenakan harga tiketnya yang terjangkau dari dua destinasi wisata yang berada disekitarnya dan suasananya yang asri ditambah dengan hamparan sawahnya yang menambah kesan alami di desa. Wisata alam Gunung Peyek di Kecamatan Parung yang mempunyai daya tarik tinggi dan keunikan dari pemandian air panas yang lainnya dengan air hangatnya, airnya yang asin, suasana dan pemandangannya yang masih asri. Pemandian ini merupakan destinasi wisata yang diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara di Kecamatan Parung maupun Kabupaten Bogor setiap tahunnya. Namun akses menuju ke lokasi destinasi tersebut masih sulit dijangkau jika menggunakan mobil, yang dikarenakan masih harus melewati persawahan dan adanya jalan yang tidak beraspal. Sedangkan untuk akses yang paling memungkinkan hanya berjalan kaki, dan kalau pun menggunakan sepeda motor bisa tetapi harus melanjutkan ke dekat lokasi dengan berjalan kaki. Bagi masyarakat local selaku pengelola masih minim pengetahuan dan kesadaran mengenai pariwisata dan pengembangannya. Sehingga

masih kurangnya tindakan pemasaran ataupun pengenalan akan destinasi wisata Gunung Peyek yang menyebabkan masih banyak yang kurang mengetahui wisata ini dan kurang mengenal wisata ini

Hal ini seharusnya menjadi perhatian utama bagi pemerintah Kabupaten Bogor melalui DISBUDPAR (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). Yang seharusnya menjadi perhatian pemerintah dalam membangun wisata tersebut, sehingga masyarakat bisa merasakan dampak dari adanya destinasi wisata yang dikelola dan menjadi salah satu pendapatan daerah serta memajukan masyarakat setempat. Untuk itu, maka berbagai perubahan dan pengembangan yang dilakukan harus disikapi dengan baik oleh pemerintah daerah. Dengan menerapkan strategi yang efektif guna memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dan mempertimbangkan pengaruh eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya potensi destinasi wisata pemandian air panas di Ciseeng. Hasil penelitian ini berguna dalam pemberian informasi yang relevan sehingga kedepannya kawasan wisata tersebut dapat terarah dan lebih baik lagi pengelolaannya dan kawasan ini akan lebih banyak dikunjungi oleh para wisatawan.

## METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Pemandian Air Panas Gunung Peyek yang terletak di Jl. Pasar Ciseeng, Bojong Indah, Kecamatan Parung, Bogor, Jawa Barat 16330. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Mix-method penelitian adalah metode yang memadukan pendekatan

kualitatif dan kuantitatif dalam hal metodologi (seperti dalam tahap pengumpulan data), dan kajian model campuran memadukan dua pendekatan dalam semua tahapan proses penelitian (Abbas, 2010: Viii). Sedangkan menurut Creswell (2014: 5) *mix-methods* merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan atau mengasosiasikan bentuk kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *mix-method* dengan menggabungkan dua metode kuantitatif dan kualitatif dimana memadukan kuantitatif (*mixed method*), dan analisis SWOT sebagai metode analisis data.

Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan sampel penelitian adalah *Purposive Sampling* yang termasuk ke dalam *Non-Probability Sampling*. Dan menentukan jumlah responden / partisipan, peneliti menggunakan teori Roscoe dalam Sugiyono (2016) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampai dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 Responen .
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari

jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independent + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing- masing antara 10 s/d 20.
5. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dan membagikannya kepada 30 sampel responden dari wisatawan yang sedang mengunjungi destinasi maupun pernah mengunjungi destinasi dalam waktu dekat ke Pemandian Air Panas Gunung Peyek Ciseeng.

Dan menurut **Sugiyono (2012)** populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berada dan pernah berkunjung ke Pemandian Air Panas Gunung Peyek Ciseeng dalam waktu dekat dari tahun 2020. Dalam kuesioner tersebut, peneliti menggunakan skala likert yang terdapat 4 pilihan dalam bentuk tabel dengan nilai yang berbeda. Menurut **Sarjono dalam Yunianti (2017)** skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian. skala *likert* mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Menurut **Hadi (1991) dalam Hertanto (2017)**, alasan modifikasi skala likert menjadi 4 tingkat karena untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung oleh skala lima tingkat. Kategori *undeciden* pada skala lima tingkat mempunyai arti ganda dan belum dapat

memutuskan dan memberikan jawaban penelitian yang lebih akurat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penyebaran kuesioner, profil responden dapat dirincikan menjadi berbagai karakteristik yang berbeda-beda yaitu jenis kelamin, frekuensi kunjungan, dan tujuan berkunjung, sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	16	53,3%
Perempuan	14	46,7%
Total	30	100 %

