

BAB I

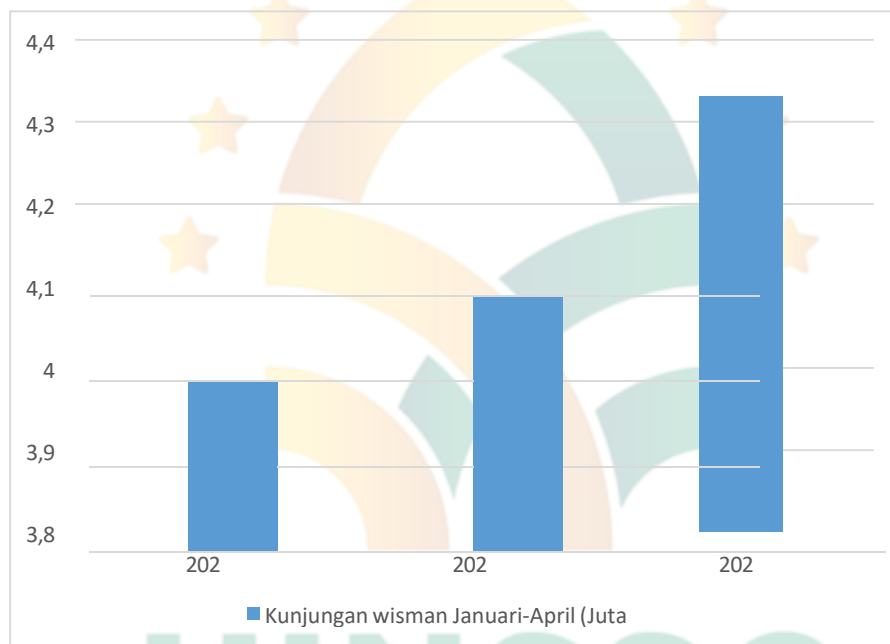
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata telah lama diakui sebagai salah satu mesin penggerak perekonomian global dan nasional, memainkan peran krusial dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, serta pelestarian budaya dan lingkungan, sebagaimana ditekankan dalam berbagai kebijakan pembangunan di Indonesia. Menurut Santoso, A. B., & Hidayat, R. (2022) perkembangan pariwisata yang pesat ini menuntut setiap destinasi wisata untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat, baik di tingkat regional maupun internasional, mengingat preferensi wisatawan yang semakin beragam dan mudah berubah. Oleh karena itu, strategi pengelolaan yang adaptif dan berorientasi pasar menjadi kunci keberlanjutan suatu destinasi, di mana pendekatan konvensional yang hanya mengandalkan daya tarik alam semata seringkali tidak lagi memadai untuk mempertahankan arus kunjungan.

Signifikansi kontribusi ekonomi sektor pariwisata mengimplikasikan bahwa pengembangannya tidak dapat lagi berlangsung secara ad hoc atau tanpa perencanaan strategis yang matang; diperlukan formulasi strategi pengembangan yang komprehensif, terintegrasi, dan adaptif terhadap dinamika pasar global maupun lokal. Menurut (Fedryansyah, 2018) secara konseptual dalam studi manajemen strategis dan pariwisata, strategi pengembangan pariwisata dapat didefinisikan sebagai serangkaian keputusan dan tindakan terencana yang diimplementasikan untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu destinasi, didasarkan pada analisis mendalam terhadap kondisi internal (kekuatan dan kelemahan sumber daya *tangible* maupun *intangible*) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman pasar, kompetisi, tren teknologi, regulasi). Mengingat kompleksitas inheren industri pariwisata—yang ditandai oleh multipisitas pemangku kepentingan (pemerintah, swasta, masyarakat), interkonektivitas antar-sektor yang kuat (pertanian, transportasi, konstruksi), serta sensitivitas terhadap isu sosial-budaya dan kelestarian lingkungan pendekatan strategis menjadi suatu keniscayaan absolut. Ketiadaan strategi yang terdefinisi dengan jelas dan terukur berpotensi mengakibatkan pengembangan pariwisata menjadi tidak terarah

(*unfocused*), tidak efisien dalam alokasi sumber daya yang terbatas, gagal mengkapitalisasi peluang pasar yang dinamis, menimbulkan eksternalitas negatif yang tidak terkendali (seperti *overtourism* atau degradasi lingkungan), dan pada akhirnya, gagal memberikan kontribusi optimal terhadap tujuan pembangunan yang lebih luas. Oleh karena itu, perumusan dan implementasi strategi yang tepat, yang diinformasikan oleh analisis potensi dan tantangan secara cermat serta melibatkan partisipasi pemangku kepentingan, merupakan variabel determinan fundamental bagi keberhasilan dan keberlanjutan pengembangan pariwisata.



