

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Strategi Diversifikasi Usaha dalam Pengembangan Wisata Tirta Indah di Desa Ujung Berung Kecamatan Sindang Wangi Kabupaten Majalengka, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi Usaha dan Produk Wisata Tirta Indah Saat Ini

Wisata Tirta Indah telah berkembang menjadi destinasi wisata terpadu yang berdiri di atas lahan seluas 1,5 hektar. Produk wisata yang tersedia meliputi Waterboom, Seluncuran Air, Kolam Renang Prestasi, Perahu Karet, ATV, Mini Zoo, Bianglala, dan Bioskop VR 3D. Keunggulan utamanya adalah sumber mata air pegunungan yang jernih, lokasi strategis di perbatasan empat kabupaten (Majalengka, Kuningan, Indramayu, dan Cirebon), serta fasilitas pendukung yang lengkap.

Meski demikian, kunjungan wisatawan masih terkonsentrasi pada wahana kolam renang, terutama saat hari libur. Wahana lainnya belum dimanfaatkan secara optimal, dan struktur biaya tambahan per wahana dirasakan cukup membebani sebagian wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk secara fisik telah dilakukan, namun masih membutuhkan strategi yang lebih terstruktur agar dapat berkembang secara optimal.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Diversifikasi Usaha

a. Faktor Pendukung

Kekuatan utama Wisata Tirta Indah meliputi keunikan sumber mata air alami, lokasi yang strategis, dan kelengkapan wahana sebagai destinasi keluarga. Dari sisi eksternal, pertumbuhan wisatawan Kabupaten Majalengka yang mencapai 1,8 juta pada tahun 2023, dukungan pemerintah desa dan daerah, serta perkembangan promosi digital menjadi peluang besar yang dapat dimanfaatkan.

b. Faktor Penghambat

Hambatan utama adalah keterbatasan lahan parkir yang kritis pada musim puncak kunjungan, distribusi kunjungan antar wahana yang tidak merata, serta ancaman dari kompetitor wisata baru yang semakin inovatif. Penurunan kunjungan saat musim hujan juga menjadi tantangan karena sebagian besar wahana bersifat terbuka dan berbasis air.

3. Strategi Diversifikasi Usaha yang Tepat

Berdasarkan analisis SWOT dan Matriks TOWS, terdapat empat strategi yang direkomendasikan:

Pertama, Strategi S-O (Strengths-Opportunities): Memanfaatkan keunggulan alam dan lokasi strategis untuk promosi digital melalui Instagram dan TikTok, serta menjalin kerja sama event pariwisata resmi dengan pemerintah daerah.

Kedua, Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities): Membuat sistem tiket terusan (all-in package) berbasis aplikasi agar harga lebih transparan, serta menjalin kerja sama dengan warga sekitar untuk penyediaan lahan parkir tambahan.

Ketiga, Strategi S-T (Strengths-Threats): Menonjolkan keunggulan air alami bebas bahan kimia sebagai pembeda dari kompetitor waterpark modern, serta membangun area berteduh agar wisatawan tetap nyaman saat cuaca hujan.

Keempat, Strategi W-T (Weaknesses-Threats): Merestrukturisasi biaya tambahan agar lebih kompetitif, menyelenggarakan event berkala di wahana non-kolam renang, dan memperbaiki sistem manajemen parkir pada masa puncak kunjungan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam pengembangan Wisata Tirta Indah, sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata Tirta Indah

Pengelola disarankan untuk segera merancang dan mengimplementasikan sistem tiket terusan (all-in package) yang mengintegrasikan akses ke seluruh wahana dalam satu harga yang transparan dan terjangkau. Hal ini bertujuan untuk

mendorong wisatawan agar tidak hanya berfokus pada kolam renang, tetapi juga menjelajahi wahana-wahana lain yang telah tersedia. Selain itu, pengelola perlu mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih agresif melalui media sosial dengan konten visual berkualitas tinggi yang menonjolkan keunikan sumber mata air alami dan keanekaragaman wahana yang dimiliki. Penyelesaian masalah lahan parkir dengan pola kerja sama yang lebih terstruktur bersama warga sekitar juga perlu menjadi prioritas utama, khususnya menjelang musim puncak kunjungan.

2. Bagi Pemerintah Desa Ujung Berung dan Pemerintah Daerah Kabupaten Majalengka

Pemerintah Desa Ujung Berung dan Pemerintah Daerah Kabupaten Majalengka disarankan untuk memberikan dukungan nyata melalui penyediaan infrastruktur pendukung, terutama penambahan dan penataan lahan parkir di sekitar kawasan wisata. Pemerintah juga disarankan untuk memfasilitasi program pelatihan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia bagi pengelola dan pelaku UMKM sekitar, khususnya dalam bidang manajemen pariwisata modern, pelayanan prima, dan pemasaran digital. Di samping itu, penetapan Wisata Tirta Indah sebagai destinasi unggulan dalam agenda event pariwisata resmi Kabupaten Majalengka akan sangat membantu meningkatkan eksposur dan kunjungan wisatawan.

3. Bagi Pelaku UMKM dan Masyarakat Sekitar

Masyarakat dan pelaku UMKM di sekitar Wisata Tirta Indah disarankan untuk memanfaatkan momentum perkembangan wisata ini dengan mengembangkan usaha-usaha pendukung yang inovatif, seperti penyediaan produk kuliner khas Majalengka, kerajinan tangan lokal, serta jasa akomodasi (homestay) yang memenuhi standar kenyamanan wisatawan. Keterlibatan aktif masyarakat dalam ekosistem pariwisata akan memperkuat efek pengganda ekonomi (multiplier effect) yang dihasilkan oleh Wisata Tirta Indah dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Ujung Berung secara keseluruhan. Dalam perspektif ekonomi syariah, pengembangan usaha ini hendaknya senantiasa berlandaskan prinsip halal, adil, dan berkelanjutan demi kemaslahatan bersama.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa disarankan untuk

memperluas cakupan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur secara statistik dampak implementasi strategi diversifikasi terhadap peningkatan jumlah kunjungan, lama tinggal wisatawan, dan pendapatan destinasi. Selain itu, penelitian lebih lanjut mengenai model pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang terintegrasi dengan prinsip-prinsip wisata halal di Kabupaten Majalengka juga sangat relevan untuk dilakukan, mengingat potensi pasar wisatawan Muslim yang besar di wilayah Jawa Barat.