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebesar 53,3% dan sisanya berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 46,7%. Berdasarkan hasil analisa wisatawan laki-laki lebih menyukai lokasi wisata alami tetapi tidak terlalu memperhatikan tempatnya harus lengkap dengan sarana prasarana, dan ekstrim. Dibandingkan dengan wisatawan wanita yang lebih menyukai tempat yang harus lengkap dengan sarana prasarana yang lengkap, bagus, dan bersih selain itu wanita sangat menikmati pemandangan yang indah dalam kegiatan berkunjungnya dibandingkan dengan pengunjung laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	3	10%
21 – 30 tahun	19	63,3%
31 – 40 tahun	3	10%
41 – 50 tahun	3	10%
> 50 tahun	2	6,7%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik dari 30 partisipan berdasarkan usianya, menunjukkan bahwa sebanyak 3 orang (10%) berusia <20 tahun, sebanyak 19 orang (63,3%) berusia 21-30 tahun, sebanyak 3 orang (10%) berusia 31-40 tahun, sebanyak 3 orang (10%) berusia 41-50 tahun dan sebanyak 2 orang (6,7%) berusia > 50 tahun. Hal ini berarti menunjukkan wisatawan yang dominan adalah wisatawan dengan usia 21 – 30 tahun, berdasarkan hasil analisa yang berminat berkunjung itu wisatawan berusia produktif. Di usia produktif lebih menyukai tempat yang berinteraksi langsung dengan alam, baik untuk merelaksasikan diri sendiri, bertemu teman dan komunitas, menambah foto dalam feed instagram maupun untuk berekreasi dengan keluarga dan anak.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Jumlah	Persentase
1 Kali	12	40%
2 Kali	11	36,7%
>3 Kali	7	23,3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berfrekuensi kunjungan , yaitu sebesar 40% sebanyak 1 Kali, 36,7% sebanyak 2 Kali dan sisanya, yaitu sebesar 23,3% sebanyak lebih dari 3 Kali. Hal ini berarti menunjukkan frekuensi kunjungan yang dominan adalah sebanyak 1 kali yaitu sebanyak 12 orang, sedangkan yang sebanyak 2 kali ada 11 orang yang selisihnya hanya 1. Berdasarkan hasil analisa, terkait lokasi wisata ini baru sekitar 3 tahun dibuka dan dikelola, sehingga masih sedikit yang mengetahui wisata ini. Masih banyak orang yang lebih mengetahui destinasi wisata Gunung Panjang dan Gunung Kapur daripada Gunung Peyek.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

Tujuan	Jumlah	Persentase
Berobat	4	13,3%
Berpiknik	16	53,3%
Hangout Bersama	9	30%
Tugas/Penelitian	1	3,4%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang memiliki tujuan berkunjung untuk berpiknik sebesar 53,3% berjumlah 16 orang, untuk hangout bersama komunitas sebesar 30% berjumlah 9 orang, untuk berobat sebesar 13,3% berjumlah 4 orang, dan sisanya sebesar 3,4% berjumlah 1 orang. Hal ini berarti menunjukkan yang dominan adalah wisatawan yang bertujuan untuk berpiknik. Berdasarkan hasil analisa, wisatawan yang datang biasanya berkeluarga, baik dari masyarakat sekitar Gunung Peyek ataupun masyarakat diluar daerah sekitar wisata. Dan berpiknik kesini karena harganya yang terjangkau dan bisa berintraksi dengan alam secara langsung.

#### A. Analisis SWOT

##### 1. Faktor *Strengths* (Kekuatan)

###### a. *Pemandangan Alam*

Kekuatan yang pertama adalah Pemandangan alam yang indah, asri dan sejuk, yaitu pemandangan hamparan sawah di sekelilingnya. Dengan adanya hamparan pepohonan yang berada di samping Goa atau Gunung Peyek yang membuat pemandangan dan suasana menjadi sejuk dan asri. Dikarenakan di desa Bojong Indah terdapat tiga Pemandian Air Panas alami, yang salah satunya adalah Gunung Peyek ini.