Gambar 1. 1 Kujungan wisatawan

Pariwisata telah secara konsisten membuktikan perannya sebagai salah satu sektor fundamental dalam arsitektur perekonomian nasional Indonesia, berfungsi sebagai motor penggerak vital bagi pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan sumber perolehan devisa negara. Dalam konteks pemulihan ekonomi pasca-pandemi, sektor pariwisata menunjukkan resiliensi yang luar biasa dan menjadi tumpuan strategis pemerintah untuk akselerasi pembangunan. Data terbaru dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan bahwa sektor ini terus memberikan kontribusi signifikan; setelah devisa pariwisata melonjak mencapai US\$14,0 miliar pada tahun 2023, kontribusi

pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional diproyeksikan stabil di angka 4% pada tahun 2024. Angka ini tidak hanya mencerminkan pemulihan di sisi kunjungan wisatawan mancanegara, tetapi juga didukung oleh pergerakan wisatawan nusantara yang pada periode Januari-April 2025 tercatat mencapai 410,99 juta perjalanan, naik 10,65% dari periode yang sama tahun 2024. Kekuatan fundamental pariwisata ini terletak pada kemampuannya menciptakan *multiplier effect* (efek ganda) yang luas, yang secara langsung menggerakkan sektor-sektor ekonomi kerakyatan seperti akomodasi, transportasi, kuliner, dan industri kriya (UMKM), sehingga pengembangan destinasi di tingkat lokal menjadi imperatif untuk mendistribusikan manfaat ekonomi ini secara merata.



Gambar 1. 2 Jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Majalengka

Pemerintah Indonesia sendiri telah menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan dan menetapkan berbagai program strategis untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi, mendorong daerah-daerah, termasuk Kabupaten Majalengka, untuk memaksimalkan potensi sumber daya yang dimiliki. Peningkatan kunjungan wisatawan, terutama domestik, menjadi indikasi pentingnya sektor ini, di mana data dari Kabupaten Majalengka menunjukkan adanya peningkatan kunjungan wisatawan domestik secara

signifikan dalam beberapa tahun terakhir, misalnya mencapai 818.543 orang pada tahun 2022 dan terus meningkat hingga 1,8 juta wisatawan sepanjang tahun 2023, mencerminkan potensi pasar yang besar yang perlu dipertahankan melalui upaya pengembangan berkelanjutan.

Di sinilah letak fenomena masalah utama yang menjadi fokus krusial penelitian ini, yaitu pada Wisata Tirta Indah yang berlokasi di Desa Ujung Berung, Kecamatan Sindang Wangi, Kabupaten Majalengka. Destinasi ini secara historis telah dikenal dan memiliki daya tarik utama yang spesifik berupa sumber mata air alami yang jernih dan fasilitas pemandian, yang selama ini mampu menarik pengunjung terutama dari kalangan lokal dan regional terdekat. Namun, di tengah euforia dan lonjakan pariwisata Kabupaten Majalengka secara umum yang mencapai 1,8 juta kunjungan, diduga kuat bahwa Wisata Tirta Indah belum sepenuhnya mampu mengkapitalisasi momentum tersebut dan masih sangat bergantung pada produk inti (pemandian alami) yang sudah ada sejak lama. Observasi awal dan informasi dari berbagai sumber (yang perlu divalidasi dan didalami secara empiris dalam penelitian ini) mengindikasikan adanya keterbatasan yang signifikan dalam hal variasi produk, layanan, dan pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung di luar aktivitas berenang atau bermain air. Ketergantungan berlebih pada satu jenis atraksi utama ini secara teoritis dan praktis berpotensi menimbulkan serangkaian masalah yang menghambat pengembangan lebih lanjut: (1) Risiko kejenuhan pasar dan menurunnya daya tarik bagi segmen wisatawan yang lebih luas (misalnya keluarga, rombongan, wisatawan minat khusus) atau bagi mereka yang mencari pengalaman lebih beragam; (2) Terbatasnya sumber pendapatan (*revenue streams*) baik bagi pengelola maupun masyarakat sekitar, karena minimnya pilihan aktivitas yang dapat menarik pengeluaran wisatawan (*tourist spending*) di luar tiket masuk atau sewa fasilitas dasar; (3) Tingginya kerentanan terhadap fluktuasi kunjungan yang bersifat musiman (*seasonality*) atau dipengaruhi faktor eksternal seperti cuaca; (4) Manfaat ekonomi yang belum terdistribusi secara optimal kepada masyarakat Desa Ujung Berung, karena keterlibatan mereka mungkin masih terbatas pada peran-peran informal di sekitar area pemandian, belum terintegrasi dalam rantai nilai pariwisata

yang lebih luas. Fenomena ketergantungan pada produk inti dan minimnya variasi usaha inilah yang secara langsung menunjuk pada urgensi penerapan strategi diversifikasi usaha sebagai solusi strategis untuk revitalisasi dan pengembangan Wisata Tirta Indah agar lebih berdaya saing, berkelanjutan, dan memberikan dampak ekonomi yang lebih signifikan bagi masyarakat lokal.