Gambar 1. Pemandangan Alam di Pemandian Air Panas Gunung Peyek



Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2020

###### b. *Keramahan*

Kekuatan yang kedua adalah sikap keramahan antara pengelola tempat wisata dan masyarakat sekitarnya yang membuat nyaman para wisatawan.

###### c. *Gazebo*

Kekuatan yang ketiga adalah tersedianya gazebo atau tempat duduk santai yang berada di beberapa lokasi, dengan bahan yang tradisional.

Gambar 2. Tempat Duduk / Gazebo



Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2020

###### d. *Biaya Tiket*

Kekuatan yang keempat adalah harga tiket yang relative murah dibandingkan dengan destinasi wisata pemandian yang sejenis di sekitarnya. Sehingga dengan biaya yang murah, wisatawan masih bisa merasakan berendam di pemandian air panas alami dengan waktu yang tidak dibatasi. Biaya tiket disini hanya membayar seharga Rp. 10.000 untuk berendam di kolam pemandian

###### e. *Keunikan Daya Tarik Wisata*

Kekuatan yang kelima adalah Pemandian Air Panas Gunung Peyek merupakan salah satu dari tiga pemandian air alami yang berair hangat, selain Gunung Panjang dan Tirta Sanita (Gunung Kapur) yang ada di sekitar. Dan rasanya yang asin menjadi keunikan yang berbeda dari pemandian air panas di daerah lainnya. Selain itu yang menjadi pembeda juga antara Gunung Peyek dengan Gunung Panjang dan Gunung Kapur adalah

letaknya pemandian itu berada di tengah-tengah pematang sawah.

## 2. Faktor *Weakness* (Kelemahan)

### a. *Aksesibilitas*

Kelemahan yang pertama adalah terbatasnya akses bila menggunakan transportasi umum menuju destinasi wisata. Dikarenakan lokasinya yang berada jauh dari jalan besar, sehingga jika menggunakan transportasi umum seperti angkutan umum (angkot) cukup sulit. Dan lebih mudah untuk menggunakan kendaraan pribadi seperti motor, ojek online dan sepeda, bila menggunakan mobil bisa diparkirkan di masjid. Sedangkan bila menggunakan taksi online, hanya bisa berhenti di depan gang jambang atau dekat masjid yang selanjutnya perjalanan dilanjutkan dengan berjalan kaki.

### Gambar 3. Akses Ke Tirta Sanita



Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2020

### b. *Kondisi Jalan*

Kelemahan yang kedua adalah kondisi jalan yang melewati gang jambang menuju lokasi destinasi masih belum baik, dikarenakan permukaan jalannya masih berupa bebatuan dan belum teraspal. Sedangkan untuk kondisi jalan yang melewati wisata Tirta Sayaga itu hanya bisa ditempuh dengan berjalan kaki, dikarenakan jalannya berupa jalan setapak yang berada ditengah-tengah sawah dan kebun.

### Gambar 4. Kondisi Jalan Yang Rusak



Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2020

### c. *Kurangnya Promosi*

Kelemahan yang ketiga adalah kurangnya penggunaan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola destinasi wisata. Dilihat dari belum banyaknya orang yang mengetahui destinasi wisata ini, dikarenakan orang banyak mengetahuinya hanya dari vlog youtube, blog, banyak website yang berkaitan dengan info wisata, dan informasi dari teman, keluarga ataupun komunitas.

### d. *Anggaran Biaya Pembangunan*

Kelemahan yang keempat adalah terbatasnya anggaran dana untuk pembiayaan pembangunan sarana dan prasarana destinasi wisata. Dikarenakan anggaran yang selama ini digunakan itu berasal dari penggalangan dana secara sukarela bersama lurah dan pihak pengelola lainnya.

### e. *Fasilitas Jajanan Kuliner*

Kelemahan yang kelima adalah masih kurang memadainya fasilitas jajanan kuliner yang ada di Pemandian Air Panas Ciseeng, baik dari sisi sajian makanannya ataupun jenis makanannya.