Kabupaten Majalengka, yang dijuluki "Kota Angin," memiliki potensi wisata alam yang luar biasa, termasuk sejumlah objek wisata tirta (wisata air) seperti mata air, danau, dan pemandian alami yang tersebar di berbagai kecamatan, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik. Salah satu objek wisata tirta yang signifikan adalah Wisata Tirta Indah yang terletak di Kecamatan Sindang Wangi, sebuah destinasi yang telah dikenal dan memiliki basis pengunjung loyal, namun di sisi lain, destinasi ini menghadapi tantangan serius terkait stagnasi produk dan layanan yang ditawarkan. Ketergantungan yang berlebihan pada atraksi air inti tanpa adanya variasi kegiatan pendukung atau fasilitas tambahan yang memadai seringkali menyebabkan kejenuhan wisatawan dan berdampak pada pendeknya durasi kunjungan atau berkurangnya frekuensi kunjungan ulang (*repeat visit*). Fenomena ini, yang dikenal sebagai masalah daya saing destinasi yang mandek, terlihat dari pola kunjungan yang bersifat musiman atau hanya ramai pada hari libur besar, sementara pada hari-hari biasa tingkat hunian dan aktivitas ekonomi di sekitarnya cenderung menurun drastis, mengancam keberlanjutan usaha para pelaku usaha lokal.

Masalah ini diperparah dengan meningkatnya munculnya kompetitor baru, baik di internal Majalengka maupun daerah tetangga, yang menawarkan produk wisata yang lebih inovatif dan dikelola secara profesional, sehingga menuntut Wisata Tirta Indah untuk segera mengambil langkah strategis yang fundamental. Oleh karena itu, untuk menjaga relevansi dan meningkatkan nilai ekonomi destinasi di tengah tren pengembangan wisata yang dinamis, diperlukan strategi yang berfokus pada diversifikasi usaha yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih kaya, komprehensif, dan memiliki daya tarik jangka panjang. Menurut (Setyawan, 2018) konsep diversifikasi ini, yang merupakan kunci dalam teori manajemen strategis untuk memperkuat posisi pasar dan mengurangi

risiko, menjadi relevan untuk dikaji secara mendalam dalam konteks pengembangan Wisata Tirta Indah.

Penelitian ini memfokuskan pada dua variabel utama: Strategi Diversifikasi Usaha sebagai variabel independen dan Pengembangan Wisata Tirta Indah sebagai variabel dependen, di mana variabel pertama secara konseptual memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan kualitas dan keberlanjutan variabel kedua. Strategi Diversifikasi Usaha secara akademik merujuk pada upaya perusahaan atau destinasi untuk memperluas lingkup operasinya dengan mengembangkan produk atau layanan baru yang berbeda dari yang sudah ada, atau memasuki pasar yang baru, dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan, mengurangi risiko, dan memperkuat posisi kompetitif (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks pariwisata, diversifikasi ini dapat mencakup diversifikasi produk wisata (penambahan atraksi, paket tur, atau event), diversifikasi pasar (menarik segmen wisatawan baru), atau diversifikasi terkait/tidak terkait (misalnya, pengembangan kuliner, akomodasi, atau kerajinan lokal). Sementara itu, Pengembangan Wisata Tirta Indah diukur dari dimensi peningkatan daya saing destinasi, yang mencakup peningkatan jumlah kunjungan dan lama tinggal wisatawan, peningkatan pendapatan destinasi dan masyarakat lokal, serta peningkatan kualitas fasilitas dan atraksi (Ritchie & Crouch, 2003), yang semuanya menunjukkan keberhasilan strategi diversifikasi yang diimplementasikan. Keterkaitan antara kedua variabel ini sangat erat; tanpa strategi diversifikasi yang terencana dan inovatif, pengembangan destinasi akan bersifat statis dan rentan terhadap perubahan tren pasar, sedangkan diversifikasi yang berhasil akan secara otomatis mendorong pengembangan dan keberlanjutan destinasi secara holistik. Penggunaan kerangka kerja seperti analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) seringkali digunakan dalam perumusan strategi diversifikasi untuk memastikan bahwa strategi yang dipilih sesuai dengan potensi internal (kekuatan dan kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) destinasi, memberikan dasar akademik yang kuat untuk pendekatan penelitian ini (Rangkuti, 2018). Berdasarkan tinjauan pustaka dan fenomena lapangan, research gap (kesenjangan penelitian) yang teridentifikasi adalah kurangnya studi kasus yang mendalam dan spesifik mengenai implementasi