## 3. Faktor *Opportunities* (Peluang)

### a. *Minat Wisatawan*

Peluang pertama diharapkan untuk kedepannya adalah terjadinya peningkatan minat wisatawan untuk mengunjungi wisata tirta dan pemandian air panas. Sehingga berdampak ke destinasi wisata yang berkaitan

dengan wisata tirta dan pemandian air panas alami terutama.

b. *Peluang Membuka Usaha*

Peluang kedua yang diharapkan untuk kedepannya adalah terjadinya peningkatan adanya peluang untuk membuka usaha bagi masyarakat sekitar.

c. *Wawasan dan Pengetahuan Masyarakat*

Peluang yang ketiga adalah adanya peningkatan wawasan dan pengetahuan akan informasi mengenai pengembangan dan pengelolaan potensi wisata sekitar.

d. *Berwisata dan Pengobatan*

Peluang yang keempat adalah pengunjung atau wisatawan tidak hanya tertarik menjadikan destinasi wisata Gunung Peyek untuk berwisata, berkumpul bersama komunitas, dan berpiknik, melainkan untuk berobat juga.

e. *Image Destinasi Wisata Aman*

Peluang yang kelima adalah image atau gambaran mengenai destinasi wisata pemandian air panas ini dinilai aman. Salah satu kondisi yang harus diwujudkan dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu tempat adalah rasa aman menurut 7 unsur sapta pesona dalam pariwisata.

4. Faktor *Threats* (Ancaman)

a. *Pencemaran Lingkungan*

Ancaman pertama yang bisa terjadi adalah rawannya terjadi pencemaran lingkungan dikarenakan banyaknya wisatawan yang belum sadar akan menjaga kebersihan, ataupun proses pembuangan limbah yang tidak benar, seperti sabun akan mencemarkan lingkungan nantinya.

b. *Persaingan Destinasi Wisata*

Ancaman kedua yang bisa terjadi adalah adanya persaingan pariwisata antara destinasi wisata yang sejenis di sekitarnya, seperti Gunung Panjang dan Gunung Kapur. Sehingga destinasi wisata ini harus bersaing secara sehat untuk nantinya, dengan masing-masing strategi yang telah direncanakan.

c. *Kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM)*

Ancaman ketiga adalah adanya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata yang masih kurang baik dan perlu ditingkatkan.

d. *Kondisi perubahan iklim*

Ancaman ke empat adalah adanya perubahan iklim yang tidak menentu, membuat berkurangnya wisatawan yang berkunjung. Dikarenakan lokasi berada di tengah sawah, sehingga berbahaya jika kesana disaat kondisi hujan dan ada petirnya.

e. *Kesadaran Wisatawan*

Ancaman kelima adalah terkadang ada beberapa wisatawan yang masih kurang sadar untuk menjaga kebersihan destinasi. Sehingga seharusnya wisatawan dan pengelola sama-sama menjaga kebersihan destinasi wisata ini kedepannya.

B. IFAS dan EFAS

1. Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)

Berdasarkan hasil kuesioner dari analisis matriks IFAS mengenai identifikasi factor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek, disusun kedalam matriks IFAS. Kuesioner yang telah dibagikan, selanjutnya diberi bobot, rating, dan skor. Angka dari skor total IFAS yang menunjukkan 1,0 – 1,99 artinya berada di posisi lemah, angka dari skor 2,0 – 2,99 artinya sedang, dan angka dari skor 3,0 – 4,0 artinya kuat. Matriks IFAS yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada Tabel .5

Tabel 5. Faktor IFAS  
Faktor Internal IFAS

No	Indikator Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1.	Pemandangan Alam	0,14	3,4	0,47
2.	Keramaha	0,09	3,03	0,27
3.	Gazebo	0,08	2,93	0,23
4.	Biaya	0,11	3,26	0,35
5.	Keunikan Dava Tarik	0,1	3,23	0,32
Total		0,52	-	1,64
No	Indikator Kelemahan (Weakness)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1.	Aksesibilit	0,11	3,03	0,33
2.	Kondisi Jalan	0,1	3,36	0,33
3.	Kurangnya Promosi	0,1	3,3	0,33
4.	Anggaran Biaya	0,09	3,17	0,28
5.	Fasilitas Jajanan Kuliner	0,08	3,1	0,24
Total		0,48	-	1,51
Grand		1	-	3,15