Strategi Diversifikasi Usaha pada objek wisata tirta yang dikelola di tingkat lokal/daerah, khususnya di Jawa Barat, yang memiliki karakteristik geografis dan sosial- ekonomi yang unik, dan belum dikaji secara komprehensif. Sementara penelitian terdahulu umumnya berfokus pada destinasi yang sudah mapan (misalnya Bali atau Yogyakarta) atau pada konsep diversifikasi produk secara umum, belum ada analisis yang secara rinci mengidentifikasi dan merumuskan model diversifikasi usaha yang paling optimal untuk Wisata Tirta Indah yang secara spesifik menghadapi tantangan stagnasi produk di tengah gelombang perkembangan pariwisata Majalengka. Kontribusi baru yang ditawarkan oleh penelitian ini adalah menghasilkan formulasi model strategi diversifikasi usaha yang kontekstual dan aplikatif (model strategi diversifikasi yang terintegrasi, yang menggabungkan aspek pengembangan produk/atraksi, penguatan pasar, dan pemberdayaan komunitas lokal) yang diturunkan langsung dari analisis mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman spesifik (analisis SWOT) dari Wisata Tirta Indah itu sendiri.

B. Identifikasi Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan fundamental yang menghambat akselerasi pengembangan Wisata Tirta Indah. Fenomena utama yang ditemukan adalah adanya ketergantungan yang sangat tinggi terhadap produk inti (*core product*) berupa pemandian air alami, sementara variasi produk wisata pendukung masih sangat terbatas dan belum mampu mengadaptasi trend preferensi wisatawan modern yang dinamis. Kondisi ini berimplikasi pada belum optimalnya pendapatan destinasi serta minimnya kontribusi ekonomi bagi masyarakat lokal di Desa Ujung Berung, mengingat terbatasnya unit usaha tambahan yang dapat memicu pengeluaran wisatawan (*tourist spending*) di luar tiket masuk. Lebih lanjut, belum adanya formulasi strategi diversifikasi usaha yang terencana secara sistematis dan berbasis pada analisis lingkungan internal maupun eksternal mengakibatkan pengelolaan objek wisata cenderung bersifat statis. Hal ini memicu risiko kejenuhan

pasar serta melemahnya daya saing destinasi dalam menghadapi kompetitor wisata air lainnya di wilayah Kabupaten Majalengka

2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam, terarah, dan menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis menetapkan batasan masalah yang berfokus pada analisis strategi diversifikasi usaha yang dapat diimplementasikan pada objek Wisata Tirta Indah. Ruang lingkup penelitian ini secara khusus hanya mencakup identifikasi dan perumusan alternatif strategi diversifikasi produk maupun layanan berdasarkan evaluasi kondisi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) destinasi. Penelitian ini menitikberatkan pada pendekatan kualitatif strategis, sehingga tidak akan melakukan analisis mendalam terhadap aspek manajemen keuangan secara detail maupun pengukuran dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar secara kuantitatif atau statistik. Penekanan utama diberikan pada pengembangan model strategi diversifikasi yang aplikatif guna meningkatkan daya saing destinasi dalam perspektif manajemen bisnis.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana kondisi usaha dan produk wisata di Wisata Tirta Indah saat ini?
- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan diversifikasi usaha di Wisata Tirta Indah?
- c. Bagaimana strategi diversifikasi usaha yang tepat untuk pengembangan Wisata Tirta Indah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan kondisi produk/usaha wisata di Wisata Tirta Indah.
2. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi

diversifikasi usaha.

3. Merumuskan strategi diversifikasi usaha untuk pengembangan Wisata Tirta Indah.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembacanya adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan kepada penulis mengenai strategi dan pengembangan Wisata Tirta Indah

2. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai Referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang ini.

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 penelitian terdahulu

NO	Penelitian Judul & Tahun	Variabel	Metode	Hasil	Gap
1	Suryawardana, I. G. A. O. (2017) <i>Strategi Diversifikasi Produk Wisata Bahari di Kabupaten Buleleng</i>	Diversifikasi produk wisata bahari; daya saing destinasi; pendapatan daerah	Kualitatif deskriptif; analisis SWOT	Strategi diversifikasi (pengembangan atraksi baru, event) penting untuk meningkatkan daya saing wisata bahari, memperluas pasar, dan meningkatkan pendapatan	Jenis wisata berbeda (Bahari vs. Pemandian Alam). Lokasi berbeda (Buleleng vs. Majalengka). Fokus pada level kabupaten, bukan objek wisata tirta spesifik.

				daerah/masyarakat.	
2	Purnomo, S. H., & Istiqomah, N.(2019) <i>Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Nglanggeran dalam Perspektif Teori Pembangunan Berkelanjutan</i>	Pengembangan desa wisata; partisipasi masyarakat; diversifikasi usaha berbasis komunitas	Kualitatif; studi kasus	Keberhasilan Nglanggeran didorong oleh partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola berbagai usaha yang merupakan bentuk diversifikasi usaha berbasis komunitas	Fokus utama bukan diversifikasi usaha secara eksplisit. Lokasi berbeda (Gunung Kidul vs. Majalengka). Nglanggeran adalah desa wisata yang sudah mapan.
3	Sari, Y. N. P., Djani, & Rukayah, S.(2019) <i>Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang</i>	Komponen pengembangan desa wisata (atraksi, amenities, aksesibilitas, kelembagaan)	Kualitatif deskriptif; observasi dan wawancara	Mengidentifikasi komponen penting pengembangan desa wisata. Menemukan perlunya peningkatan variasi atraksi dan kelengkapan	Fokus utama adalah analisis komponen, bukan strategi diversifikasi usaha. Lokasi berbeda (Semarang vs. Majalengka)

				fasilitas.	
4	Herdiansyah (2025), H. <i>Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis</i>	Strategi pengembangan ekowisata ; diversifikasi produk (jalur edukasi, olahan mangrove); ekonomi masyarakat	Kualitatif; analisis SWOT	Merumuskan strategi pengembangan ekowisata mangrove termasuk diversifikasi produk (jalur edukasi, olahan mangrove) yang terbukti berkontribusi pada ekonomi masyarakat	Jenis ekosistem berbeda (Mangrove vs. Pemandian Alam/Mata Air). Lokasi berbeda (Bengkalis vs. Majalengka) .
5	Wijianto. (2024) <i>Strategi Pengembangan Wisata Alami dalam Era Digitalisasi</i>	Pengembangan wisata alam; digitalisasi; keanekaragaman objek wisata	kualitatif; studi literatur	strategi umum pengembangan wisata alam, termasuk perlunya perluasan keanekaragaman objek wisata dan pemanfaatan digitalisasi untuk promosi.	luas, tidak spesifik pada diversifikasi usaha satu destinasi. Lebih bersifat konseptual, tidak mengkaji objek wisata tirta secara spesifik.
6	Fedryansyah (2018), M. <i>Pengembangan</i>	Fedryansyah, M. <i>Pengembangan</i>	Kualitatif;	Mengkaji pendekatan	Fokus utama pada konsep CBT, bukan

	<i>gan Pariwisata Berbasis Masyarakat</i>	<i>Pariwisata Berbasis Masyarakat</i>	tinjauan konseptual	pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, menekankan pentingnya pelibatan masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan ekonomi pariwisata.	strategi diversifikasi usaha secara spesifik. Lebih bersifat teoritis/konseptual.
7	Tetelepta, J., Adiwijaya, M., & Tuhumury, T.(2020) <i>Analisis Pengembangan Obyek Wisata Pantai Oesapa di Kota Kupang</i>	Pengembangan objek wisata; sarana, prasarana, fasilitas; peran masyarakat	Kualitatif deskriptif; observasi dan wawancara	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan objek wisata pantai. Merekomendasikan peningkatan dan penambahan fasilitas.	Jenis wisata berbeda (Pantai vs. Pemandian Alam). Lokasi berbeda (Kupang vs. Majalengka). Tidak fokus pada diversifikasi usaha.
8	Safitri, A.(2020) <i>Analisis Dampak</i>	Pengembangan pariwisata; pemberda	Kualitatif deskriptif	Pengembangan pariwisata (pulau)	Jenis wisata berbeda (Pulau vs. Pemandian Alam). Fokus utama pada

	<i>Pengembangan An Pariwisata terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada Pariwisata Pulau Banyak)</i>	yaan ekonomi masyarakat; usaha pariwisata (homestay, kuliner, kerajinan)	if; wawancara mendalam	berdampak pada pemberdayaan ekonomi melalui usaha-usaha seperti homestay, kuliner, dan kerajinan, namun perlu strategi pengelolaan yang lebih baik.	dampak pemberdayaan, bukan strategi diversifikasi. Lokasi berbeda (Aceh Singkil vs. Majalengka).
9	Sutandar, R. M., et al.(2024) <i>Pengembangan Potensi Desa Wisata di Desa Tanjungsari Berbasis Muslim Friendly Tourism di Kecamatan Sadananya, Kabupaten Ciamis</i>	Pengembangan desa wisata; Muslim Friendly Tourism; diversifikasi usaha (homestay, paket wisata, UMKM)	Kualitas; analisis SWOT dan perencanaan partisipatif	Strategi termasuk menata kawasan wisata alam, mengembangkan homestay, paket wisata religi/budaya, dan pengembangan UMKM halal.	Lokasi berbeda (Ciamis vs. Majalengka). Fokus tambahan pada Muslim Friendly Tourism. Pendekatan perencanaan wilayah, bukan objek wisata tirta spesifik.
10	Mandali a, S., et al. (2022) <i>Analysis of</i>	Potensi wisata pemandian air panas; Muslim Friendly Tourism;	Kualitas; deskriptif;	Menganalisis potensi wisata pemandian air panas. Mengidentifikasi perlunya	Lokasi berbeda (Sumatera Barat vs. Majalengka). Fokus pada potensi Muslim Friendly, bukan