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Dalam hal ini, pada tabel IFAS terdapat indicator *Strengths* dan indicator *Weakness*. Pada indicator *Strengths* terdapat pernyataan dengan skor tertinggi yaitu Pemandangan alam. Jumlah skor dari *Strength* yang dimiliki Gunung Peyek adalah 1,64. Sedangkan pada indicator *Weakness* dengan skor tertinggi ada tiga, yaitu aksesibilitas, kondisi jalan, dan yang terakhir itu kurangnya promosi. Jumlah skor dari *Weakness* yang dimiliki Gunung Peyek adalah 1,51. Jumlah antara skor kekuatan dengan kelemahan menunjukkan kekuatan yang dimiliki destinasi lebih besar daripada kelemahan. Dengan total jumlah skor

kekuatan dan kelemahan adalah 3,15 yang berarti posisi kuat.

## 2. Matriks EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*)

Matriks EFAS merupakan matriks yang menyajikan factor-faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dari destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek. Pada matriks EFAS ini, akan disajikan angka yang merupakan hasil dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti dan di olah. Dan seperti penjelasan sebelumnya mengenai angka dari skor total EFAS menunjukkan 1,0 – 1,99 artinya berada di posisi lemah, angka dari skor 2,0 – 2,99 artinya sedang, dan angka dari skor 3,0 – 4,0 artinya kuat. Adapun matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6. Faktor EFAS  
Faktor Internal EFAS

No.	Indikator Peluang	Bobot	Ratin g	Bobot x Ratin
1	Minat Wisatawan	0,09	3,03	0,27
2	Peluang Membuka	0,11	3,23	0,35
3	Wawasan dan Pengetahuan Masyarakat	0,08	3,26	0,26
4	Berwisata dan Pengobatan	0,1	3,36	0,33
5	Image Destinasi Wisata Aman	0,14	3,2	0,44
Total		0,52	-	1,65
No.	Indikator Ancaman	Bobot	Ratin g	Bobot x Ratin
1	Pencemaran Lingkungan	0,08	2,56	0,2

2	Persaingan Destinasi Wisata	0,11	2,66	0,29
3	Kemampuan Sumber Daya Manusia	0,1	3,26	0,32
4	Kondisi perubahan iklim	0,1	2,96	0,29
5	Kesadaran Wisatawan	0,09	3,5	0,31
Total		0,48	-	1,41
Grand Total		1	-	3,06

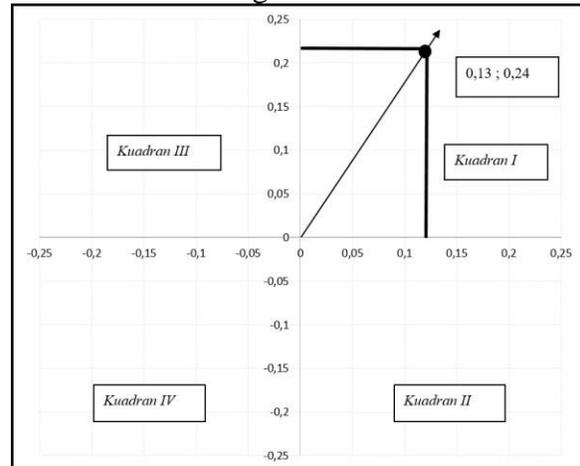
Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Dalam hal ini, pada tabel EFAS terdapat indikator *Opportunities* dan indikator *Threats*. Pada indikator *Opportunities* terdapat pernyataan dengan skor tertinggi yaitu Image destinasi wisata aman. Jumlah skor dari *Opportunities* yang dimiliki Gunung Peyek adalah 1,65. Sedangkan pada indikator *Threats* dengan skor tertinggi, yaitu kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM). Jumlah skor dari *Threats* yang dimiliki Gunung Peyek adalah 1,41. Jumlah antara skor peluang dengan ancaman menunjukkan peluang yang dimiliki destinasi lebih besar daripada ancaman. Dengan total jumlah skor peluang dan ancaman adalah 3,06 yang berarti posisi kuat.

### C. Diagram Analisis SWOT

Apabila nilai tersebut di masukkan dalam diagram matriks SWOT, maka factor internal (*IFAS*) atau (x) dan factor eksternal (*EFAS*) atau (y) dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 5 Diagram Analisis SWOT



Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2020.