	<i>Muslim-Friendly Tourism Potential in Padang Ganting Hot Spring Tourism, Tanah Datar District, West Sumatra</i>	kendala pengembangan	observasi, wawancara, dokumentasi	peningkatan fasilitas (ibadah, makanan halal) dan dukungan masyarakat. Kendala utama kurangnya promosi dan akomodasi.	strategi diversifikasi usaha secara komprehensif.
11	Sukmaratri (2016) <i>Strategi Diversifikasi Produk Wisata untuk Meningkatkan Kunjungan</i>	Diversifikasi produk wisata; jumlah kunjungan; durasi tinggal wisatawan	Kualitatif; analisis strategi	Diversifikasi produk efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan durasi tinggal wisatawan. Menegaskan bahwa diversifikasi merupakan instrumen penting untuk mengurangi risiko bisnis dan kejenuhan pasar.	Mengambil studi kasus pada destinasi yang sudah mapan (Bali/Yogyakarta). Fokus lebih berat pada aspek analisis pendapatan, bukan manajemen strategi terpadu pada objek wisata tirta spesifik.
12	Yundi Alfi (2024) <i>Strategi</i>	Diversifikasi produk wisata; kunjungan	Kualitatif; analisis	Diversifikasi produk terbukti efektif	Tidak fokus pada objek wisata tirta spesifik di

	<i>Diversifikasi Produk Wisata untuk Meningkatkan Kunjungan</i>	wisatawan; daya saing destinasi	strategi dan studi kasus	meningkatkan jumlah kunjungan dan memperpanjang durasi tinggal wisatawan serta memperkuat daya saing destinasi	Majalengka. Belum mengintegrasikan aspek pemberdayaan masyarakat lokal secara komprehensif.
13	Santoso, A. B., & Hidayat, R.(2022) <i>Pengembangan Kampung Wisata Melalui Diversifikasi Usaha Kuliner dan Homestay: Tantangan dan Strategi</i>	Diversifikasi usaha (kuliner, homestay); pengembangan kampung wisata; tantangan dan strategi	Kualitatif; studi kasus	Strategi adaptif dan berorientasi pasar diperlukan untuk keberlanjutan destinasi. Formulasi strategi harus menyesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal (Matriks TOWS).	Fokus pada kampung wisata secara umum, bukan objek wisata tirta spesifik. Mengangkat isu keterbatasan produk inti yang hanya mengandalkan alam.
14	Rangkuti, F.(2018) <i>Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis</i>	Strategi diversifikasi; pendapatan pariwisata; analisis SWOT	Analisis SWOT (Matriks TOWS);	Penggunaan alat analisis SWOT untuk perumusan strategi bisnis/wisata. Diversifikasi merupakan	Bersifat buku teks/metodologi umum, bukan studi kasus destinasi spesifik. Tidak membahas objek wisata tirta secara spesifik.