Berdasarkan pada gambar diatas, yang menunjukkan bahwa titik potong (0,13 ; 0,24) berada pada posisi *kuadran I* yaitu pada posisi S-O. Dimana posisi ini adalah situasi yang dapat dilakukan pemanfaatan factor kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan potensi destinasi wisata terhadap pengembangan dan pengelolaannya untuk kedepannya. Strategi yang bisa diterapkan pada kondisi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

### D. Matriks SWOT

Selanjutnya pada **Tabel 8** berikut ini adalah hasil matriks SWOT yang di perlukan untuk menghasilkan rekomendasi strategi atau langkah tindakan yang digunakan untuk mengembangkan dan mengelola potensi yang yang terdapat pada destinasi wisata ini. Dari analisis ini akan ditarik kesimpulan mengenai bagaimana cara pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata, sehingga baik pihak pengelola dan masyarakat sekitar mengerti apa saja tindakan yang dilakukan kedepannya terhadap destinasi ini. Data ini diperoleh dari analisis yang sudah di peroleh dan diolah berdasarkan identifikasi factor IFAS (Kekuatan dan Kelemahan) dan

eksternal EFAS (Peluang dan Ancaman), dan selanjutnya menghasilkan alternative strategy dari kombinasi S-O, S-T, W-O, dan W-T untuk mengembangkan dan pengelolaannya.  
Tabel 8. Matriks SWOT

	Strengths (S)	Weakness (W)	
<b>Faktor Internal</b> 	1. Pemandangan alam yang indah asli dan sejuk	1. Terbatasnya akses transportasi umum (Aksesibilitas) menuju destinasi wisata	
	2. Keramahan pengelola tempat wisata dan masyarakat sekitar nya	2. Kondisi jalan menuju destinasi wisata masih belum baik karena masih berupa bebatuan dan belum teraspal	
	3. Tersedianya gazebo yang unik dan tradisional	3. Kurangnya penggunaan promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata	
<b>Faktor Eksternal</b> 	4. Biaya tiket yang relative murah daripada tempat wisata disekitarnya	4. Keterbatasan Anggaran untuk biaya pembangunan sarana dan prasarana destinasi wisata	
	5. Memiliki keunikan daya tarik wisata pemandian berair hangat dan asin diantara pemandian daerah lainnya	5. Fasilitas jajan kuliner yang ada di Pemandian Air Panas Ciseeng masih kurang memadai, baik di sisi sajian makanan atau jenis makanannya	
	Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	1. Meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata tirta dan pemandian air panas	1. Mengelola potensi destinasi wisata alami dengan keunikan daya tarik wisata yang ada untuk meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan	1. Melakukan promosi secara maksimal untuk menarik datangnya wisatawan dengan keunikan daya tariknya
	2. Peningkatan peluang membuka usaha untuk masyarakat sekitar	2. Mengelola potensi destinasi wisata dengan memanfaatkan kooperatifnya lurah daerah Bojong Indah untuk	2. Melakukan pembuatan system promosi dengan pemanfaatan perkembangan teknologi yang ada saat ini

	menebalkan destinasi wisata yang ada	
3. Meningkatnya wawasan dan pengetahuan masyarakat sekitar tempat wisata	3. Memperbaiki sarana yang rusak seperti gazebo	3. Memperbaiki dan membangun akses jalan menuju destinasi wisata, sehingga memudahkan wisatawan untuk menuju ke lokasi
4. Destinasi wisata tersebut dijadikan oleh pengunjung bukan hanya berwisata tetapi juga untuk pengobatan	4. Menambah atraksi wisata untuk menambah daya tarik wisatawan	4. Menambah dan melengkapi varian kuliner yang menarik, safety, hygiene, terjangkau harganya.
5. Image destinasi wisata pemandian air panas dinilai wisatawan aman		
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Rawan terhadap pencemaran lingkungan	1. Adanya keunikan daya tarik wisata pada pemandangan alamnya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk memilih berkunjung ke Gunung Peyek	1. Meningkatkan promosi dan menalin kerja sama dengan pemerintah daerah terkait penneimbangan potensi destinasi wisata
2. Persaingan pariwisata antar destinasi wisata sejenis yang ada di sekitarnya	2. Melakukan pelatihan terhadap masyarakat setempat selaku pengelola agar pengetahuan & wawasan keterampilan setara dengan tenaga dari luar desa	2. Menalin kerja sama dengan investor terkait penanganngaran dana dan investasi terhadap pengelolaan dan penadaan sarana dan prasarana
3. Kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mengelola destinasi wisata yang perlu ditingkatkan	3. Mengoptimalkan keunikan yang ada pada destinasi untuk menghadapi persaingan antar destinasi sejenis	3. Menvedikasikan kotak kritik dan saran, guna memperbaiki dan meningkatkan kunjungan wisatawan
4. Kondisi perubahan iklim		
5. Kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan destinasi wisata		

Sumber: Hasil Olah data Penulis, 2020.