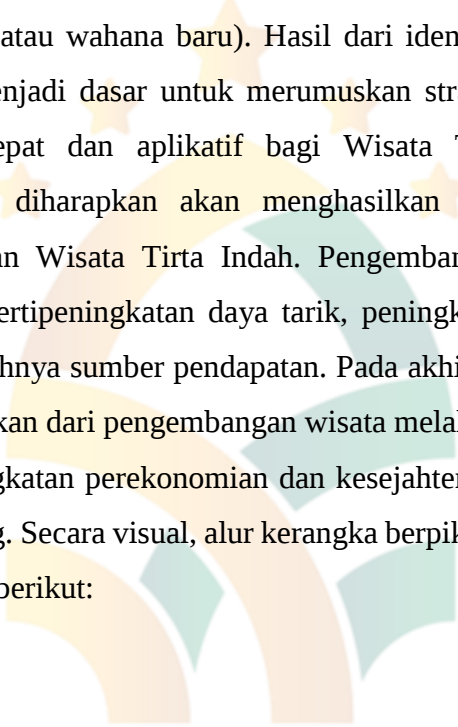
			pendekatan manajemen strategis	instrumen penting mengurangi risiko dan kejenuhan pasar.	
15	Sutono, A., et al.(2020) <i>Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Cileungsing di Kabupaten Sumedang</i>	Objek wisata pemandian; diversifikasi fasilitas (area perkemahan, spot foto); strategi pengembangan	Kualitatif; analisis SWOT	Penelitian menunjukkan perlunya diversifikasi fasilitas seperti area perkemahan dan penambahan spot foto untuk meningkatkan daya saing destinasi pemandian.	Lokasi berbeda (Sumedang vs. Majalengka). Fokus pada pemandian air panas, bukan mata air alami. Strategi diversifikasi belum komprehensif mencakup aspek usaha ekonomi masyarakat.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran logis dan sistematis mengenai alur penelitian "Strategi Diversifikasi Usaha dalam Pengembangan Wisata Tirta Indah di Desa Ujung Berung Kecamatan Sindang Wangi Kabupaten Majalengka". Penelitian ini dimulai dari kondisi awal (input) Wisata Tirta Indah yang memiliki potensi namun belum dikembangkan secara optimal, serta masih terbatasnya ragam usaha yang ditawarkan. Kondisi ini menuntut adanya upaya pengembangan. Salah satu pendekatan strategis untuk pengembangan adalah melalui diversifikasi usaha. Untuk merumuskan strategi tersebut,

diperlukan sebuah proses analisis yang mendalam (proses). Penelitian ini akan menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal (seperti analisis SWOT) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Dari analisis ini, akan teridentifikasi berbagai peluang diversifikasi usaha yang potensial (misalnya: kuliner, jasa pemandu, paket wisata, cinderamata, atau wahana baru). Hasil dari identifikasi peluang tersebut kemudian menjadi dasar untuk merumuskan strategi diversifikasi usaha yang paling tepat dan aplikatif bagi Wisata Tirta Indah. Penerapan strategi ini diharapkan akan menghasilkan luaran (output) berupa Pengembangan Wisata Tirta Indah. Pengembangan ini diukur melalui indikator seperti peningkatan daya tarik, peningkatan jumlah kunjungan, dan bertambahnya sumber pendapatan. Pada akhirnya, dampak (*outcome*) yang diharapkan dari pengembangan wisata melalui diversifikasi usaha ini adalah peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Desa Ujung Berung. Secara visual, alur kerangka berpikir ini dapat digambarkan dalam bagan berikut:



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON



Gambar 1. 3Gambaran Kerangka Pemikiran

G. Metodologi Penelitian

1) Metode dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mewajibkan si peneliti terjun langsung ke dalam objek penelitian. Penelitian kualitatif pada

umumnya mencakup informasi tentang fenomena utama yang dieksplorasi dalam penelitian, partisipan penelitian, dan lokasi penelitian. Metode kualitatif ini dipilih karena kesesuaiannya dengan tujuan penelitian yang berfokus pada eksplorasi strategis. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur secara statistik seberapa besar pengaruh antar variabel, melainkan untuk memahami secara mendalam dan holistik mengenai proses perumusan strategi diversifikasi usaha sebagai upaya pengembangan Wisata Tirta Indah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap kompleksitas faktor internal dan eksternal, konteks manajerial, serta pandangan subjektif dari para informan baik pengelola maupun masyarakat Desa Ujung Berung mengenai potensi perluasan unit usaha yang belum terpetakan oleh data angka. Dengan demikian, peneliti dapat merumuskan model strategi yang aplikatif dan sesuai dengan karakteristik lokal destinasi.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus pada intinya adalah meneliti kehidupan satu atau beberapa komunitas, organisasi atau perorangan yang dijadikan unit analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Pawito 2007). Studi kasus yang baik harus dilakukan secara langsung dalam kehidupan sebenarnya dari kasus yang diselidiki. Walaupun demikian, data studi kasus dapat diperoleh bukan hanya dari kasus yang diteliti, tetapi juga dapat diperoleh dari semua pihak yang mengetahui dan mengenal kasus tersebut dengan baik.

2. Objek dan Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian kali ini, adalah Wisata Tirta Indah di Desa Ujung Berung Kecamatan Sindang Wangi Kabupaten Majalengka.

3. Sumber Data Penelitian

a. Sumber data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan. Data ini akan didapatkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci dan observasi langsung di lokasi penelitian.

b. Sumber data sekunder

Data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada (data dokumenter).

Data ini meliputi:

- 1) Data profil Wisata Tirta Indah.
- 2) Data jumlah pengunjung Wisata Tirta Indah.
- 3) Dokumen/laporan terkait pengelolaan wisata.
- 4) Studi literature, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan diversifikasi usaha dan pengembangan wisata

4. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif ini, teknik penentuan informan dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat menentukan kelompok partisipan secara sengaja berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu pihak-pihak yang dinilai memiliki pemahaman mendalam mengenai kondisi dan potensi pengembangan Wisata Tirta Indah.

Adapun kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini meliputi pihak otoritas desa, pihak manajerial objek wisata, pelaku usaha di kawasan wisata, serta pengguna jasa (wisatawan). Jumlah informan dalam penelitian ini direncanakan berkisar antara 6 hingga 10 orang, yang terdiri dari:

- a. Kepala Desa Ujung Berung: Sebagai pemangku kebijakan di tingkat desa dan penanggung jawab wilayah yang memahami regulasi serta arah pembangunan desa.
- b. Pengelola Wisata Tirta Indah: Sebagai informan kunci (key informant) yang memahami secara teknis kondisi operasional, kendala, dan rencana strategis pengembangan unit usaha.
- c. Pelaku UMKM Sekitar: Sebagai representasi masyarakat lokal yang menjalankan usaha pendukung (seperti warung makan atau penyewaan fasilitas) untuk memberikan perspektif mengenai ekosistem bisnis di lokasi wisata.
- d. Wisatawan: Sebagai informan pendukung yang dapat memberikan perspektif dari sisi konsumen mengenai kebutuhan akan produk atau

layanan baru (diversifikasi) yang diharapkan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Observasi: Mengamati langsung kondisi lapangan di Wisata Tirta Indah, termasuk fasilitas, jenis usaha, layanan, serta aktivitas yang ditawarkan
- b. Wawancara mendalam: Melakukan wawancara semi-terstruktur dan mendalam (*in-depth interview*) dengan para informan yang telah ditentukan untuk menggali informasi, persepsi, dan ide terkait kondisi saat ini serta peluang diversifikasi.
- c. Dokumentasi: Mengumpulkan data sekunder berupa catatan, dokumen resmi, foto-foto kondisi di lapangan, serta data pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan berfokus pada perumusan strategi, sehingga akan menggunakan Analisis SWOT. Langkah- langkah analisis data adalah sebagai berikut:

- a. Pengumpulan Data: Seluruh data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikumpulkan.
- b. Reduksi Data: Data mentah tersebut dirangkum, dipilih hal-hal pokok, dan difokuskan pada tema yang relevan dengan pertanyaan penelitian.
- c. Penyajian Data: Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian naratif, tabel, atau matriks untuk memudahkan pemahaman.
- d. Analisis SWOT:
 - 1) Identifikasi Faktor Internal (IFAS): Menganalisis data untuk menemukan Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki internal Wisata Tirta Indah.
 - 2) Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS): Menganalisis data untuk menemukan Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal.
- e. Perumusan Strategi (Matriks TOWS):
 - 1) Strategi S-O (Strength-Opportunity): Memanfaatkan kekuatan untuk

meraih peluang.

- 2) Strategi W-O (Weakness-Opportunity): Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang.
- 3) Strategi S-T (Strength-Threat): Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.
- 4) Strategi W-T (Weakness-Threat): Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas lima bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, menjelaskan yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah yang terdiri dari identifikasi masalah, pembatasan masalah serta rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik penentuan informan, dan teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: DIVERSIFIKASI USAHA PENGEMBANGAN WISATA , diantaranya teori - teori, jenis – jenis diversifikasi usaha, pengembangan pariwisata dalam perspektif syariah.

BAB III GAMBARAN UMUM WISATA TIRTA INDAH, Bab ini menjelaskan prosedur teknis pelaksanaan penelitian. Penelitian dilakukan di Wisata Tirta Indah, Desa Ujung Berung, Kecamatan Sindang Wangi, Kabupaten Majalengka. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini berfokus pada penggalian data mendalam melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling yang melibatkan Kepala Desa, pengelola, pelaku UMKM, dan wisatawan. Data primer dan sekunder yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif dan dipertajam dengan analisis matriks SWOT untuk menghasilkan rekomendasi strategi yang sistematis.

BAB IV STRATEGI DIVERSIFIKASI USAHA DALAM PENGEMBANGAN WISATA TIRTA INDAH. Menguraikan analisis strategi diversifikasi usaha dalam pengembangan wisata tirta indah di Desa Ujung berung Kecamatan Sindang wangi Kabupaten Majalengka dan Faktor Pendukung dan Penghambat dalam pengembangan diversifikasi usaha di Wisata Tirta Indah.

BAB V PENUTUP , terdiri dari kesimpulan yang merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian dan saran-saran yang merupakan rekomendasi peneliti dari hasil pembahasan.