Kaitan Antara Diagram Analisis SWOT, Komponen Destinasi Wisata 4A, dan Sustainable Tourism

#### a. Attraction (Atraksi)

Destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek merupakan objek wisata yang masih alami serta memiliki sumber air hangat yang tidak pernah mati atau habis. Selain itu ada 2 atraksi wisata yang dimiliki Pemandian, yaitu Pemandian Air Panas dan Taman Goa Sagara yang sacral. Lokasi keberadaan destinasi wisata yang di tengah pematang sawah menjadikan wisata ini berbeda dengan kedua Pemandian Air Panas di sebelahnya.

Gambar 6. Atraksi Wisata di Pemandian Air Panas Gunung Peyek



Sumber: Hasil Olah data Penulis, 2020.

#### b. Accessibilities (Aksesibilitas)

Adapun deskripsi mengenai aksesibilitas di destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek, yaitu yang pertama untuk akses jalan nya itu kondisinya masih kurang baik karena masih bebatuan dan belum teraspal jalannya, yang kedua itu terbatasnya akses transportasi umum menuju destinasi wisata sehingga menyulitkan wisatawan jika tidak menggunakan kendaraan pribadi dan yang ketiga belum adanya papan penunjuk arah menuju destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek. Jadi ketika banyak wisatawan yang berkunjung kesana itu mengetahuinya dari bertanya kepada masyarakat local ataupun menggunakan *Google Maps*.

Gambar 7. Aksesibilitas Ke Destinasi Wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek



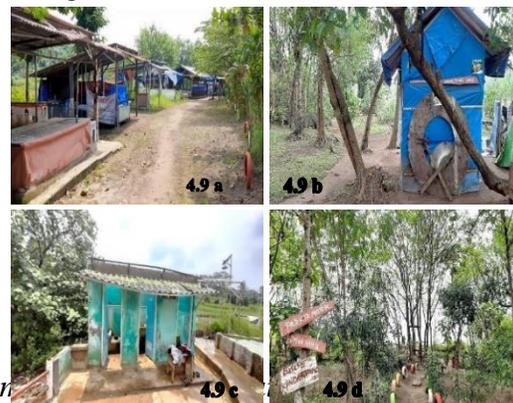
Sumber: Hasil Olah data Penulis, 2020

#### c. Amenities (Fasilitas Penunjang)

Mengenai amenities di destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek, yaitu tersedianya ruang ganti sekaligus toilet, mushola dan tempat wudhu, kolam berendam indoor dan outdoor, area parkir motor, air bersih, serta fasilitas jajanan kuliner yang berada dibawah. Namun fasilitas tersebut rencananya akan di petak dan dibangun, dan adanya pembangunan serta pemindahan beberapa fasilitas tersebut ke tempat yang sudah di tandain dan di desain oleh Lurah setempat.

Gambar 8. Fasilitas Penunjang di Pemandian Air Panas Gunung Peyek.

(a. Fasilitas Jajanan , b. Kondisi Musholah, c. Ruang Ganti, d. Kondisi Parkiran)



Sun

#### d. Ancillary Services (Pelayanan Tambahan)

Sedangkan untuk ancillary services atau fasilitas penunjang di destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek, yaitu tersedianya jaringan komunikasi (signal), dan pemandu wisata hanya untuk ke Taman Gua Segara, dikarenakan masih sakral.

Jadi, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Destinasi Wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek yang ditinjau dari 4A yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Amenities, dan Ancillary Service masih belum memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Dan berdasarkan teori life cycle menurut Buttlar,

bisa disimpulkan destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek ini berada pada tahap *Exploration* atau biasa di sebut tahap penemuan. Yang dimana berarti destinasi wisata ini masih berada pada tahapan mengidentifikasi dan menunjukkan apa yang menjadi potensi dari destinasi Pemandian Air Panas Gunung Peyek. Disamping itu berdasarkan teori Carbone, yaitu mengenai dimensi pariwisata berkelanjutan yang berarti atraksi wisata dari Pemandian Air Panas Gunung Peyek ini harus memiliki 3 dimensi yang saling berkaitan yaitu, adanya pengembangan dan pengelolaan yang berada pada posisi Kuadran I (*Tabel Diagram Analisis SWOT*) itu yang dimana memanfaatkan apa yang menjadi Kekuatan dan Peluang dari destinasi wisata Gunung Peyek di jadikan acuan untuk memaksimalkan pengembangan dan pengelolaan. Dan nantinya Kekurangan dan Ancaman yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut di jadikan atau dimanfaatkan untuk mengembangkan destinasi tersebut. Atau bisa dikatakan di putar balikkan dari Kelemahan dan Ancaman menjadikannya Kekuatan dan Peluangnya sekaligus. Selain itu, harus memberikan manfaat ekonomi untuk masyarakat local dari adanya destinasi wisata ini, tetap melestarikan budaya local setempat wisata dan terkelola dengan baik sumber daya yang ada didalamnya, baik alam dan manusia nya

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Analisis SWOT Destinasi Wisata Tirta Air Panas Gunung Peyek Ciseeng, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Dalam hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa total skor dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Pemandian Air Panas Gunung Peyek, yaitu skor kekuatan (1,64), skor kelemahan

(1,51), skor peluang (1,65), dan skor ancaman (1,41). Total jumlah skor kekuatan dan kelemahan adalah 3,15, yang artinya memiliki posisi yang kuat. Total jumlah peluang dan ancaman adalah 3,06, yang artinya memiliki posisi kuat.

- b. Dalam hasil pemetaan posisi destinasi wisata melalui diagram analisis SWOT dengan cara mengurangi skor total kekuatan dan kelemahan (1,64 – 1,51) dan skor total peluang dan ancaman (1,65 – 1,41). Dan diketahui titik potong untuk keduanya, yaitu (0,13) dan (0,24). Dari hasil pengurangan itu menunjukkan bahwa posisi Pemandian Air Panas Gunung Peyek berada pada kuadran I, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah posisi S – O. Sehingga strategi yang digunakan pada posisi ini adalah memanfaatkan dan memaksimalkan factor kekuatan dan peluang yang dimiliki destinasi wisata. Strategi yang dapat digunakan adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan destinasi wisata secara agresif (*growth oriented strategy*).
- c. Pemandian Air Panas Gunung Peyek belum memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan berdasarkan atraksi, aksesibilitas, fasilitas penunjang, dan fasilitas pelayanan tambahan yang terdapat di destinasi wisata. Selain itu, destinasi wisata ini berada pada tahap penemuan yang dimana tahapan ini masih mengidentifikasi apa saja potensi yang terdapat pada Pemandian Air Panas Gunung Peyek yang nantinya akan dikembangkan sebagai daya tarik wisata tersebut, dengan kealamian dan keasrian dari wisata tersebut yang masih dijaga sampai sekarang. Dan selanjutnya mengenai pemanfaatan dari kekuatan dan peluang yang ada dan nantinya juga akan menggunakan atau merubah kelemahan dan

ancaman yang dimiliki menjadi kekuatan dan peluang bagi destinasi wisata tersebut. Serta berdampak baik untuk ekonomi, social maupun budaya dan bagi sumber daya alam dan manusia nya.

Dikembangkan Sebagai Destinasi Wisata, Jurnal Polibisnis, Volume 10 No.2 Oktober 2018, Politeknik Negeri Padang.

Yunianti, Veny Harza. (2017). *Pengembangan Jakabaring Sport Center sebagai Wisata Olahraga di Palembang Berbasis Analisis SWOT*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Tashakkori dan Chaerles Teddlie. *Mixed Methodology: Mengkombinasikan Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2015 tentang Standar Usaha Pengelolaan Pemandian Air Panas Alami, diakses pada tanggal 3 Mei 2020
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 , Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025, di akses tgl 10 Desember 2021 <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>
- Rangkuti, Fredy.2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Nindy Lupita. (2018). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Putri Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU)*. Palembang: Politeknik Negeri Srwijaya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Wineima & Riesa, 2018, Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan Potensi Kecamatan Sikakap Kabupaten Kepulauan Mentawai Untuk